

REVOLUÇÃO EMPREENDEDORA: ENSINAR A EMPREENDER¹

*Celso José de Oliveira*²
*Maria Helena Moretto dos Santos*³
*Patrícia Bellotti Carvalho*⁴

RESUMO

O presente artigo propõe uma metodologia para o ensino da disciplina “Administrador Empresarial”, nos cursos de graduação da Universidade Tuiuti do Paraná, que se fundamenta numa abordagem aberta, flexível, baseada em princípios de auto-aprendizado, de forma a permitir que os alunos criem uma forma própria de aplicá-la, de acordo com suas características pessoais. O objetivo da disciplina é o desenvolvimento do profissional tanto na ótica do empregado-empREENDEDOR quanto do empresário-empREENDEDOR, na iniciativa privada ou social. Para isso é proposta uma metodologia que estimula o conhecimento e experiência dos alunos e que desperte o desenvolvimento dos comportamentos de sucesso de empREENDEDOR. A metodologia é constituída por estudos de casos; atividades individuais e em grupos; entrevista com empREENDEDORES; dinâmica de grupo, e elaboração de artigos sobre atitudes empREENDEDORAS e a criação de um laboratório de ações de incentivo ao empREENDEDORISMO, com parcerias entre UTP/PR e o poder público e entidades de classe. A premissa que permeia a ação educadora da disciplina é que é possível o ensino do empREENDEDORISMO.

Palavras-chave: Ensino; EmpREENDEDORISMO; Comportamento.

ABSTRACT

Summary the present article considers a methodology for the education of disciplines “Enterprise Administrator”, in the courses of graduation of the Tuiuti University of the Paraná, that if it bases on an opened boarding, flexible, based in auto-learning principles, of form in accordance with to allow that the pupils create a proper form to apply it, its personal characteristics. The objective of disciplines is the development of the professional in such a way in the optics of the employed-entrepreneur how much of the employer-entrepreneur, in the private or social initiative. For this a methodology is proposal that stimulates the knowledge and experience of the pupils and that improve the development of the behaviors of entrepreneur success. The methodology is constituted by studies of cases; individual activities and in groups; interview with entrepreneurs; dynamics of group, and article elaboration on enterprising attitudes and the creation of a laboratory of action of incentive to the stile entrepreneur, with partnerships between UTP/PR and the public power and entities of class. The premise that involves the action educator of disciplines is that the education of the stile entrepreneur is possible.

Key words: Education; To be Entrepreneur; Behavior.

INTRODUÇÃO

O mundo está presenciando a velocidade das mudanças nos cenários político, econômico e social. Os países formam blocos, derrubando fronteiras comerciais e impondo um novo tipo de relacionamento ao mercado; o consumidor está cada vez mais exigente quanto à qualidade dos

produtos e serviços disponibilizados; a tecnologia da informação, a cada dia, agrega inovações que têm impactos diretos na vida das organizações e pessoas.

Pessoas ou equipes de pessoas com características diferenciadas é que estão liderando essas mudanças. Elas são visionárias, questionam, arriscam, querem algo diferente, fazem acontecer e, enfim, empreendem. Os empreendedores são considerados pessoas diferenciadas, possuem

¹ Artigo apresentado no **19º Congresso Internacional de Administração** da UEPG/2006.

² Contabilista, graduado pela Universidade Federal do Paraná. Mestre em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina, professor de Contabilidade Gerencial da Universidade Tuiuti do Paraná. C-eletrônico: celso.oliveira@utp.br.

³ Teóloga, graduada pela Universidade Regional de Blumenau. Especialista em Pedagogia Empresarial pela Universidade Tuiuti do Paraná. Leciona a disciplina de Metodologia da Pesquisa Científica, Projeto de Pesquisa e Filosofia nesta mesma Instituição. C-eletrônico: maria.moretto@utp.br.

⁴ Economista, graduada pela Universidade de Passo Fundo. Mestre em Educação pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Leciona as disciplinas de Administração de Recursos Humanos, EmpREENDEDORISMO, Planejamento e Gerenciamento Estratégico na Universidade Tuiuti do Paraná. C-eletrônico: patricia.bellotti@utp.br.

motivação singular, são apaixonadas pelo que fazem, não se contentam em ser mais um na multidão, querem deixar algo para posteridade, e estão revolucionando o mundo.

Pode-se chamar o momento atual de “a era do empreendedorismo”, pois são os empreendedores que estão eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riqueza para a sociedade.

Alguns questionamentos fundamentais presentes nas pesquisas sobre empreendedorismo enfocam: Quais são as características dos empreendedores de sucesso? Eles têm algo diferente dos demais profissionais? É possível ensinar alguém a ser empreendedor?

Por que tanta importância é dada à pesquisa do ensino do empreendedorismo? Há uma necessidade premente no desenvolvimento de habilidades empreendedoras, de promover a capacidade de liderança, de despertar nos alunos, formas autônomas de pensar e gerir a vida profissional. Isso tem desafiado os Cursos a desenvolverem metodologias de ensino que abordem os problemas e oportunidades dos novos negócios e desenvolvam a potencialidade empreendedora dos alunos e que possam, efetivamente, estimular a iniciativa empreendedora.

É perceptível que o ensino de Empreendedorismo no Brasil tem mudado significativamente, desde a década passada. As universidades, que atuavam de forma esporádica no fomento ao Empreendedorismo, passaram a adotar uma nova postura em que o tema não só passou a ser explorado nos cursos de graduação, mas também na maioria dos cursos de pós-graduação. No entanto ainda predomina a abordagem teórica, numa área de conhecimento eminentemente comportamental, que deveria contar com uma abordagem tridimensional, composta pela pessoa, empresa e meio ambiente. O que se percebe é o foco na elaboração de planos de negócios, esquecendo-se

preendedor possui um processo de aprendizagem próprio e utiliza a imaginação, a criatividade e a intuição como elementos fundamentais para chegar à “visão do negócio”. Dessa forma, o professor precisa rever os seus métodos de ensino e aprendizagem e a própria maneira de ensinar que propicie ao aluno condições de questionar, refletir e relativizar ao invés de fornecer respostas prontas. Aprender não é a recepção passiva das informações que são transmitidas, mas sim um processo ativo onde o aluno investiga, reflete, incorpora e muda sua visão de mundo à medida que aprende.

A base da aprendizagem para ser um empreendedor é o estudo dos comportamentos e atitudes que conduzem à inovação, à capacidade de transformação do mundo, à geração de riquezas, e em qualquer campo, seja na pesquisa, no ensino, no emprego e na empresa. O instrumental necessário ao empreendedor de sucesso é visto como uma consequência do processo natural da capacidade de “aprender a aprender” – aprender o que for necessário para a criação, desenvolvimento e realização de sua visão. No ensino do empreendedorismo o ser é mais importante do que o saber: este será consequência das características pessoas que determinam a sua própria metodologia de aprendizagem.

É consensual a importância atribuída ao papel que os empreendedores representam para a construção do futuro do nosso país, como o agente de desenvolvimento, que gera idéias, provoca mudanças, mobiliza recursos, motiva as pessoas a criar riquezas para si e para seus parceiros.

Portanto, a metodologia a ser utilizada no ensino de empreendedorismo deve favorecer a ampliação da percepção do aluno sobre si mesmo, para que ele reconheça a necessidade de desenvolvimento de competências empreendedoras e seja capaz de identificar estratégias para seu desenvolvimento como empreendedor de sucesso, seja em organizações privadas, sociais ou no seu próprio negócio.

Para que o ensino do Empreendedorismo se torne mais eficiente, é preciso adotar metodologias próprias, diferentes das adotadas, para o ensino convencional.

da dimensão comportamental e organizacional, que são fatores decisivos no processo de Empreendedorismo.

Para que o ensino do Empreendedorismo se torne mais eficiente, é preciso adotar metodologias próprias, diferentes das adotadas, para o ensino convencional. Nesses termos, é necessária uma abordagem andragógica e fundamentada no “aprender fazendo”, que utilize técnicas como oficinas, modelagem, estudos de caso, metáforas e dinâmicas. Por isso, também o professor precisa se reconfigurar, tornando-se muito mais um incentivador e condutor de atividades do que alguém que dita procedimentos padrões. É necessário que também o professor seja empreendedor. (MALHEIROS, 2004).

Filion (1991) tem dedicado grande parte do seu trabalho para a educação empreendedora, e afirma que o em-

Dessa forma uma disciplina que se propõe a desenvolver a atitude empreendedora deve propiciar ainda oportunidades para que o aluno tenha contato com empresários dos mais diversos ramos, aliando a teoria com a prática. A experiência empresarial que será relatada pelos que ousaram na aventura de empreender um negócio seja em empresa privadas, sócias ou no seu próprio negócio enriquecerá o curso, auxiliará no estabelecimento da rede de relações e na formação dos modelos de referência. E ainda representa uma oportunidade para que os alunos possam perceber o comportamento empresarial, principalmente no que concerne à tomada de decisões e à superação dos entraves à expansão e crescimento da empresa, aliando a teoria à prática empresarial.

Por este motivo, julgamos importante o presente trabalho que visa, principalmente, colaborar na capacitação de

graduandos de todos os cursos, potenciais empreendedores, e traz uma proposta de mudança na forma de ensinar o empreendedorismo.

Nesse sentido, o presente artigo apresenta uma proposta de abordagem aplicada aos graduandos de todos os cursos, na disciplina Administrador Empresarial, da UTP – Universidade Tuiuti do Paraná, que visa despertar o senso crítico do aluno em relação ao processo de gestão empreendedora e propiciar o desenvolvimento de habilidades empreendedoras, para fazer frente às mudanças tecnológicas, sociais e, principalmente, no mercado de trabalho atual.

Assim, o objetivo geral da disciplina Administrador Empresarial é propiciar o estudo e reflexão sobre o que é ser empreendedor e os comportamentos de sucesso de empreendedores, observados por pesquisadores e pelos próprios alunos. Sendo a empresa considerada a imagem do seu criador, a expressão da internalidade de cada um, é importante que o empreendedor se conheça, para saber o que vai criar, quais os recursos internos de que dispõe e os que deverá adquirir, seja por meio de seu próprio desenvolvimento ou por meio de pessoas que o complementem. Assim, o foco central e norteador, em todos os conteúdos abordados na disciplina, é o perfil empreendedor.

O empreendedorismo nasce da crença na competência pessoal.

É vital que empreendedores conheçam as características fundamentais, apontadas em pesquisas, para que possam desenvolver e adotar comportamentos e atitudes adequadas. O estudante deve estar preparado para identificar as características que o seu futuro trabalho irá dele exigir, e avaliar o seu potencial em relação a elas, com a consciência de que assim terá mais chances de ser bem sucedido em seu empreendimento.

Outro ponto importante na abordagem da disciplina é o desenvolvimento de uma visão e da capacidade de identificar aproveitar e gerenciar oportunidades. A visão, para Filion (1991), é *“uma imagem, projetada no futuro, do lugar que se quer ver ocupado pelos seus produtos no mercado, assim como da imagem projetada do tipo de organização da qual se tem necessidade para conseguilo”*. Como o empreendedor desenvolve visões durante toda a sua vida, ele deve ser preparado para identificar oportunidades. É importante registrar que boas idéias não são necessariamente oportunidades e não saber distinguir umas das grandes causas de insucesso, comuns entre os empreendedores iniciantes.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O processo criativo do empreendedor gera novos contextos e promove o desenvolvimento de novos negócios. O sonho do empreendedor é transformado em realidade através do árduo trabalho, dedicação e perseverança, sem mágicas ou truques. Estudar o empreendedorismo é estudar a natureza comportamental do ser humano diante de desafios e envolve uma atitude pessoal ou coletiva de

inquietação, ousadia e proatividade.

A crença de que o empreendedor é um ser inato é questionada. Atualmente acredita-se que o processo empreendedor pode ser aprendido e entendido por qualquer pessoa e que o sucesso é decorrente de uma gama de fatores internos e externos ao negócio, de como são administradas as adversidades e do perfil do empreendedor. Os empreendedores inatos continuam existindo e sendo referências de sucesso, no entanto, outros podem ser capacitados para a criação de empresas duradouras (DORNELAS, 2001).

O sucesso do empreendedor está fundamentado em três pontos básicos. O primeiro deles é o desafio que estimula as pessoas a lutar por alguma coisa: o resultado que dá a sensação de vitória e autoconfiança para continuar adiante e, por fim, a própria responsabilidade de comemorar as vitórias e corrigir erros cometidos. O empreendedor não aceita derrotas, aprende com elas e segue adiante.

O empreendedorismo é marcado pela coragem, mas isso não significa que o medo de empreender não existe. Significa que o medo é sobrepujado pela ação de seguir a visão. A visão pode surgir de uma necessidade ou de um despertar para algo novo; ambos têm o mérito da luta. Pois não há empreendedorismo sem luta.

Sabe-se que não foi ainda possível estabelecer um perfil psicológico absolutamente científico do empreendedor. Entretanto, foram relacionadas características e aptidões que permitem aos futuros empreendedores, identificá-las e aperfeiçoá-las de forma a garantir maiores chances de sucesso (FILION *apud* GAUTHIER, 1999).

As características determinantes do comportamento humano são as necessidades, as habilidades, o conhecimento e os valores. Sendo assim, a criação de uma empresa é o instrumento utilizado pelo empreendedor para satisfazer suas necessidades, em consonância com os seus valores, conhecimentos e habilidades (LONGEN, 1997).

O empreendedorismo nasce da crença na competência pessoal e no conceito e significado do empreendedorismo. Alça vô através da visão bem delineada dos clientes, do mercado e da concorrência, das necessidades ainda não descobertas, dos recursos e pessoas. Ganha segurança pela forma de investimento e grau de planejamento do capital e é glorificado ou morto pelo uso do poder que o empreendedor tem de gerir o seu empreendimento.

3 A PERSONALIDADE DO EMPREENDEDOR

Os estudos e pesquisas realizados em relação ao comportamento e à personalidade do empreendedor fundamentam-se na crença de que o eventual sucesso do novo empreendimento dependerá principalmente do comportamento do empreendedor.

O trabalho pioneiro realizado acerca das características comportamentais dos empreendedores foi conduzido pelo professor da Universidade de Harvard, David Mc-

Clelland, em 1961. Segundo a teoria de McClelland, as pessoas são motivadas devido à necessidade de realização, poder e afiliação. Ele tomou por base a afirmação de que o ser humano é um produto social e tende a reproduzir seus próprios modelos. Assim, quanto mais empreendedores uma sociedade tiver, e quanto maior for o valor dado a eles, maior será a quantidade de jovens que tenderão a imitá-los, inculcando na cultura da sociedade o espírito e as características peculiares do empreendedor (LAUTHIER & LAPOLLI, 2000).

A necessidade de realização estimula a pessoa a colocar à prova seus limites, a realizar um bom trabalho. Pessoas com alta necessidade de realização são pessoas que procuram mudanças em suas vidas, estabelecem metas e se colocam em situações competitivas, estipulando também para si, metas que são realistas e realizáveis. Seus estudos comprovam que a necessidade de realização é a primeira necessidade identificada entre os empreendedores bem sucedidos e é a grande impulsionadora das pessoas na construção de um empreendimento.

A necessidade de afiliação existe apenas quando há alguma evidência sobre a preocupação em estabelecer, manter ou restabelecer relações emocionais positivas com outras pessoas. A necessidade de poder é caracterizada principalmente pela forte preocupação em exercer poder sobre os outros.

Em 1982, David McClelland, realizou uma pesquisa mundial para conhecer o que havia de comum entre as pessoas bem-sucedidas nos negócios, procurando detectar se as características mais observadas eram comuns entre os países. McClelland identificou doze principais competências:

Realização	Planejamento	Poder
Busca de Oportunidades e Iniciativa	Busca de Informações	Persuasão
Correr Riscos Calculados	Estabelecimento de Metas	Rede de Contatos
Exigência da Qualidade e Eficiência	Planejamento	Independência
Persistência e Comprometimento	Monitoramento Sistemático	Autoconfiança

Quadro 1 – Competências de McClelland

Os estudos realizados por Collins, Moore e Zaleznisk (1964), têm como base a crença de que o empreendedorismo é uma ação imitada dos modelos copiados da infância. O ponto chave das características dos empreendedores descoberto pela pesquisa foi a sua alta necessidade de autonomia, independência e autoconfiança.

Uma outra visão psicanalítica dos empreendedores provém do trabalho de Abraham Zaleznik e Manfred Kets de Vries (1996), que também percebem os empreendedores como pessoas profundamente influenciadas por uma infância turbulenta e conflitante. Suas vidas eram frequentemente sofridas, com temas reais ou imaginários de pobreza, depravação, morte significativa e solidão. Eles

acreditam que o empreendedor é motivado por sentimentos persistentes de insatisfação, rejeição e impotência, derivados de conflitos relacionados com os pais.

Jeffrey Timmons (1994) e seus colaboradores pesquisaram também os atributos de personalidade dos empreendedores. Seu estudo representa uma síntese de mais de cinquenta pesquisas compiladas da literatura acerca de atributos e comportamentos dos empreendedores bem sucedidos, os quais são citados a seguir:

- a) Total comprometimento, determinação e perseverança;
- b) Guiados pela auto-realização e crescimento;
- c) Senso de oportunidade e orientação por metas;
- d) Iniciativas por responsabilidades pessoais;
- e) Persistência na resolução de problemas;
- f) Conscientização e senso de humor;
- g) Busca de feedback;
- h) Controle racional dos impulsos;
- i) Tolerância ao stress, ambigüidade e incerteza;
- j) Riscos moderados;
- k) Pouca necessidade de status e poder;
- l) Integridade e Confiabilidade;
- m) Decisão, Urgência e Paciência;
- n) Lidar bem com o fracasso;
- o) Formador de equipes.

Em 1988, Ray e Turpin, também pesquisaram empreendedores da França, Canadá, Japão e USA, visando entender como os empreendedores percebiam o sucesso. As habilidades identificadas por eles foram: a capacidade de identificar novas oportunidades; avaliar oportunidades e pensar criticamente; comunicação persuasiva; negociação; comunicação interpessoal; escutar e adquirir informação; e resolução de problemas.

As pesquisas e estudos centrados no entendimento dos atributos de personalidade dos empreendedores como fator determinante do sucesso empresarial são alvos de muitas críticas. As principais decorrem do fato dos pesquisadores tomarem os atributos de personalidade como sendo definitivos, não dando suficiente atenção ao conjunto de habilidades, conhecimentos e experiências da pessoa.

Segundo Ray (1988), a personalidade do empreendedor tem um papel relevante na obtenção do sucesso de um empreendimento, pois ela será a base que formará a cultura, os valores e o comportamento social da nova empresa. Ele ressalta que não há um tipo ideal de personalidade ou um conjunto marginal de atributos que garanta o sucesso. Sendo assim, acredita que as pesquisas, os estudos e os programas de desenvolvimento que cultivam certos atributos de personalidade como fator determinante do sucesso de um empreendimento não está na direção errada. Pondera, no entanto, que é necessário realizar pesquisas ampliadas sobre empreendedores, não apenas centradas

em descobrir atributos de personalidade dos empreendedores bem sucedidos, pois, muitos traços citados podem ser facilmente aplicados e relacionados a muitos gerentes.

Em síntese, o ponto central é que ao invés de se postular os traços de personalidade como sendo definitivos, deve-se estudar quais habilidades e conhecimentos são necessários para se construir empreendimentos bem sucedidos, pois esses podem ser adquiridos e desenvolvidos.

4 PROPOSTA METODOLÓGICA DA DISCIPLINA

Ao se aprofundar o estudo das características, habilidades e comportamentos de sucesso do empreendedor pode-se perceber que existe maior ênfase nas habilidades pessoais do que na aquisição de conhecimentos especializados – que também são importantes e desafiadores, mas que essencialmente dependem das habilidades comportamentais dos empreendedores.

O talento empreendedor resulta da percepção, dedicação e muito trabalho, das pessoas que fazem acontecer. Onde existe este talento, há a oportunidade de crescer, diversificar e desenvolver novos negócios. Talento, porém, sem idéias é como uma semente sem água.

Quando o talento é somado à tecnologia e as pessoas têm boas e viáveis idéias, o processo empreendedor está na iminência de ocorrer. Existe, no entanto, ainda a necessidade de um combustível essencial para que finalmente o negócio saia do papel: o capital. O componente final é o “know-how”, ou seja, o conhecimento e a habilidade de conseguir convergir para um mesmo ambiente o talento, a tecnologia e o capital que fazem a empresa crescer.

Portanto, os objetivos específicos do ensino do empreendedorismo deverão ser: a identificação e o entendimento das habilidades do empreendedor; o entendimento de como ocorre a inovação e o processo empreendedor; o reconhecimento da importância do empreendedorismo para o desenvolvimento econômico; a vivência de como preparar e utilizar um plano de negócios; como identificar fontes de obtenção de financiamento para o novo negócio; e como gerenciar a nova empresa, com crescimento sustentável.

A metodologia do ensino foi inspirada nos processos de aprendizagem utilizados pelo empreendedor na vida real, submetendo o aluno a situações similares àquelas em que encontrará na prática empreendedora. Segundo Gibb (1991) o empreendedor aprende solucionar problemas;

fazendo sob pressão; interagindo com os pares e outras pessoas; através de trocas com o ambiente; aproveitando oportunidades; copiando outros empreendedores; pelos próprios erros (pequenos) porque há liberdade; através do feedback dos clientes.

A metodologia adotada teve por base a compreensão, utilização de feedback, análise de casos/informações, formulação de suposições, e não o fornecimento de modelos e busca de respostas “corretas” ou receitas. Os alunos devem desenvolver um novo estilo de aprendizagem no qual os aspectos mais profundos de sua individualidade, suas emoções e seus valores estão ativamente influenciando seu processo de aprendizagem (BRADFORD *et al*; 1994)

A proposta metodológica visa encorajar os alunos a encontrar e explorar conceitos amplos de um problema a partir de uma visão multidisciplinar; a desenvolver independência no pensar, encorajar o uso de sentimentos, atitudes e valores externos a informação; desenvolver respostas emocionais ao lidarem com conflitos, encorajando-os a fazer escolhas e assumir compromissos em condições de estresse e incerteza, enfim, encorajá-los a, lidar de novas formas com o mundo real.

Para isso serão utilizadas as seguintes técnicas de ensino: vivências, dinâmicas de grupo, estudos de caso, individual e/ou grupo, com a identificação dos aspectos teóricos abordados; instrumentos/teses para conhecimento de si mesmo; exposição dialogada, brainstorming e estímulo ao debate e reflexão; leitura e estudo individual de artigos e textos selecionados; depoimento de empreendedor local, elaboração de um relatório de entrevista com um empreendedor de sucesso e a criação de um laboratório de ações de incentivo ao empreendedorismo, com parcerias entre UTP/PR e o poder público e entidades de classe.

A avaliação de aprendizagem envolverá várias atividades com pesos diferenciados, a saber: participação em atividades em sala e estudo de casos de empreendedores de sucesso; elaboração de Entrevista com Empreendedores de Sucesso e apresentação.

Grande importância será dada à entrevista com empreendedores, que permitirá o contato individualizado com o empresário, no seu ambiente natural de atuação. É indispensável ao aluno conhecer os caminhos percorridos por aqueles que alcançaram sucessos e também por aqueles que amargaram fracassos. É imprescindível à formação e enriquecimento da visão do aluno, no que diz respeito ao perfil do empreendedor e àquilo que se entende como empreendimento.

CONCLUSÃO

Este trabalho apresenta uma metodologia que contribui para desenvolver nos futuros administradores uma visão empreendedora, aberta, flexível, baseada em princípios de auto-aprendizado, permitindo que cada um crie uma forma própria de aplicá-la, de acordo com suas características pessoais. Percebe-se que o ensino do empreendedorismo não pode ser feito da forma tradicional, com simples repasse de conteúdo. É essencial a utilização de uma abordagem reflexiva e vivencial, que permita aos alunos construir seus próprios conhecimentos e principalmente sentirem-se motivados a aprender cada vez mais.

A meta principal deste artigo é propiciar aos educadores condições de aperfeiçoar o seu trabalho no dia-a-dia. Assim sendo, dentro de um processo contínuo de reflexão, é fundamental permitir aos alunos, todos empreendedores em potencial, que reflitam sobre as características essenciais aos empreendedores e possam analisar qual a situação em relação a cada uma delas. Que possam identificar sua correlação individual de recursos, quais são os seus pontos fortes, quais pontos são passíveis de melhoria e como podem estabelecer suas metas, visando o sucesso pessoal e profissional.

Voltando à nossa indagação inicial: pode-se ensinar empreendedorismo? Conclui-se que é possível, com a metodologia proposta, aumentar a conscientização do aluno a respeito do tema, fornecer-lhe ferramentas para identificar e valorizar suas oportunidades e qualidades; e, fundamentalmente, podemos fomentar e encorajar pessoas a acreditarem em seu potencial, a sonhar alto e realizar sonhos. Um educador de empreendedorismo deve ser um facilitador do processo de aprendizagem de um novo campo, e não alguém que espera que os alunos se lembrem de conceitos abstratos em uma prova escrita. Deve ser alguém que ajuda seus alunos a se distinguirem como empreendedores de sucesso dentre os demais.

Por isso este trabalho é destinado aos profissionais dos novos tempos, que tenham compromisso com a inovação e estejam preparados para realizá-la. Que tenham a coragem de assumir riscos e que não tenham medo de transformar sonhos em realidade.

REFERÊNCIAS

BERNARDI, I. A. **Manual de empreendedorismo e gestão: fundamentos, estratégia e dinâmicas.** São Paulo: Atlas, 2003.

BRADFORD e HYNES, B. **Entrepreneurship education and training: introducing entrepreneurship into non-business disciplines.** Journal of European Industrial Training, v. 20, issue 8, p. 10-20, 1996.

BRANFORD. **Entrepreneur education and training programmes: a review and evaluation – part 1.** Journal of European Industrial Training, Vol. 18, issue 8, p. 3-16, 1994.

_____; GARAVAN, T. N. E O CINNEIDE, B. **Entrepreneurship education and training programmes: a review and evaluation – Part 2.** Journal of European Industrial Training, v. 18, issue 11, p. 13-24, 1994.

BRITO, F. E WERNER, L. **Empreendedores brasileiros: vivendo e aprendendo com grandes nomes.** Rio de Janeiro: Negócio-Editora, 2003.

DOLABELA, F. **A vez do sonho.** São Paulo: Cultura Editores, 2001.

DOLABELA, F. **O segredo de Luiza.** São Paulo: Cultura Editores, 1999.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor.** São Paulo: Cultura Editores, 1999.

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

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa.** Rio de Janeiro: Campus, 2003.

FILION, L. J. O planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: Identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações – **Revista de Administração de Empresas**, FGV, São Paulo, Jul/Set.1991, pág.31(3): 63-71.

_____. O planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: Identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações – **Revista de Administração de Empresas**, FGV, São Paulo, n° 3.vol. 31, Jul/Set, 1991.

_____. Visão e relações: elementos para um metamodelo empreendedor. – **Revista de Administração de Empresas**, FGV, São Paulo, n° 6.vol. 33, Nov/Dez, 1993.

KETS DE VRIES, M. **The anatomy of the entrepreneur clinical observations**. Human Relations, V. 49, n° 7, 1996. p. 853-880, 1996.

LONGEN, M. T. **Um modelo comportamental para o estudo do perfil empreendedor**. Dissertação de Mestrado. EPS. UFSC, 1997.

MALHEIROS, R. C. C. **Um minuto de idéias e oportunidades**. Revista Empreendedor, Fev. 2004.

MARCOVITCH, J. **Pioneiros & empreendedores: saga do desenvolvimento no Brasil** – Vol. I, São Paulo: EDUSP, 2003.

MELO NETO, F. P. e FROES, C. **Empreendedorismo social: a transição para a sociedade sustentável**, Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

MURRAY, H.J. *apud* BERGAMINI C.W. **Psicologia aplicada à administração de empresas**. São Paulo: Atlas, 1997.

OECH, R. **Um toc na cuca**. São Paulo: Cultura Editores, 1998.

RAMOS, H. F. **Empreendedores: histórias de sucesso**. São Paulo: Saraiva, 2005.

SENGE, P. A, **Dança das mudanças**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

SILVA, A. C. T. **Inovação: como criar idéias que geram resultados**. Rio de Janeiro: Ed. Futura, 2003.

TONELLI, A. **Elaboração de uma metodologia de capacitação aplicada ao estudo das características comportamentais dos empreendedores**. Dissertação de mestrado em engenharia de produção, UFSC, 1997.