

**4º**

Congresso do Instituto Franco-Brasileiro de Administração de Empresas - IFBAE
Congrès de l'Institut Franco - Brésilien d'Administration des Entreprises - IFBAE
24 e 25 de maio de 2007
PORTO ALEGRE - RS BRASIL

B179

Um Brasil empreendedor em busca de empreendimentos inovadores como fontes de desenvolvimento econômico

Eric Dorion - Universidade de Caxias do Sul (RS)

Resumo: O caso do Brasil demonstra um estado de mudança radical. Num cenário de globalização das atividades de comércio, um olhar diferenciado dos atores para o desenvolvimento da economia traz um novo perfil para as empresas e as universidades. A realidade do campo da formação empreendedora levanta questionamentos sobre a necessidade de sistematizar antes de agir. A perspectiva pedagógica parece uma solução que, ao mesmo tempo, permite desenvolver uma visão adequada da realidade empreendedora e de agir em termos de ações concretas. A criação de programas de capacitação empreendedora necessita do reconhecimento do papel do aluno, do papel do professor, dos conteúdos de formação e dos meios de aprendizagem. Talvez, o educador tenha que se preocupar com as interações que mobilizam tantas pessoas. Com base em uma perspectiva inovadora, este artigo propõe um re-pensamento do esforço da formação dos empreendedores a fim de permitir um processo de mudança, vital ao sucesso deste desafio de capacitação. Este documento introduz o modelo pedagógico empreendedor, evidenciado em referência a realidade pedagógica num contexto empreendedor; permitindo assim desenvolver a ferramenta de reflexão destinada a justificar os educadores na construção do currículo universitário.

Área temática: Instrumentos de gestão nas estratégias internacionais

Palavras-chave: Desenvolvimento econômico; Globalização; Empreendedorismo; Inovação; Pedagogia

Un Brésil entreprenant à la recherche d'initiatives novatrices comme sources de développement économique

Résumé : Le cas du Brésil montre un changement radical. Dans une perspective d'affaires, la globalisation est perçue d'un angle différent par les parties prenantes du développement économique et trace un nouveau profil des relations entre les entreprises et les universités. La réalité de la formation d'entrepreneurs, en tant qu'outil de développement économique, soulève maintes interrogations sur la nécessité de systématiser avant d'agir. La dimension pédagogique de l'enseignement, d'abord en tant que contexte, puis comme processus, semble apporter des solutions concrètes au manque évident de résultats, ce qui permet d'établir des bases pour le développement d'une vision adéquate de la réalité entrepreneuriale et de démontrer un contexte d'action. Cette combinaison, grâce à une stratégie éducative novatrice, soulève également le besoin d'établir des paramètres aussi bien en fonction des contextes que des stratégies éducatives. Cet article se propose de repenser l'effort de l'enseignement entrepreneurial dans les institutions d'enseignement supérieur ayant pour objectif une transformation de l'étudiant. On met en évidence l'importance du résultat dans un processus de changement et d'action dans un contexte entrepreneurial.

Champ thématique : Outils de gestion dans les stratégies internationales.

Mots-clés : développement économique, globalisation, esprit d'initiative, innovation, pédagogie.

Na era da informação globalizada: novos empreendimentos como fontes de desenvolvimento

Já é reconhecido que os empreendedores de sucesso estão considerando o mercado mundial como referência para o desenvolvimento das empresas inovadoras (Drucker, 1998).



4^o

Congresso do Instituto Franco-Brasileiro de Administração de Empresas - IFBAE
Congrès de l'Institut Franco - Brésilien d'Administration des Entreprises - IFBAE
24 e 25 de maio de 2007
PORTO ALEGRE - RS BRASIL

Também, desde a queda do muro de Berlim, em 1989, as necessidades de crescimento das empresas apresentam novas perspectivas. A globalização constitui o referencial do mercado, exigindo um repensar integral das formas de gestão de uma empresa. Segundo Domenico de Masi, a transição da era da industrialização foi alavancada em razão do desenvolvimento da tecnologia da informação e da telecomunicação, fato que acelerou as mudanças nas empresas. A necessidade de olhar através de uma nova perspectiva empreendedora justifica-se pelo objetivo de produzir novas ações de impacto. Estar à frente das mudanças é de fundamental importância. A revisão da literatura, neste campo de pesquisa, demonstra que a definição e a interpretação do conceito de Globalização são principalmente orientadas na ideologia do Mercado. A urgência de globalizar os mercados ganha maior popularidade entre a opinião, principalmente como padrão de desenvolvimento. Liderança empreendedora refere-se ainda à congregação de sistemas inovadores, estratégias de cooperação e envolvimento sóciopolítico que coexistam como as partes vitais de um sistema. Essa situação cria novas necessidades em termos de mudança. O caso do Brasil demonstra um estado de mudança radical. O Brasil sempre foi um dos maiores contribuintes da economia sul-americana. O país mais populoso e produtivo da América do Sul está saindo do isolamento nas atividades comerciais, com missões empresariais e novos acordos de comércio com países em desenvolvimento (Missão empresarial do Presidente Lula na China, 2004); aumentando seu comprometimento com a sua população, em termos de serviços públicos. A emergência da economia é geralmente criada na mudança do papel da inovação na economia e nos mecanismos de implementação. (OECD, 2004). A nova relação entre pesquisa, educação, tecnologia e crescimento econômico é considerada como a característica chave da nova economia globalizada. Uma pesquisa russa demonstra que, os países que enfrentam disparidades sociais e econômicas, possuem suas problemáticas relacionadas principalmente ao fato que a taxa e a qualidade do crescimento da economia são notáveis onde há uma ligação entre a inovação e a tomada de decisão. Enfrentando mudanças das mais frequentes e radicais, as comunidades de negócio têm que reformular suas prioridades, principalmente em relação aos gastos. A falta de pesquisa e de desenvolvimento constituem uma preocupação para as empresas; que forçam uma reorientação a uma economia de redes, com os relacionamentos internos que supõem um papel sistematizado de criação de valor agregado. Num cenário de globalização das atividades de comércio, deve surgir nova ação e política para permitir um desenvolvimento mais durável. O olhar diferenciado dos atores para o desenvolvimento da economia remete à um novo perfil para as empresas e as universidades, buscando parcerias a fim de encontrar soluções através de um novo modelo de parceria empresarial, que se encaixa numa realidade de desenvolvimento local, traçando um perfil sistematizado empresa-governo-universidade. Esta transição de um enfoque linear (pesquisa-produto-vendas) para o pensamento sistematizado de globalização traz o processo interno da inovação como o novo paradigma do processo de tomada de decisão. Este teste padrão pode ser usado para avaliar a situação atual do Brasil em termos de contextos inovadores para a comunidade empreendedora brasileira.

Um Brasil empreendedor em busca de soluções para o crescimento econômico

É comum hoje ouvir algum palestrante sobre empreendedorismo no Brasil dizer que o povo brasileiro é um dos mais empreendedores do mundo. Segundo os dados das últimas pesquisas sobre a evolução do empreendedorismo no Brasil, o país se posiciona na frente de países como os Estados Unidos, Austrália, Alemanha, Canadá, França e Itália na Taxa de Atividade Empreendedora (TEA) (Novas empresas e empresas nascentes). Para se ter uma idéia, nos Estados Unidos, essa proporção é de um para 10; e no Japão chega a um para 100. Nenhum dado sobre as atividades empreendedoras no Brasil foi identificado antes da recente

**4º**

Congresso do Instituto Franco-Brasileiro de Administração de Empresas - IFBAE
Congrès de l'Institut Franco - Brésilien d'Administration des Entreprises - IFBAE
24 e 25 de maio de 2007
PORTO ALEGRE - RS BRASIL

pesquisa internacional Global Entrepreneurship Monitor (GEM), iniciada em 1997 sob a coordenação dos Professores Paul Reynolds, da London Business School, e William Bygrave, da Babson College, nos Estados Unidos, tida como a principal faculdade de empreendedorismo dos Estados Unidos. Desde 2000, o Brasil faz parte da amostra de 31 países e os dados são coletados pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP) no Paraná, por meio de questionários e entrevistas. A pesquisa teve como principal objetivo compreender melhor o fenômeno do empreendedorismo, assim como seu papel no processo de crescimento e desenvolvimento econômico de alguns países ativos no ciclo da globalização. Esta pesquisa científica de porte internacional apresenta, com a participação de especialistas brasileiros, as condições que afetam a atividade empreendedora no Brasil.

Tabela 1: Posicionamento do Brasil com 31 outros países sobre as condições que afetam o desenvolvimento do empreendedorismo

Condições que afetam o empreendedorismo no Brasil	Média do Brasil	Média do mundo	Posição do Brasil
Capacidade Empreendedora: Motivação	0,53	0,38	10/31
Oportunidade Empreendedora	0,34	0,19	11/31
Participação da Mulher	0,18	0,34	19/31
Acesso à Infra-estrutura Física	0,13	0,95	31/31
Barreiras à entrada no Mercado – mercado Interno e dinamismo/oportunidades	0,12	-0,19	7/31
Educação e Treinamento – Ensino superior e aperfeiçoamento	-0,37	-0,21	22/31
Normas Sociais e Culturais	-0,43	-0,23	18/31
Infra-estrutura Comercial e Profissional	-0,45	0,23	31/31
Capacidade Empreendedora: Potencial	-0,63	-0,52	19/31
Suporte Financeiro	-0,76	-0,39	23/31
Programas Governamentais	-0,78	-0,38	25/31
Proteção aos Direitos Intelectuais	-0,83	0,12	28/31
Barreira à entrada no mercado – custos, concorrência, legislação	-0,90	-0,25	31/31
Transferência e Desenvolvimento de Tecnologia	-0,98	-0,51	28/31
Políticas governamentais em âmbito federal, estadual e municipal; efetividade das políticas	-1,05	-0,40	28/31
Educação e Treinamento – ensino de 1º e 2º grau	-1,28	-0,94	27/31
Políticas governamentais: Impostos; Tempo de resposta	-1,68	-0,57	31/31

Fonte: Global Entrepreneurship Monitor (2003)

Estes dados empíricos (Tabela 1) confirmam a posição brasileira interna em termos de posicionamento estratégico e permitem uma leitura comparada com as realidades de 31 países do mundo. Os fatores favoráveis mais citados são de ordem cultural e econômica. Segundo os especialistas consultados na pesquisa, as carências da população geram oportunidades de negócio, as quais, aliadas ao desemprego elevado, impõem ao brasileiro exacerbar-se através da criatividade para responder as situações difíceis. Por outro lado, destacam-se alguns aspectos fracos como barreiras burocráticas, o custo alto do crédito, as políticas governamentais que impõem alta carga tributária, além de excessos burocráticos, dificultando a participação das empresas nacionais nos mercados internacionais.



4^o

Congresso do Instituto Franco-Brasileiro de Administração de Empresas - IFBAE
Congrès de l'Institut Franco - Brésilien d'Administration des Entreprises - IFBAE
24 e 25 de maio de 2007
PORTO ALEGRE - RS BRASIL

Quanto à educação, até agora ainda há dificuldades em propor soluções de escala para os empreendedores com potencialidade de alto nível. Por exemplo, o sistema educacional brasileiro conta com mais de 1500 instituições de ensino superior (Relatório MEC - Brasil 2004), facilitando o desenvolvimento de profissionais preparados e capazes para a geração de empreendimentos, mais especificamente os que envolvem alta tecnologia. Porém, o baixo nível educacional do país, combinado a um modelo educacional tradicionalista nas universidades cria realidades claramente deficientes quanto à capacidade de conduzir os estudantes em uma realidade empreendedora. Tanto os cursos profissionalizantes como os universitários são orientados para a formação do candidato a um emprego, e não ao desenvolvimento de seu potencial empreendedor, iniciativa própria, criatividade e inovação. Quanto à pesquisa e desenvolvimento, há uma incoerência entre os gastos das instituições de pesquisa e as necessidades das empresas. As pesquisas são historicamente afastadas das necessidades da população, gerando a falta de informação ao empreendedor e limitando a sua capacidade de crescimento no mercado competitivo. As organizações de apoio voltadas ao desenvolvimento de pesquisa não orientam, de forma adequada, a transferência de tecnologia às pequenas empresas.

Mas estes resultados deveriam constituir boas ou más notícias? No primeiro olhar e no ranking geral, o Brasil ficou em 6^o lugar entre 31 países. Contudo, uma análise um pouco mais cuidadosa do documento, retira grande parte das razões para orgulho. Quando esse quesito é computado, o Brasil está saindo de uma longa letargia. Em seu último estudo, o GEM usa dois indicadores de qualidade dos negócios.

Um primeiro indicador é o Potencial de Criação ou Expansão do Mercado, que leva em consideração a idade da tecnologia usada no negócio, o conhecimento do produto pelo mercado e a quantidade de concorrentes. Segundo eles, um empreendimento pode ter um potencial nulo, pequeno, médio ou grande. Dos empreendimentos detectados pela pesquisa no Brasil, 85% não têm nenhum potencial de criação ou expansão do mercado. Os demais 15% têm pequeno potencial. Nenhum dos novos negócios encaixou-se nas categorias de médio ou grande potencial. A pesquisa divulga que apenas 5,3 em cada 10 000 habitantes do Brasil prevêem estar à frente de um negócio com alto potencial de crescimento. A média nos 31 países que participaram da pesquisa é 21,5 - o Brasil está entre os 25% piores. Segundo o economista Eduardo Giannetti, a principal deficiência é de capital humano. O empreendedor brasileiro não pensa no longo prazo, ele prioriza as suas necessidades imediatas, esquecendo que o patrimônio mais importante de sua empresa consista ao capital humano mesmo.

“O empreendedor pensa pequeno, 85% dos novos negócios não devem criar nem expandir mercado, diz ranking global...”.

EXAME: por David Cohen e Marcos Coronato, 03.02.2004.

Segundo eles, o Brasil se classifica pessimamente também no favorecimento ao empreendedorismo. Das 17 condições que o estudo do GEM considera que afetam o ambiente para novos negócios, em 14 o Brasil está abaixo da média dos países pesquisados e em quatro delas, é o último colocado.

Estes resultados são de fundamental importância devido a muitos motivos. Primeiro, os dados recolhidos pela pesquisa constituem a única fonte nacional de dados sócio-econômicos em relação ao empreendedorismo, que envolve o empreendedor e todos os atores que buscam o crescimento e desenvolvimento de suas empresas. Segundo, porque faz uma ligação entre as



4^o

Congresso do Instituto Franco-Brasileiro de Administração de Empresas - IFBAE
Congrès de l'Institut Franco - Brésilien d'Administration des Entreprises - IFBAE
24 e 25 de maio de 2007
PORTO ALEGRE - RS BRASIL

metas do empreendedor, que buscam um crescimento sustentável de sua empresa, e os efeitos das atividades das instituições que estão evoluindo num mundo burocrático, onde não se encontram habilitados para atender com eficiência as necessidades do empreendedor. Terceiro, a realidade cultural brasileira alimenta uma dinâmica dita “paternalista” criando um isolamento de “modo vertical” nas ações dos governos para a comunidade empreendedora. Quarto, de maneira geral, o empreendedor brasileiro é localmente percebido como um “solitário” que prioriza sua própria riqueza antes do bem-estar de seus dependentes econômicos (empregados e comunidade) e os efeitos negativos são vários. Em outras palavras, o Brasil tem que, por um lado, melhorar a suas infra-estruturas físicas, comerciais, institucionais e profissionais, e por outro lado, facilitar acesso às barreiras de entrada no mercado (custos e legislação) e as políticas governamentais (impostos e burocracia).

Um aspecto-chave da pesquisa demonstra que iniciar um negócio no país voltou a ser mais uma questão de oportunidade do que de necessidade. Essa mudança é crucial porque os negócios originados pela falta de opção, como única alternativa de sobrevivência, tendem a ser menos longevos e menos prósperos. Além disso, essa mudança importa porque confirma a necessidade de reavaliar as ações a serem implementadas pelas instituições de apoio, capacitação e desenvolvimento para os empreendedores do país.

Novas estratégias para o crescimento econômico

Existem várias estratégias que são prioritárias para o desenvolvimento econômico, tal como estimular a promoção e a disseminação da educação empreendedora e da cooperação, através da articulação, do desenvolvimento e da implementação de programas de gestão empresarial, da cultura do empreendedorismo, de cooperação e de capacitação de lideranças nas organizações que constituem a prioridade estratégica a qual este artigo se refere. A complexidade relacionada à atividade de ensino em empreendedorismo permite desenvolver algumas visões sistêmicas, essenciais à concepção e à realização de uma formação adaptada, que responde cada vez mais ao desafio do empresário, mas também às realidades da comunidade local.

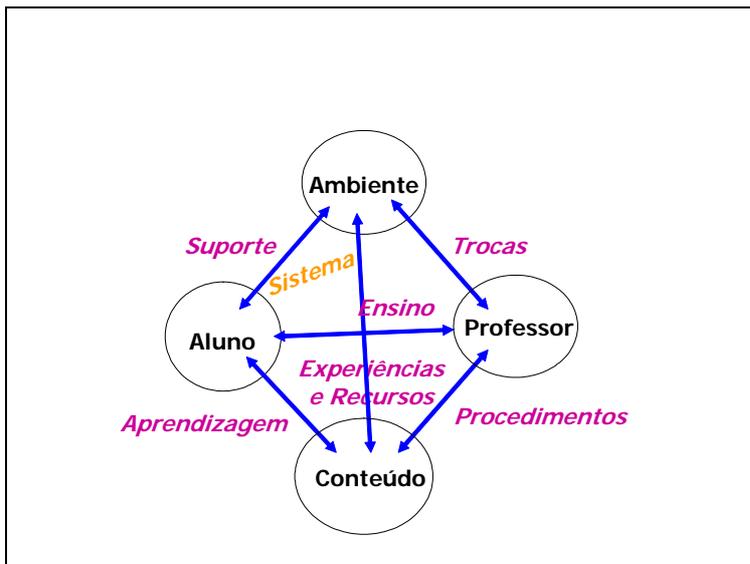
Através do dicionário da educação, precisamos apresentar alguns conceitos para sua melhor compreensão. A pedagogia recorre à arte e às ciências da educação e constitui um ponto de referência estratégico de nosso pensamento, porque o conceito incluiu o jogo dos componentes em inter-relação na trilogia dos atores, que são: os atores, os procedimentos e os conteúdos de formação (Legendre, 1988). O ambiente pedagógico constitui o mesmo cenário da existência da situação. O professor como toda a pessoa que tem como papel estimular, guiar e aconselhar o aluno em um processo de educação continuada, em outras palavras o formador. Da mesma maneira, Legendre apresenta a definição de formação como sendo os conhecimentos teóricos e práticos numa técnica, uma profissão. Esta definição não só posiciona o diário do formador, mas também a sua obrigação de entregar um produto final, referindo às relações de ensinar como a inter-relação que existe entre o formador e o conteúdo de formação. Conseqüentemente, a relação de aprendizagem se define como uma inter-relação entre o conteúdo e o aluno, numa situação pedagógica estabelecida.

No que se refere aos conteúdos de formação, diversos conceitos são usados. O programa educativo constitui um conjunto organizado de metas, de objetivos específicos, de conteúdos organizados de modo seqüente, de enfoques didáticos, de atividades de aprendizagem e o processo de avaliação, destinado a avaliar o alcance de objetivos previamente definidos. Uma

disciplina ou curso constitui uma parte integrante de um programa orientado aos aspectos mais específicos da temática, incluindo dimensões temporais específicas, que permitem a obtenção de um nível de conhecimento e qualificações. Esses conceitos já estão sendo utilizados no contexto da formação em empreendedorismo nas universidades. Acredita-se na essencialidade, dessa forma, de um contexto de aprendizagem e formação em empreendedorismo, colocando em evidência e especificando o valor e a gama dos conceitos de ambientes, porque eles possuem uma influência sobre os formadores, alunos e programas, e vice-versa. Propomos determinar a natureza das necessidades existentes, de acordo com os contextos para estabelecer as inter-relações mais propícias para a aprendizagem empreendedora. O modelo sistematizado (Figura 1) traz uma nova dimensão à compreensão da formação em empreendedorismo, que sejam os meios:

- Tradicionais, (Barbier, 1996).;
- práticos (“*experienciais*”) (Kolb, 1976);
- ou virtuais (Interman, 1992).

Figura 1: Uma nova visão de uma situação pedagógica



O suporte constitui, por um lado, as contribuições que os ambientes de capacitação podem oferecer para aos alunos em seu caminho de aprendizagem, como conhecimento tácito, de recursos de hardware ou financeiro. Por outro lado, as experiências e os recursos representam os resultados criados da capacitação empreendedora, como saber-fazer (competências) e saber-estar que são benéficos e úteis para os ambientes específicos. Também, as trocas representam as interações criadas entre o professor e os ambientes de capacitação, a fim de oferecer ao aluno as informações mais atuais quanto possíveis. De acordo com Legendre (1988), o ensino constitui o processo de comunicação para suscitar a aprendizagem; o ambiente das ações de comunicação e de decisão organizados

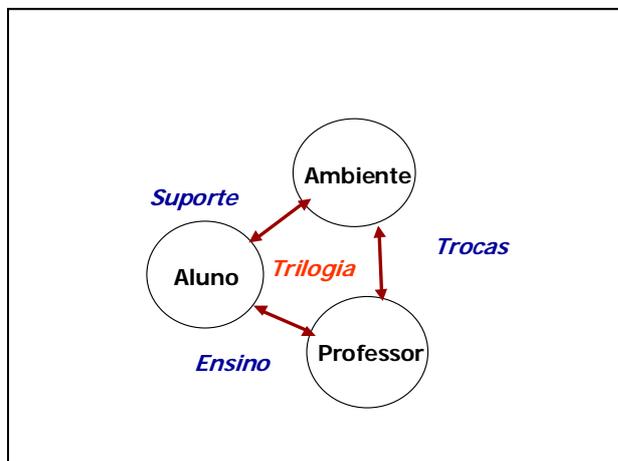
intencionalmente para um indivíduo ou um grupo de pessoas que interagem como agentes numa situação pedagógica. Essa realidade deve constituir-se das inter-relações constantes entre o formador e os ambientes, e são essenciais à obtenção de uma qualidade de formadores que responde as necessidades de aprendizagem e apóiam os alunos (Dolabela, 1999).

A concepção do programa de formação em empreendedorismo inclui, de fato, os conhecimentos tácitos relevantes ao empreendedorismo. Estes conhecimentos, ou as experiências e recursos, constituem conteúdos de formação que fazem referência às habilidades e as atitudes que são integradas num contexto empresarial (Béchar, 1996). Além disso, os ambientes constituem um recurso essencial para a realização do conteúdo de formação, porque eles permitem a utilização de uma aproximação da geração de ensino da cultura empresarial, mais particularmente em um contexto de criação de empreendimentos.

Os ambientes de capacitação

Nascem do reconhecimento e da consideração dos diferentes ambientes educacionais os elementos constituintes da relação de ensino entre aluno e professor. Os ambientes agem no perfil da relação pedagógica e nos atores desta trilogia, os professores e alunos. As inter-relações intrínsecas desta trilogia resultam na influência e nos benefícios dos ambientes de formação sobre os elementos que constituem a relação de ensino. Esta dinâmica transforma completamente a relação de ensino, porque pressupõe que o formador e o aluno são comprometidos pela necessidade de compartilhar com o ambiente empresarial, para alcançar as suas respectivas metas (Figura 2).

Figura 2: Os ambientes de capacitação empreendedora



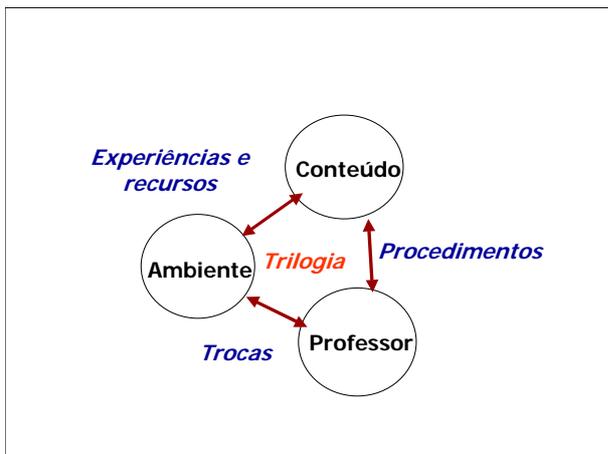
O aspecto interessante que tiramos desta plataforma de análise é a influência dos ambientes de formação sobre o formador e o aluno numa relação de ensino. Existe uma dicotomia no pensamento entre os acadêmicos os atores do desenvolvimento local e os alunos, sobre os meios de aprendizagem. A mensagem desta divisão consiste na aquisição de competências empresariais significativas tanto para o aluno como para o formador, vem da fusão da relação de ensino com as realidades do ambiente dos empreendimentos.

A preocupação de hoje sobre a capacitação empreendedora força um pensamento diferente que considera a necessidade de visualizar e de contextualizar as realidades dos alunos, dos professores e dos meios de aprendizagem. Conseqüentemente, antes de iniciar um projeto pedagógico, o pessoal educativo deve questionar-se sobre a realidade educacional com novas ferramentas e novos questionamentos.

O papel do professor

Este pensamento nasce do reconhecimento e da consideração dos diferentes ambientes educacionais, como elemento que constitui o perfil do professor em empreendedorismo e, como componente básico do programa de formação em empreendedorismo. As inter-relações intrínsecas se traduzem em conteúdos de formação que correspondem ao perfil e a paixão do aluno que do formador deve desenvolver no ambiente educativo. Esta lógica é baseada numa realidade tecnológica e prática (experiência de trabalho), que constitui o mundo do empreendedor, como fonte de inspiração para o profissional pedagógico e o formador em empreendedorismo (Figura 3).

Figura 3: O papel do professor

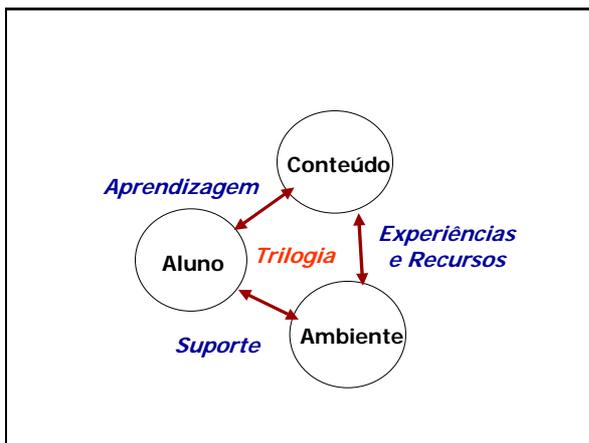


Os atores e as universidades que privilegiam uma integração da cultura empreendedora buscando inovação, consideram que esta constitui o meio mais direto para permitir uma transformação das relações com o ambiente, os programas e as técnicas de ensinamento. Esta dinâmica permitiria a abertura das salas de aula no ambiente dos empreendimentos, tanto para o professor que deve buscar uma formação continuada, como para o conteúdo do programa, que necessita responder às realidades do ambiente empresarial. Este contexto relaciona-se com o uso do modelo de Randolph, & Posner (1979), e repousa em ações concretas, como as propostas de Filion, L.J. (1991b)., que fornece ao mesmo tempo os objetivos pessoais dos professores, o conteúdo do programa, em uma perspectiva orientada para o ambiente dos empreendimentos.

O papel do aluno

O papel do aluno nasce do reconhecimento e da consideração dos diferentes ambientes educacionais como elemento constituinte do cenário de aprendizagem destes, graças à implicação e a relação direta da classe com o ambiente dos empreendimentos. As inter-relações intrínsecas deste contexto resultam em pesquisa e estudos dos conteúdos que correspondem às realidades do ambiente dos negócios, como objetivo para uma formação empreendedora. Por outro lado, esta relação pedagógica fica interligada com o papel do professor, porque supõe uma ótima integração dos processos de aprendizagem com os conhecimentos tácitos e os explícitos. Esta lógica é evidenciada num contexto de formação em empreendedorismo, porque está baseada em uma realidade que constitui o mundo dos empreendedores, e corresponde à realidade universitária, que concentra a produção e a transmissão do conhecimento, como fonte de inspiração para o aluno. A finalidade desta trilogia repousa na aquisição do conhecimento tácito, que vem do ambiente dos empreendimentos, como fonte de aplicação de um produto de formação em inter-relação com o ambiente empreendedor (Figura 4).

Figura 4: O papel do aluno



O mutismo dos pedagogos sobre a definição do papel do aluno em sala de aula, e a necessidade de integrar as experiências e os recursos dos diferentes ambientes a fim de agregar os conteúdos de capacitação é contraditório a uma visão inovadora de formação de empreendedores em sala de aula. Também, notamos que este posicionamento dos formadores é específico a uma capacitação tradicionalista. Outro aspecto interessante tirado desta realidade é a influência dos ambientes de capacitação como fontes na dualidade de aprendizagem do aluno e os conteúdos de formação. Estes privilegiam a criação de projetos de intervenção-aluno que permitiram aprendizagem através de redes de alunos a serviço dos empreendimentos.

Sistemas de aprendizagem para a mudança de comportamento

O questionamento levantado é a consideração da nossa capacidade de passar para uma realidade empreendedora, criando um produto acadêmico que terá uma formatação e um perfil inovador. Neste sentido temos que considerar em primeiro lugar, o reconhecimento das



4º

Congresso do Instituto Franco-Brasileiro de Administração de Empresas - IFBAE
Congrès de l'Institut Franco - Brésilien d'Administration des Entreprises - IFBAE
24 e 25 de maio de 2007
PORTO ALEGRE - RS BRASIL

orientações educativas com a formação empreendedora de uma maneira mais holística antes de veicular ação específica que, realmente, não orienta o desenvolvimento próprio do aluno empreendedor.

A proposta de criar Sistemas de Aprendizagem para a Mudança, no ensino do Empreendedorismo, refere-se a uma estratégia da capacitação que não é mais só “conteudista” e de “processo”. A orientação toca o desenvolvimento de competências, habilidades, conhecimentos e atitudes necessárias para uma mudança para o paradigma empreendedor. A realidade empreendedora necessita de uma reflexão que envolve a complexidade e a subjetividade do processo de aprendizagem, que acontece através de um ação de disseminação da educação em empreendedorismo voltado à atividade criativa, integrando educação e negócios, propiciando ao empreendedor a exploração e a construção de novos conhecimentos.

O Sistema de Aprendizagem para Mudança tem buscado trabalhar a aprendizagem de forma integrada como sistema aberto (Bertalanffy, 1975) no contexto educativo, com o objetivo de instrumentalizar o empreendedor, pela competência e pela consciência crítica. Neste sentido, o sistema propõe incentivar as formações continuadas, sistêmicas e permanentes, que atendem seu público-alvo nos âmbitos individual, regional e setorial (APL's). Capacitar o empreendedor deve ser algo permanente que se integre ao processo de educação continuada, numa realidade globalizada e competitiva, referindo as exigências de inovação e dos conhecimentos atualizados. Devemos considerar, para isso, a diversidade de estágios de desenvolvimento de empresas e empreendedores, numa sistêmica educação empreendedora e empresarial continuada.

A estratégia educativa

Se for necessário solicitar, por um lado, para os alunos em empreendedorismo, por outro lado, para os acadêmicos que produzem as ementas em empreendedorismo, e também, para os próprios empreendedores, chega-se à conclusão de que cada um tem seu pensamento, e na realidade, cada um tem razão. Como fazer para destruir, ou eliminar essa dicotomia existente entre esses três grupos? Onde fica a solução a fim de criar empreendedores na sala de aula universitária? Acreditamos que, neste sentido, a resposta não existe. Nenhuma instituição de ensino vai conseguir criar empreendedores, tentando apenas elaborar projeto, ou planos de negócio, ou estudos de caso. Não será possível criar empreendedores num contexto educacional que se refere a situação pedagógica (Legendre, 1988) apresentada inicialmente.

O tema deste assunto não está centrado na criação de empreendedores. Tal como o papel do professor não é de educar empreendedores. Relendo as reflexões de Rubem Alves, numa perspectiva metafórica, constatamos que estamos longe de saber reconhecer o papel do educador, conseqüentemente do próprio aluno.

“... Eu diria que os educadores são como as velhas árvores. Possuem uma face, um nome, uma “estória” a ser contada. Habitam um mundo em que o que vale é a relação que os liga aos alunos, sendo que cada aluno é uma “entidade” *sui generis*, portador de um nome, também de uma “estória”, sofrendo tristezas e alimentando esperanças. E a educação é algo pra acontecer nesse espaço invisível e denso, que se estabelece a dois. Espaço artesanal.”

Conversas com quem gosta de ensinar, Rubem Alves, p. 19

Nesta perspectiva, é preciso reverter nosso pensamento, priorizando outros aspectos além dos conteúdos de capacitação. É necessário permitir ao aluno reconhecer-se, para dessa forma, viver um processo de mudança, independente do conteúdo que é apresentado. O quadrante metodológico da proposta pedagógica baseia-se na sistematização de um processo de diagnóstico, de mudança e de “empreendedorização” que constitui a solução para quem se considera empreendedor, em busca de capacitação (Figura 5). Permitindo ao professor o convívio com esse desafio, orientando o aluno nas buscas de mudança, através dos conteúdos proferidos. O sistema evidencia-se de forma sistematizada como uma vertente do pensamento pedagógico, envolvendo aspectos multidisciplinares em relação às realidades do empreendedor, de sua empresa e da realidade socioeconômica na qual ensino e aprendizagem constituem uma dinâmica diferenciada. O propósito das novas pedagogias em sala de aula inclui um processo de facilitação da aprendizagem dos participantes com o apoio de atividades fundamentais no modelo proposto de ensino-aprendizagem. São estabelecidos os seguintes pilares: 1) a importância da inovação no processo educativo; 2) a importância da pesquisa num processo de atualização permanente; 3) a dinâmica de pequenos grupos como ferramenta de mudança e 4) a criação de uma comunidade de aprendizagem como continuidade no processo de desenvolvimento empreendedor. Essa nova série de pedagogia, na base do ensino de disciplinas, é estabelecida através de uma rede de atores na realidade organizacional de ensino e representa a primeira experiência concertada de busca de produtos educativos que permitem reunir as realidades educativas aproximando os assuntos do empreendedorismo, da inovação e da indústria. O reconhecimento inicial das realidades empreendedoras constitui, já, um esforço que poucas universidades realizaram.

Figura 5 : Estratégia educativa



O foco ou o tema de capacitação refere-se a tres dimensões que envolvem o mundo do empreendedor. Primeiro, a realidade do empreendedor, através das características, constitui um aspecto em si. Segundo, as realidades dos sistemas de atividades do empreendedor, onde encontramos a maioria das disciplinas de administração de empresa e de gestão. Este ambiente constitui o re-agrupamento dos assuntos que envolvem as organizações. Terceiro, as visões mais abrangentes que representam as fontes da cultura empreendedora, constituem o

**4º**

Congresso do Instituto Franco-Brasileiro de Administração de Empresas - IFBAE
Congrès de l'Institut Franco - Brésilien d'Administration des Entreprises - IFBAE
24 e 25 de maio de 2007
PORTO ALEGRE - RS BRASIL

cimento necessário para construir um pensamento mais empreendedor, quer seja nas realidades sociais, econômicas, culturais ou políticas.

Considerações finais

O caso do Brasil demonstra um estado de mudança radical. Num cenário de globalização das atividades de comércio, um olhar diferenciado dos atores para o desenvolvimento da economia traz um novo perfil para as empresas e as universidades. A realidade do campo da formação empreendedora levanta questionamentos sobre a necessidade de sistematizar antes de agir. A perspectiva pedagógica parece uma solução que, ao mesmo tempo, permite desenvolver uma visão adequada da realidade empreendedora e de agir em termos de ações concretas. De modo geral, as universidades brasileiras não estão preparadas para desenvolver uma formação para empreendedores num contexto global. Como já foi explicado, o campo do empreendedorismo tem uma complexidade particular, envolvendo aspectos multidisciplinares, que não são tratados nos ambientes das universidades tradicionais, dita "departamentalizadas". As pedagogias em sala de aula devem desenvolver-se em função desta realidade.

Os contextos e a estratégia educativa evidenciam-se de forma sistematizada como uma vertente do pensamento pedagógico, envolvendo aspectos multidisciplinares em relação às realidades globais do empreendedor, de sua empresa e da realidade socioeconômica na qual ensino e aprendizagem constituem uma dinâmica diferenciada. O desenvolvimento e a aplicação desta estratégia de gestão educativa reforça-se no cruzamento da importância da inovação como base do pensamento educativo, da importância da pesquisa como fonte de avaliação do processo educativo. É neste momento que a IES podem criar uma comunidade específica de empreendedores com visão global de negócios, usando as estratégias e os instrumentos de gestão adequados para alcançar os novos desafios empresariais.

Bibliografia

- Barbier, J.-M. Saberes teóricos e saberes de ação, (dir.), Conservatoire National des Arts et des Métiers, Paris, França – Documento produzido em Francês), 1996.
- Béchar, J.-P. Processo de implementação dos programas de capacitação em empreendedorismo: Análise do caso Quebequense. Departamento de Administração, caderno de pesquisa Nº 94-11-01, HEC, Universidade de Montreal, Canadá – documento em Francês, 1996.
- Bertalanffy, L.V. Teoria geral dos sistemas; trad. Francisco M. Guimarães. 2.ed. Petrópolis, RJ : Vozes, 1975.
- Dolabela, F. Uma revolução no ensino universitário de empreendedorismo no Brasil. A metodologia da Oficina do Empreendedor, Universidade de Minas Gerais, FUMSOFT, Belo Horizonte, Brasil , 1999.
- Drucker, P. F. A disciplina da Inovação. Entrepreneurship Theory and Practice, 76(6), pp. 149-157, 1998.
- Empretec, Formação em Empreendedorismo, Nações Unidas e SEBRAE-RS, 2003.
- Filion, L.J. L'éducation en entrepreneuriat: sur quoi devrions-nous mettre l'accent: le médium ou le message?, Departamento de Administração, HEC, Universidade de Montreal , 1991b.



4º Congresso do Instituto Franco-Brasileiro de Administração de Empresas - IFBAE
Congrès de l'Institut Franco - Brésilien d'Administration des Entreprises - IFBAE
24 e 25 de maio de 2007
PORTO ALEGRE - RS BRASIL

Interman. International Management Development Network in Cooperation with the United Nations Development Programme (UNDP) and the International Labour Office (ILO) (dir.), redes para o desenvolvimento do empreendedorismo. ILO, Genève – Documento em Inglês), 1992.

Kolb, D. Inventário de estilo de aprendizagem. Caderno técnico, Boston, McBer, 1976;

Legendre, R. Dicionário Atual da Educação, Larousse, 1988.

OECD – Gestão do conhecimento. – Novos desafios para a pesquisa em Educação – OECD - documento em Inglês - Código 962003031P1 – 2004.

Randolph, P. & Posner L. Designing meaning learning situations in management: a contingency, decision tree approach, Academy of Management Review, July, 459-467 – documento em, Inglês, 1979.

Reynolds, P. Pesquisa Global Entrepreneurship Monitor, London School Of Economics, London UK, 2003.