

Empreendedorismo

Júlio César Agostini
Rosângela M. Angonese
Roseli T. Bogoni

INTRODUÇÃO

A importância do empreendedorismo no Brasil tem crescido a cada dia. A pequena empresa, representando 98% dos estabelecimentos produtivos, geram cerca de 20% do PIB e respondem por 60% da oferta de empregos no país (Sebrae, 1999).

Entre os principais fatores que estão influenciando o crescente interesse pelo empreendedorismo, estão:

a) Redução relativa do número de empregos formais na formação da população economicamente ativa

A ampla utilização da tecnologia está promovendo mudanças nas relações de trabalho. As atividades padronizadas ou repetitivas são executadas por máquinas e *softwares* que reduzem a atividade humana no processo produtivo.

Segundo dados do IBGE, 25% da população economicamente ativa dos grandes centros urbanos brasileiros é constituída de trabalhadores do tipo “por conta própria” e que em sua grande maioria estão na informalidade. Algumas previsões feitas por especialistas em “relações de trabalho”, indicam que o número de trabalhadores por conta deverá situar-se ao redor dos 50% nos próximos 10 anos.

Desta forma, pode-se afirmar que “em um mundo que gera cada vez menos empregos é preciso cada vez mais pessoas em condições de assumirem o papel de empreendedores”.

b) Dinâmica econômica mundial e mudança na forma de gestão das empresas

A competição econômica que, nos anos 80 era local, passa, a partir dos anos 90, a ser global em todos os setores de atividade.

A velocidade das mudanças em um ambiente globalizado exige das organizações a redefinição constante das estratégias de atuação delas. Essas organizações deixam de lado as estruturas piramidais e passam a adotar formas mais flexíveis, enfatizando o *empowerment*, a qualidade, a descentralização das decisões, a criação de unidades autônomas de negócios e a formação de grupos de trabalho.

O contexto organizacional favorável às mudanças e à competência cria um ambiente que estimula o surgimento e a implementação de ações inovadoras. A inovação passa ser o principal elemento adicionador de valor das organizações e constitui-se na base da competitividade delas. A inovação é uma característica essencialmente atribuída aos empreendedores.

A nova dinâmica econômica mundial evidencia a necessidade e valoriza a atuação empreendedora dentro das organizações.

CONCEITOS DE EMPREENDEDOR E DE EMPREENDEDORISMO

Existem diversos conceitos na literatura para os termos *empreendedor* e *empreendedorismo*. Esses conceitos têm sua origem basicamente em duas correntes de estudiosos do tema, sendo:

- ❑ os economistas, que associam o empreendedor à inovação e ao desenvolvimento econômico;
- ❑ os comportamentalistas, que enfatizam os aspectos atitudinais, como criatividade e intuição.

A palavra *empreendedor* vem da palavra francesa *entrepreneur* e foi popularizada pela palavra *entrepreneurship* do inglês, utilizada

para designar os estudos relativos ao empreendedor, o perfil, as origens, o sistema de atividades, e o universo de atuação dele.

Foram os economistas Jean Baptiste Say e Richard Cantillon os primeiros a escrever sobre o tema, no final do século XVIII. Jean Baptiste Say enfatizou que o empreendedor exerce as funções de reunir diferentes fatores de produção, de gestão e a capacidade de assumir riscos. Richard Cantillon identificou o empreendedor como alguém que assume riscos no processo de comprar serviços ou componentes por um certo preço com a intenção de revendê-los mais tarde a um preço incerto.

Em 1934, Joseph Schumpeter projetou o termo e o associou ao conceito de inovação, apontando-o como o elemento que dispara e explica o desenvolvimento econômico. Para Schumpeter, empreendedor é “o homem que realiza coisas novas e não, necessariamente, aquele que inventa”. Empreendedorismo, portanto, “consiste essencialmente em fazer coisas que não são geralmente feitas em vias normais de rotina do negócio; é essencialmente um fenômeno que vem sob o aspecto maior da liderança”.

Para Peter Drucker (1974), “o trabalho específico de empreendedorismo numa empresa de negócios é fazer os negócios de hoje se transformarem em um negócio diferente no futuro”.

Para Shapiro (1975), em quase todos os conceitos de empreendedor, há um consenso de que se está falando de um comportamento que inclui os seguintes aspectos:

- ❑ tomada de iniciativa;
- ❑ organização ou reorganização de mecanismos socioeconômicos para transformar recursos e situações em contas práticas;
- ❑ aceitação do risco de fracasso;
- ❑ entendimento de que o principal recurso utilizado pelo empreendedor é ele mesmo.

Para Timmons (1985),

“empreendedorismo é a habilidade de construir algo a partir praticamente do nada: fundamentalmente é algo humano e criativo. É encontrar energia pessoal para iniciar e construir uma empresa ou organização mais do que simplesmente assistir, analisar ou descrever. Fazer tal afirmação sobre tal ponto de vista requer uma voluntariedade em acalentar riscos – pessoais e financeiros – e, então, fa-

zer todo o possível para colocar do seu lado as vantagens, reduzindo assim as possibilidades do fracasso. Empreendedorismo é a habilidade de construir um time para completar suas habilidades e talentos, isto é, o toque para sentir uma oportunidade onde os outros vêem caos, contradição e confusão. É possuir o *know how* de encontrar, ordenar e controlar recursos (quase sempre de terceiros) e ter a certeza de que não se ficará sem dinheiro no momento em que se precisar mais dele”.

Para Fillion (1986), “empreendedor é uma pessoa que cria, desenvolve e realiza visões”.

Para Meridith, Nelson Na Nech (1982), “empreendedores são pessoas que têm habilidade de ver e avaliar negócios, prover recursos necessários para pô-los em vantagens; e iniciar ação apropriada para assegurar sucesso. São orientados para a ação, altamente motivados; assumem riscos para atingirem seus objetivos”.

A lista seguinte de características e de traços, dá uma idéia do perfil de um empreendedor:

Características	Traços
Confiança	Confiança, independência, individualidade, otimismo
Orientação para tarefa/ resultados	Necessidade de realização, orientação para o lucro, persistência, perseverança e determinação; trabalhador que dirige com energia e iniciativa
Coragem para assumir riscos	Habilidade em assumir riscos, gosto por desafios
Liderança	Comportamento de líder; dá-se bem com os outros, aberto a sugestões e críticas
Originalidade	Inovação, criatividade, flexibilidade (mente aberta), desembaraço, versatilidade, instrução, informação
Orientação para o futuro	Previsão, percepção, intuição

É possível não encontrar um empreendedor que apresente todos os traços apontados, mas é certo encontrar em todo o empreendedor a maioria deles, especialmente autoconfiança, habilidade em assumir riscos, flexibilidade, uma forte necessidade de se realizar e um desejo forte de se tornar independente.

A palavra *empreendedor* substitui a expressão “pequeno empresário” na linguagem do dia-a-dia e atualmente é ostentada com orgulho pelas pessoas que estão à frente de ou iniciaram pequenos negócios.

O conceito embutido nessa palavra tem uma amplitude maior do que os “negócios em si” e está transcendendo o campo meramente econômico para outras áreas, entre elas:

- ❑ **governamental**, que passa a ver o empreendedorismo como uma alavanca ao desenvolvimento sócio econômico e percebe que o conjunto de atores e instituições que promovem o desenvolvimento devem ter uma atuação empreendedora, o que é denominado empreendedorismo social;
- ❑ **pessoal**, na qual o empreendedorismo está associado ao estilo pessoal e a uma postura em face do desempenho de atividades profissionais;
- ❑ **entrepreneur**, que corresponde a funcionários de organizações que exercem o papel de empreendedores por meio da criação, do desenvolvimento e da gestão de projetos inovadores dentro das organizações em que trabalham;
- ❑ **cívica**, na qual grupos de cidadãos reúnem-se de forma voluntária para o desenvolvimento das comunidades em que vivem.

ABORDAGENS QUE ESTUDAM O DESENVOLVIMENTO DE COMPORTAMENTOS EMPREENDEDORES

São três as abordagens que estudam o desenvolvimento de comportamentos empreendedores aplicados à criação e à estruturação de empresas.

Os especialistas da área de Psicologia enfatizam as diferenças na motivação e na personalidade que caracterizam os empreendedores bem-sucedidos, que juntamente com o ambiente do núcleo familiar contribuem para essas diferenças. Os especialistas das áreas da So-

ciologia e da Antropologia destacam as normas subgrupais e grupais que condicionam as respostas familiares e individuais. Os especialistas da área econômica destacam a necessidade da presença de certos traços estruturais, essenciais ao desenvolvimento do empreendedorismo (natureza ou qualidade da estrutura de oportunidades).

Abordagem psicológica: fatores individuais/psicológicos

Várias pesquisas foram feitas por “comportamentalistas” para entender as razões que levam uma pessoa a empreender, desde traços comportamentais e atitudes, até valores. Ainda não foi possível estabelecer cientificamente um perfil psicológico do empreendedor. No entanto, é possível estabelecer as características mais freqüentemente encontradas nos empreendedores de sucesso.

Dentre os que se dedicam ao estudo dos fatores individuais/psicológicos, há dois grupos que se destacam:

a) Aqueles que acreditam que os empreendedores “nascem feitos”, que enfatizam o papel da hereditariedade e da educação da primeira infância e apresentam o argumento de que várias combinações de traços de caráter ou de padrões de criação, ambos vistos como relativamente imutáveis, tendem a predispor certos indivíduos ao empreendedorismo, enquanto afastam outros desse mesmo caminho.

Um exemplo desse grupo é Schumpeter, que sugere que esse tipo de personalidade seja inato e de ocorrência aleatória na população. Schumpeter estava convicto da existência de uma relação clara entre traços individuais e *entrepreneurship*, mas não acreditava na possibilidade de uma influência substancial sobre a qualidade ou no aumento da incidência do *entrepreneurship* por meio do treinamento ou de qualquer outro meio proposital.

b) Aqueles que acreditam que os empreendedores podem ser desenvolvidos, que enfatizam a exequibilidade de uma mudança deliberada e que os empreendedores podem ser desenvolvidos por meio da consolidação ou da modificação dos padrões de comportamento individual ou de traços psicológicos, alguns dos quais considerados universais.

David Mc Clelland afirma que é mesmo possível treinar alguém para o empreendedorismo. As pesquisas iniciais de Mc Clelland evidenciaram o que ele chamou de “necessidade de realização do indivíduo” (n Ach) como sendo a principal força motivadora atrás do comportamento empreendedor.

“N Ach” pretende refletir a necessidade de excelência e resume um conjunto de características psicológicas e comportamentais, incluindo traços como: estabelecimento de metas, preferência pelo risco moderado, iniciativa e desejo de *feedback*.

Mc Clelland apresentou sua teoria básica em termos de motivos:

“Todos os motivos são adquiridos [...] nem sequer os desconfortos biológicos (como a fome) ou o prazer (como o estímulo sexual) são impulsos ou forças até serem associados a chaves que podem significar sua presença ou ausência. Com o tempo, grupos de expectativas ou associações crescem em torno das experiências afetivas, muitas das quais não conectadas de nenhuma maneira com as necessidades biológicas. Esses grupos de expectativas são comumente designados de motivos. Mais formalmente, os motivos são redes associativas, afetivamente acentuadas e distribuídas numa hierarquia de forças ou de importância dentro de um dado indivíduo.”

Mc Clelland afirma a importância da formação de padrões motivacionais na criança, mas também que esses motivos podem ser significativamente alterados pelas experiências posteriores. Sugere que os motivos tendem a ser mais suscetíveis a mudanças do que o temperamento, e menos suscetíveis do que as habilidades. Para Mc Clelland, os fatores sociais e ambientais, inclusive o treinamento, podem ser particularmente importantes na “excitação” de motivos latentes e no estímulo da tradução de estados de disposição em padrões específicos de comportamento.

Depois de “n Ach”, a característica psicológica que recebeu a maior atenção na literatura sobre empreendedorismo é a que Rotter denominou como “foco interno de controle”. Essa característica sugere um indivíduo que acredita que o sucesso é o resultado de um bom planejamento, de muito trabalho e de talento mais do que o destino ou uma circunstância.

Brockhaus sugere que as pessoas empreendedoras manifestam uma iniciativa rara e possuem um controle maior sobre o comportamento delas.

Shapiro afirma que os indivíduos que têm um elevado foco interno de controle tendem também a ser mais autodependentes e a apreciar a autonomia e a independência.

Uma elevada necessidade de poder e a correspondente necessidade de afiliação têm sido sugeridas por alguns estudos de V. Rao e H. Pickle como sendo características adicionais dos empreendedores bem-sucedidos. Entre os comportamentos mais frequentemente associados a este perfil psicológico está uma ênfase particular à liderança, à necessidade ou capacidade de influenciar os outros, e ao uso de redes interpessoais e de capacidades para alcançar objetivos empresariais.

Welsh e White, Hornaday, Rao, Timmons e outros apontam para as características de um ego maduro – tais como flexibilidade, tolerância para com a ambigüidade, autoconfiança e vontade de aprender – ligadas diretamente ao desempenho de um empreendedor bem-sucedido.

Energia, compromisso e persistência estão entre os traços frequentemente citados na literatura sobre empreendedorismo. Estudos de Harper ligam essas características ao senso de disciplina gerado pelas dificuldades experimentadas cedo na vida.

Pesquisas mencionam capacidades, habilidades e predisposições intelectuais específicas como sendo de suma importância para o empreendedorismo. Entre elas, as características que receberam uma atenção maior são: capacidade de análise e de planejamento, solução inovadora de problemas, busca de informações e capacidade para enxergar oportunidades.

Numa visão de desenvolvimento de empreendedores, no que tange a traços psicológicos, há o envolvimento de fatores mais profundos que dificultam a abordagem por meio de treinamentos. Porém, no que tange ao desenvolvimento de competências, ou seja, o que os empreendedores bem-sucedidos fazem, e como eles pensam, pode ser criado um modelo para consolidação dessas competências em outros indivíduos.

Abordagem sociológica: fatores grupais e subgrupais

Para os especialistas que adotam essa abordagem, os subgrupos moldam as atitudes, os incentivos e o contexto institucional dentro do qual o empreendedorismo opera por meio de suas normas e valores, prêmios e sanções, processo de socialização e sistemas de apoio. Assim buscam demonstrar as relações complexas, entre a cultura e a personalidade, entre as normas de amplitude social e os padrões de comportamento individual e grupal e entre a estrutura social e os parâmetros de atividades aceitáveis.

Aqueles que enfatizam as determinantes sociais do empreendedorismo sugerem que o empreendedor é o produto da sociedade em que ele vive, cuja resposta aos acontecimentos é influenciada pelo sistema de valores e por suas próprias experiências anteriores.

Entre os autores que influenciaram esse ponto de vista está Max Webber, que conectou os valores sociais ao comportamento econômico individual ao atribuir a emergência do capitalismo à ética protestante do trabalho.

Mills diz que a ligação mais óbvia entre as normas sociais e o comportamento empreendedor individual é a transmissão direta de um modelo ocupacional de pai para filho. As explicações mais comuns para esse fenômeno explicitam que os aspectos chaves do empreendedorismo podem ser aprendidos e que a probabilidade de ingressar em qualquer atividade econômica sofre uma influência de modelos plausíveis.

Shapiro e Frank Young enfatizam a ligação entre modelos e normas sociais, por um lado, e comportamento empreendedor por outro.

Para essa abordagem, o empreendedorismo é um papel social e um processo social e, para influenciar a aceleração desse processo, afetar-se-á a maneira como os indivíduos se percebem como membros de um grupo ou de uma sociedade que, por sua vez, afetará a maneira com que esses indivíduos influenciam o futuro de seus grupos e da sociedade.

As variáveis socioculturais mais citadas na literatura como indutoras do desenvolvimento do empreendedorismo são:

- ❑ experiência de marginalização;
- ❑ sistema social, que permite mobilidade;
- ❑ sistema cultural, que confere *status*, prestígio às atividades relacionadas com negócios;
- ❑ sistema religioso, que estimula o trabalho árduo e a realização pessoal;
- ❑ sistema cultural, que valoriza o trabalho manual;
- ❑ família ou subgrupos, que proporcionam redes de apoio.

Contraditoriamente, Evert Hagen diz que o empreendedorismo surge de uma reação contra os valores e papéis predominantes motivados pela perda de respeito anteriormente dirigida a um determinado subgrupo. A perda de respeito gera uma ausência de “normas” que, por sua vez, é uma grande fonte de empreendedorismo.

Clifford Geertz sugere que empreendedores são geralmente oriundos de um grupo minoritário bem definido e bem homogêneo, que se considera discriminado por um grupo superior na sociedade e na comunidade.

Hoselitz argumenta que grupos culturalmente marginalizados tendem a promover o desenvolvimento econômico porque seus membros são frequentemente obrigados a adaptar-se a mudanças radicais e, nesse processo, desenvolvem comportamentos sociais inovadores.

A interpretação psicológica da marginalidade e seus efeitos na aceitação de um subgrupo para empreender atividades arriscadas, criativas e de *status* relativamente baixo podem ser constatados na maior incidência de empreendedorismo em certos grupos de migrantes.

Abordagem econômica: fatores econômicos e estrutura de oportunidades

Os estudiosos que adotam essa abordagem argumentam que traços pessoais sozinhos são insuficientes para prever o comportamento e que existem certos fatores estruturais que parecem ser críticos para promover e apoiar empreendedores individuais e criar um clima de empreendedorismo.

David Mc Clelland explicita que

“Não se pode deixar de destacar a importância da necessidade de realização para o sucesso empresarial. Esta se aplica amplamente às situações em que a oportunidade é mantida mais ou menos constan-

te entre os indivíduos e firmas, e nas quais o sucesso é, ao menos, moderadamente provável. Não importa o quanto a necessidade de realização de uma pessoa possa ser alta, ela não poderá ter sucesso se não tiver nenhuma oportunidade.”

Entre os fatores estruturais que facilitam o desenvolvimento do empreendedorismo, estão os seguintes:

- ❑ existência de recursos humanos ou naturais ociosos ou utilizados de forma insuficiente;
- ❑ disponibilidade de capital de risco;
- ❑ existência de assistência técnica (instituições de ensino, serviços de extensão, serviços de informações etc.);
- ❑ acesso ao crédito (formal e informal);
- ❑ existência de infra-estrutura (transporte, comunicações etc.);
- ❑ incentivos fiscais e monetários;
- ❑ existência de mercado interno ou acesso facilitado à exportação;
- ❑ relativa estabilidade política.

Essas três abordagens são relevantes para o estudo do desenvolvimento de comportamentos empreendedores pois se complementam. A primeira refere-se ao aspecto individual; a segunda detém-se no aspecto social, e a terceira preocupa-se com as questões estrutural e econômica.

COMO DESENVOLVER COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS

Para o desenvolvimento de competências empreendedoras, são apontados alguns princípios norteadores, extraídos de três grandes áreas.

Teoria de aquisição de traços

A teoria psicológica de aquisição de traços explora a natureza do comportamento humano, sobre a qual a aquisição deliberada de traços pode ser facilitada. Essa teoria apóia-se nas seguintes hipóteses:

- a) Quanto mais profundamente um indivíduo desenvolve e conceptualiza a rede associativa que define um motivo, mais provável será o desenvolvimento do seu motivo.
- b) Quanto mais um indivíduo pode ligar a rede associativa recém-desenvolvida com ações relacionadas a ela, maior a probabilidade para uma mudança de pensamentos e de ações acontecerem e sustentarem-se.
- c) Quanto mais um indivíduo pode ligar um motivo com acontecimentos em sua vida diária, mais provável a influência do complexo motivacional sobre seus pensamentos e ações em situações fora da experiência do treinamento.
- d) Quanto mais um indivíduo percebe que o motivo é exigido pelas demandas de sua carreira e situações de vida, maior a probabilidade de sucesso para as tentativas educacionais desenhadas para desenvolver esse motivo.
- e) Quanto mais um indivíduo percebe e experimenta o motivo como sendo consistente com a imagem ideal de si próprio, maior a probabilidade de o motivo influir sobre os seus futuros pensamentos e ações.
- f) Quanto mais um indivíduo percebe e experimenta o motivo como sendo consistente com os valores e normas sociais predominantes, maior a probabilidade de o motivo influir sobre seus futuros pensamentos e ações.
- g) Quanto mais razões um indivíduo tem para acreditar que pode, quer ou deve desenvolver um motivo, maior a probabilidade de sucesso das tentativas educacionais.
- h) A atmosfera interpessoal, na qual o indivíduo se sente calorosa e honestamente apoiado por outros como uma pessoa capaz de guiar e dirigir seu próprio comportamento futuro, possibilita o alcance das metas estabelecidas.

Aprendizado baseado na competência

Muitos estudiosos e práticos têm contribuído para a tradução dos princípios gerais do aprendizado baseado na competência em um modelo específico para a aplicação de treinamento comportamental. O resultado demonstra um processo de aquisição de competência que inclui seis estágios, a saber:

1. Reconhecimento da competência: oportunidade de formar conceitos claros sobre o conhecimento, comportamentos, capacidades ou padrões de pensamento.
2. Compreensão da competência: compreensão de como a competência está ligada ao desempenho e os tipos de situações que exigem a manifestação dessa competência.
3. Auto-avaliação ou *feedback*, instrumentado sobre a competência: oportunidade para perceber a situação – se existe a competência e em que grau – e formular as discrepâncias entre o ideal (possessão e demonstração da competência) e o real (a situação atual) – plataforma para a mudança autodirigida.
4. Experimentação com demonstração da competência: oportunidade para experimentar novos comportamentos, isto é, maneiras de pensar e agir diferentes das utilizadas anteriormente, ou expandir o leque de pensamentos e ações ligados à competência.
5. Prática utilizando a competência: oportunidade de praticar a competência numa diversidade de situações e sob uma variedade de condições, bem como continuar desenvolvendo as maneiras de pensar e agir de acordo com a competência, com auto-avaliação contínua do desempenho.
6. Aplicação da competência em situações de trabalho e no contexto de outras características: oportunidade de integrar a competência a outras competências, pensamentos e comportamentos em situações reais de trabalho, com a fixação de metas e desenvolvimento contínuo da competência.

A educação de jovens e adultos e a aprendizagem vivencial

O aprendizado pela ação, de acordo com Reginaldo Revens, é visto como “os sujeitos que aprendem um com o outro e um do outro por meio do apoio, assessoria e crítica mútuos durante suas abordagens de problemas reais, destinados a ser resolvidos no todo ou em partes. O aprendizado alcançado não é tanto o contato com um novo conhecimento fatural nem uma arte técnica transmitida por alguma autoridade, tal como um *expert* ou um professor (embora tal contato

não possa ser excluído), mas sim o uso mais apropriado, por meio da reinterpretação dos conhecimentos existentes do sujeito, inclusive suas lembranças de experiências vividas no passado.”

A Dinâmica de Grupo é uma das estratégias utilizadas por alguns programas de desenvolvimento de competências empreendedoras, visto que ser empreendedor é o exercício de um papel diferenciado dentro de um contexto grupal. A dinâmica grupal faz parte da metodologia da aprendizagem vivencial, que possibilita fazer com que o indivíduo vivencie situações de desempenho de papéis, *feedback*, fundamentais para alcançar um ajustamento real e um rendimento efetivo da própria ação.

Essa metodologia proporciona à pessoa um autoconhecimento e um conhecimento dos processos de relação interpessoal, possibilitando uma conscientização que leva o indivíduo a não apenas a ver diferente, mas a sentir e a pensar de forma diferente e, conseqüentemente, a agir de outra maneira. Isso só é possível por meio da aprendizagem vivencial.

A dinâmica de grupo tem bons resultados em grupos de pessoas que acabam por formar uma subcultura, fundamentada em crenças, valores, regras e normas compartilhados, fundamentados em conceitos empreendedores que acabam por ser aceitos e internalizados pelo indivíduo.

Outro fator relevante dessa metodologia é o papel fundamental do coordenador, que, como facilitador de um processo, torna-se um modelo, visto que a aprendizagem também ocorre nas relações grupais por meio da transferência, da projeção e da identificação.

Por suas dimensões cognitiva e emocional, essa metodologia também oportuniza a aquisição de conhecimento por meio da troca de experiências, informação e emoções, possibilitando mudanças de paradigmas pela reelaboração de conceitos.

Listamos, a seguir, algumas das crenças básicas da metodologia da aprendizagem vivencial e suas implicações operacionais.

Crenças	Implicações
<p>O aprendizado efetivo de jovens e adultos é autodirigido. Confrontado com uma situação de sala de aula e uma figura óbvia de autoridade, porém, o indivíduo pode instintivamente voltar-se para um papel de objetivos de dependência.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Importância de atividades pertinentes e de um clima favorável para a aprendizagem • Necessidade de envolver os participantes na formulação do aprendizado • Valor dos contratos de aprendizado
<p>Jovens e adultos trazem para o grupo uma riqueza e diversidade de experiências e acham que essas experiências representam um recurso importante de sua auto-identidade. O aprendizado é maximizado quando os participantes podem relacionar o “novo” com o que já sabem.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Importância de estratégias como discussão em grupo, simulação, experiências de laboratório, projetos de solução de problemas, e semelhantes • Necessidade de planos individualizados de aprendizado para refletir a diversidade do grupo • Necessidade de estratégias para ajudar as pessoas a transcenderem seus próprios preconceitos e experiências
<p>Jovens e adultos aprenderão efetivamente somente quando experimentarem uma necessidade de saber ou de fazer algo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Importância da avaliação das necessidades • Possível uso de estratégias para induzir a necessidade de saber (por exemplo: exposição a modelos, planejamento de carreira e experiências de

	diagnóstico) • Organização do currículo em torno de experiências de vida, de preferência com unidades de disciplinas
--	---

ALGUMAS EXPERIÊNCIAS BRASILEIRAS

Empretec

É um programa para empresários e futuros empresários que objetiva desenvolver competências empreendedoras, fundamentado nas pesquisas realizadas por David Mc Clelland e outros pesquisadores.

A metodologia do programa fundamenta-se nos princípios e nos preceitos da teoria de aquisição de traços, no aprendizado baseado na competência e na aprendizagem vivencial.

O desenvolvimento desse programa correspondeu a um esforço de pesquisa e de desenvolvimento, durante cinco anos, financiado pelo Escritório para a Ciência e a Tecnologia da Agência Internacional dos Estados Unidos para o Desenvolvimento Internacional.

No Brasil, o Empretec é realizado pelo Sebrae, em parceria com o PNUD – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento. Já participaram do programa mais de 25.000 empresários e empresários em potencial.

Os resultados apresentados nas pesquisas apontam que, para 60% dos empresários pesquisados, a persistência é uma das características com que mais se identificam. Contrariamente, o planejamento e o monitoramento sistemático foram apontados como os mais importantes. Os entrevistados que não eram ainda empresários apontaram a capacidade de buscar oportunidades e de ter iniciativa como características que precisavam ser desenvolvidas em 53% deles.

O impacto causado pelo Empretec nas empresas dos participantes foi identificado por meio dos indicadores de aumento de faturamento em 55% dos casos, do aumento do número de empregados em 31% das empresas e do aumento da participação dos funcionários e de empresários em programas de educação continuada em 65% dos pesquisados.

Eis o depoimento de um participante ao ser perguntado, após o curso, se ele sabia se a empresa dele teria sucesso. “Agora eu sei o quanto arriscado fui, em parte por necessidade, pois a minha autoconfiança superava isso tudo. A minha empresa vai ter sucesso, porque agora eu aprendi o que significa meta para um empreendedor de sucesso. Vai ter sucesso, porque aprendi o que se ganha trabalhando em grupo, aprendendo a planejar e a fazer uso do planejamento. Vai ter sucesso, por eu estar ciente das características do empreendedor e que agora estão a minha disposição. O Empretec é a dívida que eu tenho para a minha empresa e para a minha vida. Vai ter sucesso, porque alguém pensou em dar combustível ao pequeno empreendedor, coisa que não se consegue nas escolas e alguém se esmerou em repassar. Obrigado!”

Aprendendo a empreender

É um curso de empreendedorismo, desenvolvido em escolas públicas do Ensino Médio do Estado do Paraná, em uma parceria entre o Sebrae/PR e a Secretaria de Estado de Educação.

O curso é realizado com dinâmicas de grupo e com vivências, oportunizando a reflexão e a prática constante de comportamentos empreendedores.

No ano de 1998, foi realizado um projeto-piloto com 32 escolas da rede pública de ensino do estado do Paraná. Os resultados apontados revelaram que o programa conseguiu mudar a forma de pensar de professores e alunos em relação à forma de atuação deles no mundo do trabalho.

A partir dessa constatação o programa foi ampliado e atualmente está sendo desenvolvido em 180 escolas públicas do Paraná.

CONCLUSÃO

O espírito empreendedor é um dos fatores essenciais para aumentar a riqueza do país e melhorar as condições de vida de seus cidadãos. Das idéias apresentadas, podemos concluir que o espírito empreendedor não é somente o desafio de abrir um negócio, mas está ligado também à inovação, ao crescimento, a ver as oportunidades

que ninguém mais viu, ou seja, é uma forma de ver o mundo, aliada a um conjunto de técnicas e de conhecimentos, que permite enxergar as oportunidades e atuar de forma a obter resultados. Experiências indicam que a maioria das pessoas, se adequadamente estimuladas, podem desenvolver atitudes e habilidades empreendedoras.

Estudos e pesquisas realizadas comprovam que é possível formar pessoas empreendedoras, por meio de metodologias específicas, com foco no indivíduo e em seu processo de aprendizado.

Os pressupostos dessa formação baseiam-se mais em fatores motivacionais e habilidades comportamentais do que em um conteúdo puramente técnico e instrumental. A ênfase é dada ao desenvolvimento de competências empreendedoras, baseada na análise de algumas características comportamentais básicas, encontradas no empreendedor de sucesso. Tendo como base que os fatores fundamentais para o desenvolvimento do espírito empreendedor apóiam-se, entre outros, em elementos tais como a motivação à auto-realização, a iniciativa, a persistência, a energia, a liderança, a capacidade de desenvolver uma visão, suportada por uma rede de relações pessoais, a abordagem e os procedimentos a serem utilizados para essa formação são próprios e completamente diferentes daqueles utilizados tradicionalmente em outras situações, com foco meramente cognitivo.

O empreendedor necessita, para o desenvolvimento dele, buscar formas de melhor utilizar os recursos e potencialidades que têm, confiando em suas habilidades, sabendo aproveitar sua força e lidar com suas fraquezas. Ao mesmo tempo, é necessário desenvolver habilidades para se relacionar com outras pessoas, sem criar excessiva dependência nem independência total, conseguindo manter interdependência e assim estabelecendo relações interpessoais mais efetivas.

Em síntese, se durante toda a vida convivemos, aprendemos e trabalhamos em grupo, talvez o maior desafio das pessoas na busca da realização delas e do sucesso, seja exercitar, nesse contexto, um papel diferenciado, que é ser *empreendedor*.

Referências bibliográficas

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

DRUCKER, P. F. *Inovação e espírito empreendedor*. São Paulo: Pioneira, 1987.

MCCLELLAND, David C.; WINTER, David G. *Motivating economic achievement: accelerating economic development through psychological training*. New York: The Free Press, 1969.

MOSCOVICI, Fela. *Desenvolvimento interpessoal: treinamento em grupo*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1996.

MSI – *Management Systems International, Entrepreneurship Training and the Strengthening of Entrepreneurial Performance* – Final Report, October, 1990.

PINCHOT, G. *Intrapreneuring*. São Paulo: Harbra, 1989.