



DIRECÇÃO-GERAL DAS EMPRESAS E DA INDÚSTRIA

MINI-EMPRESAS NO ENSINO SECUNDÁRIO

PROJECTO DO PROCEDIMENTO BEST:
RELATÓRIO FINAL DO GRUPO DE PERITOS





COMISSÃO EUROPEIA
DIRECÇÃO-GERAL DAS EMPRESAS E DA INDÚSTRIA

Promoção da competitividade das PME
Espírito empresarial

PROJECTO DO PROCEDIMENTO BEST:
«MINI-EMPRESAS NO ENSINO SECUNDÁRIO»

RELATÓRIO FINAL DO GRUPO DE PERITOS

Versão final

Setembro de 2005

Aviso legal

O presente projecto foi realizado pela Comissão Europeia e por peritos no domínio da educação para o empreendedorismo, nomeados pelas entidades nacionais competentes, no âmbito do Programa Plurianual para a Empresa e o Espírito Empresarial (2001-2005) coordenado pela Direcção-Geral das Empresas e da Indústria da Comissão Europeia.

Embora o trabalho tenha sido efectuado sob a supervisão de funcionários da Comissão, os pontos de vista expressos no presente documento não representam necessariamente a posição da Comissão Europeia.

Reprodução autorizada mediante indicação da fonte.

Para mais informações:

Comissão Europeia

Direcção-Geral das Empresas e da Indústria

Unidade E.1: Espírito empresarial

Fax: +32-2-29.66 27 8

E-mail: Entr-entrepreneurship@cec.eu.int

http://europa.eu.int/comm/enterprise/entrepreneurship/support_measures/index.htm

Informações sobre outros projectos:

Encontra-se disponível informação em linha sobre outros projectos realizados em conjunto pela Comissão Europeia e pelas administrações nacionais centrados na promoção do espírito empresarial, no seguinte endereço:

<http://europa.eu.int/comm/enterprise/entrepreneurship/index.htm>

Índice

MEMBROS DO GRUPO DE PERITOS	5
RESUMO	7
1. INTRODUÇÃO	12
1.1. Contexto	12
1.2. Objectivos e metodologia	13
1.3. Definição de «empresa estudantil»	14
2. PROGRAMAS	16
2.1 Características básicas dos programas de empresas estudantis	16
2.2. Quais as competências a adquirir através destes programas?	18
2.3 Inventário de programas	20
2.4 Factores de sucesso e indicadores de melhores práticas	20
3. ALGUNS EXEMPLOS DE BOAS PRÁTICAS	22
4. APLICAÇÃO EM CURSO DOS PROGRAMAS: DIFUSÃO, PRINCIPAIS OBSTÁCULOS, AVALIAÇÃO	30
4.1 Empresas estudantis nos diferentes níveis de ensino	30
4.2. Obstáculos e factores de risco	32
4.3. Dados quantitativos sobre a aplicação de programas	34
4.4. Avaliação e impacto	37
5. HISTÓRIAS DE SUCESSO DOS ALUNOS	41
6. CONDIÇÕES-QUADRO, APOIO E PAPEL DAS POLÍTICAS PÚBLICAS	44
6.1. Fontes de financiamento e apoio do sector privado	44
6.2. Condições-quadro e apoio do sector público	45
6.3. Estatuto jurídico e administração de empresas estudantis	49
7. CONCLUSÕES	53

7.1. Principais conclusões.....	54
7.2. Perspectivas futuras	56
8. RECOMENDAÇÕES	58

ANEXO:

Lista dos programas de empresas estudantis no ensino secundário identificados no âmbito do presente projecto, nos termos na definição adoptada (ano lectivo de 2003/2004)	62
---	----

MEMBROS DO GRUPO DE PERITOS

País	Nome	Organização	Contacto
Bélgica	Sandrine De Crom	Administratie Economie (directoraat-general)	sandrine.decrom@ewbl.vlaanderen.be
	Bernard Surlemont	Fondation pour la Recherche et l'Enseignement de l'Esprit d'entreprendre	b.surlemont@freefondation.be
Rep. Checa	Miroslav Kadlec	Instituto Nacional do Ensino Técnico e Profissional	kadlec@nuov.cz
	Lukas Hula	Instituto Nacional do Ensino Técnico e Profissional	hula@nuov.cz
Dinamarca	Mette Lise Rogne	Ministério da Educação	mette.lise.rogne@uvm.dk
Alemanha	Marion Hühtermann M.A.	Projekt Junior / Institut der Deutschen Wirtschaft Köln	huechtermann@iwkoeln.de
Estónia	Epp Vodja	Junior Achievement Fund	epp@ja.ee
Grécia	Kostas Katsogiannos	Unidade especial para o Programa Operacional de Educação	katsogi@epeaek.gr
Espanha	Rosario Sánchez Núñez-Arenas	Ministerio de Educación y Ciencia	rosario.sanchezn@educ.mec.es
França	Christiane Moravie	Ministère de la Jeunesse, de l'Education Nationale et de la Recherche	christiane.moravie@education.gouv.fr
	Jacques Mary	Ministère de l'économie, des finance et de l'industrie	jacques.mary@decas.finances.gouv.fr
Irlanda	Fiona Kindlon	Second Level Support Service	fionakindlon@slss.ie
Itália	Miriam Cresta	Junior Achievement Italia	miriam.cresta@junioritalia.org
Letónia	Antra Slava	Banco Central da Letónia (<i>Latvijas Banka</i>)	antra.slava@bank.lv
Lituânia	Eugenijus Savicius	Junior Achievement Lithuania	jalith@lja.lt
Luxemburgo	Gilbert Engel	Ministère de l'Education Nationale, de la Formation Professionnelle et du Sport	engel@men.lu
Hungria	Dora Darazs	Hungarian Young Enterprise Foundation	darazsdora@eletpalya.hu
Países Baixos	Henk Vink	Mini-Ondernemingen Nederland	vink@vno-ncw.nl

Áustria	Andrea Gintensterfer	Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur	andrea.gintensterfer@bmbwk.gv.at
Polónia	Marcin Kulikowski	Warsaw School of Economics	mkulik@sgh.waw.pl
Roménia	Gabriel Toader	Agência Nacional para as PME e Cooperativas (NASMEC)	gabrieltoader@mimmc.ro
Eslováquia	Nadežda Redlich – Michalská	Ministério da Educação	nadja@education.gov.sk
Finlândia	Antti Markkanen	Ministério da Educação	Antti.Markkanen@minedu.fi
Suécia	Annika Järemo	NUTEK, Agência Regional para o Crescimento Económico e Regional	annika.jaremo@nutek.se
Reino Unido	Patrick Shipp	Enterprise and School-Business Links	patrick.shipp@dfes.gsi.gov.uk
Noruega	John Christian Christiansen	Conselho de Educação da Noruega	jcc@ls.no

Outros membros do Grupo de Peritos:

EUROPEN	Suzana Temkov	EUROPEN e.V.	Temkov@europen.info
JA-YE Europe	Caroline Jenner	Junior Achievement-Young Enterprise Europe <i>asbl</i>	Caroline@ja-ye.org
JADE	Monika Oswald	JADE Confederação Europeia de Jovens Empresas	monika.oswald@jadenet.org
	Dilek Ayhan	JADE Confederação Europeia de Jovens Empresas	dilek.ayhan@gmail.com
Comissão Europeia	Simone Baldassarri	Direcção-Geral das Empresas e da Indústria	simone.baldassarri@cec.eu.int

RESUMO

Para realizar os objectivos da **estratégia de Lisboa**, entretanto relançada, a Europa tem de privilegiar o conhecimento e a inovação. A promoção de uma **cultura mais empreendedora**, a inculcar nos jovens desde o ensino escolar, constitui uma parte significativa deste esforço.

O espírito empresarial é um importante motor **da inovação, da competitividade e do crescimento**. As competências empreendedoras são indispensáveis para os trabalhadores por conta própria, mas são também relevantes para trabalhadores de empresas de qualquer dimensão. O Conselho Europeu de **Lisboa**, realizado em 2000, já incluía o espírito empresarial entre as novas «competências de base» consideradas necessárias para que todos possam viver e trabalhar numa sociedade baseada no conhecimento.

Anteriores projectos realizados em conjunto pela Comissão e pelos peritos nomeados pelos governos nacionais salientaram as actividades em que os **alunos gerem uma mini-empresa** na escola como um método eficaz para a propagação do espírito empresarial, uma vez que se baseia na aprendizagem através de uma experiência directa de empreendedorismo.

O objectivo das **mini-empresas geridas por alunos** consiste no desenvolvimento de uma **actividade económica real** em pequena escala ou na **simulação** realista do funcionamento de uma verdadeira empresa. Embora operem num ambiente protegido e com fins pedagógicos, é frequente as empresas estudantis produzirem e venderem **produtos ou serviços reais**. Por conseguinte, o presente estudo contempla tanto as empresas de alunos que vendem os seus produtos a troco de dinheiro como empresas virtuais, fictícias ou simuladas, desde que a simulação seja suficientemente realista e que determinados critérios sejam cumpridos.

Uma empresa estudantil define-se como um instrumento pedagógico baseado numa **experiência prática** de gestão de um projecto de empresa completo e na **interacção** com o meio exterior.

Estas actividades permitem aos alunos adquirir **competências empresariais de base**, bem como desenvolver **qualidades pessoais** e **aptidões transversais** cada vez mais importantes para a vida e o trabalho de todos na sociedade do conhecimento. Com efeito, ao participarem em mini-empresas, os alunos dão mostras da sua **criatividade**, ganham entusiasmo e **auto-confiança**, aprendem a **trabalhar em equipa**, mostram-se mais disponíveis para assumir **responsabilidades** e tomar a **iniciativa**.

O Grupo de Peritos identificou alguns dos principais factores que contribuem para a eficácia e o sucesso na execução dos programas de empresas estudantis. As **melhores práticas** sublinham aspectos como o trabalho em equipa e a liberdade de os estudantes desenvolverem as suas próprias ideias. Também o estabelecimento de contactos com o mundo empresarial e a comunidade local, bem como a disponibilidade de **orientadores e consultores provenientes das empresas**, são elementos cruciais para o êxito dos programas de mini-empresas.

Os alunos participantes em programas de mini-empresas continuam a constituir uma minoria. Durante o ano lectivo de 2003/2004, na maioria dos países, estimava-se que a percentagem de alunos do ensino secundário envolvidos fosse inferior a 1% do total e apenas em cinco países ultrapassasse os 2%. Contudo, **todos os anos, na UE 25 e na Noruega, pelos menos 200 mil alunos do ensino secundário participam nestes programas**. A informação disponível sobre

a participação por **sexo** revela um bom equilíbrio entre alunos do sexo masculino e feminino. Relativamente ao número de escolas que proporcionam estes programas, na maioria dos países, as **escolas secundárias envolvidas** são **menos de 15%** do total, uma percentagem que deveria ser aumentada.

O êxito crescente do método das empresas estudantis deve-se aos seguintes aspectos:

- à forte **ligação com as empresas** e a comunidade local, bem como à implicação do sector privado;
- à **flexibilidade e adaptabilidade** destes programas aos diversos tipos de ensino e, a nível local, a situações diferentes;
- ao **entusiasmo e motivação** que gera nos alunos (até mesmo no caso daqueles menos motivados nas disciplinas mais tradicionais);
- às potencialidades, em termos de **criatividade, iniciativa e inovação**, que estas actividades conseguem desbloquear nos jovens.

Os programas em questão podem ser aplicados a **todos os níveis de ensino e em qualquer tipo de escola**, tanto no ensino secundário geral como no ensino profissional. Contudo, em praticamente todos os países, a grande maioria dos alunos participa nestas actividades durante o **ensino secundário**. Os programas de empresas estudantis são executados tanto como parte do currículo e durante o **horário lectivo normal**, como em **horário pós-lectivo** e a nível **extra-escolar**.

Não raro, as actividades na escola são complementadas por **horas extraordinárias** de trabalho e os alunos dedicam algum do seu tempo livre à organização das operações empresariais (desenvolvimento do produto, contactos com fornecedores e clientes, vendas, etc.). Na prática, este método baseia-se muito no entusiasmo e na boa vontade de alunos e professores.

Embora geralmente se recorra a **instrumentos básicos de avaliação**, tal como a recolha das opiniões de alunos e professores, é necessário desenvolver a capacidade das escolas e dos promotores de mini-empresas para procederem à análise e **avaliação** dos programas em que participam.

Ainda não existe **investigação suficiente** na Europa sobre o impacto da participação em programas de mini-empresas na carreira futura dos alunos. No entanto, os escassos elementos disponíveis **secundam a eficácia** destes programas na promoção efectiva do espírito empresarial dos jovens. Por exemplo, um inquérito realizado na Noruega demonstra que cerca de 20% dos inquiridos com idades compreendidas entre os 25 e os 34 anos que participaram num destes programas criaram a sua própria empresa. Além disso, estes programas parecem exercer uma influência positiva sobre a **igualdade de oportunidades** entre os sexos.

Só alguns países reconhecem ou recomendam oficialmente os programas de empresas estudantis como opção nos **currículos nacionais**, sendo esta situação mais frequente no ensino profissional do que no ensino secundário geral.

A percepção geral em todos os países é a de que as **escolas gozam de um grau suficiente de autonomia e liberdade** que lhes permite levar a cabo programas de mini-empresas como actividade curricular ou extracurricular. O obstáculo reside na **relutância de escolas e professores** em participar nos programas quando estes não são apoiados, reconhecidos ou recomendados pelas autoridades educativas. A inclusão dos programas de empresas estudantis

como opção nos quadros curriculares oficiais, a nível nacional ou regional, contribui positivamente para a sua divulgação e o seu êxito, aumentando, por exemplo, a motivação dos professores.

Estas actividades exigem aos professores não só conhecimentos especiais, mas também uma alteração das metodologias pedagógicas, pelo que requerem uma formação especializada. São também necessários algum **tempo adicional** e **trabalho** extra-escolar, sobretudo quando as mini-empresas lidam com produtos ou serviços reais. Em muitos casos, o trabalho dos professores para além do horário lectivo normal não é reconhecido nem recompensado, o que os dissuade de se envolverem nestas actividades.

A maior parte dos programas de empresas estudantis é **orientada e organizada por agentes externos** (por exemplo, ONG) em vez de agentes do próprio sistema educativo, embora possam beneficiar de um apoio considerável do sector público. Por esta razão, e porque por vezes têm cariz extracurricular, estes programas dispõem geralmente de **recursos financeiros insuficientes**.

As actividades baseiam-se numa **forte implicação do sector privado** sob a forma de financiamentos ou contribuições em espécie.

Na maioria dos países, os programas de empresas estudantis recebem algum tipo de **apoio dos poderes públicos** (financeiro ou outro). Com efeito, em alguns países, os **recursos financeiros** para a organização destes programas provêm sobretudo do sector público. No entanto, muitas vezes gera-se a impressão de que o nível de apoio público não é suficiente para garantir a continuidade e o vigor das metodologias de empresas estudantis nos sistemas educativos. Acresce que, em muitas situações, o apoio não é sistemático, mas concedido na base de projectos individuais, o que não incentiva o planeamento a longo prazo.

Outras formas de apoio são o **reconhecimento** ou a **aprovação** oficial pelas autoridades educativas, a inclusão dos programas como opção recomendada nos **quadros curriculares oficiais** a nível nacional (ou regional), a **cooperação** regular com os promotores (como as ONG) e a **promoção** activa junto de professores e escolas.

Em alguns países, as autoridades públicas estabeleceram uma **cooperação estruturada com as ONG** responsáveis pela organização de programas de empresas estudantis. Do mesmo modo, a **promoção** activa destes programas pelas autoridades públicas pode desempenhar um papel muito importante na sua divulgação. Casos há em que o Ministério da Educação envia cartas de convite e material informativo às direcções das escolas, no intuito de fomentar a sua participação. Contudo, as acções de promoção na maioria dos países são pontuais ou não são suficientemente enérgicas e sistemáticas.

Em determinados países, a organização de programas de empresas estudantis enfrenta grandes dificuldades práticas devido à falta de clareza do **quadro jurídico e administrativo** (por exemplo, em relação a aspectos como a tributação das mini-empresas ou a possibilidade de os alunos fazerem negócios com empresas reais). Em outras realidades, foi definido um **quadro normativo** específico para as empresas estudantis ou existem **acordos** entre as entidades promotoras e as autoridades financeiras.

Embora sem negligenciar a eficácia de outros instrumentos pedagógicos, pode-se afirmar que **estes programas constituem uma importante opção em qualquer estratégia de fomento**

das atitudes e competências empreendedoras, uma vez que se baseiam na aprendizagem pela prática.

Estes programas podem igualmente constituir um instrumento útil no âmbito das **políticas de desenvolvimento regional**. Efectivamente, sobretudo nas regiões menos desenvolvidas ou mais isoladas, as actividades podem ter o efeito positivo de aumentar o número de alunos que terminam a escolaridade e permanecem na área graças ao estabelecimento de relações directas com a comunidade.

Por ora, os **principais obstáculos** a uma participação acrescida nos programas são o reconhecimento insuficiente, a ausência de um papel visível nos currículos, a falta de motivação dos professores e de formação específica que lhes seja especificamente destinada, a promoção insuficiente realizada pelas autoridades públicas junto das escolas e a escassez de recursos financeiros para garantir o planeamento e a sustentabilidade a longo prazo.

A divulgação e o desenvolvimento das actividades de empresas estudantis devem ser intensificados, de forma a **permitir que todos os alunos potencialmente interessados tenham acesso** aos programas em causa.

Propõe-se um conjunto de **recomendações**, dirigidas a todos os intervenientes, sobre as formas mais eficazes de pôr em prática estas metodologias, aumentar a sua presença nos sistemas educativos, bem como o seu aproveitamento pelas escolas e pelos alunos.

Em relação às autoridades públicas, as recomendações prevêm:

- a concepção de uma **estratégia global** de educação para o empreendedorismo nas escolas. Nesta estratégia, os programas de empresas estudantis devem ser salientados como uma opção importante nos currículos oficiais;
- o estabelecimento de uma **cooperação** regular entre diversos ministérios, associações empresariais, organizações não governamentais, instituições educativas, autarquias, com o objectivo de promover mais amplamente as actividades baseadas na metodologia das empresas estudantis;
- a cooperação sobretudo com as **organizações** (como ONG) que contribuam para a divulgação mais lata destes programas e o seu envolvimento em planos nacionais de educação para o empreendedorismo;
- a **aprovação e promoção activa** das actividades de empresas estudantis junto das escolas, direcções e professores;
- a garantia de que os **entraves legais e administrativos** à constituição e funcionamento de mini-empresas sejam suprimidos.

As **escolas** são convidadas a adoptar estes programas, porquanto a maioria das competências a adquirir através da participação numa empresa estudantil revestem uma **dimensão transcurricular**, que inclui competências transversais e pessoais, bem como competências empresariais de base. O trabalho numa empresa estudantil cumpre muitos dos objectivos e metas definidos para outras disciplinas e, por isso, representa um valor acrescentado para todas elas.

As **associações empresariais e as empresas** são incentivadas a envolver-se nestes programas no âmbito da sua estratégia de responsabilidade social. O seu apoio pode ser financeiro ou em espécie (disponibilizando, por exemplo, consultores e orientadores para as mini-empresas). As

vantagens para as empresas podem passar pela possibilidade de contratar jovens motivados com uma experiência empresarial directa e dotados de um conjunto de competências relacionadas com a criatividade, o empreendedorismo e a inovação.

Será possível uma promoção mais ampla destes programas se se organizar uma **cooperação** entre os diversos serviços da administração pública, as autoridades locais, as associações empresariais, as ONG e as escolas.

1. Introdução

1.1. Contexto

O empreendedorismo é reconhecido como um importante motor da inovação, da competitividade e do crescimento. A Europa precisa de uma **cultura mais empreendedora**. No seguimento das conclusões do Conselho Europeu de Lisboa, realizado em 2000, que definiu o espírito empresarial como uma das novas competências básicas que devem ser proporcionadas através da aprendizagem ao longo da vida, a promoção de atitudes e competências empreendedoras nas nossas sociedades, em todos os níveis educativos, tem estado no centro da agenda política da UE. O papel das escolas e universidades na promoção do espírito empresarial entre os jovens e na disponibilização das competências relevantes foi sublinhado, por exemplo, na Carta Europeia das Pequenas Empresas¹ e na Comunicação sobre o Plano de Acção «A agenda europeia para o espírito empresarial»².

No entanto, aprender a gerir uma empresa é apenas um aspecto da problemática. O empreendedorismo deve ser entendido na sua acepção mais lata. As atitudes e competências empreendedoras são proveitosas para a sociedade em geral, não se limitando a sua aplicação à actividade empresarial. Elas são também um meio de desenvolvimento pessoal. Com efeito, a aprendizagem do empreendedorismo incluirá o exercício de **qualidades pessoais** como a **criatividade, o espírito de iniciativa, a responsabilidade**, que se revelarão de utilidade geral na vida e em qualquer actividade profissional.

Em 2002, um **relatório**³ coordenado pela Comissão no âmbito do projecto sobre «Educação e Formação para o Desenvolvimento do Espírito Empresarial», enquadrado no *Procedimento Best*, **concluiu que**, embora estejam a ser desenvolvidas numerosas actividades relacionadas com o empreendedorismo em todos os níveis de ensino, muitas delas não estão integradas nos currículos nem fazem parte de um quadro coerente, pelo que muitos alunos não dispõem ainda da possibilidade de participar em cursos e programas de empreendedorismo.

Neste contexto, os peritos nacionais propuseram uma **definição concreta de educação para o empreendedorismo**, avançada como referência a nível europeu. Esta definição reporta-se aos diversos níveis de ensino e esclarece os objectivos que deveriam ser perseguidos em cada estágio do percurso educativo. Chegou-se a um amplo consenso quanto à importância de contemplar dois elementos complementares:

- um conceito mais abrangente de **educação para o desenvolvimento de atitudes e competências empreendedoras**, que implica o desenvolvimento de determinadas qualidades pessoais e não está directamente centrado na criação de novas empresas; bem como
- um conceito mais específico de **formação para a criação e gestão de empresas**.

O projecto do *Procedimento Best* salientou igualmente as actividades baseadas **na gestão por alunos de uma mini-empresa** na escola, considerando-as uma metodologia especialmente eficaz para fomentar o espírito empresarial.

¹ http://europa.eu.int/comm/enterprise/enterprise_policy/charter/index.htm

² Plano de Acção: *A agenda europeia para o espírito empresarial*, Comissão Europeia, COM (2004) 70 final de 11.2.2004.

³ Projecto sobre Educação e Formação para o Desenvolvimento do Espírito Empresarial no âmbito do *Procedimento Best*. Relatório Final do Grupo de Peritos (Novembro de 2002).

Com este fundamento, um projecto de seguimento⁴ centrou-se em particular no ensino básico e secundário, com o intuito de identificar **medidas e estratégias políticas** que possibilitassem a realização de progressos neste domínio. As conclusões indicam que os programas assentes nas **empresas estudantis** deveriam ser reconhecidos e apoiados pelas autoridades educativas, bem como mais bem integrados nos currículos.

Por último, em Fevereiro de 2004, foi adoptado um **Plano de Acção para o Espírito Empresarial**⁵. O Plano de Acção aponta medidas horizontais para o estabelecimento pela Comissão e os Estados-Membros de um quadro de apoio à política para o espírito empresarial e centra-se em cinco domínios políticos estratégicos, um dos quais é «suscitar mais vocações empresariais». O presente relatório foi elaborado no quadro da Acção-Chave n.º 1 do referido Plano de Acção.

Na educação para o empreendedorismo, os estudos teóricos têm de ser acompanhados com uma forte componente de «aprender fazendo»: a melhor forma de assimilar as noções do empreendedorismo é realizar na prática algum tipo de actividade empresarial.

Os programas em que os alunos criam e gerem **mini-empresas** na escola podem revelar-se muito eficazes no amadurecimento de atitudes e competências empreendedoras, especialmente a nível do ensino secundário. O objectivo das **empresas estudantis** consiste no desenvolvimento de uma actividade económica real em pequena escala ou na recriação realista do funcionamento de uma verdadeira empresa. Embora operem num ambiente protegido e com fins pedagógicos, é frequente as empresas estudantis produzirem e venderem produtos e serviços reais. Graças à sua participação nestes programas, os alunos aprendem a trabalhar em equipa, melhoram as suas competências de comunicação, ganham entusiasmo e auto-confiança, mostram-se mais disponíveis para assumir responsabilidades e demonstram o seu espírito de iniciativa.

Num conjunto de países europeus, o contributo destes programas para a promoção do espírito empresarial na escola é já significativo. Contudo, estas actividades devem ser mais bem integradas nos sistemas educativos e o respectivo acesso, mais amplamente facultado. Acresce que o seu impacto último sobre os alunos e, mais genericamente, sobre a sociedade requer uma avaliação mais exaustiva.

1.2. Objectivos e metodologia

O presente projecto europeu foi desenvolvido no quadro da Acção-Chave n.º 1 «Suscitar mais vocações empresariais através do ensino escolar» do Plano de Acção para o Espírito Empresarial, mediante o recurso ao *Procedimento Best*.

O *Procedimento Best* foi lançado na sequência do mandato do Conselho Europeu de Lisboa para promover o intercâmbio de boas práticas e também para criar sinergias entre os diferentes processos existentes que se orientam nessa direcção. A característica comum dos projectos abarcados pelo Procedimento Best é a análise dos temas de interesse, do ponto de vista da Comissão e das administrações nacionais, no intuito de obter uma melhor compreensão da natureza desses temas, bem como dos esforços desenvolvidos, e de identificar melhores práticas.

⁴ Realizar progressos na promoção de atitudes e competências empresariais através do ensino básico e secundário. Relatório Final do Grupo de Peritos (Março de 2004).

⁵ Plano de Acção: *A agenda europeia para o espírito empresarial*, Comissão Europeia, COM(2004) 70 final de 11.2.2004.

O objectivo último de todo o processo reside em fomentar a alteração de políticas nos Estados-Membros e nos outros países participantes, com um aspecto metodológico essencial que consiste na execução conjunta dos projectos pela Comissão e pelas administrações nacionais interessadas.

O presente projecto funda-se nas conclusões do projecto sobre a Educação e a Formação para o Desenvolvimento Empresarial, realizado no âmbito do *Procedimento Best*, e do seu seguimento, explorando mais aprofundadamente uma metodologia que desempenha um papel importante na propagação do espírito empresarial entre os jovens.

Os **objectivos** principais desta acção eram os seguintes:

- inventariar os diversos métodos e promotores dos programas em apreço;
- fornecer exemplos concretos de programas de empresas estudantis e demonstrar de que forma estes podem ser realizados com êxito;
- identificar os factores de sucesso, a par de eventuais obstáculos e dificuldades;
- salientar as boas práticas de promoção destas actividades (por exemplo, o apoio de administrações nacionais ou locais);
- recolher informação no intuito de calcular o índice de penetração das empresas estudantis no ensino secundário (por exemplo, o número de escolas e alunos participantes);
- propor uma estratégia e medidas políticas relevantes para aumentar o recurso a estes programas.

Esta acção permitiu detectar diversos programas na Europa, bem como identificar eventuais forças e debilidades. A sensibilização para estas metodologias deve ser outro efeito importante do presente relatório. Nesta linha, entre os primeiros beneficiários deste projecto, contam-se idealmente as escolas e os ministérios (da Economia/Indústria e da Educação). A acção deve também pautar-se por um forte impacto nas políticas e decisões de apoio a vários níveis com repercussões para as escolas secundárias.

A acção em questão era aberta aos Estados-Membros da UE, aos países candidatos e aos países da EFTA/do EEE. Para além de 21 Estados-Membros da UE, também a Roménia, a Turquia e a Noruega decidiram associar-se a ela.

Para a execução deste projecto, foi criado um **Grupo de Peritos**. Os governos nacionais foram convidados a designar um perito. Os representantes de algumas das principais redes internacionais que promovem estes programas foram também convidados a participar (*a lista completa dos peritos figura no início do presente documento*).

As tarefas deste grupo eram as seguintes: mobilizar os conhecimentos especializados necessários, fornecer informação e dados sobre os programas existentes e, finalmente, assegurar a cooperação e uma implicação activa no projecto das administrações nacionais dos países participantes.

Aos peritos foi solicitado que fornecessem informação qualitativa (identificação de promotores e programas, exemplos de boas práticas, etc.) e dados quantitativos (por exemplo, número de escolas que recorrem a estes programas e número de alunos participantes).

1.3. Definição de «empresa estudantil»

O presente estudo analisou metodologias baseadas na **experiência prática** e na **interacção**, não só de empresas estudantis que vendem produtos ou serviços reais, mas também de empresas virtuais ou simuladas, desde que a simulação seja suficientemente realista e que determinados critérios sejam cumpridos. Assim, não foram **tomados** em consideração os programas que se restringem a aplicações virtuais (isto é, simulações por computador) não apoiadas e secundadas por trabalho de equipa e por interacção dentro e fora do meio escolar.

Donde, uma das primeiras tarefas do grupo de peritos foi chegar a acordo quanto a um conjunto de critérios para definir se um programa ou metodologia deveria ser abrangido pelo âmbito desta investigação.

A **definição** e os **critérios** conexos adoptados foram os seguintes:

Uma empresa estudantil é um instrumento pedagógico baseado numa experiência prática de gestão de um projecto empresarial completo e na interacção com o meio exterior (isto é, o meio empresarial ou a comunidade local).

Critérios para avaliar se um programa se enquadra na definição supra:

A. Os alunos, na gestão da sua própria empresa, desenvolvem uma **actividade económica real**, embora num ambiente protegido e com fins pedagógicos: ou seja, empresas estudantis que produzem e/ou vendem produtos ou serviços reais;

ou:

B. Em caso de **simulação** de uma actividade económica (empresas virtuais ou simuladas):

1) Os alunos trabalham em equipa num projecto empresarial, no quadro da organização de uma empresa fictícia, imitando as funções, os processos e os objectivos de uma empresa real; são responsáveis por todos os aspectos de gestão da empresa simulada.

e⁶:

2) Assegura-se a interacção fora do meio escolar: os estudantes desempenham as suas tarefas em contacto com empresas reais ou sob a supervisão directa de profissionais das empresas (na qualidade de orientadores, etc.) ou em ligação com a comunidade local.

No presente relatório, as expressões «empresa estudantil» e «mini-empresa» serão utilizadas como sinónimas, designando ambas as empresas que produzem e vendem produtos ou serviços reais e as empresas virtuais ou simuladas que observem os critérios supradescritos.

⁶ Têm de ser preenchidas as condições 1 e 2.

2. Programas

2.1. Características básicas dos programas de empresas estudantis

O objectivo de uma empresa estudantil consiste em desenvolver uma actividade económica em pequena escala ou realizar uma simulação realista de uma actividade económica. Por conseguinte, o presente estudo abrange tanto mini-empresas reais como virtuais⁷, desde que estejam preenchidos determinados critérios (definidos no *ponto 1.3*).

No primeiro caso, as mini-empresas operam num ambiente protegido e com fins pedagógicos, com vista à produção e venda de **produtos ou serviços reais**. Os alunos seleccionam o produto ou serviço, escolhem os seus gestores e angariam capital. Depois de elaborarem um plano empresarial e ultimarem a sua estratégia comercial, produzem ou encomendam a execução do produto por eles concebido. A empresa tem de planear os modos de financiar as aquisições de matérias-primas e existências. Os alunos vendem os seus produtos ou serviços na escola ou fora do meio escolar e mantêm uma contabilidade. No fim do ano, a empresa entra em liquidação e os alunos apresentam um relatório.

No segundo caso, as mini-empresas são **simulações** que visam recriar as operações e os desafios de uma empresa real. Nesta situação, as metodologias utilizadas podem ser muito diversas, uma vez que há abordagens diferentes para criar uma simulação. As actividades podem ter uma base informática (como o programa *Managing Firm* na **Polónia**) e ser essencialmente executadas por computador – por exemplo, no caso de jogos empresariais. Contudo, mesmo quando as actividades se centram em simulações por computador, o trabalho de equipa entre os alunos e a interacção de algum tipo dentro e fora do meio escolar com professores, orientadores, profissionais das empresas ou a comunidade local no seu conjunto devem ser considerados condições necessárias. Por outras palavras, um mero jogo de computador não deve ser classificado como uma mini-empresa. Uma outra abordagem, mais próxima da realidade e, portanto, preferível – pelo menos em termos gerais –, é a criação de uma empresa fictícia, cujas operações irão muito para além de uma aplicação informática, fornecendo, por exemplo, aos alunos um espaço físico (um escritório) equipado com os instrumentos necessários para dirigir o funcionamento da empresa e para realizar todas as actividades comerciais e administrativas características de uma verdadeira empresa. À semelhança de uma empresa real, a fictícia organiza-se por departamentos (comercial, vendas, contabilidade, logística, etc.) e os alunos assumirão todas as funções de gestão. Assim, a principal diferença entre uma empresa virtual e uma mini-empresa real reside no facto de não se produzirem quaisquer bens e não haver transacções comerciais efectivas. As empresas virtuais podem ter uma empresa real como parceira, que é modelo das suas operações (é o caso das empresas simuladas na **Finlândia, Hungria, Áustria e Polónia**) e, por vezes, até levar a cabo verdadeiras actividades empresariais, recorrendo aos produtos da empresa parceira (**Finlândia**).

Normalmente, estes programas **duram** um ano lectivo (9 a 10 meses), embora existam exemplos de programas de 4 a 5 meses (por exemplo, na **Estónia e Lituânia**) e até de apenas algumas semanas (como na **Hungria**).

Embora um **ano lectivo** se afigure ser o período adequado para explorar o complexo mundo da gestão de uma empresa e para concluir o ciclo de uma experiência empresarial (desde a criação de um conceito empresarial até à sua realização prática, produção, venda e obtenção

⁷ Como referido no ponto anterior do presente relatório, as expressões «empresa estudantil» e «mini-empresa» serão utilizadas como sinónimas, designando ambas as empresas que produzem e vendem produtos ou serviços reais e as empresas virtuais ou simuladas que observem os critérios estabelecidos.

de lucro), em alguns países, encontra-se disponível uma versão mais condensada e mais «intensiva» dos programas de mini-empresas – por exemplo, com uma duração de 8 a 12 semanas (é o caso dos programas *Get up and Go* e *Blast:Beat* na **Irlanda**) – que podem ser adaptados com maior facilidade ao ano lectivo e até lançados duas vezes no seu decurso, chegando assim a um maior número de estudantes. Existem também programas mais curtos – por exemplo, com a duração de uma semana ou até apenas um dia (como o programa *EBP* no **Reino Unido**) –, mas, no vasto panorama de metodologias baseados em empresas estudantis, trata-se de uma minoria. É certo que a curta duração não permite aos alunos uma vivência do empreendedorismo em todas as suas facetas. No entanto, mesmo estas actividades podem contribuir para lhes dar uma primeira impressão da gestão de um projecto empresarial e sensibilizá-los neste sentido.

Por via de regra, as actividades na escola realizam-se uma ou duas vezes por semana, durante uma a duas horas por lição (totalizando entre duas e cinco horas semanais). As actividades na escola podem ser complementadas por **horas extraordinárias** ou trabalho **extra-escolar** e os alunos, sobretudo quando gerem empresas que produzem bens e serviços reais, dedicam algum do seu tempo livre à organização das operações empresariais (desenvolvimento do produto, contactos com fornecedores e clientes, vendas, etc.). Na prática, este método baseia-se em larga medida no entusiasmo e na boa vontade de alunos e professores.

Em alguns casos, a actividade é desenvolvida inteiramente fora do horário lectivo e numa base voluntária. Os alunos reúnem-se após as aulas normais, mas são assistidos por um professor ou por um consultor empresarial. Alguns programas oferecem tanto um modelo «na escola» como «fora da escola» (por exemplo, o *Mini-entreprise* na **Bélgica**).

Está demonstrado que estes programas podem ser aplicados em **todos os tipos de escola** – tanto no ensino secundário geral, como no ensino profissional ou em escolas empresariais e comerciais. Podem funcionar como uma actividade de tempos livres ou como um programa oficial, tudo dependendo da estrutura do sistema educativo nacional e, em última instância, da decisão do estabelecimento de ensino.

Nestes programas, os **professores** têm um papel de **facilitadores**: não impõem as suas ideias aos alunos, facultando-lhes antes apoio e aconselhamento. Os alunos devem gozar de liberdade para desenvolver as suas próprias ideias e ser inteiramente responsáveis pelo funcionamento da mini-empresa. Por conseguinte, o professor é um orientador que intervém o menos possível no processo de decisão do grupo. Este tipo de metodologia visa uma aprendizagem através da experiência directa, sendo provável que os alunos cometam erros e vejam as consequências dos seus erros.

Algumas das tarefas habitualmente realizadas pelos professores para facilitar uma empresa estudantil incluem o auxílio aos alunos na definição do tema, a orientação do grupo ao longo da fase de arranque, a conciliação em caso de problemas dentro do grupo, etc.

Em geral, a **formação** de base **para professores** é ministrada por organizações que promovem estes programas através, por exemplo, de sessões de iniciação, do fornecimento de manuais práticos, da organização de seminários e cursos de formação contínua e do aconselhamento permanente. A formação contínua integrada para docentes é, obviamente, a solução mais acessível e é ministrada pelas autoridades educativas quando os programas fazem parte do currículo oficial (como na **Irlanda** e na **Áustria**).

O papel desempenhado pelos **voluntários das empresas** nestes programas pode ser de grande importância na orientação dos alunos durante a fase de arranque e no contacto regular com a classe empresarial (são exemplos o *Junior Achievement Company Programme* na **Irlanda**, *Impresa in Azione* na **Itália** e *Young Enterprise Company Programme* no **Reino Unido**). O

programa *Mini-Ondernemingen* nos **Países Baixos** procura garantir que cada empresa estudantil tenha pelo menos três conselheiros: um (ex-)empresário, um contabilista e um professor. Em geral, os professores não têm nem conhecimentos nem experiência práticos suficientes sobre a gestão de uma actividade empresarial. Assim, embora incumba aos professores coordenar e facilitar a execução do programa, bem como ajudar os alunos a ultrapassar dificuldades práticas, os consultores empresariais podem trazer um valor acrescentado ao transmitirem aos alunos uma experiência directa de gestão no mundo do trabalho. Todavia, encontrar voluntários das empresas pode revelar-se por vezes difícil, especialmente em áreas menos desenvolvidas ou mais isoladas.

Em termos mais genéricos, a interacção e as ligações com o **meio empresarial** ou com a **comunidade local** são uma característica distintiva destes programas. Em alguns casos, as autarquias locais tiram partido dos serviços prestados pelas empresas estudantis (por exemplo, os programas *Summerentrepreneur* de Västernorrland na **Suécia** e *Student Learning Company* na **Letónia**).

2.2. Quais as competências a adquirir através destes programas?

A educação para o empreendedorismo deve ser encarada na sua **acepção mais lata** para incluir o desenvolvimento das qualidades necessárias a uma pessoa empreendedora. Ao participarem em mini-empresas, os alunos dão mostras da sua criatividade, ganham entusiasmo e autoconfiança, aprendem a trabalhar com terceiros, mostram-se mais disponíveis para assumir responsabilidades e tomar a iniciativa. A aquisição destes atributos e competências ajudará a preparar os jovens para o seu papel de membros autónomos, participativos e responsáveis da sociedade. Os alunos que participaram em actividades de mini-empresas revelam-se mais autoconfiantes, mais proactivos, mais inovadores e mais susceptíveis de procurarem novos produtos, mercados e tecnologias.

A seguir, fornece-se uma lista mais pormenorizada (embora decerto não exaustiva) dos **atributos** e **competências** que, habitualmente, os alunos desenvolvem ou adquirem através da participação em mini-empresas. Repartem-se em **atributos e competências gerais** ou **pessoais** e **competências empresariais**. Todos estes aspectos são relevantes para o **empreendedorismo** e ajudarão os alunos a serem bem sucedidos na prossecução dos seus estudos, bem como na sua vida profissional futura.

Atributos e competências pessoais:

- criatividade;
- trabalho de equipa;
- competências de resolução de problemas;
- capacidade de correr riscos calculados e de enfrentar riscos;
- competências de comunicação;
- assertividade;
- capacidade de liderança;
- pensamento crítico;
- autoconfiança;
- espírito de iniciativa;
- capacidade de assumir responsabilidades;

- autonomia
- capacidade de tomar decisões individuais e colectivas;
- capacidade de gerir o tempo e cumprir prazos;
- capacidade de definir objectivos;
- competências de negociação;
- capacidade de gerir projectos;
- competências de utilização das tecnologias da informação e da comunicação (TIC);
- competências de expressão e apresentação em público;
- capacidade de analisar e planear actividades próprias;
- capacidade de melhorar a aprendizagem e o desempenho próprios.

Competências empresariais:

- compreensão do funcionamento de uma empresa e de como gerar riqueza;
- espírito empresarial e de concepção de ideias empresariais;
- conhecimentos básicos de economia;
- experiência de funções empresariais importantes;
- realização de estudos de mercado;
- elaboração de um plano empresarial;
- organização e gestão de uma empresa;
- gestão de recursos humanos;
- literacia financeira;
- elaboração de orçamentos e afectação de recursos;
- angariação de financiamento através de acções, patrocínios ou empréstimos;
- cálculo do custo-benefício de produtos;
- contabilidade;
- marketing;
- publicitação de um produto/serviço;
- organização de uma exposição e participação numa feira comercial;
- técnicas de compra e venda;
- procedimentos administrativos;
- compreensão de questões de saúde e segurança;
- redacção de correspondência comercial, documentos e relatórios;
- desenvolvimento e gestão de contactos empresariais, interacção com a comunidade local;
- direcção de uma reunião de negócios.

2.3. Inventário de programas

No âmbito do presente projecto, procedeu-se a um inventário dos programas de empresas estudantis postos em prática no ensino secundário, com base na informação coligida a nível nacional e na definição adoptada de mini-empresa (*ver ponto 1.3*). Nesta linha, **foram identificados 82 programas na Europa** (em 24 países participantes no presente estudo).

O inventário demonstra que mais de metade destes programas (52) é promovida por organizações que integram alguma **rede europeia**, designadamente a *Junior Achievement – Young Enterprise Europe* (26 programas) e *EUROPEN* (17 programas).

Embora os membros das redes supracitadas partilhem os mesmos objectivos e elementos metodológicos básicos, verificam-se a nível nacional **diferenças de execução** (por exemplo, relativamente à duração do programa, ao tipo de escolas onde decorrem, se se trata de actividades «escolares» ou «extra-escolares, etc.).

O inventário revela um certo equilíbrio entre os programas baseados em **empresas que vendem produtos reais (49)** e aqueles que se baseiam em **empresas fictícias ou virtuais (33)**.

A **lista integral** dos programas de empresas estudantis no ensino secundário identificados no quadro do presente projecto consta do **Anexo**. Esta lista não deve ser considerada exaustiva de todos os programas existentes na Europa baseados na aprendizagem do empreendedorismo pela prática, uma vez que inclui apenas actividades que obedecem a um conjunto de critérios definidos pelo grupo de peritos para as metodologias das empresas estudantis (*ver ponto 1.3*). Além disso, nem sempre foi possível recolher informação sobre todas as actividades pertinentes em cada país, sobretudo em relação a programas que operam a um nível muito localizado ou apenas em escolas específicas.

2.4. Factores de sucesso e indicadores de melhores práticas

O sucesso crescente da metodologia das empresas estudantis na Europa deve-se a um conjunto de características que podem ser consideradas típicas destas actividades e que representam os seus principais **pontos fortes**, entre os quais se contam:

- a forte **ligação com as empresas** e a comunidade local, bem como a implicação do sector privado;
- a **flexibilidade e adaptabilidade** destes programas aos diversos tipos de ensino e, a nível local, a situações diferentes;
- o **entusiasmo** e a **motivação** gerados nos alunos (até mesmo no caso daqueles menos motivados nas disciplinas mais tradicionais);
- as potencialidades, em termos de **criatividade, iniciativa e inovação**, que estas actividades conseguem desbloquear nos jovens.

Quanto à questão mais específica da melhor aplicação concreta desta metodologia, foi solicitado ao Grupo de Peritos que identificasse um conjunto de **aspectos-chave** considerados como os principais factores de eficácia e êxito na execução dos programas de empresas estudantis. Estes aspectos são propostos como indicadores de **melhores práticas** para a avaliação de programas baseados na referida metodologia.

Com efeito, muitos dos programas identificados na Europa pelo presente estudo demonstraram que preenchem a maioria dos critérios, quando não todos, enumerados no quadro apresentado a seguir.

A lista não contempla elementos relacionados com **condições-quadro externas**, ou seja, com o ambiente em que os programas operam (por exemplo, o apoio das autoridades públicas, a inclusão no currículo oficial, etc.). Esses elementos serão tidos em conta mais adiante no presente relatório, quando forem focadas as políticas públicas que apoiam a educação para o empreendedorismo e os programas de empresas estudantis.

Crêterios para a identifica o de melhores práticas na gestão de programas de empresas estudantis

- 1) O programa coloca a t nica nas competências de **trabalho em equipa** e coopera o entre alunos; os alunos recebem uma inicia o adequada ao trabalho de grupo antes da execu o efectiva do programa;
- 2) os voluntários e os **professores** envolvidos são **qualificados** para organizar programas de empresas estudantis ou receberam **forma o** específica neste domínio;
- 3) alunos e professores recebem **apoio** e **aconselhamento** durante a vigência do programa;
- 4) os **alunos** são assistidos por um facilitador (professor, orientador, consultor), mas gozam de **liberdade** para desenvolverem as suas próprias ideias e são inteiramente **responsáveis** pelo funcionamento da mini-empresa;
- 5) foi produzido e encontra-se disponível **material didáctico** específico sobre como facilitar e gerir empresas estudantis (manuais, guia, etc.);
- 6) o programa   **flexível**, aplicável numa grande diversidade de contextos e fácil de integrar nas actividades escolares, tanto na sala de aula ou enquanto actividade extracurricular;
- 7) os orientadores e consultores do **meio empresarial** participam na execu o do programa;
- 8) são organizados **eventos** exteriores   escola, como feiras comerciais;
- 9) o programa   apoiado pela **comunidade local**;
- 10) são utilizados periodicamente instrumentos para **avaliar** o programa;
- 11)   assegurada a **articula o em rede** entre professores, para efeitos de aprendizagem e assistência mútua, bem como para o desenvolvimento de contactos nacionais e internacionais entre alunos, professores e outros intervenientes.

3. Alguns exemplos de boas práticas

Tal como já foi referido (*ponto 2.4*), muitos dos programas identificados no presente estudo demonstraram cumprir todos ou a maioria dos critérios fixados pelo Grupo de Peritos para inventariar as melhores práticas na realização de actividades empresariais estudantis.

O presente capítulo apresenta alguns exemplos que, embora se baseiem em determinados princípios comuns, revelam uma grande variedade de métodos e soluções referentes à educação para o empreendedorismo através de um trabalho assente em projectos. Os exemplos são propostos não como os melhores da Europa (uma lista completa dos melhores exemplos seria muito mais extensa), mas como uma selecção representativa de boas práticas.

3.1. «*La Mini-entreprise en classe*» (Bélgica)

Este é um projecto estruturado que ocupa **cinco horas do horário semanal** e é gerido por uma **equipa de professores**, dos quais pelos menos dois estão sempre presentes durante a sessão. O número médio de participantes é de 12 e o máximo de 23. São alunos com idades entre os 16 e os 19 anos, do ensino geral, técnico e profissional. Os professores são apoiados pelo pessoal da associação sem fins lucrativos (*asbl*) *Les Jeunes Entreprises*, que fornece documentação e guias de apoio, organiza seminários, etc.

A actividade decorre na sala de aula **no quadro curricular oficial**, mas prossegue igualmente fora da escola a título de actividade voluntária dos alunos. De qualquer forma, a produção exige que os alunos realizem horas extraordinárias. Na mesma linha, as actividades de venda são organizadas sobretudo à noite ou aos fins-de-semana. O facto de, neste **modelo «na sala de aula»**, o professor integrar a metodologia na sua prática lectiva permite analisar determinadas questões mais pormenorizadamente do que uma actividade «fora da sala de aula» e totalmente voluntária.

Cada mini-empresa é apoiada por um ou dois **consultores** oriundos do meio empresarial, que acederam a colocar a sua experiência à disposição dos jovens. As relações com fornecedores e clientes constituem uma oportunidade de interagir com o verdadeiro meio empresarial fora da escola.

Para proceder a uma avaliação eficaz, são utilizados os instrumentos da *asbl Les Jeunes Entreprises*. Além disso, os professores preparam documentos e fichas com dados que permitem apreciar de forma mais completa a participação dos alunos. No final do ano lectivo, realiza-se um **exame final**. Se a actividade da mini-empresa merecer um juízo positivo da equipa de professores e dos consultores externos, os alunos recebem um **certificado** escolar de «sucesso no desenvolvimento do projecto»; acresce que, se preencherem um determinado conjunto de condições estabelecidas pela *asbl Les Jeunes Entreprises*, é-lhes emitido um certificado de jovem empresário.

Contacto:

asbl «Les Jeunes Entreprises»

www.lesjeunesentreprises.be

3.2. *Empresa simulada na Escola Profissional de Merikoski (Finlândia)*

As empresas simuladas são utilizadas no ensino secundário profissional, a nível nacional, na Finlândia. A companhia, em si mesma, é fictícia, mas alguns estudantes de empresas

simuladas lançaram-se em verdadeiras actividades empresariais com recurso aos produtos de uma empresa parceira. *O FINPEC* (Centro Finlandês de Empresas Simuladas) é a organização que promove este tipo de empresa na Finlândia.

A duração da formação em empresas simuladas varia sensivelmente entre três meses e um ano. Uma aplicação interessante da metodologia é **substituir as aulas curriculares por uma actividade de planeamento empresarial**, prolongando assim a duração da actividade (qualquer que seja a sua forma) da empresa simulada por três anos. O objectivo pedagógico consiste em familiarizar os alunos com o planeamento empresarial, desenvolver a sua capacidade de desempenhar tarefas diversas na empresa, compreender a empresa no seu todo e adquirir um conjunto de competências pessoais. As empresas simuladas interagem activamente com outras empresas simuladas e do mundo exterior, especialmente com a empresa parceira no início da actividade simulada.

A **Escola Profissional de Merikoski** substituiu as aulas normais do quadro curricular por um **plano empresarial de uma empresa simulada**. Este plano empresarial orienta os alunos ao longo de todo o seu período de estudos (três anos). Se antes era o currículo oficial que determinava as matérias a estudar, agora é a actividade de planeamento empresarial que rege os diferentes módulos do programa de estudos. Os primeiros dois anos são consagrados ao planeamento, preparação e aperfeiçoamento do trabalho realizado. O terceiro ano destina-se à actividade efectiva da empresa simulada.

O plano empresarial é concebido em colaboração com a **empresa parceira** e financiadora, o que gera um valor acrescentado significativo para os estudantes. Os representantes das empresas parceiras têm assento no conselho de administração da empresa simulada para orientarem o seu funcionamento e incentivarem as operações.

Neste exemplo, os alunos da empresa simulada participaram de facto na actividade de uma empresa parceira através da venda dos seus produtos, o que constituiu um valor acrescentado para os alunos. Realizaram também algumas experiências de comercialização para a empresa parceira em feiras internacionais de empresas simuladas. Estas experiências revelaram-se muito eficazes no processo de aprendizagem e de adaptação dos alunos.

Contacto:

Centro Finlandês de Empresas Simuladas (FINPEC)
www.finpec.fi

3.3. Programa de Mini-Empresas «Get Up and Go» (Irlanda)

Ao longo dos anos, o programa «Get up and Go» tornou-se o programa de empresas estudantis **mais utilizado** nas escolas, possibilitando a criação de mini-empresas no âmbito do ano de transição (*Transition Year*), um programa curricular proporcionado por cerca de 70% das escolas secundárias e que visa facilitar a transição do ciclo inferior (*Junior Cycle*) para o ciclo superior (*Senior Cycle*). Pretende preparar os estudantes para o mundo do trabalho num ambiente pré-profissional e inclui o desenvolvimento de competências empresariais.

Assim, o programa de mini-empresas «Get Up and Go» constitui uma **actividade curricular**, que pode ocupar um módulo de dez semanas, mas a melhor prática seria um ano completo. Recomenda-se que **toda a turma do ano de transição** constitua a «empresa», havendo um concurso por entrevista para os cargos de gestão. Em alternativa, grupos mais pequenos dentro da turma podem formar empresas diferentes, mas a recriação da experiência «de vida real» é muitas vezes mais conseguida através do grupo maior.

O manual pedagógico elaborado no âmbito do programa «Get Up and Go» divide-se em **dez capítulos**, com cada um a abordar aspectos específicos do programa:

- 1) introdução às mini-empresas, incluindo as suas vantagens, as metodologias utilizadas e decisões sobre produtos;
- 2) selecção e organização da equipa da mini-empresa;
- 3) comunicação;
- 4) registo da mini-empresa;
- 5) marketing;
- 6) legislação;
- 7) plano empresarial;
- 8) financiamento;
- 9) cessação de actividade e liquidação da mini-empresa;
- 10) feira comercial/demonstração.

Através da participação no Programa de Mini-Empresas «Get Up and Go», os alunos desfrutam de oportunidades de desenvolver competências empresariais na sala de aula e num meio isento de ameaça. Essas competências podem também ser mostradas e celebradas em feiras comerciais, concursos e projectos. Os alunos são intrinsecamente motivados pelo sentido de propriedade das ideias desenvolvidas e pelo seu empenho nelas. Os alunos são capacitados, porquanto sentem que controlam a sua aprendizagem e o professor torna-se mais um facilitador do que um transmissor.

Contacto:

Transition Year Support
Second Level Support Service
<http://ty.slss.ie>

3.4. JUNIOR - «Junge Unternehmer initiieren - organisieren – realisieren» (Alemanha)

Os alunos do 9.º ano ou superior de todos os tipos de escolas secundárias participam no programa de empresas estudantis JUNIOR. A mini-empresa divide-se em **vários departamentos**. Cada aluno ocupa um cargo e uma função específicos, sendo cada empresa responsável pelo marketing, aquisições, contabilidade e finanças. Os produtos das empresas estudantis JUNIOR são inovadores, acompanhando as tendências e guiando-se pelos preços do mercado. No fim de cada ano lectivo, a mini-empresa é liquidada e os lucros são pagos ao accionista.

O programa integra eventos como feiras comerciais, concursos nacionais e regionais. Nas feiras nacionais e internacionais, as empresas JUNIOR têm o ensejo de se apresentar, bem como aos seus produtos e serviços, e, ao mesmo tempo, de contactar com outras empresas estudantis.

As empresas estudantis são **aconselhadas ao longo do ano** pelo gabinete JUNIOR. O gabinete JUNIOR, uma divisão empresarial do *Institut der deutschen Wirtschaft Köln* (Instituto de Estudos Económicos de Colónia), permite às empresas estudantis entrar em contacto com congéneres, empresas reais e associações.

Para além do aconselhamento, cada aluno e supervisor recebe material informativo sobre como gerir uma empresa. Encontra-se disponível em linha material, brochuras e oficinas sobre temas específicos, tais como marketing e contabilidade, através dos quais os alunos

recebem informação mais aprofundada para uma gestão empresarial bem sucedida. Os orientadores e auditores do mundo empresarial participam igualmente no programa e facultam aos alunos informação e aconselhamento. Os alunos que concluíam com êxito o programa recebem um certificado que é bem conhecido no meio empresarial.

Os parceiros de JUNIOR, a nível nacional, são: *KfW Mittelstandsbank*, *Gothaer Versicherungen*, *Handelsblatt*, o Ministério Federal da Economia e do Trabalho, federações de entidades patronais e câmaras de comércio. Nos *Länder* da República Federal, JUNIOR é apoiado por um vasto leque de empresas, bancos, ministérios e associações.

Contacto:

JUNIOR-Office
Institut der deutschen Wirtschaft Köln
www.juniorprojekt.de

3.5. Une entreprise dans votre lycée, Académie de Rennes (França)

Todos os estabelecimentos de ensino secundário da Academia de Rennes podem participar neste programa, sejam escolas (*lycées*) públicas ou privadas, do ensino geral, técnico e profissional.

Anualmente, em Maio, realiza-se um **concurso** com dez equipas de alunos (em média, cada equipa é formada por 12 alunos) das instituições da Academia de Rennes, perante um júri constituído por profissionais. Cada equipa a concurso apresenta a empresa que criou na escola, recriando e desenvolvendo as condições de arranque e funcionamento de uma empresa real.

A formação de professores é assegurada pelo *Rectorat* e pela Câmara de Comércio e Indústria. Para que os jovens beneficiem de apoio sob a forma de patrocínios, aconselhamento e colaboração, estabelecem-se **parcerias de qualidade com empresas locais**.

A partir de uma ideia de produto ou serviço, os alunos mobilizam-se em torno da criação da sua própria empresa e apresentam um dossier a uma comissão composta por parceiros desta iniciativa. Após a constituição administrativa e jurídica de uma **empresa fictícia**, os promotores do projecto partilham responsabilidades e tarefas num circuito preciso: prospecção de mercado e concorrência, registo do nome da empresa no *INPI*, criação de um logótipo, desenvolvimento técnico, negociações com fornecedores ou subcontratantes, marketing e vendas, etc.

No dia de encerramento, que envolve todos os participantes, cada empresa tem de proceder a um balanço através de um *stand* de empresa e fazer uma apresentação oral perante um júri constituído por representantes de parceiros e de directores de empresas. As três melhores empresas recebem um prémio atribuído pelo conselho regional.

Este programa permite congrega uma equipa de jovens em torno de um projecto, para além de possibilitar a aplicação de métodos pedagógicos que contribuem para o desenvolvimento da autonomia dos alunos e a sua abertura à envolvente económica. A prática demonstra que, em determinados casos, os jovens acabaram por **pôr em prática** o seu projecto de criação de uma empresa, enquanto noutros casos os projectos particularmente inovadores e sólidos foram desenvolvidos por empresas parceiras locais.

Contacto:

Académie de Rennes
ce.daet@ac-rennes.fr

3.6. Abordagem integrada da educação para o empreendedorismo numa escola politécnica empresarial (Hungria)

Um estabelecimento de ensino secundário na Hungria (escola politécnica empresarial) criou um interessante **sistema integrado** de educação para o empreendedorismo.

1. Os alunos (**de 16 anos**) participam num programa de empresa estudantil «Empresa Jovem» no seu segundo ano. (**Aprendizagem pela prática**). No programa, os participantes criam e gerem a sua própria empresa ao longo de um ano lectivo. Elegem um conselho de administração entre pares, angariam o capital social, comercializam e financiam um produto ou serviço da sua escolha. Lidam com dinheiro, produzem produtos reais e participam em feiras comerciais. No fim do ano, liquidam a empresa e apresentam um relatório e contas.
2. A fase seguinte decorre durante os **estudos empresariais teóricos. (17-18 anos)**
3. Os alunos (**de 19 anos**) participam numa empresa simulada, no intuito de adquirirem um **conhecimento profissional** especial. O método de formação requer uma sala de dimensão adequada e equipamento técnico moderno, bem como uma empresa fictícia. A formação ministrada complementa e aprofunda os conhecimentos teóricos, gerando oportunidades de aprendizagem e simulação mais práticas do mundo das actividades comerciais e empresariais. As operações estão directa ou indirectamente relacionadas com o funcionamento de uma empresa existente. A empresa fictícia estabeleceu uma relação com a empresa que lhe serviu de modelo e reproduz o seu funcionamento, utiliza os seus documentos comerciais, etc.
4. Finalmente, a escola tem um programa de incubação e uma incubadora de empresas, dando assim aos alunos a oportunidade de se **lançarem realmente no seu próprio negócio**.

Contacto:

Escola Politécnica Empresarial
www.poli.hu

3.7. Programa de Empresas Estudantis «Junior Achievement» (Estónia)

O programa de empresas estudantis é proporcionado por *Junior Achievement Estonia*. Os participantes são alunos do ensino secundário superior, maioritariamente com idades entre os 16 e os 18 anos, mas também do primeiro ciclo do ensino secundário (com idades entre os 13 e os 15 anos). A duração do programa não excede mais de um ano lectivo e, normalmente, estende-se por cinco meses. Os alunos trabalham sob a supervisão de um consultor ou (mais frequentemente) de um professor que recebeu formação na facilitação de empresas estudantis.

Uma empresa estudantil pode implicar uma turma inteira (o que é raro) ou grupos mais pequenos (três a sete pessoas). Os alunos decidem do produto ou serviço, escolhem os seus gestores e vendem acções para angariar capital. Produzem ou encomendam a execução do produto por eles concebido, vendem-no e mantêm uma contabilidade. Ao longo do ano

lectivo, os alunos participam em feiras comerciais de empresas estudantis, a nível local e nacional. No termo do período, apresentam um relatório ao *Junior Achievement Estonia*.

As escolas e os professores são preparados por *Junior Achievement Estonia*. A primeira fase consiste na formação inicial de professores no método de ensinar e facilitar empresas estudantis. A seguir, é ministrada regularmente uma formação avançada. Além disso, os especialistas de *Junior Achievement Estonia* fornecem aconselhamento permanente às escolas e aos professores que aplicam o programa de empresas estudantis. Nas acções de formação, recorre-se às competências específicas de profissionais das empresas e das universidades, O material didáctico foi concebido por *Junior Achievement Estonia* para uso de alunos e professores.

Uma grande fonte de voluntários de empresas são os **alunos** que concluíram o programa e regressam para assistir os professores. Para eles, foi lançado recentemente um **novo programa** que visa ensiná-los a tornarem-se consultores juniores dos alunos mais jovens nas escolas. Através deste programa, pretende-se obter um benefício duplo: para as empresas estudantis, que beneficiam da experiência recente e do entusiasmo dos seus pares, e também para os alunos mais velhos, que assim adquirem a sua primeira experiência de ensino.

Contacto:

Junior Achievement Estonia.

www.ja.ee

3.8. Empresa Joven Europea – EJE (Espanha)

O governo do Principado das Astúrias tem desempenhado um papel activo na promoção da educação para o empreendedorismo. Valnalón, uma empresa pública tutelada pelo Ministério do Trabalho e da Indústria, trabalha com o Ministério da Educação para a criação e aplicação de programas nesta área, em diferentes níveis de escolaridade.

O programa *Empresa Joven Europea (EJE)* foi incluído no currículo do **ensino secundário da região**. Consequentemente, EJE constitui uma opção desde o ano lectivo de 2003/2004. Este reconhecimento oficial levou a um aumento constante do número de escolas e de alunos participantes, não só nas Astúrias, mas também em outras regiões de Espanha.

Empresa Joven Europea dirige-se a alunos com idades entre os 12 e 16 anos. Ao longo de um ano lectivo completo, os alunos lançam e gerem **empresas de importação-exportação**, que se envolvem em actividades comerciais reais com empresas estudantis estrangeiras. Os alunos comunicam por videoconferência e correio electrónico com as empresas parceiras estrangeiras, fazem e expedem encomendas e vendem bens importados na feira comercial local. No fim do programa, os lucros são repartidos entre os parceiros da empresa e uma percentagem vai para uma ONG ou para qualquer outro projecto social.

Além de estimular as competências empreendedoras dos alunos, o programa considera as **novas tecnologias** como parte integrante do processo de ensino e aprendizagem. Do mesmo modo, fomentam-se as atitudes positivas em relação à aprendizagem de **línguas estrangeiras** enquanto instrumento de comunicação entre mini-empresas parceiras situadas em países diferentes.

Valnalón publica **recursos didácticos** com o apoio financeiro do governo regional. Para propiciar a sua divulgação, os manuais de alunos e professores das escolas asturianas são totalmente gratuitos. O material didáctico foca aspectos práticos e teóricos. Todas as

actividades são concebidas por um grupo de trabalho composto por professores do ensino secundário, educadores e especialistas em educação empresarial.

Foi igualmente pensada uma **estratégia de divulgação** sistemática e que deu os seus frutos através da formação de uma vasta rede de escolas em toda a Espanha, participando no programa escolas secundárias da Andaluzia, Astúrias, Ilhas Baleares, Ilhas Canárias, Madrid, Navarra, do País Basco e Valência. Estabeleceram-se também laços de cooperação com escolas do México, Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, Suécia, Noruega, Polónia e Eslováquia.

Contacto:

Valnalón Ciudad Tecnológica

www.valnalon.com

3.9. Projecto: Empresário de Verão em Västernorrland (Suécia)

Este programa tem sido executado, a **nível regional**, em Västernorrland: desde 2002 que decorre nas cidades de Örnsköldsvik, Sollefteå e Kramfors.

Tem uma duração de 8 semanas, **durante as férias de Verão**, e dirige-se aos jovens com idades entre os 17 e os 19 anos.

O objectivo é permitir aos jovens adquirir conhecimentos e experiência de gestão de uma empresa, bem como uma aprendizagem do empreendedorismo durante as férias de Verão, criando assim o seu próprio **emprego estival**, em vez de trabalharem para a autarquia. Com efeito, na Suécia, é prática corrente as autarquias oferecerem aos jovens um emprego de Verão nos sectores da sua competência (por exemplo, jardinagem, etc.).

O projecto arranca com um curso de introdução de duas semanas, que conjuga teoria e prática. Durante estas duas semanas, os participantes recebem um subsídio da autarquia (55-65 coroas suecas por dia). Depois, dedicam-se a gerir a sua própria empresa durante **seis semanas**.

Os empresários de Verão obtêm uma licença especial (uma espécie de autorização fiscal para gerir uma empresa) desde o início de Junho até ao final de Agosto. No final de Agosto, os empresários liquidam a empresa e apresentam a sua declaração de rendimentos à autoridade fiscal.

A interacção com empresas ou a comunidade local está assegurada graças à participação de consultores ou conselheiros da indústria, do município ou outras organizações.

Contacto:

Open for business in the county of Västernorrland

www.ofb.nu

3.10. Programa «Young Enterprise» (Reino Unido)

O programa «Young Enterprise» (YE) é desenvolvido através de uma estrutura **em rede à escala de todo o Reino Unido há muito estabelecida**. Esta estrutura organizativa tem um excelente registo de **envolvimento das empresas em parcerias com o sector público**, conseguindo que **forneçam recursos** (financiamento, instalações, recursos humanos e material) para a execução dos seus muito experimentados programas. O material do programa

empresarial «YE» é renovado de três em três anos e recorre aos CD e tecnologias em linha, sem descurar publicações impressas de boa qualidade.

O programa já demonstrou que pode ser **reproduzido** e ampliado a uma escala nacional, mantendo o empenho pessoal de agentes **locais** no apoio aos estudantes.

O programa «Young Enterprise» (vacionado para jovens com idades entre os 15 e os 19 anos) proporciona todos os anos a milhares de jovens a oportunidade de se prepararem para a vida activa através de uma experiência de gestão da sua própria empresa, apoiados por **consultores voluntários das empresas** ao longo de um ano lectivo. Os consultores voluntários de empresas são fundamentais para o funcionamento correcto e bem sucedido do programa, uma vez que são eles que orientam os alunos na actividade empresarial.

Os alunos elegem um conselho de administração entre pares, angariam o capital social, comercializam e financiam um produto ou serviço da sua escolha. Depois de elaborar um plano empresarial e de ultimar a sua estratégia de marketing, a empresa tem de prever as formas de financiar a aquisição de matérias-primas e as existências. A elaboração de um protótipo deve revelar quaisquer dificuldades práticas e dar uma ideia do número de artigos acabados que podem ser produzidos num determinado lapso de tempo. O Departamento de Operações planeará a produção e montagem dos componentes do produto.

Durante o ano, a direcção regional do YE organiza, pelo menos, uma feira comercial e realizam-se também certames maiores a nível regional, nacional e europeu. Todas estas actividades permitem aos participantes conhecer os seus homólogos de outras empresas e, no caso das feiras comerciais, vender os seus produtos. No fim do ano, a empresa entra em liquidação e os alunos apresentam um relatório e contas aos seus accionistas. Os alunos adquirem experiência do mundo real, assumindo responsabilidades perante os accionistas e prestando-lhes contas pela gestão da empresa.

Contacto:

Young Enterprise UK
www.young-enterprise.org.uk

4. Aplicação em curso dos programas: difusão, principais obstáculos, avaliação

4.1. Empresas estudantis nos diferentes níveis de ensino

É a nível sobretudo do **ensino secundário** que as empresas estudantis são mais generalizadas e é aí que podem ser mais eficazes. A experiência demonstra que uma empresa real ou fictícia pode ser gerida com êxito por uma equipa de alunos do ensino secundário que estejam intelectual e socialmente em condições de assumir a responsabilidade do trabalho autónomo num projecto empresarial completo. É nesta fase que os jovens precisam de completar a aquisição de competências pessoais e não especializadas, como o trabalho em equipa, a comunicação e o trabalho de projecto, de que irão necessitar na sua vida profissional futura. Do mesmo modo, durante o ensino secundário, os alunos começarão a pensar numa carreira futura, pelo que a exposição ao empreendedorismo pode ter o máximo impacto. Por último, no ensino secundário, ainda é permitido aos jovens proceder a experiências e tentar encontrar o seu caminho (inclusive através dos erros cometidos) sem demasiada pressão.

No entanto, também têm sido aplicados com êxito programas de empresas estudantis nos ensinos básico e universitário.

No **ensino básico**, as actividades e tarefas a realizar são mais simples e os programas têm uma duração mais curta (por exemplo, dois ou três meses ou apenas o tempo necessário à execução de um projecto específico). A metodologia será mais orientada para uma aprendizagem lúdica, através da experimentação e de jogos. A tónica deverá recair mais sobre as atitudes (trabalho de equipa, iniciativa, etc.) do que sobre as competências empresariais. Muitas vezes, recorre-se a actividades já realizadas na escola (como a organização de uma venda, a angariação de dinheiro para uma viagem escolar, etc.) ou a empresa estudantil pode ser organizada em torno de um determinado evento (por exemplo, a venda de produtos numa feira de Natal). Serão fornecidos os conhecimentos económicos básicos através de histórias, jogos e actividades simples. As crianças ganharão consciência da forma como o mundo fora da sala de aula se organiza. As visitas a empresas locais constituem parte destas actividades. As reuniões com representantes empresariais serão também incluídas nas metodologias de empresas estudantis a este nível.

Yggdrasil (reconstituir a época viquingue) – O projecto empresarial da escola Grinder

Na Noruega, a escola *Grinder*, em Grue, é um estabelecimento de ensino primário de uma comunidade do interior. No fim da Idade do Ferro, que na Noruega é o início da época viquingue, existia aí uma povoação.

Os alunos dos quinto e sexto anos reconstituíram uma quinta da época viquingue no recinto da escola. Nestas casas, os alunos recriam a vida dos viquingues na comunidade, vestem-se com roupas viquingues e cozinham refeições à base de alimentos disponíveis na época dos Viquingues. Parte do projecto consiste igualmente em mostrar a cardação da lã e outras actividades relacionadas com a vida quotidiana e a cultura no tempo dos Viquingues.

O aspecto empresarial é a angariação de fundos junto de instituições locais e nacionais e a implicação e coordenação de todos os intervenientes. Este conceito pedagógico conta com a participação de toda a escola. Além disso, envolve empresários locais, a comunidade, os pais, bem como conservadores de museus locais e nacionais.

A **nível universitário**, os métodos utilizados centram-se mais activamente no planeamento empresarial e na geração de ideias comerciais. Nesta fase, é necessário fornecer mais

conhecimentos teóricos e as empresas serão orientadas para a inovação e para actividades baseadas no conhecimento. A actividade da empresa estudantil não tem tanto um objectivo pedagógico estando mais vocacionada para encontrar verdadeiras oportunidades para os estudantes, isto é, para a sua entrada no meio empresarial real. A este nível, os alunos serão capazes de orientar sozinhos o processo de aprendizagem, com autonomia e responsabilidade plenas edisporão de mais liberdade na organização de reuniões com os consultores empresariais. O programa será menos rígido na estrutura e a orientação prática, limitada, o que significa também que o ambiente operacional é menos protegido, com o consequente aumento dos riscos empresariais. Os programas de empresas estudantis neste nível de ensino têm de ser ainda mais aproximados da vida real e podem muitas vezes ter como desfecho a criação de uma empresa real. As incubadoras podem igualmente ajudar os alunos na concretização da sua ideia de empresa.

Jovens Empresas na universidade – JADE (Confederação Europeia de Jovens Empresas)

As Jovens Empresas são associações sem fins lucrativos inteiramente geridas por estudantes, que integram os conhecimentos universitários com a experiência empresarial prática mediante a gestão de projectos de consultoria de empresas em diversos sectores.

Os estudantes desenvolvem competências pessoais como o espírito empresarial, a capacidade de trabalhar em equipa, criatividade, competências de apresentação e gestão de projectos. Os membros das Jovens Empresas prestam um vasto leque de serviços (realização de estudos empresariais e técnicos, etc.) para vários tipos de empresas de todos os sectores.

Pontes e ligações possíveis

Seria possível lançar pontes para facilitar aos estudantes a transição dos programas aplicados em escolas secundárias para programas a nível universitário.

A gestão de uma mini-empresa num estabelecimento de ensino secundário pode ser uma introdução muito eficaz aos programas de empreendedorismo no ensino superior, onde a criação de uma pequena empresa – durante ou após os estudos – constitui claramente um dos objectivos. Estes programas exigem que os estudantes aprendam a elaborar um verdadeiro plano empresarial e aqueles que participaram num programa empresarial durante a sua escolaridade encontram-se certamente mais bem equipados para a tarefa. Do mesmo modo, os contactos estabelecidos com as empresas no ensino secundário podem revelar-se úteis para os estudantes no nível superior em prospecções e elaboração de projectos.

Com um «diploma de conclusão com aproveitamento» emitido por uma entidade de educação para o empreendedorismo a nível secundário, os estudantes poderiam candidatar-se a um nível mais avançado de programas empresariais em universidades, desde que estas instituições reconhecessem os diplomas. Em alternativa, o conhecimento dos alunos sobre as bases da gestão de uma empresa poderia ser avaliado através de um exame, cujos resultados seriam apresentados a uma instituição pós-secundária.

Na **Letónia**, os alunos que tenham concluído o ciclo de uma empresa estudantil (desde o registo até à liquidação) obtêm um diploma *Junior Achievement Latvia* e foi celebrado um protocolo com algumas universidades no sentido de tomar este diploma em consideração no momento da matrícula.

Na **Áustria**, o programa de Empresa Simulada é aplicado em duas faculdades de Economia e incentiva-se a cooperação entre as empresas simuladas geridas por estudantes a nível secundário e universitário. Estas instituições ministram também formação de base para

futuros professores de empresas simuladas, em cooperação com entidades de formação mais aprofundada para docentes.

A nível europeu, duas das maiores redes que promovem programas de empresas estudantis no ensino secundário e superior, *JA-YE Europe* e *JADE* (que coordena as *Jovens Empresas* no ensino universitário), celebraram recentemente um acordo de cooperação.

4.2. Obstáculos e factores de risco

Um dos objectivos do presente estudo consiste em identificar os principais problemas, obstáculos, debilidades e factores de risco enfrentados pelos programas baseados nesta metodologia. Pretende-se com isto sugerir acções e apontar rumos que todos os intervenientes relevantes – nomeadamente as administrações públicas, os promotores externos (como ONG), as escolas, as empresas e associações empresariais – poderiam tomar em conta para melhorar a eficácia dos programas de empresas, para aumentar a sua presença nos sistemas educativos e para aumentar a participação discente.

Uma panorâmica da maioria dos programas de empresas estudantis existentes na Europa e o parecer de peritos na matéria permitiram sublinhar alguns dos principais obstáculos, enumerados a seguir, a uma maior expansão destes conceitos.

a) O quadro rígido em que funcionam algumas escolas (falta de flexibilidade)

Em alguns casos, e em graus variáveis, as escolas não dispõem da necessária independência e autonomia (pedagógica, administrativa, financeira, etc.) para promover actividades extracurriculares e/ou estabelecer ligações com a comunidade local e agentes privados, como as empresas. A escola está confinada ao seu próprio espaço e é-lhe vedada a criação de interfaces com a economia. Os estabelecimentos de ensino devem ser capacitados para proporcionar um ambiente de aprendizagem propício à aquisição de competências transcurriculares, como o empreendedorismo. Devem dispor dos recursos adequados em termos de tempo, verbas e flexibilidade para coordenar actividades que visam desenvolver as competências dos alunos. Importa também incentivar as escolas a organizar cursos fora do quadro da educação formal, com a conseqüente melhoria da sua capacidade de tomar novas iniciativas. Se um programa educativo não fizer oficialmente parte do plano de estudos, as escolas têm receio de o aplicar. Além disso, os programas de mini-empresas conferem aos alunos uma grande independência. Assim, é muito difícil a supervisão com recurso às ferramentas didácticas convencionais, dar notas convencionais, etc. A introdução destes programas exige um pensamento aberto e uma atitude empreendedora por parte da escola e dos professores.

b) Financiamento

Estes programas são, muito frequentemente, promovidos por ONG e outras organizações exteriores ao sistema educativo e realizam-se fora do currículo escolar oficial, donde a necessidade de recursos financeiros adicionais. Por exemplo, estes programas podem não ter capacidade para pagar aos professores as horas extraordinárias de trabalho que dedicam às mini-empresas ou as despesas de deslocação para participarem em feiras comerciais nacionais ou internacionais, etc.

c) A carga de trabalho acrescida para alunos e professores

Estes programas são muito exigentes, tanto para alunos como para professores. A gestão de uma mini-empresa é um processo que consome muito tempo. Por conseguinte, atingir um bom nível de motivação no início do programa é determinante para o êxito e a aprendizagem dos alunos ao longo do programa. Contudo, pode revelar-se difícil conciliar o trabalho na empresa com o sucesso escolar em outras disciplinas curriculares. Em relação aos professores, devido à sua sobrecarga curricular, muitos deles não têm tempo suficiente para a leccionação empresarial, para a criação e gestão de mini-empresas. A participação em actividades extracurriculares proporciona muitas oportunidades e vantagens aos alunos, mas também levanta problemas em termos de supervisão e seguros para essas actividades. Os professores têm de participar nos eventos realizados à noite para fins de orientação e também de segurança da escola.

d) Falta de reconhecimento – e de recompensas – pelo **empenho adicional** dos professores

Tal como referido, a gestão de programas de mini-empresas exige muitas vezes aos professores um esforço extraordinário que extravasa o horário lectivo normal. Regra geral, os professores têm uma carga de trabalho pesada, com um elevado número de horas lectivas. Se este empenho adicional não for reconhecido e recompensado, o resultado poderá ser a desmotivação para participar nessas actividades. Neste sentido, a integração dos programas de empresas estudantis no currículo escolar pode ser da maior importância.

e) Os programas exigem dos professores **novos métodos pedagógicos**

A execução destes programas exige que os professores alterem a sua abordagem pedagógica tradicional. Embora no início o professor transmita conhecimentos básicos e explique conceitos empresariais fundamentais, o seu papel evoluirá em seguida para o de um facilitador, conselheiro e observador silencioso. O professor passará a responsabilidade de tomar decisões para os alunos, uma vez que é através da assunção da responsabilidade pela sua própria aprendizagem que os jovens amadurecerão as qualidades e as competências do empreendedorismo. Assim, os professores têm de ser criteriosamente seleccionados e formados. A formação inicial deve incidir sobre a forma de gerir uma mini-empresa, as metodologias pedagógicas baseadas em trabalho de equipa e de projecto, a par do conhecimento dos objectivos e competências que deverão atingir os alunos que participam nestas actividades.

f) Encontrar **consultores/voluntários** externos

O estabelecimento de contactos com o mundo empresarial e a disponibilidade de orientadores e consultores provenientes das empresas locais é um elemento crucial para o êxito dos programas de mini-empresas nas escolas. Embora o papel do professor seja o de prestar assistência e facilitar ao longo das várias fases do programa, os alunos precisam de consultores de empresas reais que forneçam um valor acrescentado de experiência e que os ajudem a saber mais sobre os negócios e o empreendedorismo. Pode, por vezes, revelar-se extremamente difícil encontrar um número suficiente de consultores provenientes das empresas, uma vez que, como é óbvio, os empresários e profissionais das empresas estão extremamente ocupados. Sobretudo em áreas mais isoladas, as escolas podem não ter acesso a uma diversidade tão grande de orientadores empresariais como desejariam. O êxito destes programas depende em larga medida da boa vontade e disponibilidade de profissionais e empresas locais que aceitem ser voluntários.

g) Falta de **aceitação** por outros professores e directores de escolas

h) As escolas a todos os níveis, a começar nos seus directores, devem reconhecer a importância que reveste para os jovens o desenvolvimento de competências e atitudes empreendedoras e a eficácia dos programas de mini-empresas nesta vertente. Devem empenhar-se nesta nova abordagem da prática pedagógica e apoiar os professores na sua passagem à prática. Muitos professores vêm com maus olhos o tempo dedicado ao ensino do empreendedorismo e aos programas de mini-empresas nas escolas. Ainda há muito a fazer para que todos os membros do corpo docente aceitem que as mini-empresas são profícuas do ponto de vista educativo. As autoridades públicas devem desempenhar um papel mais activo na consecução deste objectivo. **Entraves** jurídicos e administrativos

Em determinados países, os programas de mini-empresas enfrentam dificuldades práticas relacionadas com problemas de natureza jurídica ou burocrática. Com efeito, o estatuto jurídico das empresas estudantis não é claro e não existe regulação específica sobre os procedimentos administrativos, o pagamento de impostos e de IVA, seguros e responsabilidade, etc. As mini-empresas devem ser encaradas correctamente, isto é, como um instrumento pedagógico e, enquanto tal, não estar sujeitas à mesma carga administrativa e fiscal que as empresas reais, uma vez que isto constitui um entrave sério à sua utilização pelas escolas. Em alguns países, esses programas não podem ser reconhecidos oficialmente, porque a legislação fiscal aplicável às empresas não prevê excepções para programas educativos (*esta questão é focada de forma mais desenvolvida no ponto 6*).

i) Ausência de apoio ou aprovação das **autoridades públicas**

Um dos principais obstáculos assinalados pelos peritos nacionais é o apoio insuficiente concedido pelas autoridades públicas (designadamente os ministérios da Educação) na promoção dos programas de empresas estudantis junto das escolas. Uma vez que as escolas e os professores desfrutam de um certo grau de autonomia para decidir dos cursos que serão oferecidos aos alunos e que o empreendedorismo ainda não é geralmente aceite como um objectivo de aprendizagem pela escola e a comunidade educativa, verifica-se uma necessidade de promoção e persuasão. A este respeito, é essencial que os ministérios da Educação desempenhem um papel activo. Um passo importante seria encontrar espaço nos currículos escolares para estes programas – como opção enquadrada no objectivo mais vasto de fomentar a cultura empresarial. Se as escolas tiverem a possibilidade de executar o programa como parte do currículo, isto só contribuirá para aumentar a motivação dos professores. Do mesmo modo, será possível planear o currículo, caso o programa o integre, de modo a evitar uma carga de trabalho demasiado pesada para os alunos. Por último, as autoridades públicas são igualmente responsáveis pelo quadro jurídico ou administrativo incoerente que, por vezes, dissuade da realização deste tipo de actividades nas escolas (*estas questões são focadas de forma mais desenvolvida no ponto 6*).

4.3. Dados quantitativos sobre a aplicação de programas

Neste ponto e no quadro apresentado a seguir, fornecem-se **estimativas** sobre a taxa de **penetração dos programas de empresas estudantis no ensino secundário**, em termos de implicação de estabelecimentos de ensino e de participação de alunos. Estas estimativas baseiam-se nos dados quantitativos recolhidos sob a responsabilidade dos peritos nacionais designados. Em determinados países, este tipo de informação não se encontrava disponível para todos os programas existentes. Contudo, mesmo nesses casos, a maioria das actividades realizadas e os valores relativos às principais de entre elas foram incluídos no estudo. Uma vez que os números que servem de base às estimativas não representam todos os programas existentes na Europa, a sua taxa de penetração, e em especial a participação dos alunos, foi

provavelmente subestimada. Por conseguinte, os valores indicativos fornecidos devem ser considerados como a máxima aproximação possível à realidade com base na informação disponível.

Os alunos participantes em programas de mini-empresas continuam a constituir uma minoria. Durante o ano lectivo de 2003/2004, na maioria dos países, estimava-se que a percentagem de alunos do ensino secundário envolvidos fosse inferior a 1% do total. Os países com a estimativa de participação mais elevada de alunos (acima de 2%) eram a **Irlanda**, a **Lituânia**, a **Áustria**, o **Reino Unido** e a **Noruega**.

Calcula-se que, anualmente, **pelo menos 200 mil alunos** de escolas secundárias (mas o valor efectivo é provavelmente mais elevado) participem nestes programas na UE 25 e na Noruega. O valor é extraído de uma amostra escolhida dos programas mais generalizados em cada país entre os que estão incluídos no inventário constante do *anexo*.

No entanto, como estes programas não devem ser impostos aos alunos, mas promovidos e facultados a todos os potenciais interessados, o aspecto talvez mais significativo numa perspectiva de longo prazo é o número de escolas que decidiram proporcionar esta opção aos seus alunos.

Os países onde estes programas parecem ser mais generalizados nas escolas secundárias (estima-se que entre 40% e 50% de todas as escolas secundárias participem) são a **Irlanda**, onde existe uma grande diversidade de actividades de empresas estudantis, estando a maioria delas integradas em programas que fazem parte do currículo oficial; e o **Reino Unido**, onde sobretudo o programa *Young Enterprise* tem uma longa tradição, já bem firmada. Seguem-se países onde se estima que cerca de 30% das escolas secundárias ofereçam programas de mini-empresas (**Bélgica**, **Luxemburgo**, **Noruega**). Em todos os demais países, a taxa de participação das escolas secundárias foi quantificada entre 3% e 15%. No entanto, até as taxas mais baixas de envolvimento de escolas subiriam para valores entre 10% e 20% se apenas fosse considerado o **ensino secundário superior**.

Em todos os países (com excepção da **Noruega**), a esmagadora maioria dos alunos participa nestas actividades durante o ensino **secundário superior**. Em alguns países, os programas de mini-empresas nem sequer são oferecidos a nível do ciclo secundário inferior.

Em relação à sua utilização no **ensino secundário geral** mais do que no **ensino secundário especializado** (profissional, técnico ou comercial), o quadro é variável – há países como a **Alemanha** ou a **Suécia**, onde a participação é consideravelmente mais elevada no ensino geral, e outros como a **Áustria** e a **República Checa**, onde a situação é a inversa.

A reduzida informação disponível sobre a participação por **sexo** demonstra um bom equilíbrio entre alunos do sexo masculino e feminino, com os participantes femininos até a predominarem em alguns casos (por exemplo, nos *Junior Achievement Company Programmes* na **Estónia** e na **Letónia**, onde a participação feminina representa mais de 60% do total).

Actualmente, na **Grécia** e na **Turquia**, não existem quaisquer programas activos baseados na metodologia de gestão de uma mini-empresa por alunos. No entanto, no ano lectivo de 2005/2006, será lançada uma iniciativa de envergadura na Grécia (*ver ponto 6.1*). Também na **Turquia** estão em curso estudos preparatórios, com vista a incluir as empresas estudantis nos currículos do ensino profissional, recorrendo aos resultados do presente relatório.

Não se encontravam disponíveis dados quantitativos relativos a **Espanha**, **Itália**, aos **Países Baixos**, **Roménia** e **Eslováquia**.

QUADRO: ESTIMATIVA DA PENETRAÇÃO DOS PROGRAMAS DE EMPRESAS ESTUDANTIS NAS ESCOLAS SECUNDÁRIAS

	Bélgica ⁸	Bélgica ⁹	República Checa	Dinamarca	Alemanha	Estónia	França	Irlanda	Letónia	Lituânia	Luxemburgo	Hungria	Austria	Polónia	Finlândia	Suécia	Reino Unido	Noruega
Percentagem estimada de escolas envolvidas em 2003/2004 (básicas e secundárias, todos os tipos de escolas)	20-25 %	25-30 %	3-5 %	3-5 %	5-10 %	5-10 %	3-5 %	40-50 %	5-10 %	5-10 %	25-30 %	15-20 %	10-15 %	5-10 %	3-5%	10-15 %	40-50 %	30-40 % ¹⁰
Número de alunos que participaram numa amostra escolhida de programas em 2003/2004¹¹	1 500	4 989	6 375	1 271	10 532	504	4 432	13 656	685	2 450	168	5 470	16 300	19 913	1 199	10 050	45 982	45 592

⁸ Dados relativos à Comunidade Francesa.

⁹ Dados relativos à Comunidade Flamenga.

¹⁰ Esta percentagem é calculada com base no número total de escolas do ensino básico e secundário, uma vez que existem mini-empresas também no primeiro ciclo, e, no sistema norueguês, o primeiro ciclo e o segundo e terceiro ciclos são muitas vezes combinados. Esta percentagem seria provavelmente mais elevada se fosse vista apenas em relação às escolas do ensino secundário.

¹¹ Os valores são extraídos de uma amostra escolhida de alguns dos programas mais generalizados em cada país entre os que estão elencados no inventário constante do Anexo.

4.4. Avaliação e impacto

O presente ponto visa fornecer uma panorâmica sobre os instrumentos actualmente utilizados na **avaliação** da qualidade e eficácia destes programas e sobre a investigação em curso com vista a medir o seu **impacto** final.

- Avaliação de programas

Qualquer avaliação de programas de empresas estudantis deverá procurar determinar ou avaliar:

- a. as competências adquiridas pelos alunos;
- b. as atitudes e intenções desenvolvidas em relação ao empreendedorismo;
- c. a apreciação do programa pelos alunos.

Nem todos os programas de empresas estudantis são objecto de uma avaliação regular, embora na maioria dos casos se obtenham as opiniões de alunos e professores durante o programa ou no seu termo. Esta pode ser considerada como a mais simples e a mais comumente utilizada das metodologias da avaliação, processando-se com recurso a instrumentos como:

- **auto-avaliação** pelos alunos por meio de questionários;
- a elaboração pelos alunos durante o projecto de documentos e **relatórios**, avaliados por professores, consultores empresariais ou pessoal da organização que promove o programa;
- análises de **desempenho** dos alunos e da mini-empresa no seu conjunto por professores ou consultores empresariais;
- questionários preenchidos pelos **professores**.

Um conjunto de programas combina dois instrumentos de avaliação: um inquérito geral baseado num questionário elaborado por alunos e um relatório escrito em que se pede aos alunos que avaliem a respectiva experiência concreta, com vista a obter uma avaliação de natureza mais qualitativa.

Do mesmo modo, como o professor nestes programas é um facilitador que acompanha as várias fases da actividade de uma mini-empresa, apoia os alunos e presta assistência e acompanhamento ao longo de todo o processo, o **professor/formador** pode proceder a uma avaliação imediata e directa, com base na observação permanente: como é que os alunos realizam as tarefas atribuídas, como mostram espírito de iniciativa, como resolvem problemas práticos, etc.

Um **inquérito** sobre a participação dos alunos deveria, de preferência, ser realizado no início e fim da actividade, de modo a aferir mudanças nas atitudes e as novas competências adquiridas (tanto genéricas como empresariais). Alguns programas, no termo do ano lectivo, realizam regularmente entrevistas por telefone com uma amostra de alunos.

Uma medida útil sugerida para maximizar os resultados da avaliação é que os inquéritos que visam detectar a progressão na aquisição de competências e atitudes sejam comparados com informação de grupos-amostra de estudantes que **não** participaram em programas de mini-empresas, salientando assim o valor acrescentado para os alunos da participação na actividade.

Os programas aplicados no quadro dos **currículos nacionais** são mais susceptíveis de uma avaliação regular, por exemplo, por meio de exames (como na **Áustria**, onde os programas

integram o exame final estatal) ou através da avaliação da qualidade, efectuada por inspectores públicos, do ensino e da aprendizagem nas escolas (é o caso, por exemplo, da **Irlanda**).

Normalmente, as organizações promotoras procedem a uma avaliação, no contexto de concursos de melhor mini-empresa à escala nacional. Em termos mais gerais, as entidades promotoras levam a cabo algum tipo de avaliação de procedimentos mediante uma análise de dados quantitativos e qualitativos.

As ferramentas de avaliação usadas com menos frequência são:

- um **exame** no fim do programa;
- uma avaliação realizada por uma entidade ou comissão **independente**;
- organização de **grupos de reflexão** no fim do programa.

Relativamente ao **exame** no fim do programa, poderia ser realizado da forma mais eficaz pela prática, ou seja, com a participação dos alunos num dia empresarial ou num estudo de caso no fim do programa, em que teriam de aplicar concretamente as competências e noções adquiridas, sendo a sua conduta submetida a avaliação. Por exemplo, os alunos poderiam trabalhar numa empresa virtual durante um dia inteiro, tratando de negócios e desafios empresariais, realizando diversas tarefas e transacções para demonstrar as competências e os conhecimentos especializados adquiridos para a gestão de uma empresa.

No âmbito dos seus exames internacionais, a **Universidade de Cambridge** atribui o **Young Enterprise International Examination**, no intuito de avaliar os conhecimentos e as competências adquiridas pelos alunos participantes no *Junior Achievement–Young Enterprise Company Programme*. O exame baseia-se num estudo de caso de uma mini-empresa inteiramente fictícia que é enviado aos participantes antes do exame. Em seguida, os alunos têm a possibilidade de discutir com colegas e consultores empresariais as experiências da sua própria empresa em comparação com o estudo de caso. Este exame visa avaliar os benefícios efectivos para o aluno da experiência na empresa estudantil e baseia-se nas competências que cada participante tem capacidade de desenvolver. Trata-se de uma qualificação voluntária, aberta a todos os participantes da rede *JA-YE Europe* em todos os países. Fornece um reconhecimento global de sucesso através de certificação segundo uma norma acordada internacionalmente.

Outra ferramenta de avaliação útil é a formação de um **grupo de reflexão**, onde professores e alunos podem debater e analisar em pormenor os pontos fortes e as debilidades do programa, as dificuldades sentidas pelos alunos e as competências adquiridas. O grupo de reflexão pode reunir antes da participação no programa e no termo dela (esta abordagem é utilizada, por exemplo, na **Irlanda** para o *Transition Year «Get up and Go» Mini-Company Programme* e para o *Junior Achievement Company Programme*).

Uma metodologia salientada – embora não seja seguida com frequência – é a realização de uma avaliação independente do programa por um serviço externo.

A rede europeia de empresas simuladas está a desenvolver o **certificado de qualidade EUROOPEN**, que define regras comuns para a avaliação de empresas virtuais. O estabelecimento de critérios de qualidade a nível europeu foi apoiado pela Comissão Europeia através do programa Leonardo da Vinci¹².

¹² Encontra-se disponível mais informação sobre «Análise e desenvolvimento de critérios de qualidade mínimos» na página Web de EUROOPEN: www.europen.info/leonardo.

Uma **avaliação efectiva** dos programas de mini-empresas na escola permitirá celebrar os êxitos, assinalar as dificuldades e planear a eliminação das debilidades detectadas. No processo de avaliação, a direcção da escola deverá procurar tomar em conta os pontos de vista e as opiniões de todos os participantes no programa de mini-empresas, incluindo alunos, coordenadores de mini-empresas, professores, voluntários das empresas e da comunidade local, pais e organizações promotoras.

- Impacto dos programas

Os principais indicadores propostos para a análise de impacto são os seguintes:

- a) as **atitudes** desenvolvidas pelos alunos em relação ao empreendedorismo;
- b) o número de alunos que **criam uma empresa** após os seus estudos.

Relativamente ao segundo indicador, a investigação poderia salientar mais genericamente de que forma e até que ponto estes programas foram **úteis aos alunos numa fase posterior**. Para além do número de alunos que criaram uma empresa, poder-se-ia fornecer informação sobre as suas carreiras, isto é, o tipo de empregos que têm e a sua taxa de emprego. É essencial comparar estes valores com os dos alunos que não participaram nos programas.

Até à data, na Europa, **não existe uma investigação suficiente** sobre o impacto dos programas de mini-empresas sobre os alunos. Foram realizados muito poucos estudos (sendo estes a nível nacional e sobre temas específicos).

No entanto, os escassos elementos disponíveis **secundam** a eficácia destes programas na promoção efectiva do espírito empresarial dos jovens.

Em 2002, **Young Enterprise Sweden** realizou um inquérito junto dos alunos que tinham participado num programa de mini-empresas de Empresas Jovens desde 1980¹³. A conclusão foi que **7% dos alunos que responderam ao inquérito continuavam a gerir uma empresa**, enquanto **13% tinha, em algum momento, criado a sua própria empresa**. Esta percentagem tendia a aumentar com a idade. **No grupo etário dos 29 e mais anos, elevava-se para 19%**. Ao longo dos anos, os antigos participantes em programas de JE geraram, através das suas empresas, 16 mil postos de trabalho.

A maioria dos alunos (87%) considerava que, com a participação no programa, tinha aumentado os seus conhecimentos sobre a forma de gerir uma empresa e desenvolvido a sua capacidade de resolver problemas. Os inquiridos referiam igualmente que tinham reforçado a sua autoconfiança e a sua capacidade de trabalhar com outros.

Um inquérito posterior, conduzido por **Young Enterprise Norway**¹⁴, obteve resultados semelhantes. 9,7% dos inquiridos que participaram no programa tinham estabelecido a sua própria empresa depois de concluírem o ensino secundário e **20,5% dos inquiridos com idades entre 25 e 34 anos tinham criado a sua própria empresa**. A taxa comparável a nível nacional na Noruega, para a faixa etária entre 25 e 34 anos, foi calculada em 4,5%¹⁵.

O inquérito norueguês demonstra que 30% daqueles que criam a sua própria empresa depois de terminarem o ensino secundário são mulheres e que 50% dos líderes empresariais são também mulheres. Na Noruega, as mulheres representam 19% do total de proprietários, 11,3 dos presidentes de conselho de administração e 16,5% dos directores de empresas. Assim se

¹³ *Ung Företagsamhet*, «O que aconteceu depois?» 2002, CMA - Centre Market Analysis AB.

¹⁴ «O que aconteceu depois?» 2003, M. Luktavslimo.

¹⁵ Kolvereid e Alsos, valores de 1997.

demonstra que os programas de mini-empresas podem também influir no aumento da percentagem de mulheres nos quadros superiores de gestão. Afigura-se que o recurso a estes programas influencia, pela positiva, a igualdade de oportunidades entre homens e mulheres no que respeita à conquista de cargos de liderança nas empresas.

O impacto destas actividades é corroborado por um estudo mais recente (publicado em 2005), que cifrava em 26,6% a percentagem de alunos do grupo etário dos 29 e mais anos que criavam empresas¹⁶. No total, 16,6% dos inquiridos que participaram no programa de mini-empresas constituíram uma ou mais empresas (contra 9,7% no inquérito anterior).

Na **Bélgica**, os resultados de um inquérito realizado pela Comunidade Flamenga¹⁷ junto de alunos que participaram numa mini-empresa nos últimos três anos revelaram que nove em cada 10 jovens têm uma atitude muito positiva em relação ao mundo empresarial, com um em cada cinco a declarar que gostaria de lançar a sua própria empresa nos próximos cinco anos.

Na **Alemanha**, os resultados de uma avaliação interna entre os participantes de JUNIOR, no ano lectivo de 2003/04, demonstram que mais de 80% considera ter havido uma melhoria na sua compreensão de questões económicas e empresariais; um em cada três jovens imagina-se a criar a sua própria empresa.

A Confederação Europeia de Jovens Empresas (JADE) realizou um estudo-piloto¹⁸ sobre a evolução do espírito empresarial e da autoconfiança dos participantes em Jovens Empresas no ensino superior. As conclusões do inquérito revelam que 80% dos entrevistados são capazes de acreditar em si mesmos; 98%, de se empenharem na mudança; e 79%, de desenvolverem a criatividade. A este respeito, os participantes parecem ter adquirido totalmente as qualidades empresariais que se quadram ao perfil de gestores de empresas.

Junior Achievement –Young Enterprise Europe realizou um inquérito intitulado “Empresa 2010 – a próxima geração”¹⁹, que interrogou 10 mil alunos do ensino secundário, tanto participantes como não participantes nos programas *JA-YE*, sobre as suas atitudes em relação ao empreendedorismo. O inquérito compara os resultados em 26 países e deverá repetir-se de três em três anos. Os primeiros resultados indicam que 77% dos alunos participantes em programas de empreendedorismo consideram o emprego por conta própria entre as suas opções de carreira futura, enquanto os jovens que não receberam formação de empreendedorismo se revelam muito mais relutantes em ponderar uma actividade não assalariada.

¹⁶ M. Haugum, *Ungdomsbedrifter og entreprenørskap 2005*. Nord-Trøndelagsforskning, Steinkjer.

¹⁷ VLAJO, 2001.

¹⁸ Professor Renaud Redien-Collot, Advancia Paris e Mojca Jesenovec, Senior Project Manager, JADE www.jadenet.org

¹⁹ Resultados finais disponíveis em Outubro de 2005 em: www.ja-ye.org

5. Histórias de sucesso dos alunos

➤ *Miera – Suportes de bananas (Bélgica)*

Na Bélgica, no Vti Mariendaal Instituut, Diest, um grupo de seis alunos, todos eles praticantes do absentismo, criaram, sob a orientação do seu professor, uma mini-empresa, de nome «Miera». O grupo revelou-se altamente motivado e até investiu o seu tempo livre na empresa e na produção dos seus produtos – suportes de bananas.

Antes de terem constituído a empresa, os alunos não tinham autoconfiança nem auto-estima e consideravam-se marginais. Devido à experiência adquirida com a jovem empresa, começaram a descobrir os seus próprios talentos e competências, bem como a recuperar a sua autoconfiança e a auto-estima. Além disso, a relação com o professor mudou para melhor, já que o docente passou a ser conselheiro/consultor. Dois elementos do grupo criaram a sua própria empresa, aliás muito bem sucedida (assentamento de telhados D'Hondt).

➤ *ALCA Bohne GesmbH – Chá e Café (Áustria)*

Na Áustria, a empresa simulada ALCA Bohne GesmbH, fundada em 1993 e sediada num instituto de administração de empresas da região de Salzburgo (Neumarkt am Wallersee), opera no sector do chá e do café. Os alunos têm 17-18 anos e o trabalho na empresa simulada ocorre no quarto ano deste curso.

Nos anos precedentes, os alunos recebem formação em diversas áreas empresariais pertinentes, de modo a estarem preparados para os desafios no trabalho da empresa simulada. O desempenho da ALCA Bohne tem sido óptimo: é um parceiro fiável no mercado nacional de empresas virtuais, com cerca de 950 concorrentes, e um modelo nos concursos de empresas simuladas na Áustria. A empresa – alunos e professor – realiza um trabalho educativo de qualidade e duradouro. Embora o seu pessoal (os alunos) mude a cada ano lectivo, a empresa mantém o seu elevado nível, demonstrando assim que os programas como as empresas estudantis influenciam a própria qualidade do ensino. ALCA Bohne trabalha com duas empresas parceiras reais que têm apoiado a empresa ao longo dos anos e tiram partido das competências dos alunos.

➤ *S4S - “A Spielmaschine” (Alemanha)*

Na Alemanha, a empresa JUNIOR S4S (*Students for Students* – alunos para alunos) foi criada em Outubro de 2002. O produto da empresa era a *Spielmaschine* (máquina de jogos), uma colecção de 166 jogos para reuniões, seminários e festas de aniversário. Cada jogo é categorizado, classificado segundo critérios específicos e dotado de informação multiplexada. A máquina, concebida pelos próprios alunos, foi concluída em Fevereiro de 2003. A empresa conseguiu vender mais de 580 exemplares do produto, atingiu um volume de negócios de quase cinco mil euros e realizou um lucro de quase dois mil euros, o que representa um aumento do valor das acções de 256%. Como em todas as empresas JUNIOR, os alunos repartiram o trabalho por quatro departamentos: Administração, Marketing, Produção e Finanças.

O Departamento de Marketing realizou uma prospecção no início do projecto e centralizou os contactos com a imprensa e as relações públicas, que foram muito bem sucedidos – fizeram-se reportagens de televisão, peças de rádio e muitos artigos de jornal. O Departamento de Marketing também definiu as diversas formas de vender o produto, como as feiras, a cooperação com outra empresa JUNIOR e o recurso à Web. O Departamento de Produção foi responsável não só pela produção da *Spielmaschine*, mas também por encontrar a forma mais rentável de o imprimir.

Todos os alunos sublinharam as vantagens da experiência: formar uma imagem realista do mundo do trabalho, familiarizar-se com temas económicos, desenvolver as competências pessoais e aumentar a capacidade de trabalhar em equipa. Alguns alunos prosseguiram a actividade depois de a empresa JUNIOR ter sido liquidada.

➤ **R@ - Ratos de computador (Estónia)**

Na Estónia, durante o ano lectivo de 2003/2004, foi criada, numa escola secundária de uma pequena aldeia, a empresa estudantil R@. A empresa funcionava como actividade extracurricular.

O seu produto consistia num rato de computador revestido de tecido e com o aspecto de um brinquedo. Devido a uma estratégia de venda eficaz, o produto da empresa estudantil tornou-se conhecido e popular na Estónia e foram publicados artigos sobre a empresa nos jornais.

Neste momento, alguns dos membros já concluíram o ensino secundário e frequentam o ensino superior, alimentando a ideia de criarem a sua própria empresa.

Este caso é extremamente importante na Estónia, dado que nas pequenas aldeias do sul da Estónia a taxa de desemprego é elevada e o espírito empresarial não é muito desenvolvido. É difícil até encontrar consultores empresariais locais para estes alunos. Todos os elementos do grupo afirmam ter adquirido uma outra mentalidade – agora, encaram o empreendedorismo como uma opção importante nas suas vidas. Estão também dispostos a promover as empresas estudantis enquanto instrumento pedagógico importante. Depois do seu êxito e da repercussão nos meios de comunicação social, as empresas estudantis tornaram-se muito populares entre os alunos e também entre os pais.

➤ **«School Days» – Anuário escolar (Irlanda)**

Na Irlanda, «School Days» é o exemplo de uma mini-empresa real criada por 16 alunas de uma escola secundária exclusivamente feminina de Dublin no âmbito do *Transition Year «Get up and Go» Mini-Company Programme*.

Recentemente, as alunas finalistas tinham solicitado um anuário para o seu último ano. Pediram às alunas do Ano de Transição para o produzirem no quadro do Programa de Mini-Empresas. Após algumas reuniões e muita prospecção de mercado, decidiram que a ideia era boa e viável. Os objectivos desta mini-empresa consistiam em produzir uma imagem do ano lectivo de 2003/2004 sob a forma de um anuário de 32 páginas, em formato A4, a cores e em papel lustroso.

Através de publicidade, patrocínios e vendas do produto, as alunas realizaram um lucro de 3 600 euros. As participantes tiveram o ensejo de adquirir uma experiência directa de planeamento, criação e gestão de uma empresa. A concepção da ideia e o planeamento empresarial foram aspectos fulcrais no processo, na medida em que permitiram às estudantes identificar as primeiras acções necessárias para lançar e desenvolver ideias no arranque de empresas.

➤ **Presnatch – Ganchos «Preventor» (Suécia)**

Na Suécia, a missão empresarial da mini-empresa «Presnatch» consiste em oferecer uma solução para o problema de clientes a quem são roubados carteiras/sacos de mão em locais públicos, como cafés, restaurantes e hotéis, de modo a dar-lhes uma sensação de segurança e conforto. A «Presnatch» produziu um gancho inovador que impede o roubo de carteiras em restaurantes e bares. A empresa colaborou estreitamente com a polícia nacional da Suécia e é responsável pelo desenvolvimento, concepção, comercialização e venda do «Preventor». O gancho é colocado debaixo da mesa, junto de cada cadeira de café, restaurante ou hotel. Assim, os clientes podem prender os seus sacos no gancho. O produto da Presnatch permite que os clientes pousem os sacos, em vez de os terem ao colo, uma solução mais confortável e conveniente.

Para garantir a propriedade do modelo, os alunos requereram os direitos exclusivos do «Preventor» ao Instituto de Patentes da Suécia.

A Presnatch opera num mercado em crescimento constante. Neste momento, o produto da empresa é único na Suécia e, numa fase posterior, o seu objectivo é crescer rapidamente antes de surgirem concorrentes. Uma vez que as potencialidades futuras no mercado eram muito elevadas, os alunos decidiram prosseguir a actividade empresarial durante os estudos universitários.

➤ ***Dogbag - Sacos caninos amigos do ambiente (Noruega)***

Cinco raparigas de uma escola secundária formaram uma empresa chamada *Dogbag*, cujo objectivo consiste em criar um saco canino amigo do ambiente. Os sacos caninos tradicionais têm uma desvantagem: é que, embora contenham matéria orgânica, o saco em si mesmo não se decompõe, criando assim um poluente ambiental. Após uma investigação, as alunas encontraram um plástico que não prejudica o ambiente, já que se decompõe ao fim de quatro dias.

Depois de obterem um empréstimo para o investimento inicial, foi contactada uma fábrica local, que produziu mil rolos destes sacos. Os sacos foram propostos para venda a um dos grandes supermercados da região. A cadeia achou a ideia tão interessante, que assinou um contrato com a empresa estudantil para garantir que os seus supermercados seriam o distribuidor exclusivo. Em breve concluíram que os mil rolos não eram suficientes e tiveram de produzir mais.

6. Condições-quadro, apoio e papel das políticas públicas

6.1. Fontes de financiamento e apoio do sector privado

A maior parte dos programas de empresas estudantis é **orientada por organizações externas** (por exemplo, ONG) em vez de agentes do próprio sistema educativo, embora possam beneficiar de um apoio considerável do sector público. Por esta razão, e porque por vezes têm cariz extracurricular, os programas dispõem geralmente de **recursos financeiros insuficientes**.

As actividades das empresas estudantis baseiam-se numa **forte participação do sector privado** sob a forma de financiamentos ou contribuições em espécie. Em função dos países e da especificidade dos programas, em alguns casos, os **recursos financeiros** disponíveis provêm sobretudo do sector **público** (assim é, por exemplo, na **Áustria, França e Noruega**); em outros casos, provêm maioritariamente do sector **privado** (como acontece, por exemplo, na **República Checa, na Letónia, nos Países Baixos e na Polónia**). Uma panorâmica das fontes de financiamento mostra a grande variedade de situações e as diversas soluções quanto à origem dos recursos financeiros deste tipo de programas. No cenário mais frequente, uma larga percentagem (80% ou mais) do financiamento provém ou do sector público ou do privado, sendo escassos os exemplos de uma participação financeira mais equilibrada entre os dois (acontece na **Dinamarca, Irlanda e Suécia**). Esta situação pode indicar alguma dificuldade em conciliar verbas públicas e privadas.

No quadro do financiamento público, os **recursos da UE** podem desempenhar um importante papel na concretização destas actividades, nomeadamente através do **Fundo Social Europeu** e de programas como o «Leonardo da Vinci». Por exemplo, em **França**, o apoio do FSE tem dado um contributo precioso para acelerar a adaptação do ensino profissional ao novo contexto económico e social. Graças à contribuição financeira do FSE, é possível conceder um apoio sistemático à criação de ligações entre as escolas e as empresas, bem como ao desenvolvimento de projectos de empreendedorismo em França, incluindo aqueles que se baseiam nas empresas estudantis, em escolas técnicas e profissionais a nível secundário²⁰.

Também na **Grécia**, no âmbito do Programa Operacional para Educação, um importante projecto consiste em gerir empresas virtuais em escolas técnicas e instituições de formação profissional inicial de nível secundário superior. O conceito adoptado de empresa virtual já toma em conta a definição de empresa estudantil apresentada neste relatório. A partir do ano lectivo de 2005/06, todas as escolas técnicas terão a possibilidade de participar no projecto durante um período de dois anos.

Quanto ao sector privado, o apoio financeiro vem sobretudo de **empresas, fundações e associações empresariais** individuais. Os **bancos** também desempenham um papel importante num conjunto de países. Em alguns casos, a principal fonte de financiamento são as **taxas de participação** pagas por escolas e alunos.

No entanto, além do apoio financeiro, as **contribuições em espécie** concedidas pelo mundo empresarial são igualmente, ou até mais, importantes. Podem assumir a forma de conhecimentos especializados para a organização de programas; de participação directa através de consultores, conselheiros ou orientadores empresariais; de formação específica ministrada a professores; de acesso a instalações e gabinetes; de ajuda na organização de eventos como feiras comerciais, etc.

²⁰ Revisão dos programas do FSE para o período 2004-2006. AXE 3 – Measure 4: Faciliter le passage de l'école au travail.

A maior vantagem concreta destes programas decorre da possibilidade de recorrer a um grupo de **conselheiros empresariais**, que contribuem com os seus conhecimentos especializados, despertam o interesse dos alunos para o mundo das empresas e participam directamente no programa na qualidade de especialistas.

Importa sublinhar que os alunos que participaram nos programas de mini-empresas podem ser uma **fonte de recrutamento** única para as empresas, na medida em que adquiriram uma experiência empresarial directa e um conjunto de competências que podem ser extremamente úteis numa organização dinâmica. Este é muitas vezes um argumento importante para o envolvimento das empresas nestes programas.

- Na **Alemanha**, o programa *JUNIOR* é patrocinado pela companhia de seguros *Gothaer* desde 1997. Os seguros são um aspecto muito importante para os alunos participantes e respectivas empresas. A *Gothaer* oferece a cada mini-empresa, a juntar ao habitual seguro nas escolas, um seguro de responsabilidade civil para a actividade comercial, bem como um seguro de responsabilidade decorrente de produtos e de acidentes. Com este procedimento, JUNIOR pretende evitar que as mini-empresas se exponham a riscos desnecessários. Além disso, a *Gothaer* disponibiliza peritos na qualidade de consultores para seminários e examinadores em concursos de mini-empresas, bem como assistência para lidar com o grande público e os meios de comunicação social.
- Em **Espanha**, uma instituição bancária, a *CAJASTUR*, desempenha um papel muito importante no programa *Empresa Joven Europea* (EJE). O banco oferece empréstimos sem juros a mini-empresas estudantis, bem como a oportunidade de abrirem contas com descontos substanciais nas taxas e encargos bancários. As mini-empresas marcam reuniões com o director da agência local para solicitarem o empréstimo. São convidadas a apresentar um plano empresarial, que terá de ser exaustivamente exposto durante a reunião.
- Na **Suécia**, *Young Enterprise* concebeu um modelo de cooperação entre os seus financiadores e parceiros. Todas as delegações regionais de *Young Enterprise* na Suécia trabalham segundo este modelo. O objectivo é mostrar claramente aos financiadores as vantagens que obtêm ao apoiar *Young Enterprise*. O modelo prevê uma classificação em parceiros de ouro, prata e bronze; os benefícios para os patrocinadores vão desde um grande logótipo apostado em todo o material nacional de apresentação/informação de *Young Enterprise* à possibilidade de o parceiro usar o logótipo deste programa no seu próprio marketing.

6.2. Condições-quadro e apoio do sector público

Integração no currículo

As actividades de empresa estudantil podem ser desenvolvidas no âmbito do programa escolar ou como actividades extracurriculares. Embora, em alguns países, ambas as soluções sejam utilizadas, em outros, estes programas realizam-se sobretudo no âmbito do programa escolar (como na **República Checa, Finlândia, Irlanda, Áustria e Noruega**) ou sobretudo fora dele (como na **Bélgica**²¹, **Estónia, Alemanha e Suécia**). Do mesmo modo, as mini-empresas podem ser geridas durante o horário lectivo normal ou em regime pós-escolar ou extra-escolar, o que significa que os alunos executam o projecto depois do período previsto de

²¹ Comunidade Francesa.

aulas. Embora na maioria dos casos as duas abordagens coexistam, em alguns países, como a **Bélgica** (Comunidade Francesa), **Estónia** e o **Luxemburgo**, os programas de empresas estudantis decorrem sobretudo fora do horário lectivo normal. Quando as actividades são inteiramente extracurriculares, uma das principais desvantagens é que os professores têm de investir tempo adicional no programa e podem não ver recompensado o trabalho suplementar.

Embora os programas de empresas estudantis decorram em muitos casos – talvez até na maioria deles – no âmbito do currículo escolar, em geral, não são suficientemente **reconhecidos** ou **promovidos** pelas autoridades educativas e têm **dificuldade em ser integrados** nos programas oficiais. Os problemas práticos na concretização destas actividades prendem-se com as exigências de cumprimento de objectivos curriculares em cada disciplina, a sobrecarga curricular e a insuficiência de horas lectivas para desenvolver conteúdos programáticos, as dificuldades de adaptação a uma abordagem transdisciplinar em determinados programas e, por último, a falta de motivação do pessoal docente.

Conquanto a falta de flexibilidade possa causar problemas em casos específicos, a percepção geral em todos os países é de que as **escolas gozam de um grau suficiente de autonomia e liberdade** que lhes permite levar a cabo programas de mini-empresas como actividade curricular ou extracurricular. Um obstáculo importante consiste na **relutância de escolas e professores** em participar nos programas quando estes não são apoiados, reconhecidos ou recomendados pelas autoridades educativas.

A inclusão oficial dos programas de empresas estudantis **como opção nos quadros curriculares** oficiais, a nível nacional ou regional, contribui positivamente para a sua penetração e o seu êxito, aumentando, por exemplo, a motivação dos professores e disponibilizando um maior número de horas lectivas. Contudo, muitas vezes, são também necessários algumas **horas extraordinárias** e trabalho extra-escolar dos alunos, sobretudo quando as mini-empresas lidam com produtos ou serviços reais.

O reconhecimento formal destes programas no âmbito do currículo nacional é mais comum no ensino secundário **profissional**, onde, não raro, envolvem mais empresas virtuais e simuladas do que empresas reais (é o caso, por exemplo, na **Áustria, República Checa e Finlândia**). Num número menor de casos, os programas de empresas estudantis são reconhecidos ou recomendados no âmbito dos currículos nacionais do ensino secundário geral (por exemplo, na **Irlanda, Letónia e Noruega**).

- Na **Irlanda**, a educação para as empresas foi incluída no currículo dos *Senior Cycle Programmes*, incluindo *Transition Year, Leaving Certificate Vocational Programme* e *Leaving Certificate Applied*. Cada um destes programas pode integrar as mini-empresas no currículo.
- Na **Letónia**, no âmbito da secção sobre «Empreendedorismo» dos programas de «Noções Básicas das Empresas» e «Ciências Comerciais», exige-se aos alunos que aprendam a elaborar um plano empresarial, o que podem fazer através do trabalho na sua mini-empresa.
- Na **Noruega**, as empresas estudantis e o empreendedorismo constam do currículo como opção para o trabalho de projecto prático no ciclo inferior do ensino secundário (níveis 8-10). A carga horária é de, pelo menos, 228 horas ao longo de três anos. Os alunos podem optar entre este programa e uma segunda língua estrangeira. A partir de 2006, data em que será obrigatória uma segunda língua estrangeira, o trabalho de projecto prático será proposto como um currículo à parte que os alunos poderão escolher.

Quanto a exemplos a nível regional, na **Alemanha**, no estado federado de Bade-Vurtemberg, o programa JUNIOR é aceite como projecto nos níveis 11-13 e no estado federado da Baviera, a partir do ano de 2005/06, os alunos das escolas secundárias no 10.º nível poderão escolher, como disciplina opcional, a «criação de uma mini-empresa». Também em **Espanha**, no Principado das Astúrias, o programa *Empresa Joven Europea* foi incluído no currículo regional do ciclo inferior do ensino secundário.

Neste contexto, os peritos estão de acordo que, embora a educação para o empreendedorismo enquanto objectivo geral deva ser incluída no currículo oficial o mais explicitamente possível, as actividades de empresas estudantis devem constituir uma **opção nesse quadro curricular**. A execução dos programas beneficiará de uma base jurídica, embora as escolas continuem a dispor de diversas alternativas, deixando-lhes margem para decidir se integram ou não estas actividades nos seus programas. Assim, as actividades de empresas estudantis não devem ser impostas, mas claramente recomendadas. O recurso a elas deveria ser uma opção de relevo no currículo oficial.

Formação e apoio para professores

Um grande obstáculo a uma divulgação mais ampla das actividades de empresas estudantis é a **carência de competências pertinentes** (e, por conseguinte, de motivação) dos professores sobre a forma de introduzirem o empreendedorismo e o trabalho em projectos de empresa na sala de aula. Estas actividades exigem não só um conhecimento especializado, mas também uma mudança nas metodologias didácticas, uma vez que o papel do professor passa a ser o de um facilitador. Os professores têm de ser criteriosamente seleccionados e iniciados antes de serem envolvidos no desenvolvimento de mini-empresas na escola. A iniciação deve incluir formação sobre metodologias activas de ensino e aprendizagem, centradas no trabalho de grupo.

A escassez de recursos humanos e financeiros nas escolas, especialmente quando os programas de empresas estudantis não são uma opção curricular reconhecida, pode levar a que os professores necessitados de apoio e formação para orientar actividades de mini-empresas nem sempre os recebam.

Embora a formação de base seja normalmente ministrada aos professores por organizações externas (como ONG) que promovem estes programas, detecta-se na maioria dos países uma **falta de formação sistemática** (tanto inicial como contínua), dada ou apoiada pelas autoridades públicas, sobre a forma de levar a cabo projectos empresariais na escola. Acresce que, por vezes, os professores não são incentivados pelas escolas a tirarem proveito da formação oferecida.

Além disso, como muitas vezes o **trabalho adicional** dos professores nas empresas estudantis excede o horário escolar normal sem ser reconhecido ou recompensado, os professores são dissuadidos de participar nestas actividades.

Apoio público a programas de empresas estudantis

Na maioria dos países, os programas de empresas estudantis recebem algum tipo de **apoio** dos poderes públicos (financeiro ou outro). Contudo, muitas vezes, o nível deste apoio é considerado **insuficiente** para uma maior difusão destas actividades.

O apoio mais comum das autoridades públicas é **financeiro**. Tal como já foi referido, em alguns países, os recursos financeiros para a organização destes programas provêm sobretudo do sector público. Contudo, em muitas situações, o apoio público não é sistemático, mas

baseia-se em projectos ou é concedido apenas a nível local; deste modo, não se fomenta um planeamento a longo prazo nem a expansão dos programas.

Em alguns países, as autoridades públicas estabeleceram uma **cooperação estruturada com as ONG** responsáveis pela organização de programas de empresas estudantis, implicando-as no desenvolvimento de uma estratégia nacional de educação para o empreendedorismo (**Dinamarca, Noruega**).

Na **Noruega**, *Young Enterprise Norway* constitui um importante parceiro do governo na concretização de muitas das acções enunciadas na *Estratégia de Educação para o Empreendedorismo* do governo. O financiamento público de *Young Enterprise Norway* é concedido pelo Ministério da Administração Local e do Desenvolvimento Regional, Ministério do Comércio e Indústria e Ministério da Educação e Investigação.

A **promoção** activa destes programas pelas autoridades públicas junto de professores e escolas pode desempenhar um papel muito importante na sua divulgação. Na **Bélgica**, o ministério envia cartas de convite aos directores das escolas, com vista a incentivar a participação no programa. Na **Polónia**, a promoção dos programas de mini-empresas é da responsabilidade dos executivos escolares. Em geral, este tipo de promoção na maioria dos países é pontual ou não é suficientemente enérgico e sistemático.

Na **Finlândia**, é concedido apoio financeiro às escolas, com vista a permitir o funcionamento das empresas simuladas, e garante-se uma visibilidade constante nos fóruns do sector público (por exemplo, nas páginas Web do Conselho de Educação). O Conselho de Educação envia também uma carta de informação, juntamente com uma brochura informativa, a todas as escolas finlandesas, convidando-as a participar no programa *Young Enterprise*.

Por último, e como já foi anteriormente sublinhado, o **reconhecimento** oficial destas actividades é fundamental para o seu sucesso. Embora num conjunto de países seja garantido algum tipo de reconhecimento, este pode ir desde o simples apoio moral (por exemplo, uma declaração do Ministério) a medidas mais concretas e eficazes, como a inclusão explícita das empresas estudantis nas opções curriculares recomendadas.

Na **Áustria**, os programas de empresas estudantis são obrigatórios ou recomendados no currículo de todos os tipos de escolas secundárias técnicas e profissionais, faculdades e instituições académicas. Neste caso, as autoridades públicas remuneram e recompensam os professores pela gestão destas actividades e ministram-lhes formação adicional. Além disso, o sector público financia centros de serviço para ambos os programas existentes na Áustria (*Practice Firms e Junior*).

Em determinados países, a organização de programas de empresas estudantis enfrenta grandes dificuldades práticas devido à falta de clareza do **quadro jurídico e administrativo** (por exemplo, em relação à tributação das mini-empresas). Este problema será focado especificamente no ponto 6.3.

Foi solicitado ao Grupo de Peritos que identificasse um conjunto de indicadores para medir até que ponto a política pública é favorável ao desenvolvimento das actividades de empresas estudantis e, mais genericamente, à educação para o empreendedorismo com base na aprendizagem prática. Os referidos indicadores são propostos a seguir como um instrumento possível para avaliar as políticas públicas neste domínio.

Indicadores de uma política pública favorável neste domínio:

- 1) O governo elabora uma **estratégia global** de promoção da educação para o empreendedorismo nas escolas;
- 2) existe um **quadro jurídico** ou **administrativo** específico ou um **acordo** que reconhece as empresas estudantis como um instrumento pedagógico, garantindo que as suas operações não serão coarctadas;
- 3) os programas de empresas estudantis são oficialmente **reconhecidos** ou **recomendados** pelas autoridades educativas para efeitos de aplicação no ensino secundário geral e profissional, sendo fornecidas orientações para a sua execução;
- 4) as **escolas** têm **flexibilidade**, autonomia e liberdade para criarem empresas estudantis, seja como actividade curricular ou extracurricular, e são incentivadas a adoptar esta metodologia;
- 5) os professores recebem **formação específica**, no quadro de uma formação inicial ou contínua integrada, sobre a forma de introduzir os programas de empresas estudantis na sala de aula;
- 6) os esforços e o trabalho suplementar dedicados pelos **professores** aos programas de empresas estudantis são reconhecidos e recompensados;
- 7) as **organizações externas** (como ONG) que promovam os programas de empresas estudantis são apoiadas pelas autoridades públicas e/ou têm um acordo com elas para a aplicação destes programas nas escolas.

6.3. Estatuto jurídico e administração de empresas estudantis

Em alguns países, os programas de empresas estudantis enfrentam problemas decorrentes da legislação fiscal e administrativa, devido ao estatuto jurídico ambíguo das mini-empresas quando realizam actividades económicas reais.

Se não forem reconhecidas pelas autoridades financeiras como um instrumento pedagógico e/ou não lhes forem aplicadas regras específicas, as mini-empresas podem ser obrigadas a cumprir o mesmo tipo de exigências administrativas que as verdadeiras empresas.

Foram comunicados problemas, com gravidade diversa, na **República Checa, na Estónia, na Letónia, na Polónia, na Espanha e na Suécia**.

A falta de um quadro jurídico ou administrativo específico ou de qualquer acordo com as autoridades financeiras poderá ter uma grande influência sobre a participação das escolas e obstar à aplicação destes programas sempre que as preocupações de professores e directores se centrem principalmente nos aspectos económicos e legais da actividade.

Os principais problemas práticos podem ser sintetizados da seguinte forma:

- observância de procedimentos burocráticos e administrativos;
- questões fiscais: pagamento do imposto sobre o rendimento e do imposto sobre o valor acrescentado;

- problemas de contabilidade;
- responsabilidade civil e outras das mini-empresas, dos alunos e professores participantes;
- impossibilidade de cooperar com empresas reais e de efectuar transacções bancárias;
- eventuais queixas de empresas reais existentes (questões de concorrência).

Verificaram-se casos de directores de escolas que recusaram autorização às actividades de empresas estudantis na escola por recearem problemas com as autoridades públicas que controlam actividades ilícitas. Houve também situações em que as autoridades públicas locais intervieram nas actividades da empresa estudantil ou em eventos, como uma feira comercial, chamando a atenção para a necessidade de se observarem as mesmas normas e de se preencher a mesma documentação exigida por lei a empresas oficialmente inscritas num registo comercial.

Num cenário tão desfavorável, as empresas estudantis não podem participar plenamente na vida económica. Este tipo de situação gera **entraves** ao desenvolvimento das mini-empresas, bem como ao processo de aprendizagem dos alunos, uma vez que, nestas metodologias, a aprendizagem se baseia numa experiência prática. Como não existem enquanto entidades legais, as empresas estudantis não podem emitir ou receber facturas em nome da mini-empresa. Nestes casos, normalmente, os procedimentos administrativos e financeiros estão sob a responsabilidade da organização que conduz o programa ou de alunos que agem na qualidade de pessoas singulares. Do mesmo modo, os alunos podem não ter a oportunidade de cooperar legalmente com outras empresas comerciais (por exemplo, vender os seus produtos a lojas, fazer encomendas maiores, comprar existências mais baratas em centros de distribuição, etc.). Por último, as mini-empresas podem não ser autorizadas a abrir uma conta bancária, ficando assim privadas de proceder a pagamentos por transferência bancária.

Se **os limites e os direitos** de uma empresa estudantil forem claros para todos, então, estes programas poderão desenvolver-se e crescer. A legislação ou os procedimentos administrativos vigentes devem permitir aos alunos realizar transacções com empresas reais (por exemplo, vender os seus produtos a lojas), incorrendo embora em riscos menores do que as empresas reais. Assim, os alunos podem aprender muito mais sobre o comportamento no mundo dos negócios reais.

Embora em alguns países tenha sido estabelecido um quadro normativo específico para as empresas estudantis ou vigorem acordos entre as organizações promotoras e as autoridades financeiras (por exemplo, na **Bélgica, Alemanha, Finlândia**, nos **Países Baixos** e na **Noruega**), em outros, não foi necessária qualquer acção específica porque o quadro vigente não coarctava de forma alguma a actividade das empresas estudantis.

Na **Bélgica**, o serviço de administração do IVA concedeu, por decisão administrativa formal, às empresas estudantis uma isenção de pagamento daquele imposto.

Na **Finlândia**, as autoridades fiscais estabeleceram regras para as mini-empresas que participam no programa de empresas estudantis. Para evitar quaisquer problemas com as autoridades fiscais, é explicado o procedimento para comunicar o rendimento da mini-empresa na declaração fiscal. As regras evitam igualmente a utilização abusiva do estatuto de mini-empresa em caso de uma actividade empresarial «real» e definem os limites da mini-empresa. O programa de empresas estudantis pode movimentar dinheiro nas escolas, mas, quando o volume de negócios ultrapassa os três mil euros, a mini-empresa é aconselhada a

consultar as autoridades fiscais locais. Caso necessitem dele, as empresas estudantis podem também obter um número de IVA.

Nos **Países Baixos**, as empresas estudantis estão registadas, não na Câmara de Comércio, mas na *Jong Ondernemen* (a organização que promove as mini-empresas) e existe um acordo com as autoridades fiscais no sentido de as empresas estudantis pagarem impostos à *Jong Ondernemen*, de modo a evitar problemas administrativos (uma vez que as empresas estudantis são liquidadas ao fim de um ano lectivo). As empresas estudantis estão também cobertas por um seguro de responsabilidade civil, que lhes garante igualmente assistência jurídica.

Na **Noruega**, as empresas estudantis não pagam impostos nem IVA; tão-pouco têm de se registar no registo central das empresas privadas, publicar relatórios anuais, etc. A legislação fiscal prevê a possibilidade de gerar determinados lucros sem ter de pagar quaisquer impostos.

Em muitos casos, o programa de empresas estudantis é organizado em cooperação com uma instituição que garante segurança jurídica à empresa estudantil e suporta o seguro. A instituição indica regras de procedimento à empresa estudantil, que têm de ser seguidas pelos participantes. É o caso, por exemplo, na **Alemanha** (com a *Deutsche Kinder-und Jugendstiftung* e o programa *Schüler unternehmen was!*). Também na **Áustria**, o estatuto legal e a organização administrativa das empresas estudantis são assegurados pelas organizações promotoras nacionais (*ACT, Junior*) com base em acordos especiais celebrados com as autoridades nacionais, no intuito de evitar quaisquer problemas legais.

Sempre que necessário, **o quadro existente deve ser melhorado**, porquanto gerir uma mini-empresa pode trazer problemas administrativos e legais significativos a alunos, professores e escolas. Essas melhorias podem ser introduzidas por meio de **acordos** concretos entre as organizações promotoras e as autoridades competentes, através de uma **regulação específica** ou mediante um reconhecimento mais formal de um tipo de **entidade de simulação**, que possui todos os atributos de uma empresa normal, mas cuja actividade tem fins educativos.

Todavia, nos países onde exista um vasto leque de programas, não deve ser imposto um quadro jurídico rígido que seja válido para todos, uma vez que isto acarretaria uma uniformização da diversidade de programas, de resto pouco prática para as escolas, já que, actualmente, podem optar pelo conceito que mais lhes convenha.

Seria desejável a adopção de medidas específicas para as mini-empresas no que respeita à **tributação dos lucros** e ao **IVA**.

A **implicação e a coordenação de todos os intervenientes** são elementos essenciais. As organizações que promovem as empresas estudantis, os ministérios da Educação, das Finanças e da Indústria devem chegar a acordo sobre princípios comuns e segui-los atentamente.

Qualquer quadro jurídico, regulação específica ou acordo poderia perseguir os seguintes **objectivos**:

- reconhecer oficialmente as empresas estudantis como um instrumento de aprendizagem;
- definir o âmbito de actividade de uma empresa estudantil (tomando em consideração as diferenças entre os programas existentes);
- conceder o direito de emitir facturas, de realizar transacções monetárias e abrir contas bancárias em nome de uma empresa estudantil;

- dar segurança jurídica aos membros das empresas estudantis nos contactos com empresas reais ou na condução de trabalhos de projecto para o sector privado;
- conceder isenções de IVA e outros benefícios fiscais sempre que os lucros não ultrapassem um montante fixado (ou, se necessário, aumentar este montante);
- definir e separar claramente as responsabilidades (mini-empresas, escolas, professores).

7. Conclusões

A educação para o empreendedorismo deve ser entendida na sua **acepção mais lata**, de modo a incluir as qualidades necessárias a uma pessoa empreendedora, como a capacidade de tomar a iniciativa, de perseverar em momentos difíceis, de enfrentar problemas, de encontrar soluções, de ser flexível e criativa, etc. Os **objectivos** de qualquer programa de empresas estudantis devem contemplar não só o conhecimento sobre os procedimentos de criação de empresas, mas também o desenvolvimento de competências transversais e atributos empresariais.

As empresas estudantis são **um dos melhores métodos** – e certamente um **instrumento muito eficaz** – para fomentar o espírito empresarial na escola. Proporcionar estes programas é sinónimo de sensibilizar os alunos para as possibilidades do empreendedorismo e dotá-los de um vasto espectro de competências que lhes serão úteis não apenas na sua carreira profissional futura, mas também na sua vida de membros responsáveis e activos da sociedade. Um efeito importante da participação em empresas estudantis pode ser o de incentivar os jovens a explorar eventuais oportunidades de negócio e a lançarem-se na sua própria actividade ou a optarem por um início de carreira dinâmico numa pequena empresa que queira crescer. A longo prazo, este é um factor crucial para o crescimento e a competitividade na Europa.

Estes programas podem constituir um instrumento útil no âmbito das **políticas de desenvolvimento regional**. Efectivamente, sobretudo nas regiões menos desenvolvidas ou mais isoladas, as actividades podem ter o efeito positivo de aumentar o número de alunos que terminam a escolaridade e se mantêm na área graças ao estabelecimento de relações directas com a comunidade.

Para permitir uma participação tão ampla quanto possível dos alunos nestas actividades, é essencial reunir algumas **condições básicas** (currículo favorável, autonomia das escolas, financiamento adequado, motivação e formação dos professores).

Uma maior promoção destes programas não deve ser da responsabilidade exclusiva das autoridades educativas: só será possível se houver uma **cooperação** organizada entre os vários ministérios, autoridades locais, estruturas empresariais, organizações não governamentais e instituições educativas.

O estabelecimento de contactos com a comunidade local e o mundo empresarial, bem como a participação activa de **parceiros empresariais** na qualidade de orientadores e consultores, são elementos cruciais para o êxito dos programas de mini-empresas.

O **papel das autoridades educativas** é fundamental para o reconhecimento formal da importância destes programas, assim como para os tornar uma opção aceite e visível nos currículos oficiais, no âmbito do objectivo mais vasto de promover a educação para o empreendedorismo.

Deve ter-se presente que a maioria das competências a adquirir através da participação numa empresa estudantil tem uma **dimensão transcurricular**. Assim, o trabalho numa empresa estudantil cumpre muitos dos objectivos e metas definidos para outras disciplinas e, por isso, representa um valor acrescentado para todas elas. Este é um argumento importante a favor da promoção das empresas estudantis, passível de ser apresentado a administrações e directores cépticos.

As empresas estudantis podem encarar-se como uma componente importante da **aprendizagem ao longo da vida**. A educação para o empreendedorismo deve enquadrar-se

num contexto de aprendizagem ao longo da vida e tem de ser fomentada a todos os níveis, desde o primeiro ciclo do ensino básico até à pós-graduação.

7.1. Principais conclusões:

Metodologia

Quer se trate de uma actividade empresarial **real** ou **virtual**, ambas as abordagens podem ser utilizadas eficazmente, desde que a actividade virtual não seja demasiado abstracta e realizada de forma isolada: a interacção com outros alunos, com professores e consultores, a par dos contactos com o mundo exterior à escola, são componentes essenciais dos programas de empresas estudantis.

A maioria dos programas identificados tem a duração de **um ano lectivo** (nove a dez meses), um lapso de tempo que se afigura adequado para explorar o complexo mundo da gestão de uma empresa. No entanto, os programas mais curtos (3 a 5 meses) podem também ser usados de modo eficaz.

As **melhores práticas** na gestão de programas de empresas estudantis sublinham aspectos como o trabalho em equipa e a liberdade de os estudantes desenvolverem as suas próprias ideias. Também o estabelecimento de contactos com o mundo empresarial e a comunidade local, bem como a disponibilidade de **orientadores e consultores provenientes das empresas**, são elementos cruciais para o êxito dos programas de mini-empresas. Todavia, encontrar voluntários das empresas em número suficiente pode constituir por vezes uma grande dificuldade, especialmente em áreas menos desenvolvidas ou mais isoladas.

Divulgação

Os alunos participantes em programas de mini-empresas continuam a representar uma **minoría** (na maioria dos países, durante o último ano lectivo, a percentagem de alunos das escolas secundárias envolvidos era inferior a 1%). Contudo, **todos os anos, na UE 25 e na Noruega, estima-se que pelos menos 200 mil alunos do ensino secundário participem nestes programas**. As actividades de mini-empresas não devem ser impostas a todos os alunos, mas promovidas e recomendadas enquanto opção no quadro mais vasto da educação para o empreendedorismo. Assim, um valor significativo é o **número de escolas** que proporcionam estes programas. A seguir à **Irlanda** e ao **Reino Unido** (onde se estima que entre 40% e 50% de todas as escolas secundárias participem), os melhores desempenhos são os de países onde cerca de 30% das escolas secundárias proporcionam programas de mini-empresas. Em todos os demais países estudados, a taxa de participação das escolas secundárias foi quantificada entre 3% e 15%. Importa aumentar o número de escolas participantes.

A reduzida informação disponível sobre a participação por **sexo** demonstra um bom equilíbrio entre participantes do sexo masculino e feminino, com estas a constituírem até a maioria em determinados programas.

Os programas em questão podem ser aplicados a **todos os níveis de ensino** (incluindo básico e superior) e **em qualquer tipo de escola**: tanto no ensino secundário geral como no ensino profissional ou em escolas empresariais e comerciais. Contudo, em praticamente todos os países, a grande maioria dos alunos participa nestas actividades durante o **ensino secundário**. Os programas de empresas estudantis são executados tanto a nível curricular e durante o **horário lectivo normal**, como em **horário pós-lectivo e como actividade extra-escolar**.

Avaliação e impacto

Embora a maioria dos programas recorra a **instrumentos básicos de avaliação**, tais como a recolha de opiniões de alunos e professores (através de auto-avaliações, relatórios, análises de desempenho por professores, etc.), ainda não se generalizaram técnicas mais sofisticadas (por exemplo, avaliações independentes, exames no fim do programa, etc.). É necessário desenvolver ainda mais a capacidade de análise e **avaliação** por parte das escolas e dos promotores das mini-empresas dos programas em que participam. Uma avaliação eficaz permitirá salientar os êxitos e erradicar debilidades.

Ainda não existe **investigação suficiente** na Europa sobre o impacto da participação em programas de mini-empresas na carreira futura dos alunos. No entanto, os escassos elementos disponíveis **secundam a eficácia** destes programas na promoção efectiva do espírito empresarial dos jovens. Além disso, estes programas parecem exercer uma influência positiva sobre a **igualdade de oportunidades** entre os sexos.

Integração no currículo e aplicação a nível escolar

Só alguns países reconhecem ou recomendam oficialmente os programas de empresas estudantis como uma opção nos **currículos nacionais**, sendo esta situação mais frequente no ensino profissional do que no ensino secundário geral.

A percepção geral em todos os países é de que as **escolas gozam de um grau suficiente de autonomia e liberdade** que lhes permite levar a cabo programas de mini-empresas como actividade curricular ou extracurricular. O obstáculo reside na **relutância de escolas e professores** em participar nos programas quando estes não são apoiados, reconhecidos ou recomendados pelas autoridades educativas.

Embora em muitos casos as actividades de empresas estudantis sejam proporcionadas pelas escolas no seu próprio programa, geralmente, padecem de um **reconhecimento insuficiente** e de **dificuldades de integração** nos cursos oficiais. Os **problemas práticos** na concretização destas actividades prendem-se com as exigências de cumprimento de objectivos curriculares em cada disciplina, a insuficiência de horas lectivas para desenvolver conteúdos programáticos, as dificuldades de adaptação a uma abordagem transdisciplinar em determinados programas, a falta de motivação e de sensibilização do pessoal docente para o valor educativo destas actividades.

A inclusão das actividades de empresas estudantis **como opção nos quadros curriculares** oficiais, a nível nacional ou regional, contribui positivamente para a sua divulgação e o seu êxito, aumentando, por exemplo, a motivação dos professores.

Estas actividades exigem aos professores não só conhecimentos especiais, mas também uma alteração dos métodos de ensino. Do mesmo modo, embora frequentemente os professores do ensino profissional possuam conhecimentos ou experiência empresarial, já o mesmo não se aplica no ensino secundário geral. Embora a formação de base de professores seja normalmente ministrada por organizações externas que promovem estes programas, na maioria dos países, detecta-se uma **falta de formação sistemática** (tanto inicial como contínua), dada ou apoiada pelas autoridades públicas, sobre a forma de levar a cabo projectos empresariais na escola e, em alguns casos, os professores não são incentivados pelas escolas a tirarem proveito da formação oferecida.

São também necessários algum **tempo adicional** e **trabalho** extra-escolar, sobretudo quando as mini-empresas lidam com produtos ou serviços reais. Em muitos casos, o trabalho dos professores para além do horário lectivo normal não é reconhecido nem recompensado, o que os dissuade de se envolverem nestas actividades.

Financiamento e medidas de apoio

A maior parte dos programas de empresas estudantis é **orientada e organizada por agentes externos** (por exemplo, ONG) em vez de agentes do próprio sistema educativo, embora possam beneficiar de um apoio considerável do sector público. Por esta razão, e porque por vezes têm cariz extracurricular, estes programas dispõem geralmente de **recursos financeiros insuficientes**.

As actividades baseiam-se numa **forte implicação do sector privado** sob a forma de financiamentos ou contribuições em espécie. Consoante os países e os programas, em alguns casos, os **recursos financeiros** disponíveis provêm sobretudo do sector público; em outros, provêm sobretudo do sector privado (empresas, associações empresariais, fundações, bancos, etc.).

Na maioria dos países, os programas de empresas estudantis recebem algum tipo de **apoio dos poderes públicos** (financeiro ou outro). Contudo, muitas vezes, o nível deste apoio é considerado insuficiente para uma difusão mais vasta destas actividades. O apoio público assume a forma de **financiamento**, promoção **activa** junto de professores e escolas, **reconhecimento** oficial, inclusão como opção recomendada nos **quadros curriculares**, **cooperação** com as organizações promotoras e (sempre que necessário) supressão de **entraves** administrativos.

O **apoio financeiro** das autoridades públicas é, em alguns casos, concedido com base em projectos e limitado no tempo, pelo que a sustentabilidade das actividades não está assegurada.

Em determinados países, a organização de programas de empresas estudantis enfrenta grandes dificuldades práticas devido à falta de clareza do **quadro jurídico e administrativo** (por exemplo, em relação a aspectos como a tributação das mini-empresas ou a possibilidade de negócios com empresas reais). Em outros países, foi definido um **quadro normativo** específico para as empresas estudantis ou existem **acordos** entre as entidades promotoras e as autoridades financeiras.

7.2. Perspectivas futuras

Estes programas têm conhecido um êxito crescente na Europa, mas **ainda não são geralmente facultados aos alunos**. Apenas uma minoria de estabelecimentos de ensino os proporciona: na maioria dos países da UE, menos de 15% das escolas secundárias oferecem programas baseados na metodologia das empresas estudantis.

Embora sem negligenciar a eficácia de outros instrumentos pedagógicos, pode-se afirmar que **estes programas constituem uma importante opção em qualquer estratégia de fomento das atitudes e competências empreendedoras**, uma vez que se baseiam na aprendizagem pela prática.

Qualquer observador de uma empresa estudantil a trabalhar ou a apresentar os seus produtos ficará impressionado com o entusiasmo, inovação, criatividade, autoconfiança e competências

de comunicação, entre muitos outros atributos, que estes programas ajudam os jovens a desbloquear. Tais atitudes e realizações são consentâneas com os **objectivos** de qualquer percurso educativo, em particular a nível secundário.

O **impacto potencial** destes programas, caso sejam amplamente aplicados, em termos de sensibilização para o empreendedorismo enquanto opção viável, de experiência prática do significado de explorar uma ideia comercial e de ser um empresário, pode ser enorme na nossa sociedade, onde o impulso empreendedor é muitas vezes caracterizado como insuficiente.

Por ora, os **principais obstáculos** a uma aplicação acrescida dos programas são o reconhecimento insuficiente, a ausência de um papel visível nos currículos, a falta de motivação dos professores e de formação que lhes seja especificamente destinada, a promoção deficitária realizada pelas autoridades públicas junto das escolas e a escassez de recursos financeiros para garantir o planeamento e a sustentabilidade a longo prazo. Muitos dos problemas e obstáculos enfrentados pelos programas (fragmentação, reconhecimento insuficiente, etc.) são, na verdade, comuns ao desenvolvimento da educação para o empreendedorismo em geral.

Algumas organizações promotoras, assistidas por empresas, escolas e, em determinados casos, autoridades públicas, estão a envidar um grande esforço para a divulgação dos programas em questão. **É necessário um esforço acrescido de todos os intervenientes**, trabalhando em estreita cooperação, e das autoridades educativas em particular, para atingir o objectivo de intensificar a presença destas metodologias nas escolas secundárias.

Com efeito, as autoridades educativas desempenham um papel essencial no reconhecimento das vantagens destes programas para a aquisição de competências e aptidões transcurriculares necessárias ao desenvolvimento pessoal dos jovens, à melhoria dos seus desempenhos também em outras disciplinas, à sua formação enquanto membros activos responsáveis e bem sucedidos da sociedade e, para alguns deles, à sua carreira de gestores e empresários dinâmicos e criativos.

Uma vez que o **empreendedorismo** deve ser considerado uma competência de base a adquirir na escolaridade obrigatória e complementar e, por isso, um objectivo de aprendizagem a incluir nos quadros curriculares a todos os níveis, as autoridades educativas são incentivadas a reconhecer as metodologias que recorrem às empresas estudantis e à aprendizagem através do trabalho de projecto como uma **opção curricular visível**, no contexto mais vasto da educação para o empreendedorismo. Além disso, são convidadas a **promover** este conceito junto das escolas, directores e professores que não tenham conhecimento dos programas ou que não se sintam suficientemente motivados e encorajados para os adoptar. A este respeito, a **difusão de experiências e exemplos de boas práticas** pode ser um instrumento eficaz.

Outras medidas de apoio das autoridades públicas (com a participação de diversos ministérios) pode também assumir a forma de **financiamento**, maior **cooperação** com as organizações promotoras e a supressão dos **entraves** legais e administrativos.

8. Recomendações

Propõe-se a seguir um conjunto de **recomendações** específicas, dirigidas a todos os intervenientes, sobre as formas mais eficazes de pôr em prática estas metodologias, aumentar a sua visibilidade nos sistemas educativos, bem como o seu aproveitamento pelas escolas e pelos alunos.

Escolas:

- 1) As **escolas** são convidadas a **adoptar** estes programas, porquanto a maioria das competências a adquirir através da participação numa empresa estudantil revestem uma **dimensão transcurricular**, que inclui competências transversais e pessoais, bem como competências empresariais de base. O trabalho numa empresa estudantil cumpre muitos dos objectivos e metas definidos para outras disciplinas e, por isso, representa um valor acrescentado para todas elas.
- 2) Os **professores** devem ser incentivados pelas escolas a tirar proveito da **formação** específica proporcionada sobre a forma de realizar projectos de empresas estudantis.

Escolas, organizações promotoras e autoridades educativas:

- 1) Os **programas** baseados na metodologia das empresas estudantis devem assegurar o trabalho de equipa, a aprendizagem pela prática, os contactos regulares com um professor ou consultor e a interacção fora do meio escolar.
- 2) Os esforços que os **alunos** e **professores** dedicam aos programas de empresas estudantis, por vezes para além dos seus horários normais de trabalho ou de estudo, devem ser reconhecidos como uma tarefa escolar oficial e os professores devem receber incentivos.
- 3) As autoridades educativas, as organizações promotoras e as escolas devem conceber sistemas mais claros de análise e **avaliação** dos programas de empresas estudantis, que recorram a técnicas para avaliar as competências adquiridas.
- 4) Os promotores de programas e as autoridades educativas devem implantar sistemas mais eficazes de **recolha de dados** sobre a participação de escolas e alunos nestas actividades.

Meio empresarial:

- 1) As associações empresariais e as empresas são incentivadas a **envolver-se nestes programas** no âmbito da sua estratégia de responsabilidade social. O seu apoio pode ser financeiro ou em espécie (incluindo a disponibilização de consultores e orientadores para as mini-empresas) e pode ser reconhecido pelas autoridades públicas através de incentivos. As **vantagens** para as empresas passam pela possibilidade de contratar jovens motivados com uma experiência empresarial directa e dotados de um conjunto de competências relacionadas com a criatividade, o empreendedorismo e a inovação.
- 2) Importa fomentar uma colaboração mais profunda entre **escolas** e **empresas locais**, dado que os programas de empresas estudantis não se devem confinar ao espaço da escola. Assim, as **associações empresariais** são convidadas a **sensibilizar os seus**

membros para a oportunidade de estabelecerem contactos com as escolas e as organizações promotoras, de participarem na execução dos programas ou contribuírem para ela.

- 3) O estabelecimento de contactos entre **escola, empresas e comunidade** é um elemento-chave para o êxito dos programas. Deveria ser concebido um procedimento sistemático e um modelo de colaboração «Escola-Empresa», por iniciativa das autoridades públicas, associações empresariais e organizações promotoras.

Autoridades públicas (a nível nacional e regional):

As autoridades nacionais e regionais são incentivadas a:

- 1) Conceber uma **estratégia global** de educação para o empreendedorismo nas escolas. Nesta estratégia, os programas de empresas estudantis devem ser salientados como um instrumento importante.
- 2) Estabelecer uma **cooperação** regular entre diversos ministérios, associações empresariais, organizações não governamentais, instituições educativas, autarquias, com o objectivo de promover mais amplamente as actividades baseadas na metodologia das empresas estudantis.
- 3) Cooperar sobretudo com as **organizações promotoras** (como ONG) que contribuam para a divulgação mais lata destes programas e envolvê-las em planos nacionais de educação para o empreendedorismo.
- 4) Apoiar as escolas e as organizações promotoras na realização de actividades de empresas estudantis mediante a disponibilização de **recursos financeiros** e/ou contribuições em espécie.
- 5) Mais genericamente, garantir a **sustentabilidade a longo prazo** dos programas através de financiamento, integração nos quadros curriculares, cooperação com as organizações promotoras e fomento da participação do meio empresarial.

Ministérios da Educação:

- 1) Os programas de empresas estudantis devem ser **reconhecidos** ou **recomendados** pelas autoridades educativas como uma opção curricular visível no ensino secundário geral e profissional, no âmbito do objectivo mais vasto de fomentar a educação para o empreendedorismo.
- 2) As escolas devem desfrutar de **autonomia** suficiente para aplicarem programas de mini-empresas, quer como actividade curricular, quer como actividade extracurricular ou em horário pós-lectivo.
- 3) As empresas estudantis devem ser **activamente promovidas** pelas autoridades educativas junto das escolas, direcções e professores.
- 4) Os agentes relevantes devem ser **sensibilizados** para estas metodologias mediante a **difusão de informação** e importa fomentar o apoio a nível nacional, regional e local. Para o efeito, promover-se-ão activamente os conceitos existentes e salientar-se-ão os exemplos de boas práticas.

- 5) Importa fomentar o **intercâmbio de informação** sobre o desenvolvimento das actividades de empresas estudantis entre redes europeias e programas nacionais, bem como entre escolas, com vista a partilhar orientações metodológicas e conselhos práticos.
- 6) Os **professores** devem receber **formação** específica, no quadro de uma formação inicial ou contínua integrada, sobre a forma de introduzir os programas de empresas estudantis na sala de aula; esta formação deve contemplar metodologias activas de ensino e aprendizagem, com especial incidência no trabalho de grupo e de projecto, noções básicas de gestão de empresas, técnicas para estabelecer contactos com empresas e a comunidade local, bem como para analisar e avaliar actividades.

Ministérios da Economia e das Finanças:

- 1) Sempre que adequado ou pertinente, **reconhecer** as empresas estudantis como um **instrumento pedagógico** que não deve estar sujeito aos mesmos procedimentos e exigências do que as empresas reais;
- 2) garantir que os **entraves legais e administrativos** à constituição e funcionamento de mini-empresas sejam suprimidos;
- 3) prever **regras simplificadas** para as mini-empresas **no que respeita à tributação**, incluindo isenções de pagamento de IVA e de imposto sobre o rendimento quando os lucros não excedam um montante fixado, e ao **seguro** de responsabilidade civil;
- 4) dar aos alunos a possibilidade de **fazerem negócios com empresas reais**, de proporem os seus produtos a lojas ou de abrirem uma conta bancária.

Comissão Europeia:

- 1) **Sensibilizar** os ministérios nacionais relevantes (nomeadamente os que tutelam a educação, o emprego, a indústria e as empresas) para a importância dos programas de empresas estudantis na educação para o empreendedorismo e na aquisição de um conjunto de competências para a vida, de modo a que estes programas alcancem um maior reconhecimento a nível nacional.
- 2) **Promover o intercâmbio de conhecimentos e boas práticas** entre os vários países e entre os intervenientes, incluindo as associações empresariais.
- 3) **Divulgar informação e material promocional** sobre estes programas, demonstrando claramente que contribuem para alcançar os objectivos definidos pela UE para a educação, o emprego e o crescimento.
- 4) **Apoiar eventos** a nível europeu ou nacional que sirvam para mostrar a actividade das empresas estudantis (como feiras comerciais).
- 5) Promover a realização de **inquéritos europeus** que avaliem o impacto destes programas.

Todos os agentes relevantes:

- 1) As autoridades públicas a todos os níveis, os parceiros empresariais e as escolas são incentivados a intensificar a divulgação e aplicação das actividades de empresas estudantis, **de modo a facultar o acesso aos programas a todos os alunos potencialmente interessados.**
- 2) Intensificar a **investigação sobre o impacto** que a participação nestes programas tem na evolução da vida dos alunos e, mais genericamente, na sociedade. Esta investigação abarcaria não só as competências adquiridas, mas também as opções de carreira, os cursos seguidos nas faculdades e o número de empresas em fase de arranque criadas por alunos. Mais dados sobre o impacto destes programas ajudariam a colocar a educação para o empreendedorismo na ordem do dia dos decisores políticos e das autoridades educativas.

ANNEX: Inventory of student company programmes in secondary education identified according to the adopted definition (school year 2003/2004):

	<i>Name of programme</i>	<i>Name of promoting organisation</i>	<i>Level of applic.</i>	<i>Information</i>
Austria	Junior	Junior Österreich	National	www.junior.co.at
	Practice Firm	ACT	National	www.act.at
Belgium	Mini-entreprise	asbl Les Jeunes Entreprises	Regional	www.lesjeunesentreprises.be
	Mini-ondernemingen	Vlajo (Vlaamse Jonge Ondernemingen)	Regional	www.vlajo.be
	Practice Firm	COFEP	National	www.cofep.be
	Vaardig Ondernemen en Ondernemende Vaardigheden	Network For Training Entrepreneurship, Belgium	Regional	www.nfte.be
Czech Rep.	The Company Programme	Junior Achievement Czech Republic	National	www.jacr.cz
	Practice Firm	Centre of Practice Firms (CEFIF)	National	www.nuov.cz
Denmark	The Company Programme	Young Enterprise Denmark	National	www.ja-ye.dk
	European Business Games	European Schoolnet	National	www.business-games.dk
	SIMU Practice Firm	Simu-Center	National	www.simu.dk
Estonia	The Company Programme	Junior Achievement Estonia	National	www.ja.ee
Finland	The Company Programme	Young Enterprise Finland	National	www.nuoriyrittajyys.fi
	Practice Firm	Finnish Practice Enterprises Centre (FINPEC)	National	www.finpec.fi
France	Mini-entreprises	Fédération des associations Jeunes Entreprises FAJE, Académies d'Amiens, Lyon, Limoges, Clermont Ferrand et Versailles	Regional	www.jeunes-entreprises.org ; secretariat.faje@wanadoo.fr
	Création d'entreprise du secteur cafés – hôtels- restaurants	AGPCE	National	roger.benad@wanadoo.fr
	Entreprendre au Lycée	Académies Marseille et Nice, Guyane et Guadeloupe.	Regional	Entreprendre.lycee@free.fr ; ce.daet@ac-aix-marseille.fr ; ce.daet@ac-nice.fr
	Une entreprise dans votre lycée (La Basket-entreprise)	Académie de Nantes	Regional	dafpic.formation-initiale@ac-nantes.fr
	CCI des Jeunes	Académie de Montpellier	Regional	patrick.brisset@ac-montpellier.fr
	Une entreprise dans votre lycée	Académie de Rennes	Regional	ce.daet@ac-rennes.fr
	Créons Ensemble	Académie de Bordeaux	Regional	Jean-claude.weidmann@ac-bordeaux.fr

	Graine de Boîte	Académie d'Orleans-Tours	Regional	evelyne.binet@ac-orleans-tours.fr
	Challenge "Destination Entreprises"	Association Destination Entreprises, Académies de Limoges et Martinique	Regional	rossignolnadine@wanadoo.fr
	Demain mon Entreprise	CCI Versailles Académie de Versailles	Regional	rwolezyk@versailles.cci.fr
	Mini-entreprises dans les collèges francs comtois	MEDEF (Mouvement des entreprises de France), Académie de Besançon	Regional	formation@medef.fr nche-comte.com
	Mini-entreprises: Centre des Jeunes Dirigeants	Académie de Lille	Regional	od@odicee.com
	Concours «Jeunes créez en Auvergne»	Mission Régionale pour la création d'Entreprise (MRCE), Académie de Clermont Ferrand	Regional	mrce@ard-auvergne.com
	Concours « Entreprendre »	Centre de ressources pour la création d'activités innovantes (PROMOTECH CEI), Académie de Nancy-Metz	Regional	direction.promotech@wanadoo.fr
Germany	JUNIOR Junge Unternehmer initiieren-organisieren-realisisieren	JUNIOR-Office (Institut der deutschen Wirtschaft) (Junior Achievement Young Enterprise Germany)	National	www.juniorprojekt.de
	Achievers International	Achievers International	National	www.achieversinternational.org
	Schüler Unternehmen was!	Deutsche Kinder- und Jugendstiftung	National	www.dkjs.de/schuelerunternehmen.de
	business@school	Boston Consulting	National	www.business-at-school.de
	Jugend gründet	Bundesministerium für Bildung und Forschung, Steinbeis-Transferzentrum an der Hochschule Pforzheim	National	www.jugend-gruendet.de
	Start-Up Werkstatt	Deutscher Sparkassen- und Giroverband, Stern; McKinsey	National	www.startup-werkstatt.de
	Schul/Banker – Das Bankenplanspiel	Bundesverband deutscher Banken	National	www.schulbanker.de
	Practice Firm	Zentralstelle des Deutschen Übungsfirmenrings (ZÜF)	National	www.zuef.de
	Get up Wettbewerb "Schüler gründen Unternehmen"	Gesellschaft zur Förderung neuer Technologien e.V. Bildungswerk der Thüringer Wirtschaft e.V.	Regional (ended in 2004)	www.getup.org
	Jungunternehmerschule	Wirtschaftsförderungsgesellschaft Güstrow mbH, Landkreis Güstrow, Unternehmerverband Norddeutschland, Region Güstrow, Ostsee-Sparkasse Rostock	Regional	www.bilse.de/jus

	Ifex	Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg	Regional	www.ifex.de
	TheoPrax	Fraunhofer-Institut für chemische Technologie	Regional	www.theo-prax.de
	Ideen machen Schule	Hans Lindner Institut	Regional	www.regensburg.de/wirtschaft/existenzgruender/existenzgruender-spiel
	SCHUB - Schulen machen Betrieb	Bildungswerk der Wirtschaft Mecklenburg-Vorpommern e.V.	Regional	www.bildungswerk-wirtschaft.de/swevne/schub
Hungary	The Company Programme	Junior Achievement Hungary	National	www.ejam.hu
	Practice Firm	National Institute of Vocational Education	National	http://www.gtbbp.hu/zuf/
Ireland ¹	“Get up and Go” Mini Company Programme	Transition Year Programme, Second Level Support Service	National	http://ty.slss.ie
	“Blast:Beat” Music Mini Company Programme	Treasure Island Records	National	www.treasureisland.ie
	Company Programme	Junior Achievement Ireland	National	www.juniorachievement.ie
	Student Enterprise Awards	City and County Enterprise Boards	National	www.studententerprise.ie
	Young Entrepreneurs Scheme	Young Entrepreneurs Scheme	National	
Italy	Impresa in azione	Junior Achievement Italia	National	www.junioritalia.org
	Imprese Formative Simulate	Centrale di Simulazione	National	www.simulimpresa.com
Latvia	Student Learning Company	Junior Achievement Latvija	National	www.jal.lv
Lithuania	The Company Programme	Junior Achievement Lithuania	National	www.lja.lt
	Virtual Firm	SimuLith Centre	National	http://sl.viko.lt/
Luxembourg	Mini-entreprises	Ministère de l’Education nationale	National	
Netherlands	Mini-Ondernemingen	Mini-Ondernemingen Nederland	National	www.jongondernemen.nl
	Practice Firm	SimNet	National	www.simnet.nl
Norway	Pupil companies Youth companies	Young Enterprise Norway	National	www.ue.no
	Simu-companies	SimuNor	National	www.simunor.no
Poland	Young Mini-Enterprise	Fundacja Młodzieżowej Przedsiębiorczości	National	www.junior.org.pl
	Managing Firm	Fundacja Młodzieżowej Przedsiębiorczości	National	www.junior.org.pl

	September Package	Fundacja Małych i Średnich Przedsiębiorstw KOMANDOR	National	www.fundacja.komandor.pl
	Simulation Firms	Polish Centre of Simulation Firms - CENSYM	National	www.cku.zgora.pl/censym/CSstart.html
	Establish and Run a Company	Centrum Edukacji Obywatelskiej	National	www.ceo.org.pl
	Economics - every day	Fundacja Młodzieżowej Przedsiębiorczości	Regional	www.junior.org.pl
	School Laboratory of Entrepreneurship	Teachers' Association of Entrepreneurship and Economic Education	Regional	www.nauczyciele.org
	Practical School of Entrepreneurship	Business Chamber of Podkarpacie	Regional	www.pig-chamber.com.pl
Romania	The Company Programme	Junior Achievement Romania.	National	www.jar.ro
	Practice Firm	ROCT (Romanian Coordination of Training firms)	National	http://www.roct.ro/ro/index.php
Slovakia	The Company Programme	Junior Achievement Slovakia	National	www.jasr.sk
	Practice Firm	SCCF - Slovak Center for Training Firms	National	http://www.siov.sk/siov/dokhtm/5sccf/sma_in2.htm ; http://www.siov.sk/
Spain	Practice Firm	Fundación INFORM	National	www.inform.es
	Empresa Solidaria	Junior Achievement Spain	National	www.jaes.es
	Empresa Joven Europea (EJE)	Valnalón Ciudad Tecnológica	Regional	www.valnalon.com
Sweden	Young Enterprise (Ung Företagsamhet)	Young Enterprise Sweden	National	www.ungforetagsamhet.se
	Practice Firm	Business Training Centre (BTC)	National	www.businesstrainingcentre.nu
	Summerentrepreneur (Sommarlovsentreprenör)	Open for business in the county of Västernorrland	Regional	www.ofb.nu
U.K.	The Company Programme - Team Programme	Young Enterprise UK	National	www.young-enterprise.org.uk
	Practice Firm	EGNI (UK Central Office for Practice Companies and Virtual Firms)	National	http://egni.morganwg.ac.uk/
	EBP - Education Business Partnerships	NEBPN – The National Education Business Partnerships Network	Local	www.nebpn.org

¹ In Ireland, students involved in the Leaving Certificate Vocational Programme (<http://lcvp.slss.ie>) and the Leaving Certificate Applied (<http://lca.slss.ie>) are generally involved in a programme of enterprise studies which may involve mini companies.