

EMPREENDEDORISMO

PERFIL DESBRAVADOR

Pedagogia Empreendedora



Sidnei Varanis de Souza ♣

Empreendedorismo e Pedagogia Empreendedora

2007

Sidnei Varanis de Souza ♣

EMPREENDEDORISMO

EMPREENDEDORISMO

PERFIL DESBRAVADOR

EMPREENDEDORISMO

PERFIL DESBRAVADOR

Pedagogia Empreendedora

POR
SIDNEI VARANIS DE SOUZA .:

Chapada dos Guimarães – MT
2007

Direitos autorais totais ou parciais reservados

EMPREENDEDORISMO
PERFIL DESBRAVADOR

1ª Edição, Outubro 2007

Autor: Sidnei Varanis

Planejamento Gráfico: Sidnei Varanis

Diagramação: Jovanil Santos, Dyego Moraes

Revisão: Lourimar Ap. Pinheiro

Capa: Jovanil Santos

Reprodução Permitida por qualquer meio de divulgação

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho primeiramente à minha família, meu pai Nedir, minha mãe Irene, minha esposa Lourimar, meu filho Arthur e a minha filha Caroline, pela paciência e entender minhas ausências, devido à minha dedicação ao trabalho e aos estudos.

Dedico a todos amados irmãos que compreenderam a inexorabilidade da evolução e o verdadeiro sentido da gratidão, do aperfeiçoamento e da tolerância.

Dedico a todos os leitores que se interessam e se preocupam por este tema, e acreditam que o empreendedorismo possa fazer a diferença neste país, tenho o propósito de contribuir em seu crescimento pessoal e profissional.

Dedicação especial aos empreendedores pois, “é empreendedor, em qualquer área, alguém que sonha e busca transformar seu sonho em realidade”

AGRADECIMENTOS

Não podemos esquecer a gratidão ! Mais que um dever, é um privilégio de quem recebe apoio e incentivo no que faz. E nenhum projeto é tão bem sucedido quanto aquele que recebe apoio, pois apoiar é socializar ! E, segundo o que se observa, a comunidade sempre atinge um desiderato mais amplo e satisfatório que o indivíduo. Assim, o apoio, mesmo que informal, funciona como transmissão de uma energia que resultará na concretização de alguma coisa, e no meu caso, como modesto estudioso do tema, mas sinceramente embuído do desejo de servir, o apoio funciona como elemento de motivação, que me faz consciente da necessidade de continuar. Agradecer, nesse caso, é a exteriorização de um sentimento feliz e a esperança de continuar merecendo apoio.

Como não poderia deixar de ser, registro novamente minha gratidão pela compreensão e pelo carinho de minha esposa LOURIMAR AP. PINHEIRO SILVA SOUZA, por ser minha grande incentivadora e companheira.

Meu agradecimento maçônico ao meu padrinho na Ordem, Irmão Lourival Ferreira, a quem devo meu primeiro encontro.

Meu agradecimento especial a todos os meus Amados Irmãos de minha Loja Maçônica Filhos de Nazaré N° 36, da qual sou um modesto servidor.

Meu agradecimento a todos os patrocinadores, amigos, clientes, familiares, parceiros de trabalho, pelos anos de compreensão e apoio.

E minha especial gratidão ao Grande Arquiteto do Universo que me iluminou no interesse deste tema, e de me encorajar no profundo estudo, me incentivando na procura de uma solução que possa ser utilizada como principal força na eliminação da miséria e na diminuição da distância entre pobres e ricos.

Sendo assim espero de coração que este trabalho seja justo e perfeito.

Outubro/2007

Sidnei Varanis

APRENDER

Depois de algum tempo você aprende a diferença, a sutil diferença entre dar a mão e acorrentar uma alma.

E você aprende que amar não significa apoiar-se, e que companhia nem sempre significa segurança.

E começa a aprender que beijos não são contratos e presentes, não são promessas.

E começa a aceitar suas derrotas com a cabeça erguida e olhos adiante, com a graça de um adulto e não com a tristeza de uma criança.

E aprende a construir todas as suas estradas no hoje, porque o terreno do amanhã é incerto demais para os planos, e o futuro tem o costume de cair em meio ao vão.

Depois de um tempo você aprende que o sol queima se ficar exposto por muito tempo.

E aprende que não importa o quanto você se importe, algumas pessoas simplesmente não se importam...

E aceita que não importa quão boa seja uma pessoa, ela vai feri-lo de vez em quando e você precisa perdoá-la por isso.

Aprende que falar pode aliviar dores emocionais.

Descobre que leva-se anos para construir confiança e apenas segundos para destruí-la, e que você pode fazer coisas em um instante, das quais se arrependerá pelo resto da vida.

Aprende que verdadeiras amizades continuam a crescer mesmo a longas distâncias.

E o que importa não é o que você tem na vida, mas quem você tem da vida.

E que bons amigos são a família que nos permitiram escolher.

Aprende que não temos que mudar de amigos se compreendemos que os amigos mudam, percebe que seu melhor amigo e você podem fazer qualquer coisa, ou nada, e terem bons momentos juntos.

Descobre que as pessoas com quem você mais se importa na vida são tomadas de você muito depressa - por isso, sempre devemos deixar as pessoas que amamos com palavras amorosas, pode ser a última vez que as vejamos.

Aprende que as circunstâncias e os ambientes têm influência sobre nós, mas nós somos responsáveis por nós mesmos.

Começa a aprender que não se deve comparar com os outros, mas com o melhor que pode ser.

Descobre que se leva muito tempo para se tornar a pessoa que quer ser, e que o tempo é curto.

Aprende que não importa onde já chegou, mas onde está indo, mas se você não sabe para onde está indo, qualquer lugar serve.

Aprende que, ou você controla seus atos ou eles o controlarão, e que ser flexível não significa ser fraco ou não ter personalidade, pois não importa quão delicada e frágil seja uma situação, sempre existem dois lados.

Aprende que heróis são pessoas que fizeram o que era necessário fazer, enfrentando as conseqüências.

Aprende que paciência requer muita prática.

Descobre que algumas vezes, a pessoa que você espera que o chute quando você cai, é uma das poucas que o ajudam a levantar-se.

Aprende que maturidade tem mais a ver com os tipos de experiência que se teve e o que você aprendeu com elas, do que com quantos aniversários você celebrou. Aprende que há mais dos seus pais em você do que você supunha.

Aprende que nunca se deve dizer a uma criança que sonhos são bobagens, poucas coisas são tão humilhantes e seria uma tragédia se ela acreditasse nisso.

Aprende que quando está com raiva tem o direito de estar com raiva, mas isso não te dá o direito de ser cruel.

Descobre que só porque alguém não o ama do jeito que você quer que ame, não significa que esse alguém não o ama com tudo o que pode, pois existem pessoas que nos amam, mas simplesmente não sabem como demonstrar ou viver isso.

Aprende que nem sempre é suficiente ser perdoado por alguém, algumas vezes você tem que aprender a perdoar-se a si mesmo.

Aprende que com a mesma severidade com que julga, você será em algum momento condenado.

Aprende que não importa em quantos pedaços seu coração foi partido, o mundo não pára para que você o conserte.

Aprende que o tempo não é algo que possa voltar para trás. Portanto, plante seu jardim e decore sua alma, ao invés de esperar que alguém lhe traga flores.

E você aprende que realmente pode suportar... que realmente é forte, e que pode ir muito mais longe depois de pensar que não se pode mais.

E que realmente a vida tem valor e que você tem valor diante da vida!

SUMÁRIO

	Pág.
Dedicatória	06
Agradecimentos	07
Prefácio	12
Justificativa	13
O Problema	15
Elementos da Educação Empreendedora	17
Motivação	19
Competências e Habilidades	21
Como surgem os Empreendedores	25
Formação Empreendedora	27
O Papel do Empreendedor no Desenvolvimento Econômico e Social Sustentável	29
Educação Empreendedora para o Brasil	30
Importância do Estudo das Oportunidades	32
Objetivos/Propostas	36
Empreendedorismo e Educação	38
O Empreendedorismo	41
As Etapas para o Empreendedor	44
Métodos e Técnicas	49
Conclusão e Sugestão	52
O Trem da Vida	56
Referências Bibliográficas	58

PREFÁCIO

Como sair de uma posição negativa de 10 milhões de desempregados para uma posição de 50 milhões de oportunidades de trabalho?

Acredito que o remédio seja um só: maior valorização, desenvolvimento e apoio aos empreendedores.

Para isso este trabalho pretende sensibilizar as pessoas quanto às necessárias mudanças nas idéias preconceituosas que persistem em nossas normas sociais e culturais a respeito dos empreendedores e das iniciativas empresariais.

JUSTIFICATIVA

O Brasil está sentado em cima de uma das maiores riquezas naturais do mundo, ainda relativamente pouco explorada: o potencial empreendedor de nós, brasileiros.

A cultura do Brasil é a do empreendedor espontâneo. Este está onipresente. Ele só precisa de um estímulo, como uma flor precisa de sol e um pouco de água para brotar na primavera.

Para atingir esse empreendedor espontâneo e dar-lhe recursos para vencer, este trabalho pretende disseminar a cultura empreendedora dentro das escolas. Com isso, professores de qualquer formação ou disciplina saberão interagir com a sociedade no sentido de criar o ambiente propício ao empreendedorismo no país.

E, principalmente, desenvolver com os jovens as características empreendedoras, as idéias de negócios e as ferramentas necessárias para aproveitar as oportunidades existentes no mercado.

O empreendedorismo, de que tanto irei falar e o qual estímulo, é um conceito que vem se popularizando nas últimas décadas, deixando de ser a "caixa-preta" que sempre pareceu ser. A princípio, é fundamental dizer que todos somos empreendedores. E desde que nascemos, pois empreendemos por nossas próprias vidas desde a concepção. Mais tarde, investimos tempo e energia para nos tornarmos cidadãos socialmente ativos, com a obrigação de contribuir para nosso sustento e com o nosso entorno. É dizer: viver é um constante empreender. Cientes disso, abandonamos o conceito de que empreendedorismo é algo para poucos

Empreendedorismo é para todos, pois empreendemos corporativamente quando cuidamos de nossa carreira, empreendemos socialmente quando atendemos um clamor da comunidade e, finalmente, empreendemos empresarialmente quando criamos uma empresa e/ou fazemos com que ela cresça. Em todos os casos, zelamos pelo bem-estar, gerando mudanças positivas que vão

favorecer o amplo desenvolvimento da sociedade.

Engraçado, costumam dizer que tenho sorte.
Só sei que quanto mais me preparo mais sorte eu tenho.

Anthony Robbins

O PROBLEMA

O Conceito de empreendedorismo tem sido muito difundido no Brasil, nos últimos anos, intensificando-se no final da década de 1990. Um fator que tem colocado a questão do empreendedorismo como prioritário nas discussões acadêmicas e econômicas é o estudo realizado em vários países, comprovando a influência da cultura empreendedora no processo de desenvolvimento econômico de uma sociedade. Tais estudos demonstram que quanto maior a parcela de uma população com características empreendedoras maiores são as chances daquela nação ou sociedade se desenvolver e gerar riquezas. Neste sentido, a sociedade e, principalmente, os educadores devem se alertar para este dever e se perguntar se estão formando empreendedores ou apenas profissionais que desempenharão bem o seu papel de funcionário e colaborador.

Quem não se lembra dos seus pais ou de seus professores do ensino fundamental e médio dizendo: “você precisa estudar e ser um bom aluno para conseguir um bom emprego no futuro”? Por que nunca se ouve dizer: “Você precisa estudar para ser um grande empresário ou um grande empreendedor”? Os indivíduos estão dentro de casa, nas escolas e na comunidade, deixando de estimular a cultura empreendedora nas futuras gerações e limitando seus sonhos. Vive-se no início da era do fim dos empregos e a alternativa que melhor se apresenta para a solução deste impasse é o estímulo ao espírito empreendedor das futuras gerações, não sendo esta uma atribuição exclusiva das escolas de administração ou das instituições de ensino superior. Trata-se de uma postura que deve ser tomada desde a infância, no âmbito familiar, e desde o ensino fundamental, no âmbito social.

Neste sentido, a introdução de disciplinas de empreendedorismo na educação básica tem um caráter revolucionário. Isto significa uma quebra de paradigmas na tradição didática, uma vez que aborda o saber como consequência dos atributos do ser. Sobretudo, na sala de aula, elementos como atitude, comportamento, emoção, sonho, dentre outros, ganham a atenção dos educadores, que antes era ocupada somente pelo saber. Segundo Dolabela (2003), todos nascem empreendedores, e que se o deixam de sê-lo mais tarde, isto se deve à exposição a valores anti-empreendedores na educação, nas relações sociais, no “figurino cultural” conservador a que o indivíduo é submetido. Lidar com crianças, por conseguinte, é lidar com autênticos empreendedores ainda não contaminados por esses valores.

A educação empreendedora deve incluir, necessariamente, o aumento da capacidade de gerar capital social e capital humano. Do contrário, continua-se a negar a participação de grandes camadas da população no processo de gerar renda e de usufruir as riquezas. Sendo assim, é possível afirmar que a educação empreendedora deve começar na mais tenra idade, porque diz respeito à cultura, que tem o poder de induzir ou de inibir a capacidade empreendedora. Diante desta realidade, surge a necessidade se estudar e dar maior destaque ao “ensino do empreendedorismo na Educação em todos os níveis, voltado para o desenvolvimento econômico e social sustentável”.

Não existe um padrão, modelo ou “receita” para isso. A “Pedagogia Empreendedora” é recriada a cada implementação, considerando-se as peculiaridades do professor, do aluno, da instituição e da cultura local. O ensino para o desenvolvimento do saber empreendedor não é constituído pela transferência de conhecimentos, mas sim, pela indução à prática, pela criação de condições para que o aluno possa desenvolver sua capacidade de aprender sobre o ambiente de seu sonho e criar estratégias para a sua realização, identificando e aproveitando oportunidades, ou seja,

a ênfase no auto-aprendizado. Neste processo, a tarefa do professor, além de apresentar a pergunta fundante, será a de apoiar o aluno na busca e construção do conhecimento, e não a de ensinar.

ELEMENTOS DA EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA

devemos formar a futura mão-de-obra para tornar-se mais inovadora. Assim, os indivíduos e as organizações terão melhor desempenho.”

Portanto, observa-se que não se trata de introduzir matérias ou cursos novos nos programas já existentes. A proposta se volta fundamentalmente para a maneira de ensinar. É conduzir o educando a questionar mais e a relativizar os conteúdos, ao invés de fornecer respostas prontas, incentivando o educando a se desembaraçar sozinho.

Quanto ao nível de ensino a que esta proposta possa se encaixar, somos de parecer que seria conveniente tanto ao ensino médio quanto ao superior.

Entretanto FILLION (1991 a), afirma: *“Falar de educação empreendedora no secundário é falar do nível mais determinante para desenvolver o potencial empreendedor dos jovens. É nele que o processo de identificação e de aquisição de modos de aprendizagem própria tomará forma.”*

MOTIVAÇÃO

Falar de educação empreendedora, é dar ênfase às atitudes e prestar atenção nos processos de aprendizagem. É importante envolver todos os professores, buscando oferecer aos alunos um ensino pró-ativo onde se estimule mais o questionamento que as respostas prontas.

O empreendedorismo é um componente complementar transversal, e por isso tem de permear todo o curso, o ensino do empreendedorismo deve ter uma característica formacional, motivando os alunos a colocarem em prática o que eles têm na cabeça.

Com uma abordagem acentuadamente humanista, este trabalho

elege como tema central não o enriquecimento pessoal, mas a preparação do indivíduo para participar, ativamente, da construção do desenvolvimento social, com vistas à melhoria de vida da população e eliminação da exclusão social.

Por se tratar de uma proposta de mudança cultural, A “Pedagogia Empreendedora” jamais poderá ser imposta. Sua adoção é uma decisão política de cada escola, congruente com sua visão de mundo. Por exigir grande energia do corpo docente para conduzir as mudanças que suscita, é imprescindível total comprometimento da escola. A implementação evasiva é inadequada, não só, porque a metodologia pressupõe cooperação para a construção coletiva, mas, também, pela necessidade de recriação da metodologia pelo professor, o que exige empenho e convicção.

Empreendedorismo é o principal fator de desenvolvimento econômico de um país. Portanto, se no passado, e ainda hoje, incutirmos em nossos filhos e alunos valores como emprego, estabilidade financeira e nível universitário como instrumentos de realização pessoal (síndrome do emprego), temos agora a obrigação de educar nossas crianças e jovens dentro de valores como autonomia, independência, capacidade de gerar o próprio emprego, de inovar e gerar riqueza, capacidade de assumir riscos e crescer em ambientes instáveis, são esses os valores sociais capazes de conduzir países ao desenvolvimento. Empreendedorismo está atravessando crescimento inesperado em todas as suas dimensões, fala-se em revolução silenciosa, que “será para o século 21 mais do que a revolução industrial foi para o século 20”.

O movimento no Brasil começa a surtir efeito à partir de iniciativas de universidades federais que acreditaram ser possível transformar alunos em futuros proprietários de empresas. O processo tem avançado com o surgimento e consolidação das incubadoras de empresas as quais permitem que bons planos de negócios sejam colocados em operação com auxílio das próprias universidades e de instituições que promovem desenvolvimento local.

Se a escola requer avanços em sua estrutura pedagógica, nada mais oportuno que disponibilizar ao mercado de ensino uma metodologia eficaz que trará bons resultados não só para seus

educadores e alunos, bem como para a comunidade, pois estará incentivando estudantes e professores a pensarem de forma criativa, inovadora e com bases coerentes, em abrir seus próprios negócios, pois tudo leva a crer que o desenvolvimento econômico seja função do grau de empreendedorismo de uma comunidade.

COMPETÊNCIAS E HABILIDADES DO EMPREENDEDOR

Baseado em diversas pesquisas em relação ao comportamento dos empreendedores, McClelland identificou dez principais características de uma pessoa de sucesso, as chamadas pessoas empreendedoras e as dividiu em três conjuntos distintos (SEBRAE, 2000):

a) Conjunto da Realização - Busca de oportunidades e iniciativas: faz as coisas antes de solicitado ou forçado pelas circunstâncias; atua para expandir o negócio; aproveita oportunidades novas ou pouco comuns.

Persistência: não desiste frente a obstáculos; age repetidamente ou muda de estratégia para enfrentar um desafio ou superar obstáculos; assume responsabilidade pessoal pelo desempenho necessário ao cumprimento de metas e objetivos.

Corre risco calculado: avalia alternativas e calcula riscos deliberadamente; age para controlar ou reduzir o risco; coloca-se em situações que implicam em desafios.

Exigência de qualidade e eficiência: preocupação em reduzir ao mínimo o tempo, o custo e os recursos necessários para realizar as tarefas; age de maneira a fazer coisas que satisfazem ou excedem padrões de excelência; busca a qualidade.

Comprometimento: forte sentido de comprometimento pessoal para cumprir contratos ou completar uma tarefa; esmera-se em manter clientes satisfeitos.

b) Conjunto do Planejamento - Busca de informações: inclinação a valorizar a informação e a buscá-la pessoalmente para elaborar um plano ou tomar decisões.

Estabelecimento de metas: estabelece metas e objetivos que são desafiantes e que têm significado pessoal; define metas de longo prazo, claras e específicas; estabelece objetivos de curto prazo mensuráveis.

Planejamento e monitoramento sistemáticos: uso de análise lógica para desenvolver planos específicos para a tomada de decisões; constantemente revisa seus planos levando em conta os resultados obtidos e mudanças circunstanciais; mantém registros financeiros e os utiliza para tomar decisões.

c) Conjunto do Poder - Independência e autoconfiança: acreditam na própria habilidade, eficácia e critérios; busca autonomia em relação a normas e controles de outros; mantém seu ponto de vista mesmo diante de oposição ou resultados desanimadores.

Persuasão e rede de contatos: habilidade de apresentar-se de forma convincente aos demais; utiliza estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir os outros; utiliza pessoas-chaves como agentes para atingir seus próprios objetivos; age para desenvolver e manter relações comerciais.

Por meio destas pesquisas e de outras experiências testadas por McClelland, pode ser observado que as competências empreendedoras podem ser reforçadas, com o objetivo de melhorar a habilidade empresarial e podem ser aplicadas a uma variedade de contextos culturais.

Miner (1998) apresenta quatro tipos de empreendedores, sendo que esta classificação é baseada no perfil do indivíduo: realizador, autêntico-gerente, gerador de idéias e supervendedor. O autor explica quais são as principais características para cada perfil:

a) O realizador é aquele que tenta ser bom em tudo; estabelece suas próprias metas; tem iniciativa; tem energia e acredita que por meio de suas ações pode controlar a própria vida, ele é generalista. Pensa no futuro, tem necessidade de realizar, é ativo e competitivo. Ele está preocupado em atingir o sucesso e não a evitar o fracasso.

Tem grande comprometimento com a empresa.

b) Para o supervendedor o relacionamento é muito importante. Ele é simpático, especialista em satisfazer as necessidades dos clientes. Acredita que os processos sociais são muito importantes.

Tem talento para formar equipes. Valoriza conhecer as pessoas, interagir com elas e obter a sua estima. Vê o lado bom das pessoas e procura sempre ajudar. Ele é orientado para a ação e não para o planejamento.

c) O autêntico-gerente é aquele que gosta do poder, e não precisa de gerente, assumindo ele mesmo essa função. É bom vendedor. Destaca-se no autêntico-gerente o desejo de ser líder. Ele tem determinação e desejo de competir. Aceita desafios e se esforça para obter vitória em tudo. Deseja destacar-se. Costuma ser também um profissional realizador.

d) O gerador de idéias inventa produtos, visualiza novos nichos de mercado e encontra uma forma de superar a concorrência. É visionário, se envolve em empreendimento de alta tecnologia. É inovador, é muito criativo. Preocupa-se com a opinião dos outros, é adaptável e flexível. É curioso e tem mente aberta. Partilha o poder, quer independência e não gosta de obedecer a regras. Pode ser irrealista, é pragmático, sonhador, idealista e difícil de controlar.

As pessoas, em geral, não nascem empreendedoras, sendo que essas características podem ser desenvolvidas com o passar dos anos. Tanto Degen (1989), quanto Drucker (2002), acreditam que qualquer indivíduo pode se transformar em um empreendedor e se comportar empreendedorialmente.

Para Degen (1989, p. 9), a riqueza de uma nação pode ser medida por sua capacidade de produzir os bens e serviços necessários ao bem-estar da população. Ele acredita que o melhor recurso para resolver os problemas sócio-econômicos é a liberação da criatividade dos empreendedores, através da livre iniciativa, para produzir esses bens e serviços.

A atividade empreendedora ou o processo de 'destruição criativa', como é denominada por Schumpeter (1988) tem importante papel na formação da riqueza da nação.

Ela traz, pelo menos, três benefícios para a sociedade: estimula o crescimento econômico, aumenta a produtividade e gera novas tecnologias, produtos e serviços. É através dela que o país desenvolve sua capacidade de produzir, em quantidade suficiente e a preços cada vez mais acessíveis, os bens e serviços necessários ao bem estar da nação. Por meio do processo de 'destruição criativa', Schumpeter (1988) afirma que o papel do empreendedor é justamente o de propiciar a quebra de paradigmas nas economias de mercado, estabelecendo novos patamares econômicos e tecnológicos nas suas estruturas produtivas, sempre na busca do lucro e da realização profissional e pessoal. E o estímulo para um novo ciclo econômico assenta-se, principalmente, nas inovações introduzidas por esta categoria de empresário, ou seja, do empreendedor.

Degen (1989) ressalta as virtudes e a indispensabilidade da livre iniciativa, tanto para o desenvolvimento profissional como para o desenvolvimento da economia do país, de modo geral. Argumenta, ainda, que o sucesso não depende apenas de 'sorte', mas sim da aplicação sistemática de técnicas gerenciais. Relata as experiências bem sucedidas de alguns empreendedores, pautadas no uso de técnicas gerenciais adequadas, dedicação, trabalho e criatividade como sendo fatores importantíssimos para a obtenção de sucesso no empreendimento.

Neste sentido, os empreendedores possuem como característica básica a ambição de vencer todas as barreiras, todos os obstáculos ao desenvolvimento de seus projetos, visando sempre a sua realização. Um dos fatores que distinguem os empreendedores de sucesso dos demais diz respeito à criatividade. A criatividade provém da observação de inúmeras empresas, na tentativa de definir os motivos de sucesso ou fracasso dessas organizações.

O empreendedor vê a mudança como norma, ele está sempre buscando a mudança, reage a ela, e a explora como sendo uma

oportunidade. O empreendedor corre riscos, porém se ele for moderadamente bem sucedido, os retornos obtidos já devem compensar estes riscos.

Afinal “nada pode ser tão arriscado quanto otimizar recursos em áreas onde o caminho apropriado e lucrativo é a inovação” (DRUCKER, 2002, p. 37).

Segundo Lezana (1999) os empreendedores são pessoas que buscam o benefício, podem trabalhar sozinhos ou em grupos, são indivíduos que inovam, enxergam ou criam oportunidades de negócios, são capazes de montar e coordenar novas combinações de recursos para obter os melhores resultados de suas inovações num meio incerto.

COMO SURGEM OS EMPREENDEDORES

Acreditam que empreendedor seja um talento que brota, um fenômeno individual. Esse mito é semelhante ao do artista criador, explicado por um “dom divino” que obscurece os aspectos de formação e trabalho, tão bem lembrado pelo pela frase atribuída ao compositor alemão Ludwig Van Beethoven, segundo o qual em suas criações havia “1% de inspiração e 99% de transpiração”.

Assim como no caso dos artistas, no do empreendedor também não há milagre. O espírito empreendedor é potencial de qualquer ser humano e necessita de algumas condições indispensáveis para se materializar e produzir efeitos. Entre essas condições estão, no ambiente macro, a democracia, a cooperação e a estrutura de poder tendendo para a forma de rede. Sem tais “aminoácidos”, formadores de capital social, há pouco espaço para o afloramento de espírito empreendedor, que é um dos componentes do capital humano.

Nos países que hoje oferecem melhores condições de vida para sua população, o estoque de capital social existente já é suficiente para liberar espírito empreendedor em altas doses. Justamente por isso, por terem queimado etapas no desenvolvimento social, os investimentos em infra-estrutura sofisticada e capital de risco podem ser prioritários para eles.

Mas não para nós. Mesmo sendo essenciais, esses insumos não são suficientes para produzir a incorporação das massas excluídas à economia. Pelo contrário. Ao serem aplicados isoladamente, sem investimento em capital humano e social, tendem a

perpetuar o nível de concentração de bens e capacitações de toda natureza.

A explicação para tudo isso é simples: a utilização de recursos financeiros depende muito da existência de capital humano e social em níveis suficientes para que sejam sustentáveis e tenha repercussões sociais.

Investimentos materiais fluem segundo uma “lei da gravidade social” que os conduz a canais e caminhos e os faz desaguar inevitavelmente nas reservas de quem já detinha renda, conhecimento e poder. Não apenas o poder de mandar, mas aquele representado pela capacidade de efetivamente decidir e influenciar tanto o seu presente e o seu futuro quanto o da sua comunidade.

Para que todos tirem proveito do crescimento econômico, é preciso alterar os fluxos e caminhos da renda, da riqueza e do conhecimento por meio de investimentos na formação de capital humano e social e na capacitação para construir democracia e cooperação.

FORMAÇÃO EMPREENDEDORA

Formação empreendedora é o processo de construção de novos padrões de comportamento, a partir de descobertas interessantes sobre as potencialidades pessoais, contexto cultural, motivações e sonhos. O ensino do empreendedorismo durante a formação de um novo profissional tem sido considerado pelos especialistas como vital para o seu sucesso, principalmente se ele for egresso das escolas ditas de massa. Estas instituições concebem seu projeto pedagógico baseado em novos paradigmas educacionais, bem como no desenvolvimento das competências para o trabalho, considerando todas as peculiaridades e incertezas da sociedade do século XXI.

O empreendedorismo transforma-se, assim, na inusitada revolução social que deverá ocorrer no século XXI, comparável aos efeitos da revolução industrial ocorrida no século passado. Esta transformação surgiu a vinte anos nos Estados Unidos, visando estimular a criação de empresas de sucesso, bem como,

procurando diminuir os riscos inerentes aos processos de inovação. Para compreender este fenômeno torna-se importante lembrar que, em 1975, nos EUA, cinqüenta instituições universitárias ministravam aulas de empreendedorismo, sendo que em 1998 já eram mais de mil. Nos dias de hoje, o ensino de empreendedorismo no primeiro grau tornou-se obrigatório em cinco estados americanos. (TERRA ,on-line, 2005).

Por sua vez, o empreendedorismo se estabelece como um fenômeno cultural e, deste modo, fortemente relacionado e embasado no processo educacional. O empreendedorismo mergulha fundo no estudo do comportamento, das atitudes empreendedoras, das condições ambientais e depois formula métodos de ensino para a sua socialização. Os pilares do ensino empreendedorista são a formação de atitudes e o desenvolvimento de técnicas de planejamento.

Com o empreendedorismo estabeleceu-se uma metodologia de ensino especializada na tarefa de forjar intelectos mais preparados a sonhar, inovar, planejar e assumir riscos com maiores chances de sucesso. Com o ensino do empreendedorismo os talentos empreendedores inatos também serão beneficiados e aproveitados pela sociedade de uma maneira mais rápida, eficiente e produtiva. Os pressupostos da formação do empreendedor baseiam-se mais em fatores motivadores e habilidades comportamentais do que em um conteúdo puramente instrumental. Esta característica irá provocar mudanças radicais na abordagem educacional, principalmente no que diz respeito à própria metodologia de ensino.

No que se refere aos modelos educacionais vigentes nas instituições brasileiras, até recentemente, o ensino tradicional não enfatizava a formação de profissionais empreendedores, estando, na verdade, orientado para o emprego, isto é, para a formação de indivíduos que busquem carreira profissional, normalmente, em grandes empresas. Um grande número de educadores reconhece que o atual sistema de ensino enfatiza a aquisição do conhecimento e que não se preocupa com o desenvolvimento de habilidades específicas para o uso produtivo desse conhecimento. Do mesmo

modo, reconhecem que as metodologias tradicionais de ensino não enfocam o desenvolvimento da cultura empreendedora. Neste sentido, as disciplinas de formação empreendedora devem ser elaboradas a partir do desafio de se introduzir novos conteúdos e novos processos didáticos que superem obstáculos à inovação. E assim, devem ser inseridas na educação básica, para que o indivíduo não se depare, inicialmente, com a formação anti-empreendedora.

Sendo assim, o ensino do empreendedorismo deve ser apontado como prioridade na política governamental de qualquer país que queira se desenvolver e ter inovações tecnológicas e, com isso, almeje constituir-se em uma economia competitiva no mundo globalizado.

O PAPEL DO EMPREENDEDOR NO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL SUSTENTÁVEL

Há sérias razões para se construir uma sociedade empreendedora. Para Dolabela (1999), a capacidade empreendedora é condição necessária para o desenvolvimento humano, social e econômico de qualquer comunidade. O empreendedorismo combate o desemprego e pode ajudar a distribuir renda, conhecimento e poder de uma sociedade extremamente desigual como a brasileira.

O empreendedor é importante porque é a mola da economia, pois é o empreendedor que gera emprego, inovação, é ele quem transforma conhecimentos em riquezas, que transforma idéias em bens e serviços. (DOLABELA, on-line, 2005.). Todavia, para que o empreendedorismo sirva de alavanca para o desenvolvimento, é preciso que ele seja não só gerador de riqueza, mas também distribuidor dessa riqueza. Esta deve ser a nova construção ética: o empreendimento bom é aquele que contribui para a melhoria das condições de vida da coletividade.

O ideal seria que a sociedade tivesse grandes empresas concentradoras, que operam em grande escala e exigem grandes investimentos, em conjunto com microempresas. Mas como se faz isso? Qual a importância? Como se aplica na educação? É desde cedo, mostrando para as crianças que elas podem desenvolver habilidades de oferecer utilidade para os outros, oferecer valor positivo para outros, e isso é geração de empresas, que é a forma mais usual de empreendedorismo. Então, na medida em que se tem uma sociedade que cria condições, em termos legais, em termos de sistemas de regulação, em termos de financiamento, em termos de oferta de crédito e capital, criam-se ótimas condições para que as pessoas inovem, em negócios próprios. Com isso, tem-se uma sociedade mais empreendedora e, por sua vez, capaz de maior sustentabilidade.

Ao bloquear este caminho, como ocorre no Brasil, tem-se uma sociedade sem força, sem condições, sem elementos para a sobrevivência, por mais que se busque o contrário.

EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA PARA O BRASIL

A concepção da agenda de desenvolvimento de um país afeta o papel que se espera do empreendedor, assim como de todos os demais atores da sociedade. A agenda brasileira difere da agenda social dos países que se toma como modelo.

No Brasil só interessa o empreendedorismo capaz de gerar e distribuir renda, conhecimento e poder. Daí a importância de levar em conta que, no Brasil, a educação empreendedora deve incluir necessariamente o aumento da capacidade de gerar capital social e capital humano, caso contrário, o país continuará a negar a participação de grandes camadas da população no processo de gerar renda e usufruir as riquezas.

A crença no Brasil é de que quem tem capacidade para mudar é o poderoso, é o presidente, é o governador. E o povo é apático. Em outras sociedades há uma outra consciência. As pessoas sabem que, se elas se organizarem, poderão participar da construção de seu presente e de seu futuro.

Uma pesquisa internacional (realizada pelo GEM) aplicada no Brasil revelou que, em 2000, o povo brasileiro era o mais empreendedor entre os 20 países com as maiores economias do ocidente. Esta pesquisa, que teve o grande mérito de colocar o empreendedorismo na mídia brasileira, mostrou que os valores sociais não podem ser importados e que não se pode reduzir a um mesmo denominador comum, empresas de alta tecnologia (criadas nos países desenvolvidos) com atividades de pura sobrevivência (adotadas, no Brasil, pela maioria). Estágios sociais diferentes sugerem propostas específicas de ação empreendedora, que por sua vez, requerem estratégias educacionais próprias.

A “Pedagogia Empreendedora” entende que o empreendedorismo, pelo seu potencial de ser utilizado com principal força na eliminação da miséria e na diminuição da distância entre pobres e ricos, tem como tema central o desenvolvimento humano, social e econômico.

No mundo sem distâncias no qual se vive, a formação das

culturas ainda tem origem na aldeia, mas numa aldeia com limites ampliados. Sendo assim, é importante que toda escola e toda estratégia pedagógica ofereçam os meios para que o educando possa ter acesso ao mundo, bem como, consiga conversar com esse mundo. Negar esses instrumentos aos alunos, sobretudo àqueles de comunidades carentes, é insistir na proposta de exclusão social que irá se refletir no país como um todo, porque a riqueza de uma nação está, agora mais do que nunca, na capacidade que tiverem seus habitantes de oferecer valor ao mundo. (REICH, 1994).

IMPORTÂNCIA DO ESTUDO DAS OPORTUNIDADES

A Pedagogia Empreendedora toma o empreendedor como alguém capaz de gerar novos conhecimentos a partir de uma dada plataforma, constituída por “saberes” acumulados na história de vida do indivíduo e que são os chamados “quatro pilares da educação” – aprender a saber, aprender a fazer, aprender a conviver e aprender a ser, constantes do Relatório para a Unesco da Comissão Internacional sobre Educação para o século XXI.

Trata-se de conhecimentos que abrange tanto o ambiente do sonho e o macro ambiente quanto características do indivíduo, como atingir seus fins; crença do indivíduo em que suas ações podem causar mudanças; confiança em sua habilidade, perseverança e paixão para fazer de forma melhor e mais rápida; ousadia para assumir riscos, quebrar regras, romper os limites do status quo; habilidades para estabelecer relações e cooperar; capacidade de identificar oportunidades. Antes de tudo, capacidade de se emocionar.

Esse composto resulta da capacidade de estabelecer novas relações entre saberes preexistentes para gerar avanços e tem peculiaridade de constituir um conhecimento único, porque carrega os valores de quem o produziu, seja um indivíduo, seja um grupo.

A dinâmica do modelo tradicional baseado no emprego consiste em transformar oportunidade de negócio identificadas e

aproveitadas por poucos (empreendedores) em emprego para muitos. A demanda principal do empregador é de competência técnica (know-how), produzida sob a responsabilidade do sistema educacional. Nesse paradigma produtivo, habilidades lógicas e conhecimentos técnicos são requisitos para os melhores empregos. Assim as elites procuram as universidades, enquanto o pessoal do chão de fábrica (ou que opera serviços) se prepara em cursos profissionalizantes.

O saber técnico tem sido historicamente utilizado para gerar e preservar posições sociais.

Em 1909, o presidente Nilo Peçanha criou por decreto o que hoje constitui a Rede Federal de Educação Tecnológica (atualmente com 137 unidade), através da instalação, em cada capital do país, de escolas para artífices e aprendizes, destinadas aos “órfãos e deserdados da fortuna”, o que, na linguagem do início do século, significa capacitação profissionalizante para pessoas de baixa renda.

Por várias razões, no Brasil, os ambientes da produção e da educação mantiveram uma relação marcada, de um lado, pela oferta de empregos que utilizavam tecnologia importada e, de outro, pela formação de técnicos para operar tal tecnologia, e não para gerá-la. Mesmo assim a educação formal não atendeu as necessidades das indústrias, que teve de criar instrumentos próprios pra formação de técnicos de nível médio, de que são exemplos o Liceu de Artes e Ofícios do Rio de Janeiro (1858), saudado por Rui Barbosa como “a fórmula mais precisa da educação popular”, e as agências do Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai), lançado em 1942.

Nesse contexto fortemente estruturado, o conhecimento não é necessariamente comprometido com uma aplicação para gerar valor para a sociedade. Colocados muitas vezes em campos opostos, conhecimento e prática empresarial são operados por atores que dificilmente dialogam, ficando isolados nos respectivos âmbitos de atuação e hegemonia. Dada essa dinâmica, duas coisas

não podiam ser misturadas: conhecimentos e mercado ou negócios; conseqüentemente, a identificação de oportunidades não precisava ser tema da educação geral.

Por tais razões, um personagem central ainda está fora do palco educacional. Este que transforma conhecimento em riqueza, entendia como valores materiais ou imateriais para toda a coletividade. Seu desafio: ser empreendedor, protagonista dos novos tempos.

Se o estudo das oportunidades ainda não faz parte do currículo ou das prioridades da educação formal, da pré-escola à universidade, isso terá que mudar. Ele é hoje essencial, porque é o principal conhecimento do empreendedor.

Dicas sobre como desenvolver uma visão e identificar oportunidades

a) Passos para iniciar o processo de desenvolvimento de uma visão, segundo Filion [1991a]

1. Avaliação das próprias áreas de interesse;
2. Avaliação dos próprios pontos fortes e fracos;
3. Estimulação da imaginação pela leitura de estudos de casos biográficos;
4. Focalização de uma área de interesse que apresente efeitos sinérgicos com alguns dos pontos fortes;
5. Desejo de iniciar o processo de desenvolvimento de uma visão;

b) Condições necessárias para a identificação de oportunidades

1. Concentrar-se no setor de atuação, produto ou serviço escolhido, direcionando as energias para a percepção e satisfação das necessidades dos clientes, para o conhecimento das soluções da concorrência, da evolução da tecnologia do setor. Desenvolver a capacidade de pensar na tecnologia e em quem a utiliza. Ler as publicações do setor, participar de feiras, conferências e eventos da área. Esta atividade deve ser feita 24 horas por dia, sete dias por semana. Isto significa que seu cérebro a estará processando em background, transformando-a em um hábito. Os empreendedores sempre fazem isto.

2. Ao praticar o hábito de auscultar intensamente o seu setor, o empreendedor deve fazê-lo de forma inventiva ,utilizando a sua intuição, colocando todos os seus chunks para trabalhar a seu favor. Ao definir um setor de atuação o empreendedor passa naturalmente à observá-lo com outros olhos. Ao direcionar todos os seus sentidos ao produto/serviço que escolheu, deve sempre buscar formas de inovação, de diferenciação. A percepção de uma necessidade não satisfeita, da inconsciência de produtos oferecidos pela concorrência, da qualidade insatisfeita é talvez uma tarefa lógica, desenvolvida pelo lado esquerdo do cérebro. Mas transformá-la em uma oportunidade, dando-lhe forma através de um produto com outras características é certamente uma atividade que exige grande participação do lado direito do cérebro.

3. Ao converter-se em observador arguto do seu setor de atuação, o empreendedor acumulará experiência e conhecimento no assunto, os quais possibilitar que ele mude o patamar da observação e assim por diante. Ou seja, o conhecimento do setor é pré-requisito fundamental para a identificação de oportunidades. Ao colocar energia na identificação de oportunidades, através da observação e da criatividade, o empreendedor aprofunda seu conhecimento da área e acumula chunks que irão aumentar sua “intuição”, segundo a percepção de Simon.

4. A atividade de identificar oportunidades pressupõe que o

empreendedor utilize algumas das características estudadas:

- Persistência e capacidade de iniciar e concluir algo, por que o processo de conhecimento do setor e de acumulação de chunks demanda um bom tempo de trabalho perseverante, insistente.

- Capacidade e desejo de comunicação, porque o conhecimento do setor e a identificação de oportunidades exigem também contatos, conversas, participação em eventos e reuniões.

- Capacidade de decidir. As idéias afluem aos borbotões, às oportunidades surgem aos olhos do observador aparelhado. Mas é preciso focar, distinguir entre as que representam uma armadilha e as realmente boas. Entre estas, verificar qual se adapta mais as características e condições pessoais do empreendedor e, por fim, decidir em qual irá investir.

OBJETIVOS/PROPOSTAS

O objetivo principal é a inserção do ensino de empreendedorismo na rede de ensino pública e privada, evitando-se a duplicação de meios e esforços e minimizando-se custos. Mais importante, este trabalho leva em conta as raízes da cultura brasileira, o que é uma exigência irrecusável, já que o empreendedorismo é um fenômeno cultural. Ela toma o empreendedorismo no sentido amplo, ou seja, mais como uma forma de ser do que como uma atividade. Não é diretiva, isto é, não induz a criança ou o adolescente a ser empreendedor na área empresarial nem, tão pouco, em qualquer área. Esta é uma opção do indivíduo. O que se pretende é que o aluno seja empreendedor em qualquer área que escolher: no governo, no terceiro setor, como empregado, como pesquisador, como artista. Cabe ao aluno, e somente a ele, fazer opções profissionais e decidir que tipo de empreendedor irá ser.

A “Pedagogia Empreendedora” está vinculada a tecnologias de desenvolvimento local sustentável e, por isto, tem como alvo não só o indivíduo, mas a comunidade. Estimular a capacidade de escolha do aluno, sem influenciar as suas decisões, preparando-o para as suas próprias opções.

Mudança no comportamento dos alunos, demonstrando mais respeito, solidariedade e amizade entre si;

Atividades diversificadas, motivando assim os alunos para sua realização;

Desenvolvimento da possibilidade de acreditar em seus sonhos e na capacidade de realizá-los;

Envolvimento dos pais e da comunidade em algumas atividades; Motivação e envolvimento dos pais, tendo em vista os resultados.

Tudo leva a crer que o desenvolvimento econômico seja função do grau de empreendedorismo de uma comunidade. As condições favoráveis ao desenvolvimento precisam de empreendedores que as aproveitem e que, através de sua liderança, capacidade e de seu perfil, disparem e coordenem o processo de desenvolvimento, cujas raízes estão sobretudo em valores culturais, na forma de ver o mundo. O empreendedor cria e aloca valores para indivíduos e para a sociedade, ou seja, é fator de inovação tecnológica e crescimento econômico.

Existe relação entre o empreendedorismo e o desenvolvimento econômico local? Até o fim dos anos 1970, o Estado e as grandes empresas eram consideradas os únicos suportes econômicos. Nos anos de 1980, o endividamento crescente dos governos, o aumento das concorrências e a sua mundialização, a utilização de tecnologias, transformaram este panorama. As grandes empresas passaram a produzir mais com menos empregados, os governos buscaram diminuir seus déficits através de cortes. A partir daí as criadoras de empregos passaram a ser as PME (Pequenas e Micros Empresas). O desenvolvimento econômico é endógeno, ou seja, emerge das iniciativas e do dinamismo da comunidade.

A pequena empresa surge em função da existência de nichos mercadológicos, ou seja, lacunas de necessidades não atendidas pelas grandes empresas. Por isto, seu nascimento está intimamente ligado à criatividade: o empreendedor tem que perceber o mercado de forma diferenciada, ver o que os demais não percebem.

EMPREENDEDORISMO E EDUCAÇÃO

O prisma do empreendedorismo pelo prisma da inserção de mecanismos e procedimentos pedagógicos que estimulem o desenvolvimento de competências e habilidades, básicas e empreendedoras, requer uma nova leitura do educador, vislumbrando a necessidade de aproximar cada vez mais o ensino da realidade do mercado, formando profissionais ajustados à nova ordem econômica mundial.

A concepção da educação de preparar pessoas para trabalhar em um local estabelecido, onde alguém as guiará e lhes dirá o que fazer precisa ser revista.

Existe a necessidade de formar pessoas autônomas e criativas, capazes de definir a partir do não definido. Esta é a nova visão. E isto serve tanto para aqueles que tem seu próprio negócio, como para aqueles que trabalham em empresas.

Para Degen (1989) o que se aprende na escola é acumulado ao longo de nossa vida, sendo que a maioria das pessoas aprende mais rapidamente na juventude. Defende assim, ser este o melhor momento para o preparo de um indivíduo para empreender um negócio

próprio.

De acordo com Pinchot III (1989) o empreendedorismo é a necessidade de realizar. Desta forma, esta necessidade não será estabelecida na infância, necessariamente. Ela poderá ser desenvolvida a qualquer momento, dependendo do desejo e das oportunidades de cada um.

Nesta perspectiva, para ter mais empreendedores, é necessário formá-los, para que os indivíduos e as organizações tenham melhor desempenho. Da mesma maneira, entende-se, sob este ponto de vista, que o modelo de ensino universitário voltado, exclusivamente, para a conquista de empregos cumpriu o seu papel. Em função de modificações na sociedade e nas relações entre trabalho e produção, mudanças se fazem necessárias.

Para Dolabela (1998) as tendências emergentes exigem novos métodos de ensino, diferentes papéis para o professor e formas alternativas de interação com os alunos. Na área de empreendedorismo, a necessidade do aluno de estar em contato com o mundo exterior é maior e crescente a cada ano, sendo que a universidade é um dos ambientes favoráveis para proporcionar esta conquista. O aluno-empreendedor precisa de um ambiente acadêmico específico que é o mercado, onde se articulem forças produtivas, econômicas, sociais e políticas. Seguindo a linha de mudanças que vêm acontecendo em curto espaço de tempo, o estoque de conhecimentos que o empreendedor necessita muda rapidamente e de forma contingente. Os conhecimentos adquiridos estão lado a lado com a capacidade de percepção do comportamento do mercado concorrencial, que é formado, por sua vez, por diferentes pessoas que, com suas ações, influenciam a transformação deste mercado, gerando assim novas oportunidades, que é justamente o que busca o empreendedor.

Para Marcarini (2003) ensinar empreendedorismo é enfrentar desafios fascinantes, dentre eles a necessidade de aplicar ao ensino a inovação. E, cada vez mais, introduzir nos níveis de graduação atividades relacionadas ao empreendedorismo.

A universidade oferece produtos educacionais e, nas condições

atuais do mercado de educação do Brasil, um diferencial se faz necessário. E, ainda, quando se percebe este ponto sob a ótica do marketing, fica claro que os clientes necessitam de um produto educacional que seja sinônimo de solução para o indivíduo e para a sociedade. Tudo parece nortear para o entendimento de que, atualmente, o mercado necessita de profissionais empreendedores. Este, portanto, é um dos produtos a ser oferecido. Nesta perspectiva, cabe alertar, que não só os clientes necessitam de empreendedorismo, mas também os professores devem estar preparados para o ensino desta temática, bem como as universidades precisam estar adaptadas para este tipo de ensino-aprendizagem, oferecendo um produto educacional de qualidade.

Algumas instituições de ensino superior incentivam estudantes de graduação a entrarem no mundo dos negócios, como alternativa para combater a falta de emprego. Disciplinas que mostram como ingressar no mundo dos negócios já são incluídas no currículo de graduação, em alguns cursos no nível superior. Algumas universidades estão enxergando o empreendedorismo como uma opção de transformação para a economia brasileira. Como o fato de fazer um curso superior não é garantia de emprego, o que é um problema para as IES (Instituição de Ensino Superior , uma alternativa é formar empreendedores. (CORTINA, 2004).

Revisão da Literatura

O EMPREENDEDORISMO

Empreendedorismo é um neologismo derivado da livre tradução da palavra *entrepreneursbip* e utilizado para designar os estudos

relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividade, seu universo de atuação.

A palavra empreendedor, de emprego amplo, é utilizado neste trabalho para designar principalmente as atividades de quem se dedica à geração de riquezas, seja na transformação de conhecimento em produtos ou serviços, na geração do próprio conhecimento ou na inovação em áreas como marketing, produção ou organização, etc ...

O empreendedor é alguém capaz de desenvolver uma visão, mas não só. Deve saber persuadir terceiros, sócios, colaboradores, investidores, convencê-los de que sua visão poderá levar todos a uma situação confortável no futuro. Além de energia e perseverança, uma grande dose de paixão é necessária para construir algo a partir do nada e continuar em frente, apesar dos obstáculos, armadilhas e solidão. O empreendedor é alguém que acredita que pode colocar a sorte a seu favor, por entender que ela é produto do trabalho duro.

ATIVIDADES DO EMPREENDEDORISMO

- A disseminação da cultura empreendedora no sistema de ensino formal em todos os níveis;
- A disseminação da cultura empreendedora e o apoio à ação empreendedora entre grupos sociais, tais como desempregados, minorias, aleijados do processo econômico;
- O empreendedorismo comunitário, em que sociedades desfavorecidas se articulam para enfrentar a adversidade;
- A sensibilização das forças da sociedade para a importância do empreendedorismo e da pequena empresa;
- A geração do auto-emprego;
- A criação de empresas;
- A identificação, criação e busca de oportunidades para empresas existentes e novas;
- O financiamento de organizações e emergentes e daquelas ameaçadas de desaparecimento;
- A promoção do desenvolvimento econômico local;
- A concepção e adoção de políticas públicas de apoio e suporte à criação de empresas, abrangendo práticas econômicas, legais, tributárias, de financiamento, etc ...
- O estabelecimento de redes de relações com universidades

e com todas as forças sociais.

EXEMPLOS DE EMPREENDEDORES

- Um indivíduo que cria uma empresa, qualquer que seja ela;
- Uma pessoa que compra uma empresa e introduz inovações, assumindo riscos, seja na forma de administrar, vender, fabricar, distribuir ou de fazer propaganda dos seus produtos e/ou serviços, agregando novos valores;
- Um empregado que introduz inovações em uma organização, provocando o surgimento de valores adicionais;

CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR

- Tem um “modelo”, uma pessoa que o influencia;
- Tem iniciativa, autonomia, autoconfiança, otimismo, necessidade de realização;
- Trabalha sozinho. O processo visionário é individual;
- Tem perseverança e tenacidade para vencer obstáculos;
- Considera o fracasso um resultado como outro qualquer, pois aprende com os próprios erros.
- É capaz de se dedicar intensamente ao trabalho e concentra esforços para alcançar resultados;
- Sabe fixar metas e alcançá-las; luta contra padrões impostos; diferencia-se;
- Tem capacidade de 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 seu aprimoramento;
- Sabe buscar, utilizar e controlar recursos;
- É um sonhador realista: é racional, mas usa também a parte direita do cérebro;
- Cria uma relação própria de relações com empregados. É comparado a um líder de banda, que dá liberdade a todos os músicos, mas consegue 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, amizades) moderadas, mas utilizadas intensamente como suporte para alcançar seus objetivos; considera a rede de relações internas (com sócios, colaboradores) mais importante que a externa;

- Conhece muito bem o ramo em que atua;
- Cultiva a imaginação e aprende a definir visões;
- Traduz seus pensamentos em ações;
- Define o que aprender (a partir do não definido) para realizar suas visões. É pró-ativo; define o que quer e onde quer chegar; depois, busca o conhecimento que lhe permitira atingir o objetivo;
- Cria um método próprio de aprendizagem: aprende a partir do que faz; emoção e afeto são determinantes para explicar seu interesse. Aprende indefinidamente;
- Tem alto grau de “internalidade”, que significa a capacidade de influenciar as pessoas com as quais lida e a crença de que conseguirá provocar mudanças nos sistemas em que atua;
- Assume riscos moderados: gosta do risco, mas faz tudo para minimizá-lo. É inovador e criativo;
- Tem alta tolerância à ambigüidade e à incerteza;
- Mantém um alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios;

AS ETAPAS PARA O EMPREENDEDOR

Etapa 1 – Desenvolver o conceito de si, conhecer a si mesmo com o objetivo de empreender. A meta é identificar das características pessoais, os pontos fortes e fracos em relação à atividade empreendedora.

A empresa é a imagem do seu criador, a expressão do âmago de cada um. Assim, é importante que o empreendedor se conheça, para saber o que vai criar, os recursos internos de que dispõe e quais deverá adquirir, seja através de seu próprio desenvolvimento, seja através de pessoas que o complementem. Desta forma, alguém que não desenvolveu o gosto pelas relações pessoais deverá modificar-se ou buscar as características necessárias em um terceiro. Uma pessoa desorganizada vai produzir este estado em sua empresa caso não esteja consciente e se prepare para evitá-lo.

Vemos as coisas não como são, mas como somos.
H. M. Tomlison

Etapa 2 – Perfil empreendedor, conhecer características de

empreendedores de sucesso e compara-las com as suas características pessoais. A meta é desenvolver ou aprimorar o próprio perfil como empreendedor. Saber como usar as características individuais para obter sucesso na atividade empreendedora (utilizar pontos fortes, mudar ou represar pontos fracos, buscar complementaridades com sócios ou colaboradores).

*O fator mais importante no surgimento da
Silicon Valley é a febre empreendedor.
Larson & Rogers*

Etapa 3 – Aumento da criatividade, dominar processos internos que levam à criatividade. A meta é aprender como estimular a própria criatividade, inovar no seu próprio negócio, criando uma vantagem competitiva para o seu produto/serviço.

As pequenas empresas surgem principalmente da identificação e aproveitamento de oportunidades relacionadas a nichos de mercado, onde existem necessidades, total ou parcialmente insatisfeitas. Para atender a tais necessidades é preciso inovar, criar ou introduzir algo que provavelmente ainda não existe ou modificar, adaptar, melhorar algo já existente. O produto/serviço deve apresentar atrativos que o diferenciem da concorrência, que motivem o cliente a adquiri-lo. Tais atrativos podem estar na qualidade dos processos de produção, na forma de distribuição, na assistência ao cliente, no preço, na embalagem, etc... Portanto, a criatividade tem papel essencial na atividade empreendedora.

*A verdadeira viagem de descoberta
Não consiste em procurar novas terras,
Mas vê-las com novos olhos.
Marcel Proust*

Etapa 4 – Processo visionário, desenvolver uma visão e aprender a identificar, agarrar e gerir oportunidades. A meta é saber desenvolver uma visão para estar apto a gerar a idéia completa do próprio negócio. Estar preparado para ler o ambiente com o objetivo de identificar oportunidades.

Identificar oportunidades é a essência da atividade empreendedora. Não é algo que acontece somente quando alguém cria uma empresa. O empreendedor passa toda a vida identificando oportunidades. Como já se viu, o processo visionário é uma forma de identificar boas oportunidades, mas também de agarrá-las e de buscar recursos para transformá-la em um bom negócio.

*Sonhos se tornam realidade.
Sem essa possibilidade,
A natureza não nos incentivaria a tê-los.
John Updike*

Etapa 5 – Construir uma rede de relações, estabelecer relações que possam servir de suporte ao desenvolvimento e aprimoramento da idéia do negócio e sustentação deste último. A meta é planejar e iniciar a criação da própria rede de relações para dar suporte ao processo visionário e ao negócio.

A formação de relações podem se dar através de dois processos:

Direcionado: quando as relações são mapeadas tendo em vista a idéia de negócio, a visão. Neste caso, as pessoas são claramente identificadas.

Disperso: o princípio é que qualquer pessoa pode contribuir no fortalecimento da visão, no momento ou no futuro, não havendo um controle sobre quais pessoas deverão fazer parte da rede.

As relações estabelecidas através deste processo envolvem pessoas que aparentemente, não figuram no âmbito de atuação da empresa, mas que, em virtude das voltas que o mundo dá, algum dia, em outras circunstância, poderão vir a ter condições de contribuir. Uma forma de construir relações no modo disperso é dispor-se a trocar informações com quem, independentemente de qualquer outro requisito, esteja interessado em conhecer a sua visão, o negócio.

Como construção de uma rede de relações demanda muita energia e tempo, são necessários prioridades, foco e controle.

Princípios a observar na formação da rede:

1. A rede de relação deve ser construída em função da visão.
2. Comunicar-se com quem se dispuser a ouvir sobre você e o seu negócio.
3. Sustentabilidade: ela deve ter características que permitam sua sustentação e durabilidade. O empreendedor deve estar disposto a participar e a contribuir com os integrantes da rede.
4. Reciprocidade: um trabalho em rede deve ser fluxo de ida e volta. Os participantes estão sempre contribuindo uns com os outros, sob pena de esquecimento ou exclusão da rede.
5. Avaliação da rede de relações: seus pontos fracos devem ser constantemente melhorados.
6. Atualização: também os integrantes da rede mudam. É preciso estar atento para a integração constante de novos elos.
7. Adaptabilidade: a rede é um processo dinâmico, que varia em função do tamanho da empresa, das modificações dos produtos e serviços, da forma de comercialização, dos mercados alvo.
8. Participação: é importante a participação nas atividades da categoria, associações de classe, eventos, reuniões.

*Diga-me com quem andas
e te direi em que te transformarás
Filion*

Etapa 6 – Avaliação das condições para iniciar o Plano de Negócios, o pré-empresendedor deve avaliar se reúne as condições necessárias para elaborar seu Plano de Negócios. Estas incluem tanto aspectos pessoais, como motivação, disposição para

enfrentar a atividade empreendedora, adequação da idéia à personalidade, quanto aspectos relativos ao negócio, como grau de conhecimento do setor, de desenvolvimento da idéia, do produto, das visões emergente e central. Enfim, ele precisa verificar se está preparado para fazer o Plano de Negócios. A meta é avaliar a própria maturidade para começar a fazer o PN.

Buscar conhecimentos sobre o setor, o produto, o ambiente econômico, a concorrência, os fornecedores, clientes etc..., de forma auto-suficiente. Conhecer o que é necessário para começar o PN.

*Se eu tivesse nove horas para cortar uma árvore,
Passaria seis horas afiando meu machado.
Abraham Lincoln*

Etapa 7 – Concluir a elaboração do Plano de Negócios, o Plano de Negócios é o estudo de viabilidade da empresa e o seu planejamento nos mínimos detalhes. É um trabalho muito importante, porque sintetiza os outros caminhos e contém toda a experiência do futuro empreendedor. A meta é fazer o PN da própria empresa.

O que é Plano de Negócios?

Esta é uma pergunta comum, feita por empreendedores, leigos, acadêmicos, porque o PN não é ainda uma ferramenta muito difundida no Brasil. Mas começa a ser.

O PN é uma linguagem. É o planejamento de uma empresa. Ele mostra todos os detalhes: quem são os empreendedores, qual é o produto/serviço, quais e quantos são os clientes, qual é o processo tecnológico de produção e de venda, qual a estrutura de gerenciamento, quais as projeções financeiras: fluxo de caixas, receitas, despesas, custos, lucros, etc ... Na elaboração de seu Plano, o empreendedor poderá descobrir que o empreendimento é irreal, que existem obstáculos jurídicos ou legais intransponíveis, que os riscos são incontroláveis ou que a rentabilidade é aleatória ou insuficiente para garantir a sobrevivência do novo negócio.

Por que fazer o Plano de Negócio?

Por diversos motivos, dois dos quais são fundamentais:

- É um instrumento de diminuição de riscos. Ao fazer o PN o empreendedor estuda a viabilidade de seu projeto sob todos os aspectos.
- É também uma linguagem de comunicação do empreendedor com outros e com ele mesmo.

Características do Plano de Negócios

Indica, sobre o futuro do negócio: onde ir, como ir rapidamente, o que fazer durante o caminho para diminuir incertezas e riscos.

É um documento que descreve a oportunidade de um negócio: porque a oportunidade existe e porque o empreendedor e sua equipe têm condições de aproveitá-la; como o empreendedor e sua equipe pretendem em fazê-lo.

É um instrumento de negociação interna e externa para administrar a interdependência com sócios, empregados, financiadores, incubadoras, clientes, fornecedores, bancos, etc ...

É mais um processo do que um produto, mas não é o negócio, não é imutável e deve ser constantemente revisto.

Etapa 8 – Capacitação para negociar e apresentar uma idéia, a negociação é entendida como a cooperação entre as pessoas, parceiros, ou empresas, para alcançar objetivos de tal forma que todos saiam ganhando. Negociar é uma atividade do dia a dia do empreendedor. A meta é saber estruturar a apresentação de uma idéia, saber vender uma idéia, saber apresentar o próprio Plano de Negócios.

*Cuidado com um homem cuja barriga
Não balança quando ele rir.
Provérbio Chinês*

MÉTODOS E TÉCNICAS

FILLION (1991 a), frente às reflexões e estudos que realizou na área da educação para empreendedores, propõe como metodologia de ensino, algumas posturas que, resumidamente, são apresentadas a seguir.

ETAPAS PARA O ENSINO EMPREENDEDOR E

Metodologia para o ensino empreendedor.

Fonte : adaptado de FILLION (1991 a)

1 – Situar-se como docente

- O docente deve se situar em relação ao mundo do trabalho, procurando observar a configuração de diversos tipos de empreendimentos e empregos.

2 – Conhecer o mundo dos criadores e dos empreendedores

- Ler e acompanhar atividades dos empreendedores, convidando-os à sala de aula para explicarem de que maneira a matéria lecionada lhe foi e está sendo útil em suas vidas.

3 – Eliminar a pressão em relação ao conformismo

- Aqueles que obtêm as melhores notas não são, necessariamente, aqueles que melhor aprenderam a aprender, a bem identificar e a definir o seu “saber – ser” . O papel do professor deverá, de preferência, consistir em respeitar, sustentar, reforçar as características pessoais, os elementos de diferenciação de cada um.

4 – Reforçar a autonomia e a liderança dos estudantes

- O estudante tem necessidade de ser reforçado no seu encaminhamento e de desenvolver um modelo que lhe seja próprio ; o seu.

5 – Ilustrar o ensino com exemplos da vida real. Cultivar a imaginação.

- Fornecer aos estudantes tanto quanto possível, exemplos de criadores, de empreendedores tirados da vida real.

No sistema educativo atual, dá-se ao aluno muitos problemas de

natureza analítica para resolver. É necessário promover um equilíbrio a esta questão, dando-lhe mais exercícios de criatividade para cultivar e desenvolver a imaginação.

6 – Levar o estudante a definir por si mesmo situações, problemas e visões.

- Fornecer ao estudante trabalhos e exercícios para que sejam levados a efetuarem por si mesmos um encaminhamento. É necessário habituá-los a trabalhar sobre suas próprias idéias: fornecer-lhes exercícios para ajudá-los na estruturação de seus pensamentos, para tornar realistas e realizáveis os seus sonhos.

7 – Habituá-lo a identificar aquilo que lhe interessa, motivá-lo a aprender.

- Aprender a questionar para conceber, aprender a aprender, tornam-se aqui elementos fundamentais no processo de educação empreendedora, porque é necessário que o aluno tome consciência daquilo que lhe interessa.

8 – Ser aberto à realidade circundante.

- Os empreendedores são pessoas que devem ficar bem informadas sobre o que se passa ao seu redor. Eles devem ser formados pelo estudo da história, para compreender os contextos e aí compreender o seu, mas também para pensar em termos de cenários e alternativas para o futuro.

9 – Gerar ocasiões para levar o estudante a agir.

- O empreendedor é uma pessoa prática que arma as ações concretas. Acontece que o ensino permanece teórico e não chega a obter esse tipo de espírito. Variando as estratégias pedagógicas, permitindo aos estudantes desempenharem um papel pró-ativo em relação à sua própria aprendizagem, não apenas o tira da passividade, mas cria-se condições para que eles tomem consciência de seus próprios meios, de seus talentos.

Desenvolve-se o reflexo de imaginar o que seria feito e de fazê-lo em seguida.

10 – Tornar-se um docente empreendedor.

- Mostrar iniciativa, sustentar as iniciativas. Instrumentalizar-se dentro destas idéias e tentar manter uma energia, um dinamismo com o qual os alunos poderão identificar-se.

Com esta proposta, FILLION (1991 a) , conclui afirmando: “ Para nós, educadores, o cliente é o aluno. Para bem desempenharmos nosso papel, devemos ter capacidade de adaptação às necessidades novas e diferentes”.

CONCLUSÃO E SUGESTÃO

A ênfase no auto-aprendizado não diminui o âmbito de ação do educador. Pelo contrário, aumenta a sua importância, visto que cabe a ele ampliar as referências e fontes de aprendizado e redefinir o próprio conceito de saber. O que muda em relação ao ensino convencional é a posição do professor como detentor do saber, assim como as estratégias para aquisição do saber empreendedor.

A “Pedagogia Empreendedora” não cria a necessidade de especialistas para a sua inserção no sistema regular de ensino. Contrariamente, é disseminada por meio da preparação de docentes que já participam da rede formal implantada, de tal modo que o agente da “Pedagogia Empreendedora” é o professor. Ele é quem irá preparar um ambiente favorável para que o aluno tenha possibilidade de construir seu próprio saber empreendedor. O papel

do professor pode ser visto como o de alguém que provoca o desequilíbrio nas relações do aluno com o mundo, através de perguntas, desafios, questionamentos; e, ao mesmo tempo, oferece o apoio necessário para que ele, diante de conflitos cognitivos, desenvolva uma ação auto organizadora.

À luz da estratégia pedagógica proposta, a primeira tarefa da escola e do professor será a de criar o ambiente em que capacite o aluno de aprender. Se a fonte de aprendizado é o mundo, a escola deverá aceitar essa disseminação e trazer a comunidade para dentro da sala de aula, derrubando muros. Onde a metáfora “derrubando muros” refere-se a todos os limites de aprendizado criados e impostos por qualquer sistema, seja ele educacional ou social. Neste sentido, é inteiramente válido dizer que, igualmente, o professor se propõe a ser empreendedor em sala de aula, porque estará diante da tarefa de transferir informações, mas de desenvolver potenciais, levando em conta a natureza peculiar e a visão de mundo que cada aluno desenvolve.

Os alunos serão mestres de si mesmos e terão de usar o lado direito do cérebro, porque as emoções serão essenciais na sua nova formação e, também terão na vivência de terceiros – empreendedores que irão à sala de aula – uma importante - fonte de conhecimentos, como um livro.

O futuro empreendedor deverá desde o início saber que, ao percorrer seus caminhos, tomará decisões sozinho. Mesmo estando cercado de pessoas em um ambiente propício à formação empreendedora – e talvez por causa disto – deve estar preparado para fazer as próprias opções no processo de transformar idéia, sonho, vontade e conhecimento em algo concreto, um projeto de empresa.

Estimule o empreendedorismo em sua escola

- Organize cursos que desenvolvam atividades empreendedoras: artesanato, marcenaria, culinária, corte e costura

etc.

- Ajude seus alunos a descobrirem e investirem em seus sonhos.

- Discuta a necessidade da capacitação empreendedora como alternativa para o mercado de trabalho.

- Forme grupos para realizar atividades visando renda, peças de teatro, gincanas, produção de artesanato e utilize o dinheiro arrecado em pról dos alunos.

Considera-se que o ensino é agente fundamental para promover mudança cultural e romper barreiras de resistência à realização de idéias inovadoras e criativas, entretanto, não basta apenas inserir o aprendizado de empreendedorismo em escolas. É preciso que os governos estaduais e municipais criem um sistema de suporte para que os resultados dessa prática possam ganhar espaço e corpo no processo de desenvolvimento local e regional,

conduzindo à geração de riquezas.

“Aprendizado é ação. Do contrário, é só informação.” A frase é de Albert Einstein e reflete bem um problema comum em sala de aula. É mais ou menos a situação dos livros de dieta e exercícios. Apenas ler aquele livro não vai fazer você perder peso. Só escutar o professor não faz o aluno aprender a lição. Ele precisa fazer alguma coisa com aquela informação. Só então teremos alguém que realmente entendeu e aprendeu o conceito que o professor quer passar.

O professor, ao experimentar os conceitos e ao evoluir na construção de sua compreensão sobre a Pedagogia Empreendedora, irá desenvolver dinamicamente a sua própria prática didática. Eis algumas ações importantes:

- Eliminar, sempre que possível, aulas expositivas, adotando estratégias que representam à realidade que se quer abordar. A utilização intensivas de recursos teatrais, jogos, filmes, notícias, dinâmicas, biografias, depoimentos em sala de aula, trarão vida aos encontros, descortinando ricas oportunidades de aprendizagem.

- Estabelecer conexões com as lideranças e com as forças vivas da comunidade para oferecê-las aos alunos como fonte do saber empreendedor.

- Convidar pessoas da comunidade para narrar os seus sonhos.

- Estimular a auto-avaliação e evitar a avaliação exógena. Na análise ética, o aluno deve, através de discussões abertas, formar a sua própria consciência e ser capaz de fazer as suas opções.

- Entender a ação empreendedora presente em qualquer ação humana. A criação de uma empresa é uma das incontáveis formas de materializar o espírito empreendedor. Tratar o empreendedorismo como forma de ser, não importa a atividade que a pessoa escolher.

- Tomar o sonho individual como central no processo de educação. Tanto para o ser como para o saber. O ato de sonhar é o fundamento da Pedagogia Empreendedora. A busca de realização do sonho gera a dinâmica pedagógica.

- Desenvolver processos de permanente construção e manutenção de altos níveis de auto-estima, indispensáveis ao empreendedor. Desenvolver a crença na capacidade de intervenção

do mundo, e de dinamizar os próprios potenciais de forma interdependente. Desenvolver a noção de que a capacidade política de introduzir mudanças com vistas à melhoria da qualidade de vida está em cada um, agindo em cooperação coletiva.

- Apoiar a inserção transversal do conteúdo empreendedor, fazendo com que os diversos conteúdos curriculares (disciplinas), em todas as séries, explicitem os seus vínculos com o saber empreendedor.

- Utilizar a pergunta como estímulo ao entendimento e à compreensão; evitar dar respostas.

- Ampliar as fontes de aprendizado, os referências de comparação, aumentar a capacidade de perceber a diversidade, de perceber além dos modelos e dos paradigmas. O acesso da criança aos recursos da tecnologia da informação é necessidade e, por isso, um direito fundamental.

- Combater os vícios do olhar que discrimina, evitar a repetição do passado indesejável, a discriminação de qualquer espécie.

- Agir politicamente, entendendo política como o direito e a necessidade de cada um participar das decisões que irão afetar suas vidas.

- Não aceitar a proposta vazia de sentido que prega a neutralidade político-ideológica na educação, porque ela, além de impossível, serve para preservar a estrutura de poder existente.

- Afastar-se, sempre que possível, da dicotomia “certo-errado”, evitar a busca de absolutos, de verdades soberanas.

Contudo, não será apenas os alunos que se beneficiarão do trabalho. A escola, os professores, os pais e, de forma geral, a comunidade terão algum aspecto de suas vidas afetadas, e para melhor, com a implementação da Metodologia.

O TREM DA VIDA

Um amigo falou-me de um livro que comparava a vida a uma viagem de trem. Uma comparação extremamente interessante, quando bem interpretada. Isso mesmo. A vida não passa de uma viagem de trem, cheia de embarques e desembarques, alguns

acidentes, surpresas agradáveis em alguns embarques e grandes tristezas em outros.

Quando nascemos, entramos nesse trem e nos deparamos com algumas pessoas que, julgamos, estarão sempre nessa viagem conosco: nossos pais. Infelizmente, isso não é verdade; em alguma estação eles descerão e nos deixarão órfãos de seu carinho, amizade e companhia insubstituível. Mas isso não impede que, durante a viagem, pessoas interessantes, e que virão a ser super especiais para nós, embarquem. Chegam nossos irmãos, amigos e amores maravilhosos.

Muitas pessoas tomam esse trem apenas a passeio. Outros encontrarão nessa viagem muitas tristezas. Ainda outros circularão pelo trem, prontos a ajudar a quem precisa. Muitos descem e deixam saudades eternas, outros tantos passam por ele de uma forma que, quando desocupam seu acento, ninguém nem sequer percebe.

Curioso é constatar que alguns passageiros, que nos são tão caros, acomodam-se em vagões diferentes dos nossos; assim somos obrigados a fazer esse trajeto separados deles, o que não impede, é claro, que durante a viagem atravessemos, com grande dificuldade, nosso vagão e cheguemos até eles. Só que infelizmente jamais poderemos sentar ao seu lado, pois já terá alguém ocupando aquele lugar. Não importa. É assim a viagem - cheia de atropelos, sonhos, fantasias, esperas, despedidas. Porém, jamais, retornos.

Façamos essa viagem da melhor maneira possível, tentando nos relacionar bem com todos os passageiros, procurando, em cada um deles, o que tiverem de melhor, lembrando, sempre, que em algum momento do trajeto eles poderão fraquejar, e provavelmente precisaremos entender isso, porque nós também fraquejaremos muitas vezes e, com certeza, haverá alguém que nos entenderá.

Amigos, façamos com que a nossa estada, nesse trem, seja tranqüila, que tenha valido à pena e que, quando chegar a hora de desembarcarmos, o nosso lugar vazio traga saudades e boas recordações para aqueles que prosseguirem.

(Autor: Desconhecido)

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AZEVEDO, Israel Belo de. O prazer da produção científica. 9 ed. Piracicaba: Unimep, 1997.

BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. Lisboa: Edições 70, 1977.

BIZZOTTO Carlos Eduardo Negrão; DALFOVO Oscar. Ensino de empreendedorismo: uma abordagem vivencial. In: II EGEPE – ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS, 2001, Londrina-PR. Anais...Londrina-PR: Tac Multimídia, 2001, 1 CD-ROM.

BOLSON, Eder Luiz. Empreendedorismo não é modismo. s.b.d. Disponível em < <http://www.tchaupatrao.com.br> > Acesso em 25/07/2005.

BROTTI, Maria Gorete. et al. A gestão universitária em debate. Florianópolis: Insular, 2000.

COHEN, David. Como se faz gente que faz? Revista Exame, v. 34, n. 23, p. 158, ago.2000.

DEGEN, Ronald Jean. O empreendedor: fundamentos da

iniciativa empresarial. São Paulo: MacGraw-Hill, 1989.

DOLABELA, Fernando Celso. Empreendedorismo no Brasil: uma metodologia revolucionária. online, 2005. Disponível em <http://www.projetoe.org.br/tv/prog10/html>

DOLABELA, Fernando Celso. Empreendedorismo: uma forma de ser. Brasília: AED, 2003a.

DOLABELA, Fernando Celso. O Segredo de Luísa. São Paulo: Cultura, 1999.

DOLABELA, Fernando Celso. Pedagogia Empreendedora. São Paulo: Cultura, 2003b. DOLABELA, Fernando Celso.

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: Transformando idéias em negócio. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DRUCKER, Peter Ferdinand. Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios. São Paulo: Pioneira Thomson, 2002.

DRUKER, Peter Ferdinand. Administrando para o futuro: os anos 90 e a virada do século. São Paulo: Pioneira, 1992.

FILION, Louis Jacques, Visões e Relações : Elementos para um Meta modelo Empreendedor, in Revista de Administração de Empresas , RAE, ano 31, n.º 3, jul/set. 1991c, págs. 50 a 61.

FILION, Louis Jacques, Diferenças Entre Sistemas Gerenciais de Empreendedores e Operadores de Pequenos Negócios, São Paulo, in Revista de Administração de Empresas , RAE, ano 39, n.º 4, out/dez. 1999, págs. 6 a 20

FILION, Louis Jacques. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. Revista de Administração, São Paulo v.34, n.2, 1999.

FILION, Louis Jacques; DOLABELA, Fernando. Boa Idéia! e agora? São Paulo: Cultura, 2000.

FILION, Louis Jacques. O empreendedorismo como tema de estudos superiores. In Instituto Euvaldo Lodi, Empreendedorismo Ciência, Técnica e Arte. Brasília: CNI/IEL, 2000.

FREITAS, Iêda Maria Araújo Chaves; SILVEIRA, Amélia. Avaliação da educação superior. Florianópolis: Insular, 1997.

GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

ARTIGO (01)

Deitei, mas não consegui dormir, começou a vir em minha cabeça exemplos de ações e as possíveis reações correspondentes, esta lei da física é perfeita, funciona mesmo!

De cada ação que fazemos, temos a reação correspondente, e neste mundo, é isso, as pessoas em todos os caminhos e sentidos, devem ser sinônimas de ação, para que aja movimento, para não haver inércia.

Muito bem, focando profissionalmente, e em ações boas, iremos colher reações também boas, é o mesmo princípio do

plantando se colhe, se não plantar nada irá colher. E é bem isso que as empresas (todas) desejam hoje, pessoas com iniciativas, que tenham ação, pois um dia tem que ser diferente do dia anterior, tem que ser mais rico, mais prazeroso, superior ao dia anterior, nós, seres humanos, necessitamos evoluir, crescendo e aprendendo, e isso demanda ação, pois sem ação, nada acontece, hoje foi igual ao ontem,

Peço desculpas a vocês, por estar fazendo lerem este artigo, mais é muito interessante e importante, desde que me conheço profissionalmente, venho buscando isso, fazendo ação, melhorando o dia atual, nunca permitindo ser igual ao anterior, querendo crescer, buscando espaços, oportunidades, ... E no meu inconsciente, acreditando que seja uma atitude natural, quando o ser humano alinha suas idéias, sabe aonde deseja chegar, e quais as ações necessárias. Me veio uma dúvida, será que as pessoas que não praticam a ação, ainda não sabem o que querem ????

Não apenas pense nisso, tenha ação, e vamos em frente.

Beijos e sucesso a todos,

Vou dormir um pouco!

Sidnei Varanis
Outubro/2005

ARTIGO (02)

Mas um ano inicia, todos devem ter feito na última semana de dezembro um balanço/retrospectiva do ano que terminou, e nunca mais retornará, passou, acabou. E somando os pontos positivos e negativos montou seu balanço, se não fez, faça imediatamente, e assim analisando, definindo as correções necessárias, criando novas metas e objetivos, novos e melhores sonhos, a vida continua, e se torna melhor.

Muito bem. Ano novo, vida nova, novos desafios, comparo, é uma opinião pessoal, como um campeonato de Rally (é que gosto de jeep), o início do novo ano, é uma nova etapa deste campeonato, temos agora novo percurso, e temos de ser melhor diminuir nosso

tempo, e fazer mais e melhor, para que no próximo balanço (final deste ano) possamos contabilizar mais pontos positivos.

É sobre isso que eu gostaria de comentar. Nestes últimos dias, inúmeras pessoas, conhecidas ou não, nos desejaram felicidades, saúde, prosperidade, e outros desejos positivos, muito bom isso, sinal que você é uma pessoa querida por todos, mas não podemos esquecer, que para que isto aconteça esses desejos realizem, necessitamos investir nossas energias, tudo no mundo movimenta com energia, necessita de energia para esta construção, e energia em todos os sentidos, para que possamos fazer o ano de 2006 melhor para nós, necessitaremos de nossas energias, nossa mesmo, e individual, somente eu posso melhorar minha vida, e você leitor a sua. É claro, podemos somar, ajudar um ao outro, pois ao final, alguns de meus sonhos são parecidos ou perto dos seus, e podemos juntos, unidos, atingir rapidamente. Converse com seu colega de trabalho, com sua equipe, conte seu sonho, pergunte o(s) dele(s), Unidos vocês podem ser mais eficientes, você pode ser um melhor profissional, pai, mãe, amigo(a).

Mas eu gostaria de salientar, que seu futuro é você que constrói, se investir mais em estudos, mais energia, mais perseverança, mais desejos, mais garra, maiores resultados positivos conquistará, não fique esperando por milagres, ou que alguém faça por você, não espere que as coisas cheguem prontas, mastigadas, isso raramente acontece. Pode ter certeza, se você classificar uma pessoa como “de sorte”, na verdade, é que essa pessoa se preparou, quanto mais ela se prepara, mais sorte ela terá, e você também poderá ser e continuar sortudo(a).

Voltando sobre a quantidade de energia que você aplica na construção de seu futuro, perceba que, quando se faz uma filmagem, o diretor grita “ação”, pois somente com ação é que se constrói, se ficar parado, não é uma filmagem, é apenas uma fotografia, e fica estática, parada, na mesmice, e isso faz a diferença, de uma vida melhor ou pior.

Concluindo, corra atrás de seus sonhos, só não tem sonho quem já morreu, e se você esta lendo esse pequeno e humilde artigo, é por que você esta vivo, e somente você pode fazer a diferença, ser o piloto de sua vida.

Também te desejo felicidades, e muita sorte, pois tenho certeza, que no segundo seguinte, você estará se preparando, para ser muito melhor.

Abraços e sucesso.

Sidnei Varanis
(Janeiro/2006)

PROJETO

OFICINA

DE

EMPREENDEDORES

Sonho – Emoção - Trabalho

O mundo está nas mãos daqueles que tem coragem de sonhar.

www.oficinadeempreendedores.org

Justificativas

A educação empreendedora é fundamental para qualquer país que deseja se desenvolver. Sabe-se hoje que a capacidade empreendedora é condição necessária para o desenvolvimento humano, social e econômico.

A capacidade empreendedora, além de ser a melhor ferramenta contra o desemprego, hoje é exigida em qualquer relação de trabalho, seja no governo, nas empresas, no Terceiro Setor.

A população, em geral, desconhece como a falta de cultura empreendedora causa sérios danos ao desenvolvimento econômico e social ao país.

Portanto, é hora da sociedade brasileira reconhecer a importância de apoiar a comunidade empresarial, como forma de vencer o imenso desafio do desemprego.

Justifica-se esse projeto na medida em que ele almeja contribuir para uma sociedade nova, justa, humana e solidária.

Desafios

O empreendedorismo deve ter como objetivo a construção do desenvolvimento humano e social e ser um instrumento de geração e distribuição de riqueza, conhecimento, poder e renda. Em outras palavras: empreender não é preocupação individual, mas da comunidade, da região, do país. Crescer economicamente, concentrando renda, riqueza e poder, e gerando graves

desigualdades sociais, é algo que já sabemos fazer. Há séculos.

OBJETIVO GERAL

Como instrumento de transformação cultural, a proposta é libertar o empreendedor que existe em toda criança, em todo adulto, mas freqüentemente aprisionado pelo formato das nossas relações sociais, pelos nossos valores e crenças. Sensibilizar a população, em geral, quanto à necessária mudança nas idéias preconceituosas.

O Projeto (abrangendo as idades de 4 a 17 anos, da pré-escola ao ensino médio) tem por objetivo central o desenvolvimento da capacidade empreendedora aplicável a qualquer atividade, e não somente para a criação de empresas. A escolha da atividade empreendedora deve ser feita pelos alunos.

“É empreendedor, em qualquer área, alguém que sonha e busca transformar seu sonho em realidade”.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Aplicação da Pedagogia Empreendedora como instrumento de mudança cultural.

A Pedagogia Empreendedora foi desenvolvida para ser aplicada a partir da educação infantil até o segundo grau. Construída a partir das nossas raízes culturais, é voltada para a integração com a comunidade, tendo como objetivo o desenvolvimento social. Estimula a capacidade de escolha do aluno sem influenciar as suas decisões, preparando-o para as suas próprias opções. Trata o empreendedorismo como uma forma de ser e não somente de fazer, transportando o conceito que nasceu na empresa para todas as áreas da atividade humana. Assim, segundo a Pedagogia Empreendedora o indivíduo pode e deve ser empreendedor em qualquer área que escolha para atuar: no governo, no Terceiro Setor, como empregado de empresas, como artista, como auto-empregado.

A Pedagogia Empreendedora concebe o empreendedor como alguém que **sonha e busca transformar o seu sonho em realidade**. Ela redefine o conceito de sucesso, abordando-o não como a conquista de algo material, ou que seja definido através de valores externos ao indivíduo, mas como a capacidade de buscar persistentemente a realização do sonho. O fracasso só existe diante de uma situação: a desistência.

Nesse sentido, o que define o empreendedor – um ser a um tempo autônomo e cooperante – é sua capacidade de identificar e aproveitar oportunidades em seu campo de atuação, gerando valores para a comunidade sob a forma de conhecimento, bem-estar, liberdade, saúde, democracia, riqueza material, riqueza espiritual, etc. É por isso que a educação empreendedora deve explicitar uma vontade e apoiar-se em racionalidade compatível com tal desiderato.

Erradicar a imagem negativa que ainda prevalece na mente de indivíduos e no âmago de instituições que formam nossa sociedade, a respeito dos empresários e das iniciativas empreendedoras.

Estimular os “governados” a exigir políticas e programas públicos, coerentes, com as necessidades das empresas.

A bandeira do empreendedorismo deve ter como prioridade a eliminação da pobreza e da exclusão social. O resultado do trabalho empreendedor deve ser a geração de valor para toda a comunidade.

Demonstrar como a falta de cultura empreendedora causa sérios danos econômicos e sociais, ao Brasil.

METODOLOGIA

A tarefa não é ensinar, mas criar um ambiente “cultural” no qual o aluno perceba os valores empreendedores como algo positivo e possa, assim, desenvolver-se no processo de adquirir conhecimentos, aprendendo de forma auto-suficiente sobre si mesmo, sobre o outro e sobre como utilizar ferramentas e

instrumentos na construção de auto-realização.

Não se trata de uma estratégia pedagógica destinada exclusivamente a preparar os alunos para criar uma empresa. A metodologia, concebendo o empreendedorismo como uma forma de ser, mais do que uma forma de fazer, irá desenvolver o potencial dos alunos para serem empreendedores em qualquer atividade que escolherem: empregados do governo, do terceiro setor, de grandes empresas, pesquisadores, artistas, etc.. E também, evidentemente, para serem proprietários de uma empresa, se esta for a sua escolha. Cabe ao aluno, e somente a ele, fazer opções profissionais e decidir que tipo de empreendedor irá ser.

Com uma abordagem acentuadamente humanista, a metodologia elege como tema central não o enriquecimento pessoal, mas a preparação do indivíduo para participar ativamente da construção do desenvolvimento social, através da cooperação, cidadania e da geração e (principalmente) da distribuição de renda, conhecimento e poder, com vistas à melhoria de vida da população e eliminação da exclusão social.

ESTRATÉGICA

A estratégia didática irá materializar-se pela apresentação de duas propostas de ação aos alunos:

- A formulação do sonho;
- A busca de sua realização;

PÚBLICO ALVO:

Embora o projeto trate de estimular o empreendedorismo na escola, especificamente na educação básica, é fundamental lembrar que não só a metodologia é aplicável a qualquer ambiente como é desejável que isso aconteça. O conceito é flexível, pode ser uma empresa, um órgão público, uma organização não governamental (ONG), um bairro, uma comunidade.

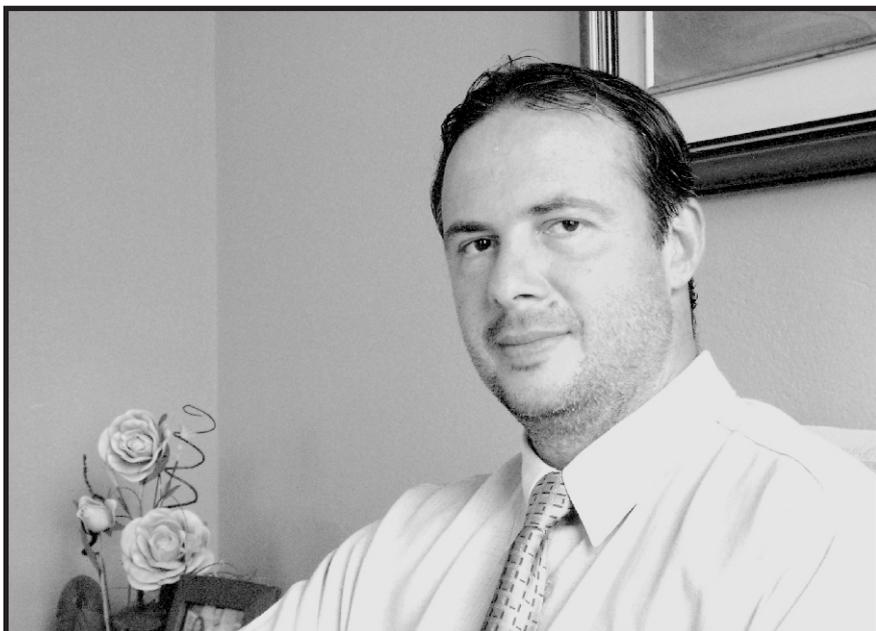
Na verdade, tendo sido concebida com base em um novo conceito de desenvolvimento social que se faça de forma integrada, sustentável e incluyente. A pedagogia empreendedora toma a construção do sonho coletivo como a primeira etapa no caminho do protagonismo comunitário na definição de seu futuro. Assim por tratar da formação de capital humano e social, a implementação da pedagogia empreendedora é o trabalho de véspera indispensável à aplicação de tecnologias de desenvolvimento.

As conexões com as múltiplas organizações que povoam a sociedade se dão através de estratégias metodológicas específicas, dirigidas a cada tipo de organização.

É oportuno dizer que a decisão de construir um ambiente adequado ao afloramento da capacidade empreendedora é da comunidade. Sendo o espírito empreendedor um dos “aminoácidos” para a formação do capital social indispensável ao desenvolvimento, este projeto, junto com a pedagogia empreendedora se apresenta como uma ferramenta para a realização desse sonho. Dito de outro modo, é uma tecnologia de desenvolvimento que sinaliza de forma positiva para a capacidade individual de gerar valores para toda a comunidade, a capacidade de inovar, de ser autônomo, de buscar a sustentabilidade, de ser protagonista.

APOIO INSTITUCIONAIS E FINANCEIROS:

Serão firmadas parcerias estratégicas com instituições governamentais e não governamentais, empresas comerciais, agentes de fomento, organizações da sociedade civil de interesse público e instituições de ensino, visando democratizar o acesso ao tema empreendedorismo.



SOBRE O AUTOR

Técnico em edificações pela Escola Técnica Federal de Mato Grosso (1990), bacharel em Administração de Empresa pelas Faculdades Unidas de Várzea Grande/MT (1994), formado em Comércio Exterior pelo Instituto de Pesquisas e Estudos Contábeis (1995), Empretec pelo Sebrae/RO (2001), Pós-graduado em Prática Pedagógica no Ensino Superior (2004), Pós-graduado em Agente de Inovação Tecnológica (2007), estudioso do tema Empreendedorismo. Presidente da SUCESU/MT no biênio 1997/1998, e também diretor adjunto da SUCESU/MS no biênio 2002/2003, Diretor de Turismo da Secretaria Municipal de Turismo, Cultura e Meio Ambiente de Chapada dos Guimarães/MT (2007) e Presidente do Fumtur (2007) atualmente Diretor-Presidente da Rede Ícone de Serviços (www.icone.com.br). Fundador da comunidade de Investidores do Brasil – (InvestidoresBR).

Visite: www.sidnei.adm.br