

Fabrcia Gonçaves de Carvalho

**A FORMAÇÃO EMPREENDEDORA POR MEIO DA EDUCAÇÃO A
DISTÂNCIA: UMA ALTERNATIVA PARA O PROFISSIONAL DO
CONHECIMENTO**

Dissetraçãõ apresentada ao
Programa de Pós-Graduaçãõ em
Engenharia de Produçãõ da
Universidade Federal de Santa Catarina
como requisito parcial para a obtençãõ
do grau de Mestre em Engenharia
de Produçãõ.

Orientador: Prof^o Ricardo Miranda Barcia, Ph.D.

Florianópolis
2003

Fabrcia Gonçaves de Carvalho

**A FORMAÇÃO EMPREENDEDORA POR MEIO DA EDUCAÇÃO A
DISTÂNCIA: UMA ALTERNATIVA PARA O PROFISSIONAL DO
CONHECIMENTO**

**Esta dissertação foi julgada e aprovada para a obtenção do
grau de Mestre em Engenharia de Produção no Programa de Pós-
Graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal
de Santa Catarina**

Florianópolis, 23 de outubro de 2003.

**Prof. Edson Paladini, Ph.D.
Coordenador do Programa**

BANCA EXAMINADORA

Prof. Ricardo Miranda Barcia, Ph.D
orientador

Profª Edis Mafra Lapolli, Dra

Profª Ana Maria B. Franzoni, Dra

Profª Rita de Cássia Menegaz Guarezi, M.eng

Homenagem Especial

Ao meu pai, Hamilton , “in memoriam”, dedicado professor e pesquisador e profundo admirador do conhecimento, não teve a oportunidade de ver-me trilhando esse caminho..... À minha eterna saudade;

Dedicatória

À minha mãe, incansável batalhadora e fonte de toda a minha inspiração, que me ensinou a entender a essência da vida, mesmo que se manifeste em sua aparência incompreensível. À minha profunda admiração;

Gratidão

Ao professor Ricardo Miranda Barcia, orientador e vigoroso defensor das nobres causas, que me proporcionou a oportunidade de compartilhar sua experiência e conhecimento e pela confiança integral na execução deste trabalho. A minha gratidão;

À professora e amiga, Rita de Cássia Menegaz Guarezi, presente em todas as horas. Com a sua orientação e seus questionamentos que conduziram a reflexões profícuas e que muito me ajudou na construção deste trabalho. Meus profundos agradecimentos.

Agradecimentos

Em primeiro lugar, agradeço a Deus pela vida, pela inteligência, saúde e condições de poder continuar a minha formação e contribuir, mesmo que minimamente, para o avanço do conhecimento;

Ao meu irmão, Hémliton, pelas manifestações constantes de carinho, amor e incentivos em todos os momentos da minha vida;

A Marcos, a quem adotei como pai, pela dedicação, amor e presença marcante na minha vida;

À minha avó paterna, Eclepildes, “in memorian”, aos meus avós maternos Joel “in memorian” e Santinha, pelos exemplos de vida e sabedoria;

Aos meus familiares, tios (as) e primos (as) que contribuíram enormemente para a formação do alicerce da minha vida e de uma referência exemplar de família;

À amiga Sheila Valduga, por compartilhar todas as ansiedades, alegrias e momentos vividos ao longo desta caminhada, nesta bela cidade de Florianópolis;

À amiga Alessandra Baraúna, companheira de todas as horas, por sua incansável preocupação e contribuição nas diversas etapas do trabalho e sempre me confortando com as suas palavras doces e carinhosas;

Ao meu namorado, Leonardo Gomes de Oliveira, pelo apoio e carinho e por vivenciar todas as dificuldades ao longo desse período;

Aos colegas do LED - Laboratório de Ensino a Distância - pela compreensão, gentileza e atenção dispensadas;

Às professoras Edis Mafra Lapolli, por despertar o interesse pela área de estudo, objeto dessa dissertação e Ana Maria B. Franzonni, pelas valiosas e inestimáveis contribuições;

Aos dirigentes, servidores, técnicos administrativos e docentes da Universidade Federal de Santa Catarina, que me acolheram e contribuíram, de forma efetiva, para que essa pesquisa se tornasse realidade;

Aos autores, que com suas reflexões e discussões, embasaram nosso conhecimento e discernimento sobre o tema;

Finalmente, agradeço a todos que acreditaram e colaboraram, direta ou indiretamente, para a concretização desse sonho, alimentado desde o início do curso do Programa de Pós-Graduação em Engenharia da Produção.

Resumo

CARVALHO, Fabrícia Gonçalves de. A Formação Empreendedora por meio da Educação a Distância: Uma Alternativa para o Profissional do Conhecimento. **2003.**
79f. Dissertação (mestrado em Engenharia de Produção) Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção, UFSC, Florianópolis.

Este trabalho tem o intuito de mostrar a necessidade da formação empreendedora para os atuais e futuros profissionais, e os aspectos fundamentais para que a mesma possa ser realizada por meio da educação à distância. Sendo que as mudanças que ocorrem no cenário econômico mundial pelas quais estamos passando, exige cada vez mais novas atitudes dos profissionais, pois a garantia do emprego cede lugar a instabilidade. Logo, vê-se a necessidade de se ter um constante aprendizado, pois hoje os trabalhadores que estão em ascensão, são os trabalhadores do conhecimento, ou seja, aqueles que tem capacidade para criar, inovar e se aperfeiçoar em tudo que faz. Assim, por meio desta pesquisa constatou-se a atual exigência do mercado, que o profissional tenha um perfil empreendedor, bem como a necessidade da formação empreendedora da escola básica ao longo da vida.

Palavras-chave: mudanças, formação empreendedora, profissionais, conhecimento.

Abstract

CARVALHO, Fabrícia Gonçalves de. A Formação Empreendedora por meio da Educação a Distância: Uma Alternativa para o Profissional do Conhecimento. **2003. 79f. Dissertação (mestrado em Engenharia de Produção) Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção, UFSC, Florianópolis.**

The present work intends to show the necessity of a entrepreneur education to today and future professionals as well as the mainly aspects in order to this education could be done by distance education. It is a fact that, the changes we are passing through and that happen in the economic world scenery are requiring always more new attitude from the professionals once the job guarantee gives place to the instability. So, one can see the necessity of a continuous learning so that the today workers that are raising up in reality are the knowledge workers and it means those that able to create, innovate and their best. So, through this research it was observed that the today market requirement is that the professional should have an entrepreneur characteristic as well as the necessity of a entrepreneur education along life.

Key words: changes, entrepreneur education, professionals, knowledge.

Lista de Figuras

| | |
|--|----|
| Figura 1- Óticas do empreendedor..... | 32 |
| Figura 2 – Gráfico tempo do curso..... | 59 |
| Figura 3 – Gráfico expectativa do curso..... | 60 |
| Figura 4 – Gráfico clareza da necessidade da formação empreendedora..... | 61 |
| Figura 5 – Gráfico a formação empreendedora deve se dar..... | 62 |
| Figura 6 – Gráfico a formação empreendedora deveria acontecer em momentos especiais ou desde a escola básica?..... | 64 |

Sumário

| | |
|---|----|
| 1. INTRODUÇÃO..... | 11 |
| 1.1 Origem do trabalho..... | 11 |
| 1.2 Objetivos..... | 13 |
| 1.2.1 Objetivo geral..... | 13 |
| 1.2.2 Objetivos específicos..... | 13 |
| 1.3 Metodologia..... | 14 |
| 1.4 Estrutura do trabalho..... | 14 |
| 2. SOCIEDADE PÓS-MODERNA..... | 16 |
| 2.1 O trabalho e o trabalhador na era do conhecimento..... | 19 |
| 2.2 A exigência da aprendizagem permanente..... | 22 |
| 3. EMPREENDEDORISMO E FORMAÇÃO EMPREENDEDORA..... | 26 |
| 3.1 Origem do termo: empreendedor..... | 26 |
| 3.2 A importância do profissional empreendedor..... | 28 |
| 3.3 Quem é o profissional do empreendedorismo?..... | 30 |
| 3.3.1 Características do empreendedor..... | 33 |
| 3.3.2 Mitos sobre os empreendedores..... | 37 |
| 3.4 Perfil do intraempreendedor..... | 40 |
| 3.4.1 Principais diferenças entre o empreendedor e o intraempreendedor..... | 44 |
| 3.5 Necessidade para formação do empreendedor..... | 45 |
| 3.5.1 Desde jovem, preparando-se para empreender..... | 48 |
| 3.5.2 Iniciativas de formação em empreendedorismo no Brasil..... | 49 |

| | |
|---|----|
| 3.6 A formação empreendedora..... | 53 |
| 04. PESQUISA MPÍRICA..... | 55 |
| 4.1 O universo da pesquisa..... | 55 |
| 4.1.1 Resultado da pesquisa..... | 56 |
| 5. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES PARA FUTUROS TRABALHOS..... | 65 |
| 5.1 Conclusões..... | 65 |
| 5.2 Recomendações para futuros trabalhos..... | 67 |
| REFERÊNCIAS..... | 68 |
| ANEXOS..... | 70 |

1 INTRODUÇÃO

1.1 Origem do trabalho

O ritmo acelerado das constantes mudanças, pelas quais estamos passando, afetam diversos países e implicam uma transformação geral da sociedade. A cada dia, é exigido níveis mais altos de informações, pois quanto mais rápido as mudanças ocorrem, mais informações precisamos para lidar com elas. Esta mudança é caracterizada por Toffler (1983) de Terceira Onda, é chamada por Drucker (1995) de Era do Conhecimento, e ainda denominada por Stewart (1998) de Era da Informação.

Nesta Era, a informação e o conhecimento, tornam-se os produtos principais da economia, pois assumem um papel dominante nas organizações, tornando-se a matéria-prima principal. Assim, a sociedade pós-capitalista, suscetível à constantes mudanças e inovações, precisa de um conhecimento dinâmico.

Diante deste contexto, podemos comparar o profissional da Primeira Onda¹ com o profissional da Terceira Onda². Na Primeira Onda, a maioria era camponeses e não tinha direito ao estudo e nem tampouco a tomada de decisões, eles só produziam o que era determinado. Hoje, na Terceira Onda, os profissionais precisam a cada dia aprender a conviver com as constantes mudanças, sendo sua grande preocupação, a inovação.

¹ A Primeira Onda de mudança caracterizou-se por uma revolução agrícola na sociedade humana ocorrida há 10 mil anos atrás. Nômades, caçadores, pastores transformaram-se em agricultores, surgindo as aldeias e nascendo o que chamamos de civilização (TOFFLER, 1983).

² A Terceira Onda de mudança surge com o final da industrialização da Segunda Onda, onde a produção era em massa. Já a Terceira Onda é caracterizada pela desmassificação da produção, onde surge uma nova civilização diferenciada e especializada (TOFFLER, 1983).

Em função das mudanças ocorridas no mercado de trabalho e da necessidade de a cada dia, estarmos criando novas oportunidades, observamos um número crescente de empreendedores. Sendo esta necessidade cada vez maior pois:

As empresas aprenderam a produzir muitos bens e serviços empregando cada vez menos trabalho humano (DE MASI *apud* TOMAZ 2001).

O discurso é que os funcionários são o patrimônio mais valioso da empresa; o que eles percebem é que são o patrimônio mais descartável (HAMMEL E PRAHALAD *apud* TOMAZ, 2001).

O espírito empreendedor não está ligado só à criação de novos negócios. Está ligado à liberdade de criação, de inovação; enfim de estar em constante desenvolvimento de idéias (Drucker, 1995).

O conhecimento e a informação são os grandes atributos que os indivíduos podem ter hoje, pois eles precisam identificar as necessidades, as tendências, para a partir daí agregar valor à sua vida profissional.

Na economia do conhecimento, os indivíduos precisam assumir a responsabilidade pelo desempenho e pelos resultados, passando esta, a ser uma exigência no trabalho. O profissional por se encontrar em um ambiente repleto de desafios e incertezas, faz-se necessário para o seu desenvolvimento, sua constante formação.

Daí surge a pergunta: **Como mudar o perfil do profissional**, que por tanto tempo foi preparado para cumprir normas, e hoje precisa ser um permanente inovador e como contribuir para que os futuros profissionais desenvolvam habilidades empreendedoras?

Na busca de caminhos para esta questão, esta dissertação justifica-se, pois ao identificar a necessidade da formação empreendedora dos profissionais e dos futuros profissionais, os mesmos passarão a compreender uma realidade competitiva que demanda uma capacidade de aprender a aprender, aprender a

fazer, aprender a conviver, aprender a ser, para estar sempre agregando valores a sua vida profissional.

Dessa forma esta pesquisa torna-se importante uma vez que os dados pré-existentes revelam a importância de realizar estudos sobre o tema, para que consigamos ultrapassar a transmissão do conhecimento pela Universidade, identificando as oportunidades que existem nos dias atuais. Identifica-se esses argumentos a partir de dissertações e teses defendidas como FERREIRA (2003), MAYER (2001), PEREIRA (2001) no PPGEP (Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção) da UFSC (Universidade Federal de Santa Catarina).

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo geral

Identificar a necessidade da formação no desenvolvimento de habilidades empreendedoras e apontar aspectos fundamentais para que ela possa ser realizada por meio da educação a distância.

1.2.2 Objetivos específicos

- identificar o desenvolvimento e as habilidades do profissional na atualidade;
- pesquisar os aspectos positivos e negativos que determinaram a formação empreendedora no curso Projeto Engenheiro Empreendedor;
- avaliar a necessidade da modalidade de ensino a distância na formação empreendedora;
- observar as expectativas, bem como as visões dos alunos frente ao curso Projeto Engenheiro Empreendedor realizado à distância;

- analisar a necessidade de se ter uma constante formação para o desenvolvimento dos profissionais da atualidade.

1.3 Metodologia

O que deu alicerce e origem a este trabalho foi uma pesquisa qualitativa realizada no curso de Formação Empreendedora no Projeto Engenheiro Empreendedor, desenvolvido pelo Centro Tecnológico - CTC em parceria com o Laboratório de Ensino a Distância – LED, junto aos alunos de graduação de Engenharia da Universidade Federal de Santa Catarina, tendo como objetivo delinear um panorama desses alunos frente a esta necessidade.

Para isso estudou-se o caso do Projeto Engenheiro Empreendedor por meio de um questionário on-line, com questões fechadas e abertas.

Optou-se pela pesquisa qualitativa, por que ela faz uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, sendo isto um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido simplesmente em números. Portanto, a interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados são básicas no processo, não requerendo o uso de métodos e técnicas estatísticas. O ambiente é a fonte direta para coleta de dados e o pesquisador é o instrumento-chave. É também descritiva, pois os pesquisadores tendem a analisar seus dados indutivamente, sendo o processo e seu significado os focos principais de abordagem (SILVA, 2001).

1.4 Estrutura do trabalho

Este trabalho está estruturado em cinco capítulos, descritos a seguir:

O capítulo 1 trata de sua Introdução, é apresentado a origem do trabalho, os objetivos, sua importância e justificativa, bem como sua estrutura.

No capítulo 2 apresenta-se a Fundamentação Teórica sobre a Sociedade Pós-Moderna, que apresenta as Três Ondas de Mudança que existiram nas sociedades, como suas dificuldades de trabalho, a evolução do trabalhador e a exigência da aprendizagem permanente, junto a essa transformação.

O capítulo 3 apresenta os temas Empreendedorismo e a Formação Empreendedora, que versa sobre a origem do termo empreender, as teorias atuais do empreendedorismo, a importância do profissional empreendedor, quem é o profissional do empreendedorismo com suas características e seus mitos, o perfil do intraempreendedor com seus mandamentos e as principais diferenças entre os empreendedores, a necessidade para a formação do empreendedor e por fim, a formação empreendedora.

No capítulo 4 são apresentados e analisados os dados alcançados na pesquisa empírica.

O capítulo 5 trata das conclusões, sugestões e recomendações para trabalhos futuros.

Por fim, a bibliografia utilizada e/ou referenciada deste trabalho é listada.

2 SOCIEDADE PÓS-MODERNA

Este capítulo trata da evolução da sociedade, passando por todas as grandes Ondas de mudança, e chegando ao que se chama hoje de Era da Informação e do conhecimento, buscando analisar o perfil dos profissionais na sociedade pós moderna.

Há mais ou menos 10 mil anos atrás, passamos por uma revolução, chamada Revolução Agrícola, que foi denominada por Toffler (1983) de a Primeira Onda de mudança na sociedade humana. Ela surgiu com nômades, caçadores, pastores, mudando de profissão, ou seja transformando-se em agricultores. A partir daí surgiram as aldeias e nasceu o que chamamos de civilização.

Com o declínio do feudalismo, a produção agrária, baseada no domínio feudal é substituída por produção para mercados nacional e internacional, assim como a força de trabalho humano tornava-se uma mercadoria (GIDDENS, 1991).

Assim, surge a Revolução Industrial que começou há 300 anos atrás, levando 100 anos para cruzar toda a Europa Ocidental, causando conflitos político e social, gerando assim, a Segunda Onda de mudança em todo o mundo (TOFFLER, 1983).

O ponto culminante da Revolução Industrial foi caracterizado pela mudança no modo de produção. Antes da Revolução Industrial, o estilo de vida era baseado totalmente na indústria manufatureira, ou seja, as fábricas produziam em uma corrente contínua, objetos idênticos. Depois da Revolução Industrial, o fator característico foi a conversão da experiência em conhecimento, e essa mudança gerou a necessidade pelo mesmo, tornando-se o Capitalismo inevitável e dominante. Além de tudo, a velocidade das mudanças técnicas criou uma demanda por capital muito acima do que qualquer artesão poderia dispor (DRUCKER, 1995).

Na era do industrialismo, passamos pela empresa que produzia em pequena escala, que servia a sua própria comunidade, para companhias cada vez maiores que produziam em escala nacional. Isso foi se tornando possível por causa principalmente do avanço das novas tecnologias industriais e pelos meios de comunicação de massa.

Passamos da Era Industrial, para a Era do Conhecimento e da Informação. A economia de hoje é bem diferente da de ontem. Estamos deixando para trás um mundo cuja principal fonte de riqueza era a terra, a mão-de-obra e o capital. O que negociávamos eram coisas que podíamos tocar, cheirar ou ouvir. A terra, o petróleo, minério, energia, trabalho humano eram ingredientes que geravam riquezas (STEWART, 1998).

Estamos no meio de uma nova mudança, que não podemos defini-la ao certo, porque estamos exatamente vivendo nela. Da mesma forma como aconteceu na Revolução Industrial, onde as pessoas nascidas naquela época, poderiam ter tomado conhecimento das mudanças que estavam ocorrendo, mas se sentiam perdidas com a sua complexidade (GIDDENS, 1991).

Na nova Era, o conhecimento e a informação tornaram-se os produtos principais da economia. Hoje, os ativos de riqueza não são as terras e nem o trabalho físico, e sim os ativos do conhecimento (GIDDENS, 1991).

Na sociedade agrícola, de Primeira Onda, os barões juntamente com os seus parentes e alguns sacerdotes, constituíam-se o grupo que tomava todas as decisões sociais, econômicas e políticas por toda a comunidade, e não eram necessárias grandes decisões pois, a maioria era camponeses que não tinham direito ao estudo e tampouco à tomada de decisões (TOFFLER, 1983).

Já na era industrial, Segunda Onda, surgem atividades bem diferentes que precisam ser coordenadas, sendo necessária a integração e o envolvimento das pessoas. Com isso, surgem as elites e sub-elites na classe média, constituindo a revolução democrática³ na revolução industrial (TOFFLER, 1983).

Hoje o que estamos passando, é uma crise de reestrutura⁴, chamada de Terceira Onda, que não é nem capitalista e nem comunista. Esta onda traz a produção desmassificada – a produção curta, individualizada. Mesmo os casos em que são produzidos milhões de componentes idênticos, são configurados em produtos finais cada vez mais especializados. Nas organizações a palavra de ordem é personalizar, exatamente o oposto da Segunda Onda (TOFFLER, 1983).

Vemos uma explosão de indústrias eletrônicas, computadores, informações, genética, aeroespacial, fontes alternativas, reciclagem ambiental, revolução biológica, bairrismo mais globalismo, busca de identidade individual, ou seja, é o impacto combinado de todas essas forças que despedaça o sistema industrial. E acima de tudo é a aceleração da mudança que marca esse momento da nossa história (DRUCKER, 1995).

Se estamos ultrapassando o estágio de produção, distribuição e comunicação de massa; se a divisão do trabalho se torna mais refinada; se aumentam as estruturas organizacionais; se nos movemos para unidades menores, mais numerosas, mais descentralizadas; se nossos produtos se multiplicam, valores mudam, então é necessário muito mais informações para que o sistema se mantenha em pleno equilíbrio.

³ A revolução democrática, foi a essência da Revolução Industrial, pois se caracterizava pelo envolvimento de mais pessoas no processo decisório. As elites do passado não podiam mais tomar todas as decisões necessárias para administrar a sociedade, por isso foram recrutadas mais pessoas, e em vez de uma elite fechada, hereditária surgiu um sistema maior e mais aberto (DRUCKER, 1995).

⁴ A crise de reestrutura que nos referimos é que não é uma crise de redistribuição, de super, de subprodução ou de baixa produtividade. São mudanças globais que afetam numerosos países e implica numa transformação geral da sociedade (TOFFLER, 1983).

A heterogeneidade da sociedade da Terceira Onda exige níveis mais altos de troca de informações, bem como a velocidade de mudança. Quanto mais rápido as coisas mudam, mais informações precisamos para lidar com elas. Segundo Toffler (1983), quanto mais diversidade e mudança, mais informações, e isto é igual à mais tecnologia para processar informações. Essa é a dinâmica que faz com que aconteça a revolução das informações.

Dessa forma, o conhecimento, como temos visto, assume um papel dominante nas empresas, na economia e no trabalho; impulsionando a sociedade pós-capitalista. Ela precisa ser organizada e preparada para mudanças constantes e inovações, qualquer pessoa que possui algum conhecimento terá que adquirir sempre outros novos conhecimentos, porque senão se tornará obsoleta (DRUCKER, 1995).

2.1 O trabalho e o trabalhador na era do conhecimento

Antigamente a família na sociedade da Primeira Onda era bastante numerosa, com várias gerações trabalhando em conjunto e vivendo sob o mesmo teto. O lar era o centro da vida e do trabalho, assim como a escola e o hospital.

Com a revolução industrial isso tudo mudou. O trabalho foi deslocado do mercado para a fábrica, e o escritório tornou-se o domínio do homem. A escola passou a educar, e os médicos passaram a cuidar dos doentes (TOFFLER, 1983).

Com todas essas mudanças podemos perceber que a vida profissional dos indivíduos também muda, surgem vários setores de empregos e serviços na economia, bem como a eliminação de níveis. As pessoas aprendem que há novos meios de sobrevivência.

Na era industrial, nossa grande preocupação era como produzir coisas, agora é como dirigir coisas (DRUCKER, 1997).

A ascensão do trabalhador do conhecimento altera fundamentalmente a natureza do trabalho e a da gerência. Os gerentes trabalham como guardiões, eles protegem e cuidam dos ativos das empresas.

O aumento da produtividade dos trabalhadores do conhecimento exige mudanças na estrutura das organizações, e poderá até exigir outras organizações, ou seja, totalmente novas.

Haverá uma reformulação na organização da equipe de trabalho, para que o mesmo possa fluir, e isso irá provocar uma eliminação da maioria das camadas gerenciais. As organizações terão poucas posições de comando, e as lideranças mudarão de acordo com as circunstâncias, independentemente do posto que cada membro ocupa (STEWART, 1998).

O que os trabalhadores do conhecimento precisam é de talento para um raciocínio rápido, e articular idéias ao mesmo tempo. Segundo Drucker (1995), conhecimento é informação eficaz na ação, focalizada em resultados, sendo esses resultados vistos fora da pessoa, ou seja na sociedade e na economia, ou no avanço do próprio conhecimento.

As mudanças de hoje, baseadas no conhecimento, implicam que toda organização precisa colocar na sua estrutura a gerência de mudança. Precisa ter capacidade para criar o algo novo, e se aperfeiçoar permanentemente em tudo o que faz; terá que aprender a explorar, isto é, desenvolver novas aplicações a partir de seus próprios sucessos e por último, terá que aprender como inovar, sendo este um processo sistemático (DRUCKER, 1995).

Para compreendermos melhor o futuro do trabalho, precisamos reconhecer que a tarefa repetitiva e rotineira não é mais eficiente, já está superada. Por isso que os empregos que têm uma tarefa rotineira estão em decadência. Com o trabalho repetitivo das indústrias tradicionais do capitalismo, o trabalho fragmentado dava lucro à empresa; e atualmente os computadores, realizam mais rápido e melhor esse tipo de serviço, por isso que há incentivo para mudar esse sistema.

Estamos observando, com freqüência, dispensas de trabalhadores, cortes de salário e pressões cada vez mais fortes e mais intensa sobre o trabalhador. Na verdade, o que está acontecendo é uma explosão crescente de trabalhos do conhecimento, sendo a informação e o conhecimento, tanto a matéria-prima como o produto do trabalho dos profissionais.

O profissional da sociedade pós-capitalista precisa ter um perfil totalmente diferente do modelo Fordista⁵.

Hoje os que não são trabalhadores do conhecimento, não são tão bem remunerados como costumavam ser, deixando de fora as pessoas que embora lidem com a informação, executam trabalhos de rotina e automáticos (STEWART, 1998).

Na indústria pós-capitalista, só se fala na participação dos empregados no processo decisório, nos termos de satisfação, benefícios adicionais, e principalmente em estímulo à criatividade.

O trabalhador do pós-capitalismo é mais independente, mais qualificado e tem conhecimentos mais especializados. Já os artesãos de antes, possuíam um estojo de ferramentas portáteis, o que equivale a um estojo de ferramentas mentais dos trabalhadores do conhecimento; e é isso o que difere dos trabalhadores de

⁵ O Fordismo, é a caracterização do trabalho repetitivo, árduo, duro, sem nenhum relacionamento com o todo, sem liberdade, sem ação e sem criatividade (GIDDENS, 1991).

antigamente. Logo, podemos chamar os trabalhadores atuais de “trabalhadores mentais”, pois eles são os donos dos “meios de produção”. O que acontece de fato é que nas indústrias capitalistas o trabalho era brutal, mas era bastante rentável. Quanto mais se explorava as pessoas, mais se lucrava.

Hoje em dia, nas grandes empresas pós-capitalistas, isso não acontece, ou seja, a brutalidade no trabalho não rende mais, e é contraproducente. Elas não aumentam os lucros explorando seus empregados. “Não são bem-sucedidas porque trabalham mais, mas porque trabalham melhor.” (TOFFLER, 1983, p.45).

Segundo Toffler (1983), há uma segmentação de mercado cada vez maior, vendas por mala direta, lojas de especialidades e mesmo sistemas de entrega individualizados, baseados em computadores domésticos.

A economia pós-capitalista, mesmo que tenha bastante informação, também exige outros tipos de talentos, haverá incentivos a outras qualificações. Precisaremos de treinadores e retreinadores, pessoas que tenham empatia, dons estéticos, gerentes, organizadores sensíveis.

As mudanças na tecnologia de produção; as inovações, como o computador, as novas formas de organização de negócios favoreceram os trabalhadores mais habilidosos e reduzem a mão-de-obra não-qualificada (STEWART, 1998).

Segundo Stewart (1998), o conforto de uma carreira longa se foi. A empresa que nasceu no início do século XX e dominou a vida econômica até agora, perdeu seu domínio.

2.2 A exigência da aprendizagem permanente

A economia digital baseia-se no trabalho do conhecimento e na sua inovação, por isso há uma convergência entre trabalho e aprendizado [...]. E é preciso aprender a todo momento para realizar com eficácia um trabalho do conhecimento (TAPSCOTT, 1997).

Vemos que o que torna o mercado superior é o fato dele organizar a atividade econômica ao redor da informação, e para isso precisamos colocar o conhecimento no centro do processo da produção de riqueza. Só essa teoria, poderá explicar a economia atual, só ela poderá explicar o crescimento econômico, bem como a inovação (DRUCKER, 1995).

Sendo realistas, vemos que as organizações de antigamente não gerenciavam bem o conhecimento, pois não foram projetadas para tal função; e com isso fica muito difícil a relocação dos trabalhadores do capitalismo.

Na economia de antes, as profissões eram relativamente estáveis, pois o componente de aprendizado do seu trabalho era pequeno. Hoje, o componente de aprendizado do trabalho é uma exigência.

Com a economia do conhecimento o aprendizado é parte da atividade econômica e da vida cotidiana, tanto a empresa quanto os indivíduos descobriram que precisam assumir a responsabilidade de aprender simplesmente para serem eficazes (TAPSCOTT, 1997).

Na sociedade do conhecimento, a escola passa a ser também a instituição dos adultos, e dos adultos instruídos, pois ela passa a ser responsável pelo desempenho e pelos resultados.

Vivemos em um mundo rico em informações e nem todo aprendizado ocorre dentro das quatro paredes de uma sala de aula.[...] O mundo é uma sala de aula e está a cargo de os educadores tornarem esse aprendizado possível (SMITH *apud* TAPSCOTT, 1997,P.86).

Segundo Drucker (1997), a escola de hoje precisa ter as seguintes especificações:

- Deve prover uma educação universal de ordem superior, bem além da que temos hoje;
- Ela precisa dos estudantes de todos os níveis e de todas as idades, e precisa também motivá-los para aprender e para o aprendizado permanente;

- Deve ter um sistema aberto, acessível a todos os níveis, desde aquelas já educadas até aquelas que nunca freqüentaram a escola;
- Precisa comunicar o conhecimento como substância e como processo;
- Finalmente, o ensino não pode mais ser monopólio das escolas, e sim permear toda a sociedade. As organizações de todos os tipos, como empresas, governos, sindicatos, e também precisam se transformar em instituições de aprendizado e ensino, e devem cada vez mais trabalhar em parceria com os empregadores e suas organizações.

Hoje, para as empresas terem êxito, elas precisam se reestruturar, redistribuir a mão-de-obra, por meio de formação, ou seja, elas de fato precisam freqüentar as escolas. A educação será a maior indústria do pós-capitalismo.

A educação, em si, pode ser um grande empregador pois ela ajudará pessoas a mudar para estilos novos de vida, e esse período de transição será altamente necessário se não quisermos romper a sociedade.

Se aplicarmos essa política poderemos começar a vislumbrar novas perspectivas para o trabalho e para o profissional do conhecimento.

Portanto, não podemos nos guiar nos mares de hoje, pois a segurança no emprego chegou ao fim, e talvez seja para sempre. O profissional deve monitorar sua contribuição e não sua posição, pois as carreiras serão definidas cada vez menos pelas empresas e sim pelos mercados.

Em vez de empregos, temos projetos, isso quer dizer que temos tarefa com começo, meio e fim, e são elas que redefinem as carreiras gerenciais. Logo, quanto maior o risco, maior a recompensa.

Portanto, vemos que o profissional do conhecimento deve ter um perfil empreendedor para entrar no mercado de trabalho altamente competitivo como o

que estamos vivendo. Dessa forma, estaremos discutindo no próximo capítulo a formação empreendedora e o empreendedorismo.

3 EMPREENDEDORISMO E FORMAÇÃO EMPREENDEDORA

Este capítulo discute a origem do termo empreendedor, das suas teorias atuais, da importância do profissional empreendedor, quem é o profissional do empreendedorismo com suas características e mitos, o perfil do intraempreendedor e suas diferenças entre o empreendedor, a formação empreendedora e suas necessidades.

3.1 Origem do termo: empreendedor

O termo “empreendedor” surgiu na economia francesa por volta dos séculos XVII e XVIII, para caracterizar a pessoa que criava e conduzia empreendimentos. Nessa mesma época, Cantillon lhe deu o significado atual, pessoas que compravam matérias-primas (geralmente produto agrícola) e as vendiam a terceiros identificando assim, uma oportunidade de negócios. Em francês, significa aquele que se compromete com um trabalho ou uma atividade específica e significativa. Mais especificamente, veio para ser usado para identificar indivíduos ousados que estimulavam o progresso econômico buscando novas e melhores formas de fazer as coisas (FILION, 1999).

A primeira referência, que obrigatoriamente, há de ser feita ao empreendedorismo, remonta ao industrial e economista francês Jean Baptiste Say (1767-1832), autor da célebre Lei dos Mercados ou Lei de Say – segundo a qual a produção criaria a sua própria demanda, impossibilitando uma crise geral da superprodução. Na virada do século XIX, ele escreve que o empreendedor move recursos econômicos de uma área de baixa para uma área de maior produtividade e grande retorno (FILION, 1999).

Professor do Collège de France, Say elaborou uma teoria das funções do empresário cunhando o termo *entrepreneur*⁶, e considerando o desenvolvimento econômico como crescimento da economia.

Filion (1999) considera Jean-Baptiste Say o pai do empreendedorismo, mas foi Schumpeter (1984) quem projetou o tema, associando o empreendedor à inovação e ao desenvolvimento econômico.

Mais tarde, Joseph Schumpeter (1883-1950), ministro das Finanças em seu país, radicado nos EUA desde 1932, onde lecionou na Universidade de Havard, após a 1ª Guerra Mundial elaborou uma importante contribuição, que hoje é incorporada à corrente de pensamento do empreendedor estabelecendo os conceitos de destruição criadora e empresário empreendedor.

Ele descreveu os empreendedores como os inovadores que dirigem o processo “criativo-destrutivo” do capitalismo. Em suas palavras, “a função do empreendedor é reformar ou revolucionar o modelo de produção” (p.79). Eles podem fazer isso de diversas maneiras:

[...]explorando uma invenção ou, mais genericamente, uma possibilidade tecnológica ainda não testada para produzir novas mercadorias, ou uma antiga já existente de uma nova maneira; criando uma nova fonte de suprimento de materiais ou uma nova forma de escoamento de produtos; reorganizando uma indústria e assim por diante (Joseph Schumpeter *apud* FILION 1999, p.80).

Os empreendedores de Schumpeter são os agentes de mudança na economia. Servindo novos mercados ou criando novos meios para fazer as coisas, eles movem a economia para frente.

Drucker (1987) retrata de forma precisa o conceito de empreendedor elaborado por Say, ao atribuir-lhe o papel de transferir recursos econômicos de um setor de

⁶ *Entrepreneur*, expressão vinda do francês, que é traduzido como “empreendedor”.

produtividade mais baixo para um setor de produtividade mais elevado, possibilitando desse modo, uma maior eficiência e eficácia à economia.

3.2 A importância do profissional empreendedor

Nossa sociedade está no meio de uma “luta”, na qual há uma ansiedade pela satisfação pessoal, pela independência e liberdade das pequenas organizações. Mas também, não se pode voltar a ser uma nação com pequenos proprietários, porque as tarefas das sociedades são demasiadamente complexas.

Até a década de 70, os economistas subestimavam os empreendedores, já que a função do *entrepreneurship*⁷ é organizar novos recursos produtivos para expandir a oferta, e até aquele momento a escola de economia se interessava principalmente em analisar a demanda dos consumidores. Nos anos 70, a economia não conseguindo evitar a crescente inflação, muda de foco e passa a se interessar mais pela oferta de bens e serviços e menos pela demanda (PINCHOTT, 1989).

Este amplo e inesgotável processo de mudança que estamos vivenciando desde os anos 70, onde a teoria econômica explicava que o desenvolvimento das nações era resultante de três variáveis: mão-de-obra barata, matéria-prima abundante e capital disponível para investimento. Hoje existem outras duas variáveis, a tecnologia e o empreendedorismo, provavelmente mais importante que as demais.

⁷ *Entrepreneurship*, expressão vinda do inglês que foi traduzida como “empreendedorismo”. Esta é derivada do latim “*imprehendere*”, que quer dizer “empreender”, surgido na Língua Portuguesa no século XV.

Como vivemos hoje, em uma organização em que o sistema é totalmente influenciado pelo ambiente externo, sendo este ambiente composto por inúmeras variações tecnológicas, políticas, econômicas, sociais, percebe-se a complexidade em que as organizações estão inseridas. Para acompanhar esse ambiente turbulento as organizações precisam ser inovadoras, flexíveis, mutáveis e estimular o espírito empreendedor dos empregados.

Hoje o perfil que o jovem precisa ter é completamente diferente das eras passadas, pois a segurança do emprego não mais existe e o mesmo precisa se adequar ao ritmo de vida inovador dos dias atuais.

Drucker (1995) não vê os empreendedores causando mudanças, mas os vê explorando as oportunidades que as mudanças criam (tecnologia, preferência dos consumidores etc). Isso define empreendedor e empreendedorismo – o empreendedor sempre busca a mudança, e a explora como uma oportunidade. Nesse sentido uma oportunidade, significa uma oportunidade de criar valor. Os empreendedores têm a mente programada de tal forma que vêem mais as possibilidades do que os problemas criados pelas mudanças.

Para Fillion (1991), as várias características dos empreendedores são: estabelecer visão e objetivos, identificando recursos que os ajudam a realizá-los; iniciar mudanças; padrão de trabalho relacionado à imaginação e à criatividade; definir tarefas e papéis para criar a estrutura de uma organização. Logo, Fillion (1999) define o empreendedor como uma pessoa criativa, que imagina, desenvolve e realiza visões.

Segundo Timmons (1990) e Gibb (1991), a tarefa mais importante é imaginar e definir o que eles querem fazer e como irão fazê-lo. Na verdade, as organizações

criadas por empreendedores, são uma extrapolação de seus mundos subjetivos, ou seja: o negócio faz parte da sua vida.

Neste cenário a figura do empreendedor se destaca, pois se enquadra perfeitamente a esse ambiente repleto de riscos e incertezas. Logo, o empreendedor é definido como uma pessoa autoconfiante, otimista, determinada, com grande disposição para o trabalho, com elevada necessidade de realização, com capacidade para assumir riscos, não temendo mudanças e principalmente sendo inovador.

Por isto, a realidade requer um indivíduo que seja o “inovador, o grande estrategista, o criador de novos métodos para penetrar ou criar novos mercados”; que possa assumir sua personalidade criativa, sempre lidando com o desconhecido, perscrutando o futuro, transformando possibilidades em probabilidades, caos em harmonia (GERBER, 1996).

3.3 Quem é o profissional do empreendedorismo?

Segundo Dolabela (1999), o empreendedorismo ainda não é uma ciência, ou seja, não existe padrão definido que garanta que a partir de certas circunstâncias haverá um empreendedor de sucesso. É um fenômeno cultural, sendo fruto de hábitos, práticas e valores das pessoas.

Para Filion (1991), as famílias de empreendedores têm maior chance de gerar novos empreendedores, e os empreendedores de sucesso quase sempre tem um modelo, alguém a quem admiram e imitam.

Consideremos três níveis de relações para o empreendedor:

- Primário: familiares e conhecidos;
- Secundário: ligações em torno de determinada atividade – rede de ligações;

- Terciário: cursos, livros, viagens, feiras e congressos.

O nível primário é a principal fonte de formação de empreendedores, o nível secundário e terciário também pode ser importante na geração de empreendedores (DOLABELA, 1999).

O empreendedor vê nas pessoas uma de suas maiores fontes de aprendizagem, não se prendendo somente a fontes “reconhecidas”, como literatura, relatórios, cursos, dentre outros. Ele aprende em clima de emoção e assimila a experiência de terceiros.

Com todas essas mudanças que temos de enfrentar nos dias atuais, para acompanhar esse ambiente turbulento no qual estamos inseridos, as organizações precisam ser inovadoras, flexíveis, mutáveis e estimular o espírito empreendedor.

Neste ambiente o empreendedor se destaca, pois se enquadra perfeitamente nesse ambiente de riscos e incertezas, sendo ele uma pessoa autoconfiante, otimista que não teme mudanças e é principalmente inovador.

Para Peter Drucker (1995), o empreendedor sempre está buscando mudanças, reage a elas, e as explora como se fossem oportunidades.

O empreendedor normalmente atua sob duas óticas, em relação à mudança: uma quando ocorrem mudanças no ambiente e este detecta uma oportunidade, se transformando numa inovação; e a outra quando percebe uma oportunidade através da inovação, provocando assim uma mudança, conforme podemos verificar na figura 1.

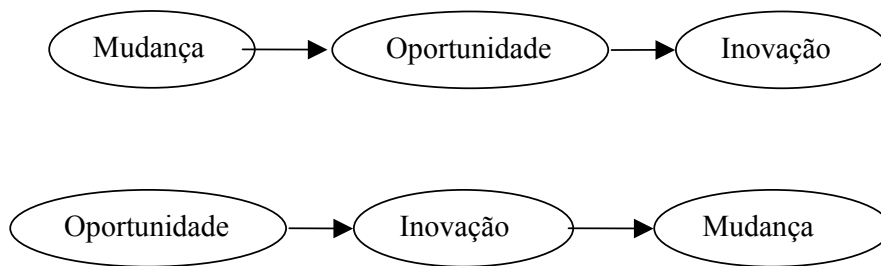


Figura 1: Óticas do empreendedor

Mas o que é ser empreendedor? É ser o gerador de empregos; é ele que por meio de seus negócios, gera riqueza e bem-estar, sendo um dos principais motores da sociedade moderna.

Segundo Cunha e Ferla (1997), o empreendedor é alguém que define metas, busca informações e é obstinado.

Para Degen (1989), “ser empreendedor significa ter, acima de tudo, a necessidade de realizar coisas novas, pôr em prática idéias próprias, características de personalidade e comportamento que nem sempre é fácil de se encontrar”.

O que se sabe hoje do perfil empreendedor, é que o empreendedor é um ser social, ou seja produto do meio em que vive. Se uma pessoa vive num ambiente em que ser empreendedor é algo positivo, então terá motivação para abrir o seu negócio (DOLABELA, 1999).

Quaisquer que sejam as fontes de informação, sempre encontraremos a figura do empreendedor relacionada a alguém inovador, inquieto, criativo, planejador e sempre de olho no futuro.

O empreendedor sabe onde, quando e como chegar na busca da sua realização pessoal, da sua família, empresa, comunidade, e uma vez definido os seus sonhos, ele os projeta num futuro de aproximadamente 15 anos (DOLABELA, 1999).

Com essa sua visão de futuro, ele elabora todo um planejamento para criar as condições necessárias à realização dos seus projetos de vida, estabelecendo metas a serem alcançadas dentro de um período determinado (DOLABELA, 1999).

O novo dia para o empreendedor, não é uma rotina torturante, e sim uma etapa a ser vencida, um degrau a subir para a realização dos seus sonhos (DOLABELA, 1999).

3.3.1 Características do empreendedor

McClelland (apud MAYER, 2001) fez um dos mais importantes trabalhos, sobre as características das pessoas bem-sucedidas. Ele diz que habilidades específicas, como: habilidade na área técnica, habilidade na área de marketing e habilidade na área de finanças são fundamentais, mas as características comportamentais fazem a diferença e, o mais importante, podem ser desenvolvidas. Com isso, ele identificou dez principais comportamentos de uma pessoa de sucesso, as chamadas pessoas empreendedoras.

- Busca de oportunidade e iniciativa: aproveita oportunidades fora do comum para começar um novo negócio, obter financiamentos, equipamentos, local de trabalho ou assistência. É curioso e está sempre atento a qualquer oportunidade, é o indivíduo que realiza as atividades antes de solicitado;
- Persistência: é o comportamento que faz o empreendedor se movimentar diante de um obstáculo significativo, buscando alternativas, agindo diante de dificuldades, insistindo ou mudando de estratégia com a finalidade de enfrentar os desafios. A persistência é a energia que faz o empreendedor trabalhar duro para atingir seus objetivos;

- Correr riscos calculados: analisa as alternativas e calcula os riscos, agindo para diminuí-los ou controlando os resultados; logo não aceita depender da sorte ou estar submetido a fatores externos que não possa controlar;
- Exigência da qualidade e eficiência: sempre em busca da maneira de realizar tarefas com maior rapidez, menor custo e maior qualidade, experimentando soluções de forma a realizar coisas que satisfaçam ou excedam os padrões de excelência;
- Comprometimento: é o sacrifício e o esforço pessoal despendido para alcançar seus objetivos e aceita as responsabilidades pelas falhas no cumprimento de uma tarefa, colabora com os seus empregados ou assume o lugar dos mesmos para completar a tarefa;
- Busca de informação: procura informações de clientes, fornecedores e concorrentes, investiga como fabricar um produto ou fornecer um serviço, busca informações para fundamentar e possibilitar a elaboração de estratégias, com boas chances de êxito;
- Estabelecimento de metas: define objetivos e metas desafiantes e com significado pessoal, cria objetivos e metas de longo prazo, claros e específicos, estabelece objetivos e metas mensuráveis de curto prazo;
- Planejamentos e monitoramento sistemáticos: sempre buscando informações e atualizando ativamente fontes de *feedback* que lhe permitam avaliar criticamente as conseqüências das próprias ações;
- Persuasão e redes de contato: usa estratégias para influenciar ou persuadir terceiros, utiliza-se de pessoas influentes como meio de alcançar seus objetivos, age para desenvolver e manter um bom relacionamento comercial;

- Independência e autoconfiança: é confiante, mesmo tendo que enfrentar uma tarefa difícil ou de enfrentar um desafio, gosta de ser um elemento de grande influência, já que busca o controle sobre os fatores que determinam os resultados de uma ação.

Podemos dizer que as diversas características, vistas anteriormente, podem ser aprimoradas ou mesmo desenvolvidas na formação de empreendedores de sucesso. O indivíduo, que tenha os pré-requisitos para desempenhar o papel de empreendedor, saberá aprender o que for necessário à sua realização.

Hoje o empreendedor é produto da “revolução do saber”, pois sua valorização é baseado no conhecimento, visto que estamos na Era da Informação.

Baseado nas pesquisas de Timmons e Hornaday (*apud* DOLABELA,1999), no livro o “Segredo de Luísa” apresenta um resumo das principais características dos empreendedores:

- O empreendedor tem um “modelo”, uma pessoa que o influencia;
- Tem iniciativa, autonomia, autoconfiança, otimismo, necessidade de realização;
- Trabalha sozinho;
- Tem perseverança e tenacidade;
- O fracasso é considerado um resultado como outro qualquer, aprendendo com os resultados negativos e com os próprios erros;
- Tem grande energia, é um trabalhador incansável. É capaz de se dedicar intensamente ao trabalho e sabe concentrar os seus esforços para alcançar resultados;

- Sabe fixar metas e alcançá-las. Luta contra padrões impostos. Diferencia-se. Tem a capacidade de ocupar um espaço não ocupado por outros no mercado, descobrir nichos;
- Tem forte intuição. Como no esporte, o que importa não é o que se sabe, mas o que se faz;
- Tem sempre alto comprometimento. Crê no que faz;
- Cria situações para obter *feedback* sobre seu comportamento e sabe utilizar tais informações para o seu aprimoramento;
- Sabe buscar, utilizar e controlar recursos;
- É um sonhador realista, embora racional, usa também a parte direita do cérebro;
- É líder, cria um sistema próprio de relações com empregados. É comparado a um “líder de banda”, que dá liberdade a todos os músicos, extraindo deles o que têm de melhor, mas conseguindo transformar o conjunto em algo harmônico, seguindo um objetivo;
- É orientado para resultados, para o futuro, para o longo prazo;
- Aceita o dinheiro como uma das medidas de seu desempenho;
- Tece “redes de relações” (contatos, amizade) moderadas, mas utilizadas intensamente como suporte para alcançar os seus objetivos. A rede de relações interna (sócios, colaboradores) é mais importante que a externa;
- O empreendedor de sucesso conhece muito bem o ramo que atua;
- Cultiva a imaginação e aprende a definir visões;
- Traduz seus pensamentos em ações;
- Define o que deve aprender para realizar as suas visões. Define o que quer, aonde quer chegar, depois busca o conhecimento que lhe permitirá atingir o

objetivo. Preocupa-se em aprender a aprender, porque sabe que no seu dia-a-dia será submetido a situações que exigem a constante apreensão de conhecimentos que não estão nos livros;

- Cria um método próprio de aprendizagem. Aprende a partir do que faz;
- Tem grande capacidade de influenciar as pessoas com as quais lida e a crença de que pode mudar algo no mundo;
- O empreendedor não é um aventureiro, assume riscos moderados. É inovador e criativo;
- Tem alta tolerância à ambigüidade e à incerteza e é hábil em definir a partir do indefinido;
- Mantém um alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios.

A partir das características vistas acima, podemos perceber que o ser é mais importante que o saber e esta será uma consequência das características pessoais que determinará a sua própria metodologia de aprendizagem.

A respeito dos empreendedores também é lançado vários estereótipos, que muitas vezes não correspondem à realidade dos mesmos. Vemos a seguir, os mitos e realidades que dizem respeito aos empreendedores, conforme Timmons (*apud* DOLABELA, 1999).

3.3.2 Mitos sobre os empreendedores

Mito 1: Empreendedores nascem feitos

Realidade: Embora empreendedores nasçam com uma certa inteligência, vontade de criar e energia, sua formação depende da acumulação de habilidades relevantes, experiência, contatos, sendo possível alguém aprender a ser empreendedor.

Mito 2: Qualquer um pode começar um negócio

Realidade: Pode, sobreviver e florescer é que são elas. Empreendedores que entendem a diferença entre uma idéia e uma oportunidade e pensam grande têm mais chances de ser bem-sucedidos.

Mito 3: Empreendedores são jogadores

Realidade: Empreendedores bem-sucedidos calculam muito bem os riscos. Eles tentam influenciar o jogo de probabilidades, freqüentemente atraindo outros para dividir os riscos com eles.

Mito 4: Empreendedores querem o espetáculo todo só para si

Realidade: Privilegiar o próprio ego coloca um teto nas possibilidades de crescimento. Os melhores empreendedores geralmente sabem construir um time, uma organização, uma companhia. Eles trabalham para aumentar o bolo, em vez de tirar a maior parte dele.

Mito 5: Empreendedores são seus próprios chefes e são completamente independentes

Realidade: Todo mundo é chefe do empreendedor: seus sócios, investidores, clientes, fornecedores, empregados, família, comunidade. Mas os empreendedores podem escolher as exigências que vão atender, e quando.

Mito 6: Empreendedores trabalham mais tempo e mais duro do que gerentes em grandes empresas

Realidade: Não há evidências nas pesquisas, alguns resultados às vezes dizem que sim, às vezes dizem que não.

Mito 7: Empreendedores sofrem um estresse tremendo e pagam alto preço

Realidade: Sem dúvida, mas não há evidências de que o empreendedor sofra mais estresse do que outros profissionais com muita responsabilidade. A maioria dos empreendedores, ao contrário, acha seu trabalho muito gratificante.

Mito 8: Começar um negócio é arriscado e freqüentemente acaba em falência

Realidade: Empreendedores que sabem identificar e agarrar oportunidades, normalmente alcançam o sucesso. Além disso, a empresa pode falir, mas o empreendedor nunca, muitas vezes a falência da empresa é o aprendizado para o empreendedor.

Mito 9: Dinheiro é o fator mais importante para começar um negócio

Realidade: Se o empreendedor tiver talento e as características necessárias, o dinheiro virá. Nem sempre o empreendedor que tem dinheiro vai ter sucesso. Dinheiro é como pincel e a tinta para um pintor – materiais que na mão certa, produzem maravilhas.

Mito 10: Empreendedores devem ser jovens e cheios de energia

Realidade: Essas qualidades podem ajudar, mas idade não é barreira. O que é importante é possuir o conhecimento relevante, experiência e contatos que facilitam reconhecer e agarrar uma oportunidade.

Mito 11: Empreendedores são motivados pela busca do todo-poderoso dólar

Realidade: Empreendedores não buscam satisfação imediata de grandes salários, buscam sim construir empresas que realizem ganhos de capital a longo prazo. Buscam realização pessoal, controle de seus próprios destinos e realização de seus sonhos.

Mito 12: Empreendedores buscam controle sobre terceiros

Realidade: O empreendedor busca responsabilidade, realização e sobretudo resultados.

Mito 13: Empreendedores são lobos solitários

Realidade: Os empreendedores mais bem-sucedidos são líderes que constroem grandes equipes e ótimos relacionamentos com pares, diretores, investidores, clientes, fornecedores e outros.

Mito 14: Se o empreendedor é talentoso, o sucesso vai acontecer em um ou dois anos

Realidade: Raramente um negócio tem solidez em menos de três ou quatro anos.

Mito 15: Se um empreendedor tem capital inicial suficiente, não pode perder a chance

Realidade: Muito dinheiro no começo pode criar euforia e a “síndrome da criança estragada”.

Com os mitos e realidades apresentados acima, vimos que existe várias caracterizações em cima do profissional do empreendedorismo, sendo necessário o real conhecimento deste indivíduo bem como os seus ideais.

3.4 Perfil do intraempreendedor

Durante vários anos o sucesso de um indivíduo em uma empresa era definido por subir na hierarquia da empresa. Logo, as empresas perceberam que os mesmos poderiam fazer contribuições importantes, inventando ou realizando avanços tecnológicos. Com isso, muitas empresas inovadoras abriram um segundo caminho de carreira, para que estes inventores pudessem conseguir prestígio e aumento de salário.

O empreendedorismo é dividido em duas áreas de atuação: aquele que conquista um pedaço das grandes empresas, através de uma oportunidade na construção de um negócio, denominado de empreendedorismo; e aquele em que é o indivíduo que ao invés de tomar iniciativa de abrir o seu próprio negócio, toma a

iniciativa de criar, inovar e buscar novas oportunidades e negócios para a empresa na qual trabalha, denominado de intraempreendedorismo, sendo este, o empreendedor dentro da própria empresa (FERREIRA, 2003).

O empreendedor tem habilidade em edificar negócios inovadores, porque geralmente introduz algo novo no mercado, tendendo a um rápido crescimento. É aí que se encontra os grandes problemas das novas empresas, pois seus criadores estão mais preocupados com a entrada do produto no mercado, do que com a organização como um todo (FERREIRA, 2003).

Portanto, o problema do empreendedor, consiste na dificuldade em acompanhar o sucesso do produto ou serviço, juntamente com o crescimento da empresa, talvez por isso que 60% dos novos negócios não passem de 6 anos de existência.

A partir deste problema surge o intraempreendedor, que tem a habilidade de manter a inovação sistemática do negócio, mantendo-o competitivo no mercado.

O intraempreendedorismo é um método que tem como objetivo criar empreendedores dentro da empresa, estimulando as pessoas a concretizarem suas idéias, por meio do patrocínio e liberdade de ação para agir. Esse método é eficiente, porque libera o gênio criativo dos empregados, sendo estas as pessoas que melhor conhecem a organização (FERREIRA, 2003).

Para estimular o espírito empreendedor é necessário que se promova o envolvimento de todo o pessoal. Para isto, são apontados três caminhos: a participação na gestão, a participação no capital da empresa e a participação nos lucros (FERREIRA, 2003).

O empreendedorismo também é utilizado em empresas altamente burocráticas e estagnadas. Nesse caso, o intraempreendedor busca resgatar o foco no cliente e no produto, permitindo a redefinição da missão; o resgate da comunicação e a

proximidade das pessoas aos focos, reorganizando a empresa através dos processos.

Para Pinchott (1989) o termo intraempreendedor foi designado de “empreendedor interno”; que são aqueles que, a partir de uma idéia, e recebendo a liberdade, incentivo e recursos da empresa onde trabalham, dedicam-se exaustivamente em transformá-la em um produto de sucesso, não sendo necessário deixar a empresa onde trabalha, para vivenciar as emoções, riscos e gratificações de uma idéia, como faria o empreendedor.

O intraempreendedorismo é uma maneira saudável para reagir aos desafios empresariais. Novos concorrentes, no país e no exterior, estão rapidamente demonstrando que grandes empresas devem se renovar, para não morrer. Porém quando a inovação se tornou uma arma competitiva essencial esse novo profissional começou a surgir, com isso percebe-se que se deve, portanto, apoiar pessoas com idéias inovadoras, porque são elas os agentes de mudança e esperança para o futuro (PINCHOTT III, 1989).

O intraempreendedor, na maioria das vezes, necessita dos recursos das grandes empresas, para testar suas idéias. Mas ao mesmo tempo gosta de ser seu próprio patrão, porque as empresas não costumam dar muito espaço para suas idéias. Por isso, a solução para este problema, pode estar no surgimento dessa nova classe empreendedora, os intraempreendedores.

Os empreendedores trabalhando para alguém são chamados de intraempreendedores, ou seja, as empresas conseguem segurar seus melhores inovadores, dando-lhes a oportunidade de fazer com que suas idéias se realizem sem que precisem sair da empresa. Os intraempreendedores são os integradores

que combinam os talentos dos técnicos e dos elementos de marketing, estabelecendo novos produtos, processos e serviços (PINCHOTT III, 1989).

Os intraempreendedores são todos os “sonhadores que realizam”, aqueles que assumem a responsabilidade pela criação de inovações de qualquer espécie dentro de uma organização. O intraempreendedor pode ser o criador ou o inventor, mas é sempre o sonhador que concebe como transformar uma idéia em uma realidade lucrativa (PINCHOTT III, 1989).

Esta capacidade de visualizar os passos desde a idéia até a sua realização, é um dos talentos básicos e possíveis de serem apreendidos do intraempreendedorismo. Pode-se praticá-los tomando algumas idéias e soltando a visão de como cada uma delas poderia ser transformada em realidade e por esta razão, deve-se seguir os mandamentos abaixo:

Mandamentos do intraempreendedor:

- Vá para o trabalho a cada dia disposto a ser demitido;
- Evite quaisquer ordens que visem interromper seu sonho;
- Execute qualquer tarefa necessária a fazer seu projeto funcionar, a despeito de sua descrição de cargo;
- Encontre pessoas para ajudá-lo;
- Siga sua intuição a respeito das pessoas que escolher e trabalhe somente com as melhores;
- Trabalhe de forma clandestina o máximo que puder – a publicidade aciona o mecanismo de imunidade da corporação;
- Nunca aposte em uma corrida, a menos que esteja correndo nela;
- Lembre-se que é mais fácil pedir perdão do que pedir permissão;
- Seja leal às suas metas, mas realista quanto às maneiras de atingi-las; e

- Honre seus patrocinadores⁸

O intraempreendedorismo é o que você pode fazer como pioneiro em nossos dias...Você deve deixar os outros levarem os créditos e se concentrar apenas em fazer a idéia acontecer. E quando ela acontece e o produto está no mercado, é o mais próximo de viver para sempre que você pode chegar (PINCHOTT III, 1989, p.123).

3.4.1 Principais diferenças entre o empreendedor e o intraempreendedor

As metas que os intraempreendedores estabelecem para si mesmo incluem visões de cinco e até dez anos, daquilo que o negócio se tornará, mas muitos empreendedores lamentam a falta de pensamento a longo prazo na administração de seus negócios. O impulso para realizar sua visão explica sua dedicação e disposição para realizar qualquer tarefa, não importando quão trivial ela seja ao sucesso do intraempreendimento. Veja a seguir os contrastes das características do empreendedor e do intraempreendedor.

⁸ Patrocinadores são os protetores das novas idéias. Eles asseguram que o intraempreendimento receba recursos e moderam os ressentimentos dos que se sentem ameaçados, removendo as barreiras organizacionais.

| Aspectos | Empreendedores | Intraempreendedores |
|----------------------------|--|---|
| Motivos Principais | Quer liberdade. Autoconfiante, automotivado, segue as metas. | Quer liberdade e acesso a recursos da empresa, reagindo as suas recompensas e ao seu reconhecimento. |
| Orientação quanto ao tempo | Age no momento para passar à próxima etapa. Sua meta final é de 5-10 anos de crescimentos como guias. | Urgência para atender ao cronograma da empresa. Sua meta final é de 3-15 anos dependendo do tipo de empreendimento. |
| Ação | Põe a mão na massa. As vezes aborrece seus empregados fazendo, de repente, o trabalho deles. | Põe a mão na massa. Pode saber como delegar, mas quando necessário faz o que deve ser feito. |
| Habilidades | Conhece muito bem o negócio, não tendo tanta habilidade gerencial ou política | Conhece muito bem o negócio, mas a situação exige maior capacidade para prosperar dentro da empresa. |
| Coragem e destino | Autoconfiante, otimista, corajoso. | Autoconfiante e corajoso, mas muitos são cínicos a respeito do sistema, mas são otimistas quanto à sua capacidade de supera-lo. |
| Risco | Gosta de riscos moderados. Investe pesado, mas espera ter sucesso. | Gosta de riscos moderados. Em geral não teme ser demitido, portanto, vê pouco risco pessoal. |
| Pesquisa de mercado | Cria necessidades. Cria produtos que, não podem ser testados com pesquisa de mercado. Fala com clientes e forma opiniões próprias. | Faz sua própria pesquisa e avaliação intuitiva do mercado, como o empreendedor. |

3.5 Necessidade para formação do empreendedor

Pelo movimento da história e sua repercussão perante a vida dos indivíduos, principalmente nos momentos de grandes transições, observa-se algumas oportunidades que o próprio avanço da história parece propor. Essa mudança não é

agradável ou desagradável em si, ela é movida por necessidades e expectativas dos indivíduos.

Vemos que desde a existência do mundo, empreendedores sempre existiram. Para De Masi (*apud* PEREIRA, 2001) temos a antiga história de Michelangelo, que aos 72 anos convenceu o papa a financiar o seu projeto (a cúpula de São Pedro), conseguindo escultores e carpinteiros para a sua realização, e durante 20 anos gerenciou 3500 pessoas para a construção da sua obra. Logo podemos perceber que as iniciativas desafiadoras produziram grandes resultados nas histórias das sociedades.

Nos dias atuais podemos perceber que o perfil empreendedor é bem diferente, não podendo ser modelo para o modo de vida atual, porque as necessidades são outras. O jovem de hoje precisa ter habilidade para lidar com pessoas, disposição para enfrentar riscos, criatividade, curiosidade, ser seguro de si, aprender a trabalhar em equipe, saber trabalhar com pontos de vista diferentes, ter energia, ser flexível, comunicativo, ter visão a longo prazo, saber lidar com pressão.

Nesse cenário, a figura do empreendedor se destaca, pois se enquadra a esse ambiente de incertezas e riscos apontando para o desenvolvimento de habilidades, sendo a formação do empreendedor uma necessidade atual.

Com isso surge a pergunta: é possível ensinar uma pessoa a se tornar empreendedora?

Essa é uma das polêmicas discutidas no ensino de empreendedorismo, se o mesmo pode ser ensinado ou não. Para vários pesquisadores o empreendedorismo, pode sim ser aprendido.

Para Drucker (*apud* MAYER, 2001), ele acredita que a prática de inovar pode ser aprendida, de forma a se ver mudança como norma, reagindo e explorando como uma oportunidade.

Para Filion (1999), os empreendedores são pessoas que precisam continuar a aprender, não somente sobre o que está acontecendo no seu ambiente, mas também sobre o que fazem para ajustar-se à situação. Enquanto estiverem aprendendo, estarão cumprindo o seu papel e agindo de forma empreendedora. O foco principal do seu processo de aprendizagem é a capacidade de detectar oportunidades, por isso vivem num processo de evolução constante.

O conhecimento tornou-se um fator predominante para o sucesso, possibilitando a transformação de idéias em algo prático, por meio de dados e informações que na maior parte dos casos estão disponíveis para todos, mas que somente pessoas bem informadas podem transformá-la em oportunidade (DORNELAS, 2001).

Essa disposição para empreender pode ser substancialmente alterada pelo meio ambiente, pois embora essencial, não é suficiente para a formação do espírito empreendedor, como é encarado hoje: uma forma de ver o mundo, aliada a um conjunto de técnicas e conhecimentos, que permite enxergar oportunidades e atuar de forma a obter resultados.

Portanto, Dornelas (2001) afirma que: o empreendedor é sedento pelo saber, pois quanto maior o domínio sobre determinado assunto, maior a possibilidade de êxito.

Voltamos à pergunta formulada pelo consultor Fernando Dolabela: “É possível ensinar a alguém a ser empregado?”

Dolabela (1999, p.67) explica os descaminhos do ensino com um exemplo caseiro:

Numa reunião na escola de sua filha Fernanda, de 4 anos, a professora exibiu orgulhosa o progresso da menina, mostrando que em 6 meses ela aprendera a fazer seus desenhos sem ultrapassar as linhas que delimitavam o espaço para o desenho. Daqui a 20 anos, vou ter que gastar uns 30.000 dólares num MBA para ela reaprender a ultrapassar as linhas que delimitam seu espaço.

Para criar um ambiente de ensino de empreendedorismo, o mais importante é ter exemplos de gente que possa dizer o que fez e como fez, falar sobre os problemas que enfrentou. Ensinar e empreender são uma combinação poderosa, porque todo empreendedor é um professor.

Sendo um empreendedor uma pessoa como outra qualquer, cujas características e habilidades podem ser desenvolvidas e lapidadas (CUNHA e FERLA, 1997), a concretização dos seus objetivos podem ser alcançados através de capacitação que enfatizem mudanças no seu comportamento.

3.5.1 Desde jovem, preparando-se para empreender

Até o final dos anos 80, os países capitalistas viviam mergulhados em um modelo de produção que se chamou de substituição de importações. Este modelo e mais a concepção das nossas instituições universitárias gerou uma separação entre o setor universitário e o empresarial. Com a abertura do mercado, com a globalização, a tecnologia passa a ser chave para as empresas, iniciando uma aproximação entre o setor educacional e empresarial. A partir disso, foi gerado uma necessidade de se rever o modelo de formação profissional do país em todos os níveis, preparando o jovem para responder os desafios do mercado e às necessidades colocadas pelos novos paradigmas (GIDDENS, 1991).

O jovem precisa ser preparado desde pequeno para enfrentar a competitividade, por uma questão de sobrevivência, sendo esta uma diretriz. Como a estrutura do nosso país é conservadora, começando pelos próprios professores, que não foram

preparados para este cenário, temos que fazer uma revolução, e o empreendedorismo é a ciência da administração que está em marcha.

O país precisa de uma reforma urgente em todo o sistema educacional brasileiro, porque o setor industrial está encolhendo cada vez mais rápido com a sua capacidade de empregabilidade, e é o setor de serviços que está crescendo. Ao mesmo tempo, é preciso ter uma capacidade institucional instalada que responda às necessidades dos desafios tecnológicos em vários níveis, sendo este o papel da educação, da formação. Agregar os elementos, as tecnologias de gestão, as tecnologias primárias, as tecnologias sofisticadas e a capacidade de atualizar-se e atualizar-se constantemente, reflete em todas as formas de educação (GIDDENS, 1991).

Para que essa reforma atenda a uma necessidade de um ensino empreendedor, ela deve começar pelo professor. Temos que ter um amplo programa de capacitação docente em todos os níveis, pois o professor precisa ter uma visão e atitude empreendedoras, para que ele ajude o aluno a se conscientizar, para que haja mudança de vida. O indivíduo tem que ser instigado desde cedo a conhecer mecanismos pelas quais as coisas acontecem, devendo estar aberto a receber inovações.

3.5.2 Iniciativas de formação em empreendedorismo no Brasil

O primeiro curso de empreendedorismo, surgido no Brasil, foi em 1981 na Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas, em São Paulo, ministrado por Ronald Degen e chamava-se Novos Negócios (MAYER, 2001).

Em 1984, foi a vez da Universidade de São Paulo (USP) incorporar a disciplina Criação de Empresas no curso de graduação de Administração. No mesmo ano, a

Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) criou a disciplina Ensino de Criação de Empresas no curso de bacharelado em Ciência da Computação (MAYER, 2001).

Em 1992 a Faculdade de Economia e Administração (FEA), com o apoio do SEBRAE-SP, oferece um Programa de Formação de Empreendedores voltados para profissionais da comunidade, que queriam abrir empresas. Em Santa Catarina, no mesmo ano, surgia a Escola de Novos Empreendedores (ENE), com inserção acadêmica e envolvimento em projetos da UFSC, bem como em outras universidades e organizações.

Em 1995, na Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), surgia o Centro de Estudos Avançados do Recife (CESAR), com o apoio do Softex, criou uma pré-incubadora voltada a projetos de exportação de *software*. No ano seguinte, em 1996, foi oferecida a disciplina de Empreendedorismo no curso de graduação em Ciência da Computação.

Em 1999, na Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), o Programa de Pós-Graduação em Engenharia da Produção (PPGEP) criou a Área de Empreendedorismo como um advento de crescimento deste programa.

O marco do empreendedorismo no Brasil se deu no ano de 1996. O programa Softex criado pelo CNPq em 1992, e gerenciado pela sociedade Softex a partir de 1997, tinha a finalidade de estimular a exportação de *software* brasileiro e implantou dois projetos: o Gênesis, na área de incubação universitária e o Softstart na área de empreendedorismo.

O ensino de empreendedorismo vem crescendo muito no Brasil. O método de formação de empreendedores criado pelo consultor Fernando Dolabela é um exemplo. Outro exemplo é o programa Brasil Empreendedor, lançado pelo governo,

cuja meta é capacitar mais de 2 milhões de empresários, é um curso de apenas 16 horas, para um primeiro contato com o assunto. Segundo Araguacy Affonso Rego, gerente de estudos e pesquisas do Sebrae, cerca de metade dos capacitados tem se inscrito em novos cursos.

Uma das melhores experiências brasileiras é a da PUC do Rio de Janeiro. Sua incubadora já formou 9 empresas, e tem 24 em gestação. A mais bem-sucedida entre elas é a MHW, que vende um *software* de educação à distância, o *universite*. A empresa virou parceira da Microsoft, tem escritório nos Estados Unidos e recebeu investimentos de 12 milhões de dólares. A PUC tem três cadeiras de empreendedorismo, e elas serão a espinha dorsal de uma coordenação de empreendedorismo que deve atingir todos os cursos da universidade.

Outra experiência bem-sucedida é a Escola Técnica de Formação Gerencial, criada em Belo Horizonte em 1994. O curso tem uma duração de 3 anos e um terço dos alunos é de filhos de empresários. Hoje há 20 dessas escolas em Minas Gerais. O método de ensino vem da Áustria, e os professores são pequenos e médios empresários que transmitem sua experiência.

E NA MODALIDADE A DISTÂNCIA?

Em 1995 foi criado o Laboratório de Ensino a Distância (LED) da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) no Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção (PPGEP). Com isso, iniciou-se uma trajetória que alterou o conceito de Educação à Distância no Brasil. Trajetória esta, que ficou internacionalmente conhecida como uma instituição que realiza pesquisas de ponta, tornando-se assim uma das áreas mais promissoras nessa modalidade de ensino. Em parceria com diversas instituições, o LED desenvolve, de forma especializada, diversos cursos de

capacitação, especialização e mestrado, atendendo desta forma às necessidades do mercado, inclusive na área de empreendedorismo. Dentre os cursos oferecidos pelo LED na área de empreendedorismo, podemos destacar: o curso de Formação de Jovens Empreendedores em parceria com o SEBRAE/SP, tendo um público de 17.000 alunos das Escolas Técnicas de São Paulo e o projeto Empreendedorismo na Engenharia que além de cursos de capacitação, também realizou uma especialização em parceria com o CTC (Centro Tecnológico) e a ENE (Escola de Novos Empreendedores) da Universidade Federal de Santa Catarina.

Em janeiro de 1996 nasce a Doctor Sys, que é um resultado direto de um projeto para a disciplina de empreendedorismo no curso de Ciência da Computação da UFMG. Em 2001 a Doctor Sys amplia sua parceria com a STARTA (Centro de Empreendedorismo) com o objetivo de conceber serviços e informações para micro e pequenos empresários.

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), trabalha desde 1972 pelo desenvolvimento sustentável das empresas de pequeno porte. Diante dessa necessidade o SEBRAE estabelece como prioridade à disseminação da cultura empreendedora, promovendo cursos de empreendedorismo em diversos meios de comunicação, inclusive a Internet.

O Instituto de Estudos Avançados (IEA) foi criado em 1996, e é uma organização voltada à educação empresarial. O IEA desenvolve tecnologias de ensino do empreendedorismo, planejando e executando programas de disseminação do espírito empreendedor por meio da Internet.

Observa-se que, são várias as iniciativas de formação à distância na área de empreendedorismo, no entanto oficialmente no MEC, não existe nenhum curso em nível de graduação, pós-graduação ou extensão credenciado nesta área para ser

realizado na modalidade a distância, o que identifica que as instituições tem buscado outros caminhos legais dentro das mesmas, para viabilizar os cursos em empreendedorismo e também em outras áreas. Desta forma, observa-se que faz-se necessário que estas iniciativas sejam credenciadas, principalmente para oficializar a importância e eficácia da educação à distância nesta formação.

3.6 A formação empreendedora

Educar é colaborar para que professores e alunos – nas escolas e organizações – transformem suas vidas em processos permanentes de aprendizagem. É ajudar os alunos na construção da sua identidade, do seu caminho pessoal e profissional – do seu projeto de vida, no desenvolvimento das habilidades de compreensão, emoção e comunicação que lhes permitam encontrar seus espaços pessoais, sociais e de trabalho e tornar-se cidadãos realizados e produtivos (MORAN, 1999,p.46).

Para Freire (1998), a educação é uma forma de intervenção no mundo, mundo este onde o homem vive, age e convive em sociedade, não é um ser isolado, participa de um processo onde influencia e é influenciado pelo grupo, pela sociedade, pela cultura.

Para Leite (1999, p. 48), “não se deveria gastar tempo nem dinheiro com discussões sobre o fim dos empregos, e sim com a formação de empreendedores, pessoas capazes de criar seus próprios empregos”. Entende-se que o empreendedor enfrenta o desafio de ser o próprio criador de seu posto de trabalho.

Hoje o empreendedor é produto da “revolução do saber”, pois o recurso mais importante não é mais o dinheiro e sim o conhecimento, ficando na frente de todas “as portas”, e todos passando a depender dele.

A educação é todo o estímulo que o indivíduo obtém do ambiente social durante a sua vida, que tem como objetivo adaptar-se às regras e valores sociais. Portanto, podemos dizer que a educação é a base da construção de um país desenvolvido, e este oferece formação acadêmica geral e multidisciplinar.

Sendo a educação a base sobre a qual se apoiam as iniciativas e o desenvolvimento, é fundamental que o ensino se ajuste a essas transformações, para que não se corra o risco de formar profissionais que terão dificuldade de se situarem no mercado.

Não basta que a educação apenas transmita o conhecimento adquirido no passado, sua função mais importante é desenvolver novos conhecimentos e aprimorar a prática existente, colaborando para o desenvolvimento da sociedade. E para que isso ocorra, é preciso que a sociedade e a educação estejam integradas na busca dos mesmos objetivos, que é a formação empreendedora.

Sendo o empreendedorismo no Brasil, um assunto recente em comparação com outros países, o perfil brasileiro apresenta-se promissor. Vemos a cada dia, programas de empreendedorismo que têm como objetivo instrumentalizar as pessoas com conhecimentos, para que aumentem as chances de sobrevivência e de sucesso no mercado de trabalho.

Para se ter sucesso na formação do empreendedor, deve-se orientá-los a mudanças de atitudes e de comportamento nas indefinições de vida que se enfrenta nos dias de hoje.

Portanto, vê-se que o constante aprendizado torna-se a base da construção para a formação do profissional da atualidade. Desta forma estaremos apresentando e analisando no próximo capítulo os dados do questionário on-line aplicado aos alunos do Projeto Engenheiro Empreendedor, feito pela pesquisadora.

4 PESQUISA EMPÍRICA

Como vimos nos capítulos anteriores, desde o início dos tempos o homem procura conhecer e se aprimorar diante das mudanças que ocorre à sua volta. Nessa busca incessante pelo desenvolvimento do conhecimento, a sociedade e a educação devem estar integradas, para que a informação e o constante aprendizado se torne a ciência da construção da sociedade na qual vivemos. Dessa forma este capítulo apresenta a pesquisa empírica e a análise dos dados no intuito de responder os questionamentos e objetivos propostos neste trabalho.

4.1 O universo da pesquisa

A pesquisa foi realizada no período de junho e julho de 2003, baseada na abordagem qualitativa, onde foi feito um estudo de caso do curso Projeto Engenheiro Empreendedor. Este projeto é realizado a distância por Internet pelo Centro de Ciências e Tecnologia da UFSC, utilizando a plataforma do Laboratório de Ensino a Distância – LED. O curso contém 3 disciplinas: Por que ser empreendedor?; A visão empreendedora e Plano de Negócios, e tem um cronograma de aproximadamente 2 (dois) meses e é oferecido aos alunos de graduação do CTC (Centro Tecnológico).

A pesquisa considerou de forma aleatória o universo de 642 alunos do curso Projeto Engenheiro Empreendedor, que contemplavam 3 turmas, sendo 2 turmas no ano de 2001 (2º semestre) e outra no ano de 2003 (1º semestre). O público de uma das turmas de 2001 era os alunos dos cursos do Centro Tecnológico (CTC) da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), e este projeto foi inserido como uma disciplina optativa; e a outra turma era composta de alunos do curso de Engenharia Química, sendo o projeto vinculado a uma disciplina obrigatória

(Introdução à Engenharia Química). Na turma de 2003, o curso foi oferecido novamente aos alunos do Centro Tecnológico.

A pesquisa foi feita por meio de um questionário on-line⁹, estruturado com questões fechadas e abertas divididas em 2 (duas) categorias: quanto ao perfil dos pesquisados e quanto ao curso. O questionário foi enviado para os alunos por *e-mail*, sendo que 124 desses *e-mails* enviados voltaram, ou seja não chegou ao destinatário em seu correio eletrônico, ficando um total de 518 alunos.

Na pesquisa foi investigado o perfil dos alunos no que se refere à idade, curso, sexo, se já trabalham, e se houve conclusão do mesmo; e no perfil do curso foi investigado o tempo, conteúdo, metodologia, plataforma, expectativa em relação a formação empreendedora, clareza da necessidade do curso para a formação, se foi preparado para estudar à distância, o que levou a se matricular no curso, onde a formação empreendedora deve se dar, se a partir do curso sua visão mudou, se conseguiu visualizar a aplicação em algo relacionado a um negócio, se identifica a necessidade do profissional ter um perfil empreendedor, se a formação empreendedora deveria permear toda a formação e se o perfil empreendedor já nasce com o ser humano ou é construído durante sua vida. Desta forma, busca-se responder aos objetivos propostos inicialmente, como pesquisar aspectos positivos e negativos que determinam a formação empreendedora no curso Projeto Engenheiro Empreendedor, observar as expectativas, bem como as visões dos alunos, etc.

4.1.1 Resultado da pesquisa

Do universo de 518 questionários que encontraram o destino do endereço eletrônico, 356 questionários não foram respondidos, certamente por motivos

diversos, inclusive de não ser mais este o endereço eletrônico acessado pelo aluno. Assim a amostra válida foi de 162 alunos, ou seja 31% dos alunos do Projeto Engenheiro Empreendedor que receberam o questionário. Após o término da aplicação do questionário de pesquisa, procedeu-se à análise dos dados, chegando-se aos seguintes resultados:

Quanto ao Perfil:

Dos alunos pesquisados 30% são do sexo feminino e 70% são do sexo masculino (Anexo2 – Fig.3), com a média de idade entre 21 a 25 anos, sendo que 65% se localizam nessa faixa etária (Anexo2 – Fig.1). 54% dos alunos ainda não estão inseridos no mercado de trabalho, no entanto 46% já atuam como profissionais (Anexo2 – Fig.4). A metade, ou seja 50% dos alunos inscritos não concluíram o curso, e vários foram os motivos: 23% disseram que não tinham tempo; 12% que o tempo para a realização do curso era insuficiente; 9% que o tempo para elaborar o Plano de Negócios era curto; 6% que estavam na última fase do curso e não tinham tempo; 2% que estavam em período de prova; 17% apontaram outros motivos (falta de credibilidade no ensino à distância, motivos de saúde, questões abertas desgastantes etc); e 31% não responderam a essa questão (Anexo2 – Fig.5).

Com relação aos cursos de graduação realizados pelos alunos pesquisados, constatou-se que: 13% são da Engenharia Mecânica, 10% da Engenharia Elétrica, 7% da Engenharia Civil, 5% da Engenharia de Alimentos, 6% da Engenharia Química, 6% da Engenharia Sanitária e Ambiental, 6% da Engenharia de Controle e Automação Industrial, 6% da Engenharia de Produção Civil, 5% de Sistemas de Informação, 4% da Engenharia de Produção Elétrica, 3% da Engenharia de

⁹ Questionário on-line aplicado pela pesquisadora aos alunos do curso Projeto Engenheiro Empreendedor encontra-se nos anexos.

Produção Mecânica, 2% da Engenharia de Materiais, 2% da Ciências da Computação e 23% não responderam a esta questão (Anexo2 – Fig.2).

Com base nas respostas obtidas, quanto ao perfil dos pesquisados, observou-se que 70% dos alunos são do sexo masculino, 65% está na faixa dos 21 a 25 anos, 54% não trabalham, 50% dos alunos inscritos não concluíram o curso e dos alunos dos cursos de graduação que mais procura este curso, são os alunos da Engenharia Mecânica (13%) e da Engenharia Elétrica (10%). O índice de 50% dos alunos que responderam não terem concluído chamou-nos a atenção, indicando a necessidade de rever alguns procedimentos do curso. Um dos aspectos, inicialmente, que indica necessidade de revisão refere-se ao tempo para realização do curso, sendo que dos 50% que evadiram, mais de 45% apontaram que desistiram por este motivo.

Quanto ao curso:

Com relação ao tempo de duração do curso: 60% dos alunos acharam suficiente, 34% acharam curto, 2% acharam longo e 4% não responderam.

A partir dessa análise, pode-se constatar que na educação à distância, a questão tempo é fundamental, pois 34% dos alunos identificaram que o tempo não foi suficiente e 50% como vimos anteriormente desistiram por esse mesmo motivo. Assim pode-se compreender que o aluno que estuda a distância é alguém que ao mesmo tempo que está estudando, na maioria das vezes está desenvolvendo outras atividades, inclusive profissional, sendo que opta por esta modalidade exatamente por esperar que ele ofereça flexibilidade de tempo e local na sua metodologia. Outro aspecto, se relaciona com o respeito ao ritmo de aprendizado do aluno, principalmente nessa modalidade de ensino que é nova para a maioria das pessoas.

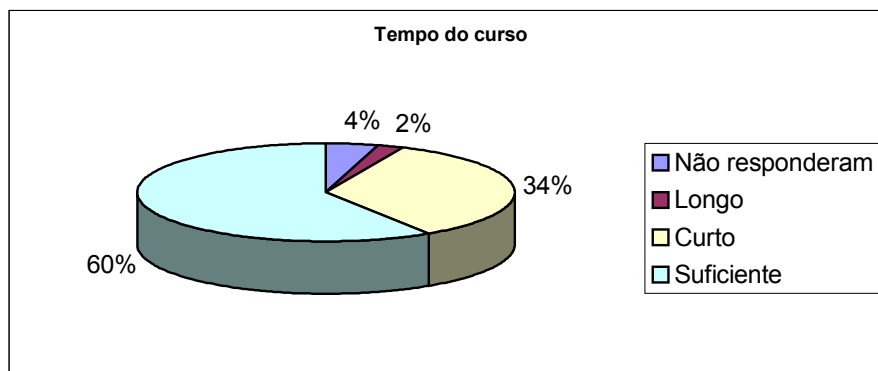


Figura 2: Gráfico tempo do curso

Com relação ao conteúdo: 70% dos alunos disseram ser bom, 17% disseram ser ótimo, 10% disseram ser regular e 3% não responderam (Anexo2 – Fig.7).

Isso demonstra a satisfação dos alunos em relação ao conteúdo. O que se torna um aspecto bastante positivo para o sucesso do ensino aprendizagem à distância.

Com relação à facilidade de compreensão da metodologia: Quanto à metodologia, 45% dos alunos disseram ser mais ou menos, 44% disseram ser fácil, 6% disseram que acharam difícil e 5% não responderam (Anexo2 – Fig.8).

Com isso há indicação de que, o tempo e principalmente a metodologia do curso precisam ser revista, pois quase metade dos alunos pesquisados encontraram alguma dificuldade na metodologia do mesmo.

Com relação ao ambiente (plataforma): 55% dos alunos disseram que a plataforma do curso é boa, 31% disseram que é ótima, 10% disseram que é regular e 4% não responderam (Anexo 2 – Fig.9).

Isso demonstra que em relação ao Ambiente Virtual de Aprendizagem, os alunos não tiveram dificuldade de utilização. Vê-se que os problemas encontrados pelos alunos, são na sua maioria devido ao tempo do curso e devido à metodologia usada no mesmo.

Quanto às expectativas em relação à formação empreendedora: Para 60% dos alunos, o curso atendeu às expectativas que eles tinham em relação à formação empreendedora, 35% disseram que o curso não atendeu e 5% não responderam.

Como o curso atendeu às expectativas de 60% dos alunos, constata-se que a avaliação positiva do conteúdo e do ambiente on-line contribuíram com este resultado. Por outro lado, os 35% que indicaram que o curso não atendeu, a indicação mais provável é de que a dificuldade encontrada no tempo e na metodologia do curso acabaram por frustrar essas expectativas.

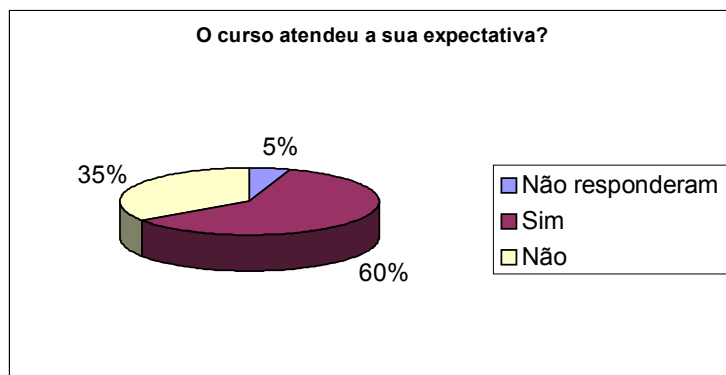


Figura 3: Gráfico expectativa do curso

Com relação à clareza da necessidade deste curso para a sua formação: 78% dos alunos, responderam que ao se matricular neste curso, eles tinham a clareza da necessidade do mesmo para a sua formação, 17% responderam que não tinham essa clareza em relação à necessidade e 5% não responderam.

Este percentual de 78% é bastante positivo, pois demonstra que a grande maioria dos alunos tinha clareza quanto a seus objetivos. Aspecto este relevante no processo de aprendizagem, principalmente à distância, sendo que a necessidade do aluno se manter motivado é um fator determinante para que o mesmo não desista do curso.

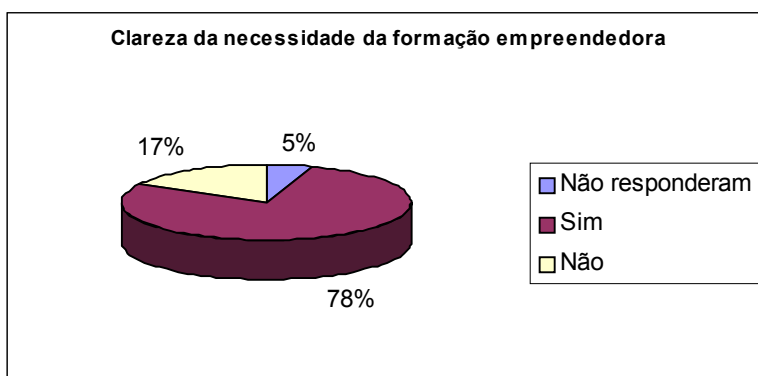


Figura 4: Gráfico clareza da necessidade da formação empreendedora

Com relação à modalidade de ensino à distância: 76% dos alunos responderam que não foram preparados para estudar nessa modalidade de ensino e 24% disseram que foram preparados (Anexo2 – Fig12).

Percebe-se que neste resultado, em que a maioria considera ter iniciado um curso à distância sem ter sido preparado previamente, pode levar o aluno à desistência. Esta análise se confirma nas respostas obtidas na questão 5 (anexo 2) onde alguns alunos colocam que não concluíram o curso por não acreditarem no ensino à distância.

Com relação ao motivo que o levou a se matricular no curso: 43% dos alunos disseram que era por vontade de ter o próprio negócio, 19% flexibilidade de fazer um curso à distância, 16% curiosidade e 18% outros motivos e 4% não responderam (Anexo2 – Fig.13).

Resultado este positivo, por observar que 43% dos alunos sentem vontade de empreender, trabalhando para si mesmo.

Com relação à formação empreendedora: 42% dos alunos disseram que para eles a formação empreendedora deve ser uma disciplina do currículo sobre empreendedorismo, 32% responderam que devem estar vinculada a alguma disciplina do currículo, 20% estar em um curso e 6% não responderam.

Com isso, percebe-se o interesse que os alunos têm, frente a esse tema, ligando à sua formação a necessidade do aprendizado de conhecimentos na área de empreendedorismo.

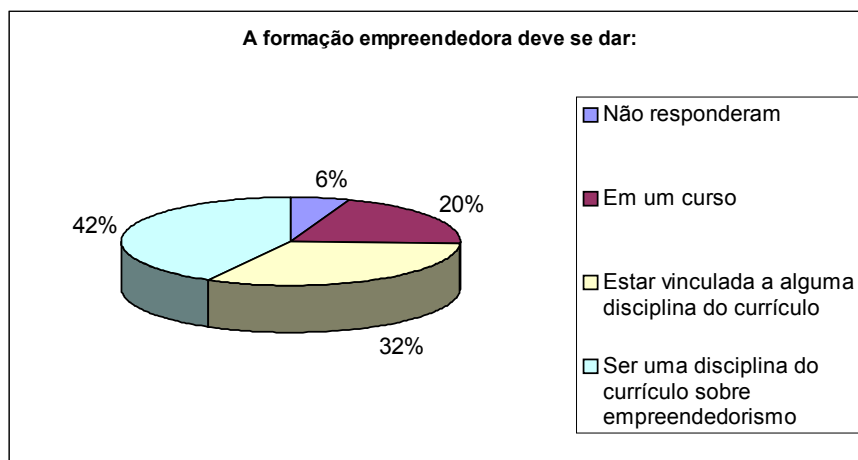


Figura 5: Gráfico a formação empreendedora deve se dar

Com relação à visão da importância de empreender a partir do curso: 75% dos alunos disseram que a sua visão mudou a partir do curso, ficando ainda mais claro a importância do empreender para o profissional hoje. 25% disseram que não mudou (Anexo2 – Fig.15).

Como 75% dos alunos afirmaram que a sua visão de empreender mudou a partir do curso, isso reforça a importância do mesmo e a necessidade de investimento nesta área.

Com relação à aplicação em negócios: 82% dos alunos disseram que conseguiram visualizar a aplicação em algo relacionado a um negócio e 18% responderam que não conseguiram visualizar (Anexo2 – Fig.16).

Quanto à visão a partir do curso e com relação à aplicação em negócios, percebe-se que o curso estimulou a criatividade e mexeu com as habilidades empreendedoras que existem em cada um.

Com relação à necessidade do profissional ter um perfil empreendedor: Dos alunos que responderam ao questionário, 91% disseram que identificam a necessidade do profissional ter um perfil empreendedor e 9% disseram que não identificam essa necessidade (Anexo2 – Fig.17).

Se temos 78% dos alunos pesquisados com clareza da necessidade desta formação, 43% que desejam ter seu próprio negócio, 74% que indicam a necessidade de ter uma disciplina sobre empreendedorismo no currículo do seu curso e que ainda 75% dos alunos disseram que a sua visão de empreender mudou depois do curso, e nesta questão 91% identificando a necessidade do profissional ter um perfil empreendedor. Pode-se, portanto, mais uma vez demonstrar a importância de investimento na formação empreendedora.

Com relação à formação empreendedora, deve acontecer em momentos especiais, ou deveria permear toda a formação desde a escola básica? Dos alunos pesquisados que responderam ao questionário, 57% disseram que a formação empreendedora deveria acontecer desde a escola básica (ensino fundamental e médio); 6% disseram que deveria acontecer no ensino superior; 4% disseram que deveria acontecer desde cedo, em casa; 8% disseram que deveria acontecer em outra ocasião e 25% não responderam a esta pergunta.

Com esta questão, constata-se que a formação empreendedora deve acontecer desde a escola básica, pois quanto mais cedo formos preparados para enfrentar a competitividade dos dias atuais, mais chances temos de “sobreviver” no mercado de trabalho.

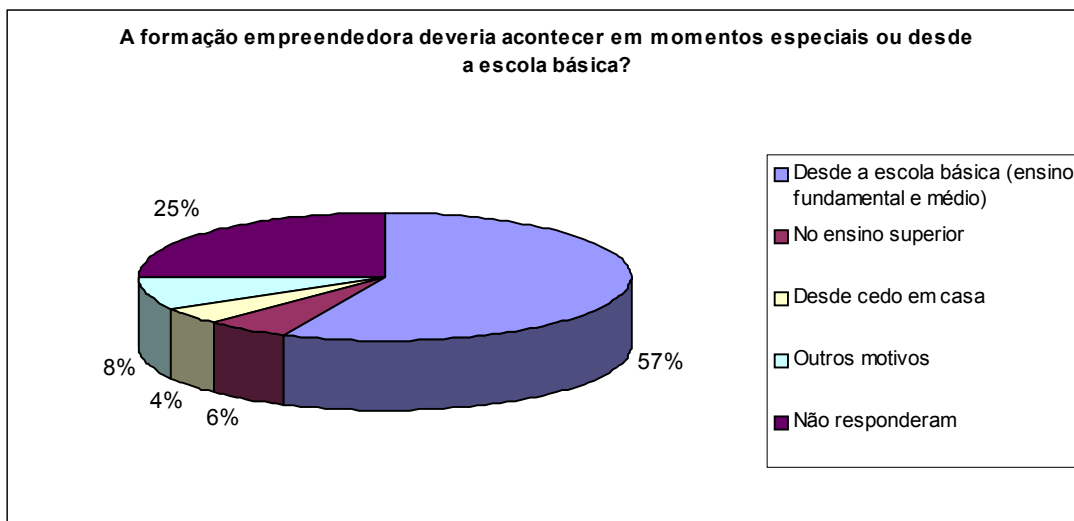


Figura 6: Gráfico a formação empreendedora deveria acontecer em momentos especiais ou desde a escola básica?

Com relação ao perfil empreendedor: já nasce com o ser humano, ou é construído durante a sua vida? Dos alunos pesquisados 35% disseram que o perfil empreendedor é construído durante toda a sua vida; 25% responderam que nasce com ele, mas que também pode ser construído; 6% disseram que está relacionado ao ambiente em que se vive; 6% disseram que nasce com ele; 7% disseram ser outros motivos e 21% não responderam a esta questão (Anexo2 – Fig.19).

Observa-se que 60% dos alunos pesquisados tem a clareza que o perfil empreendedor é construído durante a sua vida. Isso mostra novamente a importância da formação empreendedora iniciando na educação básica e seguindo ao longo da vida.

Buscou-se, dessa forma, apresentar os resultados e as análises obtidas a partir de reflexões que foram geradas com base na fundamentação teórica e nas próprias experiências vivenciadas na área do empreendedorismo. Pretende-se, a partir disso, apresentar no próximo capítulo algumas considerações com base na pesquisa bibliográfica e principalmente referente a este capítulo, que poderão estar contribuindo com todos que de uma forma ou de outra mostram-se interessados por este tema.

5 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES PARA FUTUROS TRABALHOS

5.1 Conclusões

Tendo em vista todas as transformações das organizações na dita sociedade pós-moderna, caracterizada pela grande velocidade de mudanças, vê-se uma instabilidade e imprevisibilidade na vida profissional.

O mundo globalizado em que vivemos, exige cada vez mais informações e conhecimentos, surgindo assim uma nova estrutura na sociedade.

Hoje, a nova economia precisa operar com novos padrões nas relações de trabalho, pois os desafios da sociedade dizem respeito, sobretudo, à vida profissional de cada um, levando-nos a perceber que a formação e o constante aprendizado são os principais agentes para a “sobrevivência” nesse novo tempo.

Pode-se, então compreender, que para enfrentar todas essas inovações tem-se que:

- lidar bem com o conhecimento, servindo o mesmo como instrumento fundamental para a inovação; e
- tornar o conhecimento, o próprio instrumento do constante aprendizado.

Assim, os profissionais devem estar cada vez mais qualificados, devem ser capazes de inovar, de criar, de articular idéias. Pois este é o profissional exigido para o êxito das organizações.

Neste contexto pode-se ver claramente a importância de pessoas empreendedoras e intraempreendedoras. Para isso, sendo que as habilidades de empreender na sua maioria são construídas durante a vida, a formação empreendedora se faz uma necessidade. Formação esta que conforme as

pesquisas mostram, devem iniciar já na família, entrando na educação básica, superior e depois continuada.

Na educação básica e superior entende-se que deve ser incorporada no currículo, para que não acabe se tornando somente mais um projeto. Hoje na educação superior há possibilidade, inclusive, de que a mesma ocorra à distância, uma vez que a legislação brasileira permite esta modalidade na graduação, conforme Portaria nº 2.253 de 18 de outubro de 2001:

Art. 1º As instituições de ensino superior do sistema federal de ensino poderão introduzir, na organização pedagógica e curricular de seus cursos superiores reconhecidos, a oferta de disciplinas que, em seu todo ou em parte, utilizem método não presencial, com base no art. 81 da Lei nº 9.394, de 1.996, e no disposto nesta Portaria.

Na educação continuada vislumbra-se ainda mais as possibilidades da Educação à Distância, pois a mesma corresponde à necessidade de flexibilidade que têm os profissionais, que ao mesmo tempo precisam estar em atualização e no trabalho.

No caso da formação empreendedora à distância, é importante estar atento para alguns aspectos que a própria pesquisa empírica destacou, como:

- Os alunos, por terem uma maior vivência de estudo presencial, precisam de uma preparação inicial para estudar à distância.
- O tempo à distância deve ser redimensionado, uma vez que o estudante o está conciliando com seu trabalho, assim, cursos intensivos à distância acabam levando a desistências.
- A metodologia de um curso à distância deve atender às peculiaridades desta modalidade e não ser uma prática educacional presencial transposta para cursos à distância.
- Ambientes *e-learning* se mostram cada vez mais adequados ao estudo à distância, uma vez que possibilitam várias formas de interação, trocas,

pesquisas, além de que se pode contar com a apresentação hipermídia do conteúdo.

Percebe-se então, a necessidade da criação de uma cultura empreendedora desde a escola básica, pois só assim o profissional terá um perfil empreendedor que o ajudará na sua própria evolução, bem como, a educação a distância torna-se uma importante alternativa para empresas e profissionais que desejam se estabelecer e permanecer neste mercado cada vez mais competitivo.

5.2 Recomendações para futuros trabalhos

Muito se tem a pesquisar, refletir e evoluir no desenvolvimento de programas de formação em empreendedorismo e isso desde a escola básica (ensino fundamental e médio). Assim esta pesquisa é somente uma abertura para novos estudos em empreendedorismo como:

- Pesquisas em cursos de formação continuada.
- Pesquisas em iniciativas realizadas na educação básica.
- Pesquisa e desenvolvimento de uma proposta de formação empreendedora que permeie todos os níveis de formação.

REFERÊNCIAS

CUNHA, C.J.C de Almeida; FERLA, L.A **Iniciando seu próprio negócio**. Instituto de Estudos Avançados, Florianópolis, 1997.

DEGEN, Ronald Jean. **O Empreendedor: Fundamentos da Iniciativa Empresarial**. Ed: McGrawHill, São Paulo, 1989.

DE MASI, Domenico. **Desenvolvimento sem Trabalho**. Trad. Eugênia Dehein Zelin, Ed.Esfera, São Paulo, 1999.

DOLABELA, Fernando. **O Segredo de Luísa**. Ed: Cultura Editores Associados, São Paulo, 1999.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor**. Ed: Cultura Editores Associados, São Paulo, 1999.

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

DRUCKER, P.F., **Inovação e Espírito Empreendedor**, Ed. Pioneira, São Paulo, 1987.

DRUCKER, P.F., **Sociedade pós-capitalista**, Ed: Pioneira, 4. ed., São Paulo, 1995.

DRUCKER, P.F, **As novas realidades :no governo e na política, na economia e nas empresas, na sociedade e na visão do mundo**, Ed: Pioneira, 4. ed., São Paulo, 1997.

FERREIRA, J.A, **Formação de empreendedores: proposta de abordagem metodológica tridimensional para a identificação do perfil do empreendedor**. Dissertação de Mestrado, UFSC, Santa Catarina, 2003.

FILION, Louis Jacques. **Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios**. Revista de Administração, São Paulo, v.34, n.6, 1999, p.50-61.

FILION, L.J., **Visão e Relações: elementos para um meta modelo de atividade empreendedora**. International Small Business Journal, 1991.

FILION, L.J. **Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios**. São Paulo, Revista de Administração – FEA/USP, v.34, nr.2, 1999.

FILION, L.J. **O Empreendedorismo como tema de Estudos Superiores**. Escola de Altos Estudos Comerciais de Montreal, 1999.

- FREIRE, Paulo. **Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa**. Ed: Paz e terra, São Paulo, 1998.
- GERBER, M.E., **O Mito Empreendedor Revisitado**. Ed. Saraiva, São Paulo, 1996.
- GIBB, A.A., **Enterprise Culture-its Meanig and Implications for Education in Training**, Journal of European in Industrial Training, Monograph, Vol.11, n.2, 1991.
- GIDDENS, A, **As conseqüências da modernidade**, Ed. Unesp, 2. ed, São Paulo, 1991.
- LEITE, Emanuel F. Capital humano incrementa desenvolvimento de empresas. **Diário de Pernambuco**, Recife, 6 jul. 1999. p44.
- MAYER, Rosana, **Proposta Metodológica de Empreendedorismo no Ensino Médio: Uma Aplicação no CEFET-PR**, Dissertação de Mestrado, UFSC, Santa Catarina, 2001.
- MORAN, José Manuel. **Mudar a forma de ensinar e de aprender – transformar as aulas em pesquisas e comunicação presencial-virtual**, 1999.
- PEREIRA, Sônia Maria. **A formação do empreendedor**, Tese de Doutorado, UFSC, Santa Catarina, 2001.
- PINCHOTT III, Gifford. **Intrapreneuring: por que você não precisa deixar a empresa para tornar-se um empreendedor**. Ed: Harbra, São Paulo, 1989.
- SCHUMPETER, J. **Capitalismo, Socialismo, Democracia**,. Tradução Sérgio Gós de Paula. Ed: Zahar, Rio de Janeiro, 1984.
- SILVA, E.L da, MENEZES, E.M. Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação. LED/UFSC, 3. ed, Florianópolis, 2001.
- STEWART, Thomas A.. **Capital intelectual: a nova vantagem competitiva**. Ed: Capus, Rio de Janeiro, 1998.
- TAPSCOTT, D, **Mudança de Paradigma**. Ed: Makron Books, São Paulo, 1997.
- TIMMONS, J.A., **New Venture Creation**, Homewood IL:IRWIN, 1990.
- TOFFLER, A. **Previsões e premissas**. Ed: Record, 3. ed., Rio de Janeiro, 1983.
- TOMAZ, E. **E-empendedor: o portal do empreendedor digital**. Dissertação de mestrado, UFSC, Santa Catarina, 2001.

Anexo A: Questionário

Questionário para os alunos

Quanto ao perfil dos pesquisados:

1 - Idade:

2 - Curso:

3 - Sexo: Masculino Feminino

4 - Se já trabalham: Sim Não

5 - Você concluiu o seu curso: Sim Não

Se não, por quê?

Quanto ao curso:

6 - Quanto ao tempo do curso: Longo Curto Suficiente

7 - Quanto ao conteúdo: Ótimo Bom Regular

8 - Quanto à metodologia: Fácil Difícil Mais ou menos

9 - Quanto ao ambiente (Plataforma): Ótimo Bom Regular

10 - O curso atendeu a expectativa que você tinha em relação à formação empreendedora? Sim Não

11 - Ao se matricular neste curso, você tinha clareza da necessidade do mesmo para a sua formação? Sim Não

12 - Você foi preparado para estudar nessa modalidade de ensino (à distância)? Sim Não

13 - O que o levou a se matricular no curso? Curiosidade
Vontade de ter o próprio negócio
Flexibilidade de fazer um curso à distância
Outros

14 - Na sua opinião a formação empreendedora deve se dar: Em curso
Estar vinculada a alguma disciplina do currículo
Ser uma disciplina do currículo sobre empreendedorismo

15 - A partir do curso sua visão mudou? Sim Não

16 - Durante o curso você conseguiu visualizar a aplicação, em algo relacionado a um negócio: Sim Não

17 - Hoje você identifica a necessidade do profissional ter um perfil empreendedor? Sim Não

Por quê?

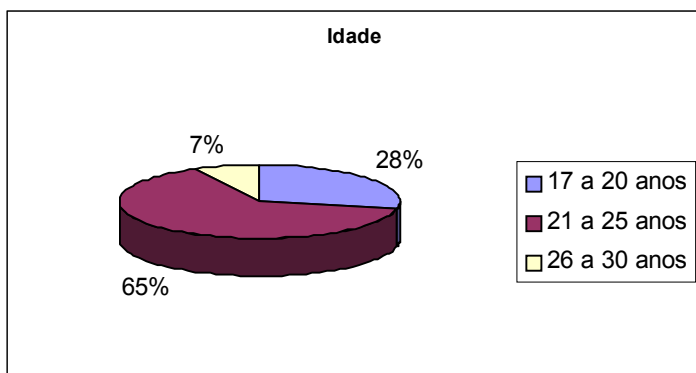
18 - A formação empreendedora deve acontecer em momentos especiais, ou deveria permear toda a formação desde a escola básica?

19 - O perfil empreendedor: já nasce com o ser humano, ou é construído durante a sua vida?

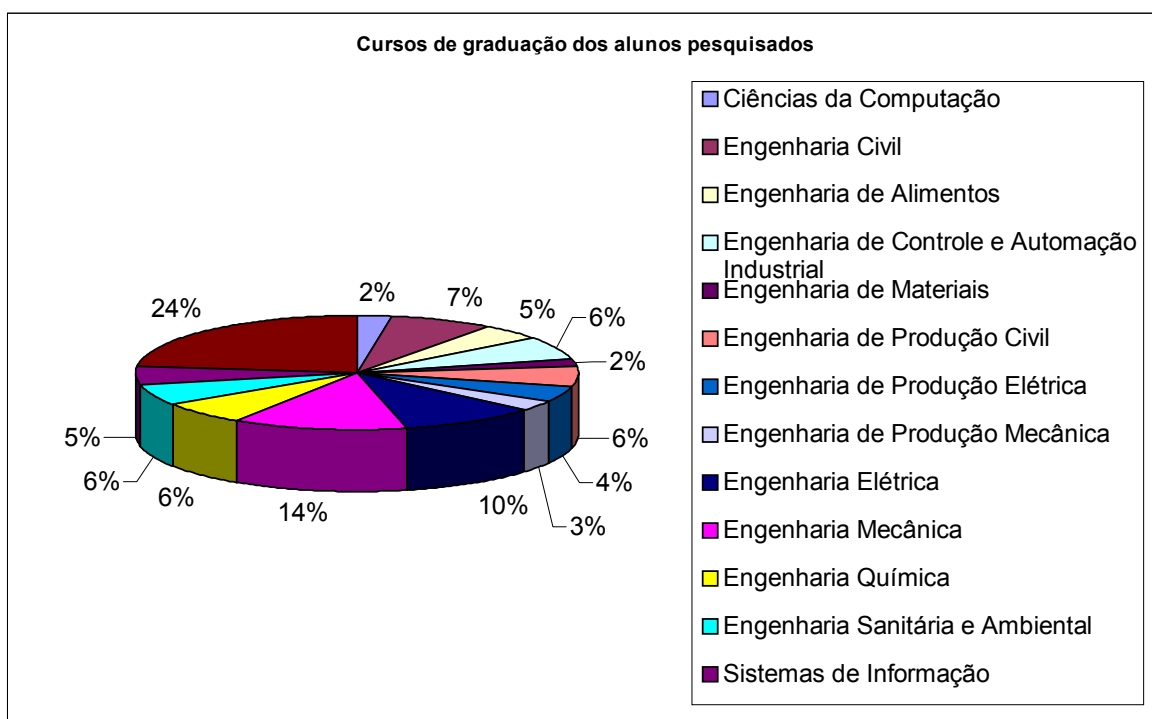
[Clique aqui para enviar!](#)

Anexo B: Gráficos do Questionário

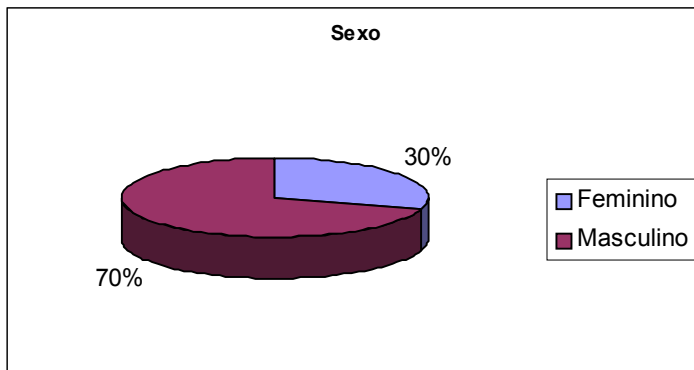
1. Idade:



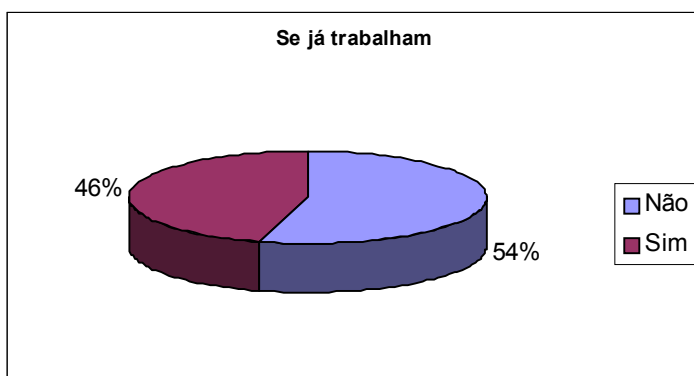
2. Curso:



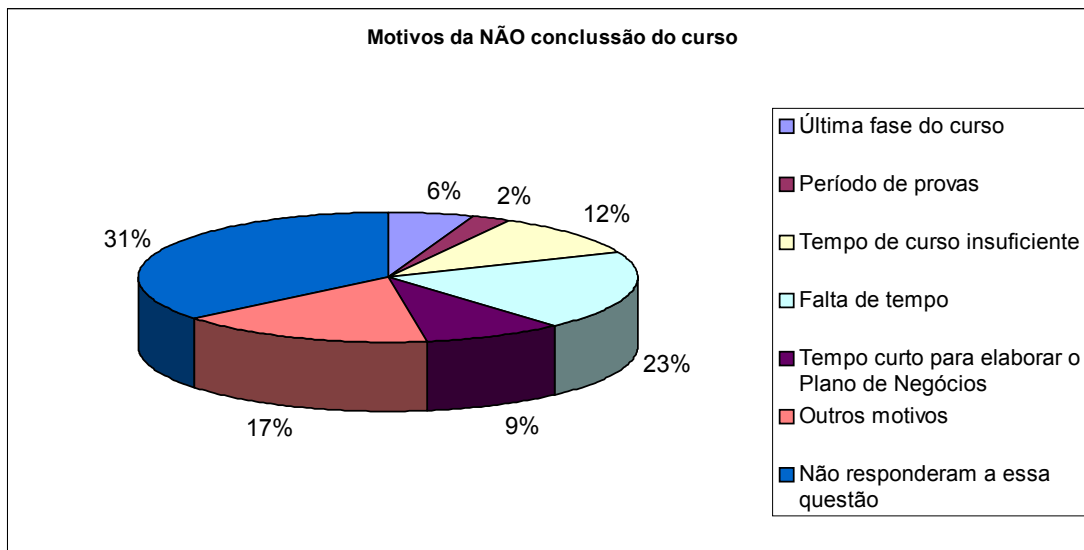
3. Sexo:



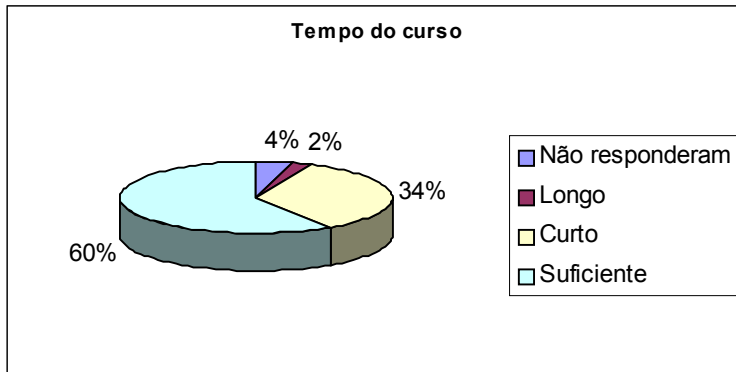
4. Se já trabalham:



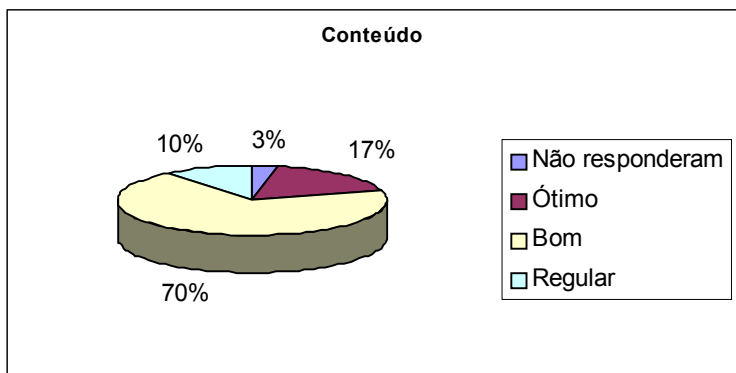
5. Você concluiu o seu curso (Projeto Engenheiro Empreendedor)? Se não, por quê?



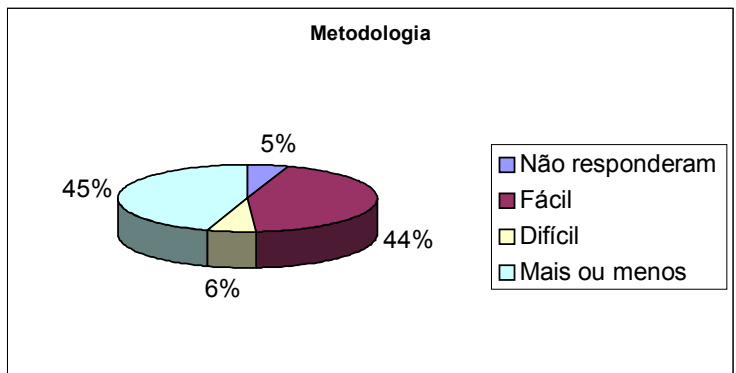
6. Quanto ao tempo do curso:



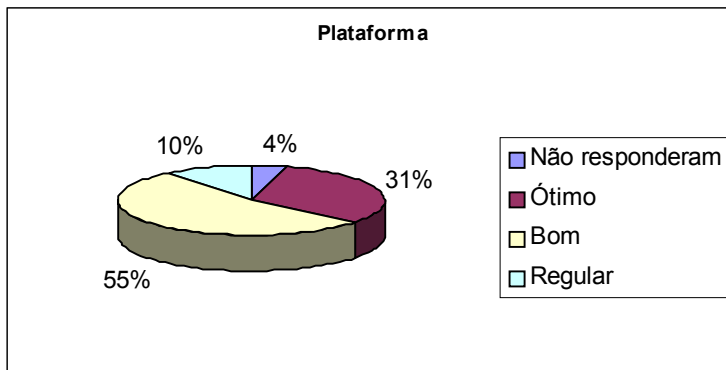
7. Quanto ao conteúdo:



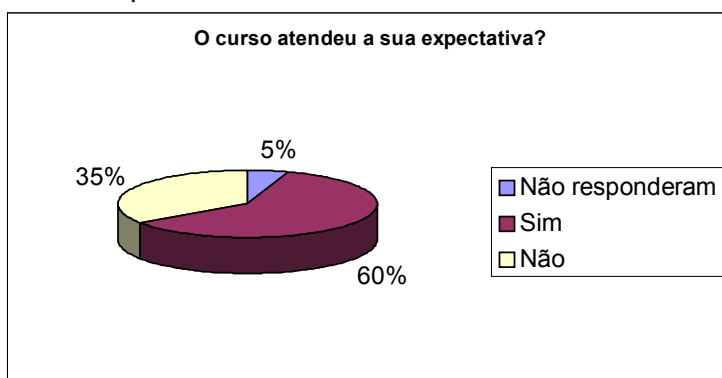
8. Quanto à metodologia:



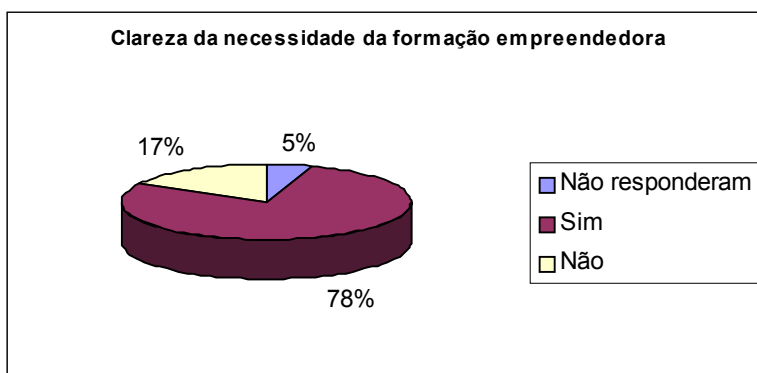
9. Quanto ao ambiente (plataforma):



10. O curso atendeu a expectativa que você tinha em relação à formação empreendedora?



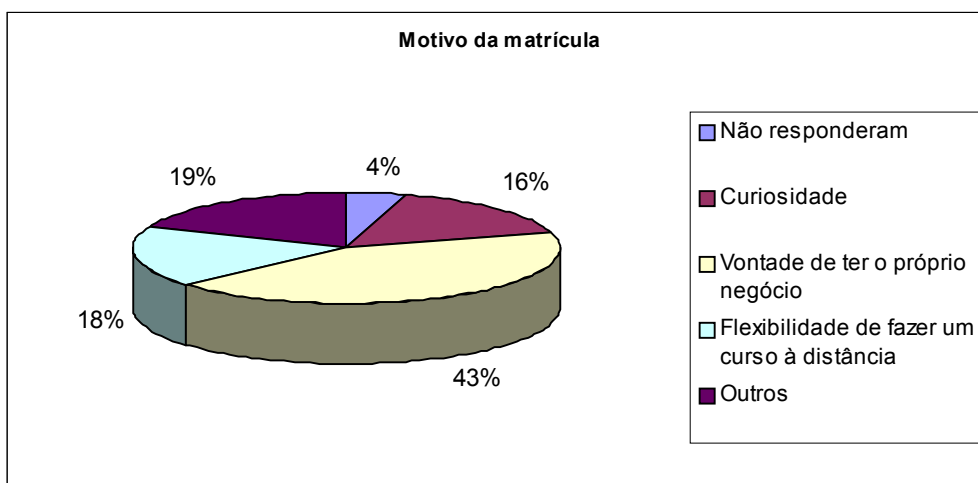
11. Ao se matricular neste curso, você tinha clareza da necessidade do mesmo para a sua formação?



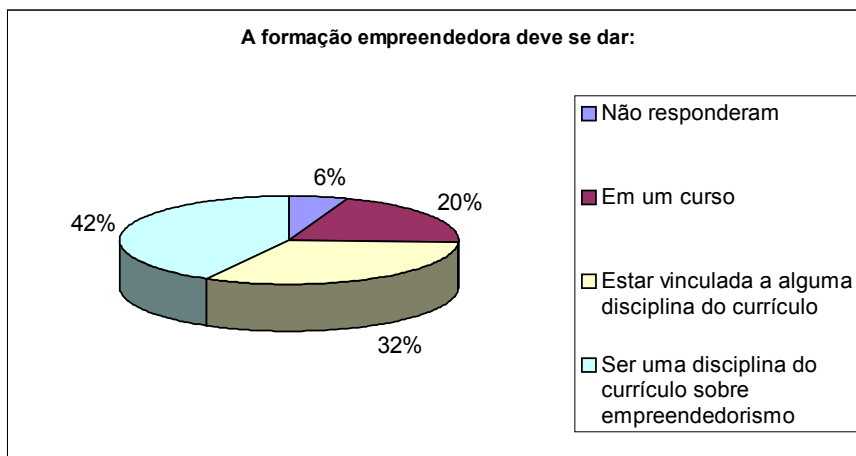
12. Você foi preparado para estudar nessa modalidade de ensino (à distância)?



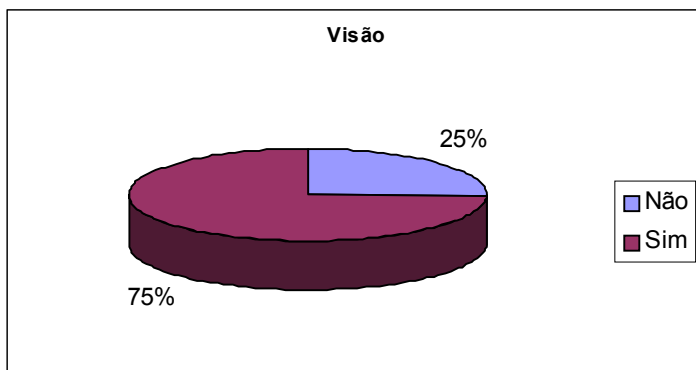
13. O que o levou a se matricular no curso?



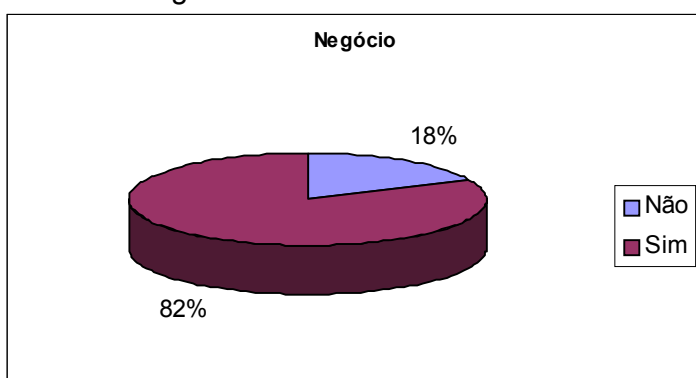
14. Na sua opinião a formação empreendedora deve se dar:



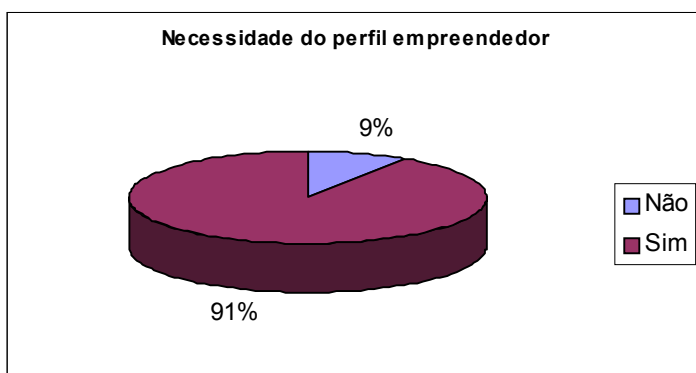
15. Sua visão de empreender a partir do curso mudou?



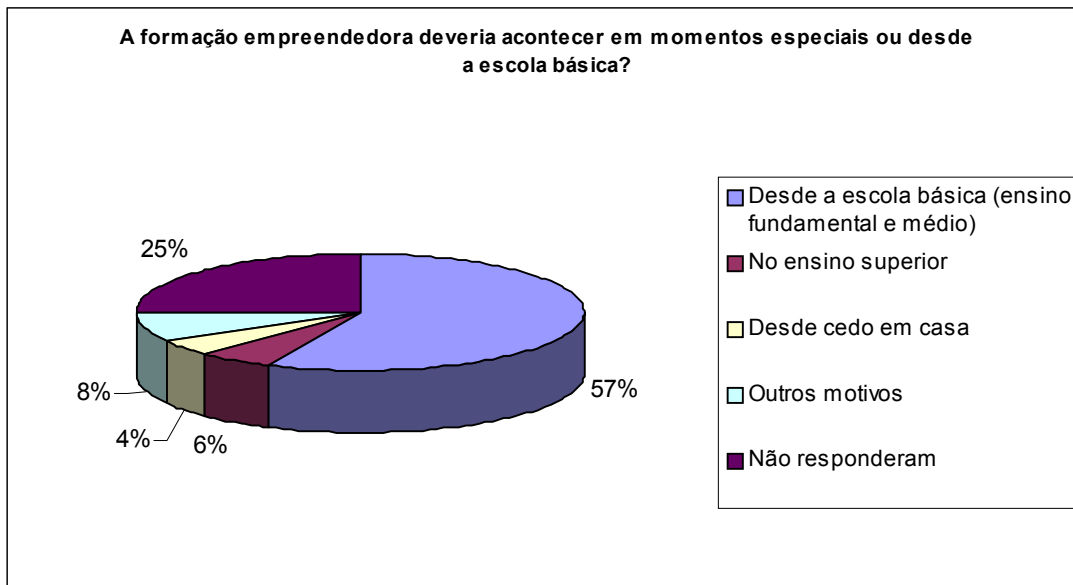
16. Durante o curso você conseguiu visualizar a aplicação, em algo relacionado a um negócio?



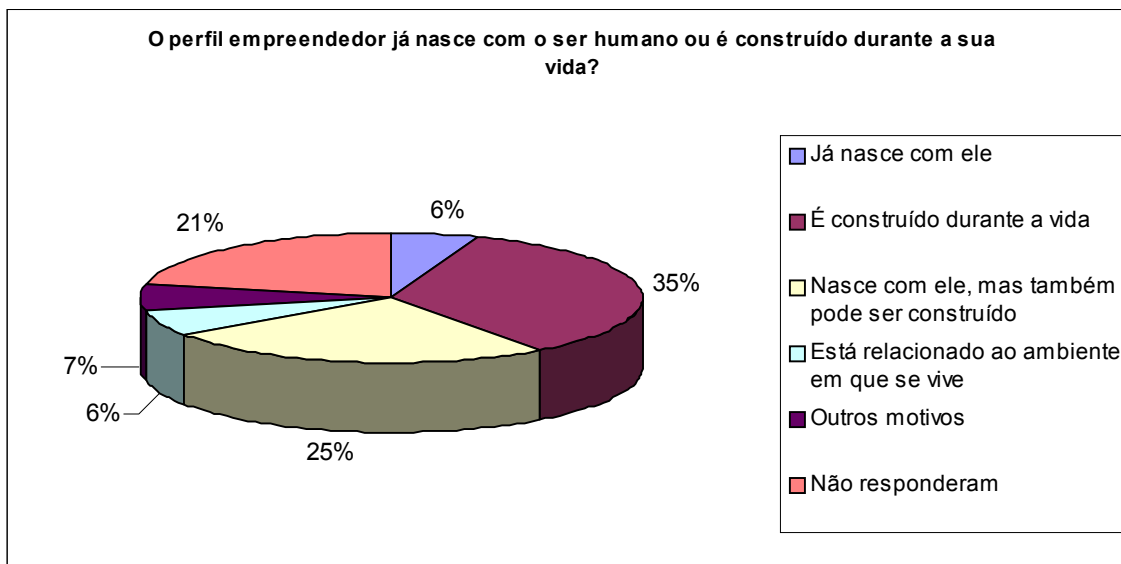
17. Hoje você identifica a necessidade do profissional ter um perfil empreendedor?



18. A formação empreendedora deve acontecer em momentos especiais, ou deveria permear toda a formação desde a escola básica?



19. O perfil empreendedor: já nasce com o ser humano, ou é construído durante a sua vida?



Anexo C: Portaria 2.253/2001

Portaria nº 2.253 de 18 de outubro de 2001

(DOU 19/10/2001, p. 18, Seção1)

O Ministro de Estado da Educação, no uso de suas atribuições, considerando o disposto no art. 81 da Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, e no art. 1º do Decreto nº 2.494, de 10 de fevereiro de 1998, resolve

Art. 1º As instituições de ensino superior do sistema federal de ensino poderão introduzir, na organização pedagógica e curricular de seus cursos superiores reconhecidos, a oferta de disciplinas que, em seu todo ou em parte, utilizem método não presencial, com base no art. 81 da Lei nº 9.394, de 1996, e no disposto nesta Portaria.

§ 1º As disciplinas a que se refere o *caput*, integrantes do currículo de cada curso superior reconhecido, não poderão exceder a vinte por cento do tempo previsto para integralização do respectivo currículo.

§ 2º Até a renovação do reconhecimento de cada curso, a oferta de disciplinas previstas no *caput* corresponderá, obrigatoriamente, à oferta de disciplinas presenciais para matrícula opcional dos alunos.

§ 3º Os exames finais de todas as disciplinas ofertadas para integralização de cursos superiores serão sempre presenciais.

§ 4º A introdução opcional de disciplinas previstas no *caput* não desobriga a instituição de ensino superior do cumprimento do disposto no art. 47 da Lei nº 9.394, de 1996, em cada curso superior reconhecido.

Art. 2º A oferta das disciplinas previstas no artigo anterior deverá incluir métodos e práticas de ensino-aprendizagem que incorporem o uso integrado de tecnologias de informação e comunicação para a realização dos objetivos pedagógicos.

Art. 3º As instituições de ensino superior credenciadas como universidades ou centros universitários ficam autorizadas a modificar o projeto pedagógico de cada curso superior reconhecido para oferecer disciplinas que, em seu todo ou em parte, utilizem método não presencial, como previsto nesta Portaria, devendo ser observado o disposto no § 1º do art. 47 da Lei nº 9.394, de 1996.

§ 1º As universidades e centros universitários deverão comunicar as modificações efetuadas em projetos pedagógicos à Secretaria de Educação

Superior – SESu -, do Ministério da Educação – MEC -, bem como enviar cópia do plano de ensino de cada disciplina que utilize método não presencial, para avaliação.

§ 2º A avaliação prevista no parágrafo anterior poderá facultar a introdução definitiva das disciplinas que utilizem método não presencial no projeto pedagógico de cursos superiores reconhecidos ou indicar a interrupção de sua oferta.

Art. 4º As instituições de ensino superior não incluídas no artigo anterior que pretenderem introduzir disciplinas com método não presencial em seus cursos superiores reconhecidos deverão ingressar com pedido de autorização, acompanhado dos correspondentes planos de ensino, no Protocolo da SESu, MEC.

Parágrafo único. Os planos de ensino apresentados serão analisados por especialistas consultores do Ministério da Educação, que se manifestarão através de relatório à SESu, e somente poderão ser implementados após a expedição de ato de autorização do Ministro da Educação.

Art. 5º Esta Portaria entra em vigor na data de sua publicação.

PAULO RENATO SOUZA