
ENSINO DE EMPREENDEDORISMO: UMA ABORDAGEM VIVENCIAL

Carlos Eduardo Negrão Bizzotto (FURB)
Oscar Dalfovo (FURB)

Resumo

O presente trabalho propõe uma abordagem para o ensino de empreendedorismo que se fundamenta no construtivismo, de forma a permitir que os alunos construam seus próprios conhecimentos. Em termos de formação de empreendedor, o objetivo da abordagem proposta é o desenvolvimento tanto do empregado-empendedor quanto do empresário-empendedor. Para isso é proposta a criação de uma rede de apoio que permita o desenvolvimento da visão dos alunos. Esta rede de apoio é constituída de ferramentas, contatos e vivências. As ferramentas (lista de discussão e site) fornecem o conteúdo e a oportunidade de interação entre todos os participantes da disciplina. Os contatos (rede de relações, rede de especialistas e tour tecnológico) permitem o desenvolvimento e aperfeiçoamento da visão de negócios de cada aluno. As vivências (feira simulada e venda eletrônica) contribuem para que os alunos aprendam através do fazer, ou seja, vivenciando uma situação “real”. Após a apresentação da abordagem proposta, são demonstrados os resultados obtidos através de sua implantação na disciplina “Empendedor em Informática” do curso de Ciência da Computação da Universidade Regional de Blumenau.

Introdução

Os últimos anos têm sido marcados por grandes mudanças na sociedade como um todo e, em particular, nos negócios. Dentre as mudanças ocorridas, pode-se destacar o acirramento da concorrência global, a grande redução de empregos por parte das grandes empresas e o aumento percentual da participação das pequenas empresas.

Segundo a *Small Business Administration* – SBA, dos Estados Unidos, as pequenas empresas acomodam 53% da força de trabalho não rural e contribuem com 47% das vendas totais. Adicionalmente, entre 1990 e 1995, as pequenas empresas foram responsáveis pela criação de 76% dos novos empregos gerados no mercado americano.

Esta tendência também se observa no Brasil, onde as pequenas empresas representaram, no período de 1990 a 1999, 54% das empresas criadas (o que representa 2.700.000 empresas), de acordo com pesquisa desenvolvida pelo SEBRAE (1999).

Esta realidade coloca o Brasil em uma posição de liderança com relação à criação de empresas. De acordo com o *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2001), ...1 em cada 8 adultos, entre 18 e 64 anos (12%), está tentando iniciar um novo negócio. Comparativamente, 1 em 10 nos Estados Unidos (10%), 1 em 12 na Austrália (8%), 1 em 25 na Alemanha (4%), 1 em 33 no Reino Unido (3%), 1 em 50 na Finlândia e Suécia (2%) e 1 em 100 na Irlanda e no Japão.

Quando a questão é a efetiva criação de novas empresa, não apenas tentando iniciar, o Brasil aparece em terceiro lugar com 4,4%, abaixo dos Estados Unidos e Coréia (4,7% e 9%, respectivamente). No entanto, quando se trata de manutenção das empresas no mercado, o Brasil apresenta as piores taxas dentre os países avaliados pelos pesquisadores do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2001). Assim, ...se a tentativa de começar um novo negócio é proporcionalmente elevada (...), a probabilidade desta iniciativa ser bem sucedida, enquanto o indivíduo se torne proprietário e gestor desse negócio e que esse negócio consiga pagar algum salário e remuneração por mais de 42 meses, é uma das menores entre os países pesquisados.

Esta alta taxa de mortalidade, pode ser comprovada pelo fato de que, em algumas regiões do país, 73% das empresas não conseguem completar o terceiro ano de vida (SEBRAE, 1999).

Diversas ações têm sido implementadas de forma a reverter este quadro, dentre as quais podemos destacar a realização de eventos de capacitação dos empreendedores, o que inclui tanto os cursos de capacitação de empreendedores que já criaram suas empresas quanto cursos para a difusão da cultura empreendedora (desenvolvimento de novos empreendedores).

Dentro deste contexto, o presente artigo tem como objetivo apresentar uma proposta de metodologia para um curso de desenvolvimento de empreendedores, na forma de disciplina de cursos universitários. A proposta apresentada está sendo implementada na disciplina “Empreendedor em Informática” (curso de Ciências da Computação do Departamento de Sistemas e Computação – Universidade Regional de Blumenau), onde os resultados obtidos até o momento são muito positivos.

Contexto

Antes de se apresentar a proposta de metodologia para um curso de desenvolvimento de empreendedores na área de informática, torna-se importante conhecer o contexto a partir do qual esta metodologia foi gerada.

A cidade de Blumenau é reconhecida nacionalmente por sua tradição na geração de empresas na área de informática. A primeira empresa de informática de Blumenau, o CETIL, foi fundada no final da década de 60, transformando-se no maior *bureau* privado do país. Com o surgimento da micro-informática, diversas empresas foram criadas por ex-funcionários do CETIL, transformando a cidade de Blumenau em uma das principais do país na área de desenvolvimento de software. Como reconhecimento desta importância, foi instalado em Blumenau, em 1992, um dos 13 núcleos brasileiros para a exportação de software do

Programa SOfTEX¹ e criada a incubadora de empresas do BLUSOFT – Blumenau Pólo de Software.

Com o intuito de apoiar as empresas que estão em seus primeiros estágios de evolução, a Sociedade SOfTEX iniciou, em 1996, o Projeto Softstart e o Projeto GENESIS. O Projeto Softstart forneceu apoio à criação de disciplinas de Empreendedorismo nos Departamentos de Informática de diversas universidades brasileiras. O projeto GENESIS (Geração de Novos Empreendimentos em Software, Informação e Serviços) fornece o apoio inicial para que alunos ou recém-graduados possam iniciar um empreendimento de base tecnológica. A cidade de Blumenau passou a sediar, a partir de 1996, um Centro GENESIS, o Gene-Blumenau, e um Núcleo SOFTSTART (disciplina “Empreendedor em Informática” – curso de Ciências da Computação – Departamento de Sistemas e Computação).

Com isso, cria-se uma rede de apoio ao surgimento de novas empresas na área de informática, que auxilia os empreendedores ao longo de todo o processo de desenvolvimento das empresas. Este processo de desenvolvimento pode ser entendido com sendo constituído dos seguintes estágios: Concepção, Empresa Nascente, Consolidação e Crescimento (Figura 1).

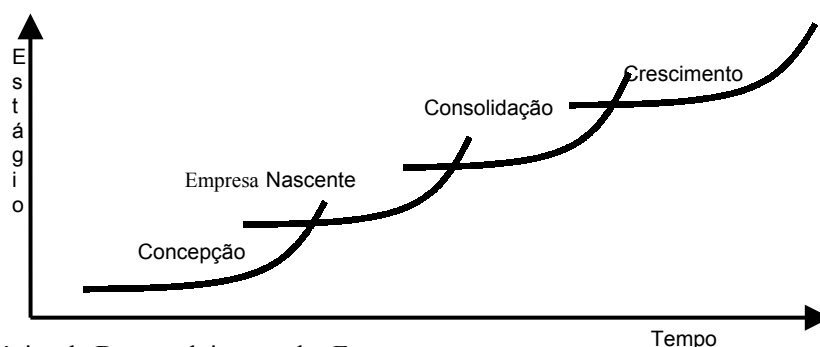


Figura 1 – Estágios do Desenvolvimento das Empresas

No primeiro estágio, o empreendedor identifica um nicho de mercado / necessidade de um dado público-alvo e decide iniciar uma empresa. Neste estágio, a futura empresa existe apenas “na cabeça” do empreendedor ou “no papel”, na forma de um Plano de Negócios Preliminar, onde são descritos os principais aspectos do negócio. Após o detalhamento da empresa na forma de um Plano de Negócios, o empreendedor passa a estruturar a empresa e sua equipe, a estabelecer as primeiras alianças e a desenvolver o produto e / ou serviço desejado. Ao final deste estágio (Empresa Nascente), em geral, o empreendedor já possui uma empresa juridicamente constituída e, pelo menos, um protótipo do produto ou serviço a ser comercializado. É muito comum que neste estágio, o empreendedor já tenha conseguido os primeiros clientes e, assim, a empresa comece a faturar. O próximo estágio no processo evolutivo da empresa é a consolidação em seu mercado de atuação. Já com um produto “rodando”, a consolidação ocorre não só em termos de mercado, mas também com relação à estrutura administrativa da empresa. Neste estágio, começa a haver maior necessidade de capacidade gerencial, de alianças estratégicas e de capital, para que se crie condições à alavancagem do negócio, no próximo estágio. A partir da consolidação, a empresa, já com

¹O Programa SoftEx é um dos programas prioritários do Ministério de Ciência e Tecnologia - iniciado em 1992. Este programa permaneceu sob a coordenação do CNPq nos seus primeiros 4 anos e, a partir de 1997, passou a ser coordenado pela Sociedade Softex (sociedade civil sem fins lucrativos). Sua meta aumentar a competitividade internacional da indústria de informática brasileira e incentivar a exportação de software.

uma tecnologia comprovada e uma receita equilibrada, passa a buscar a consolidação de sua marca e a penetração em novos mercados, ampliando sua área de atuação.

A partir da análise dos estágios apresentados, observa-se que cada um dos programas existentes em Blumenau (Núcleo SOFTEX, Centro GENESIS e Núcleo SOFTSTART) apóia as empresas em diferentes estágios, conforme pode ser observado na Figura 2.

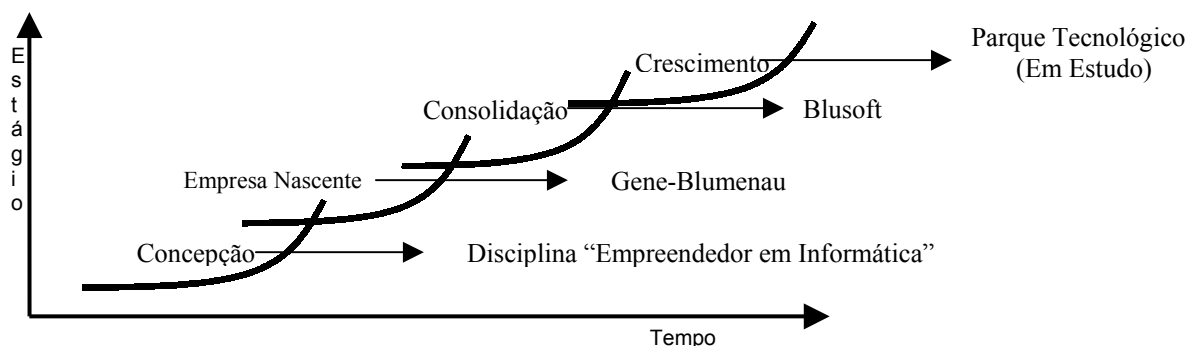


Figura 2 – Apoio Oferecido ao Longo do Desenvolvimento das Empresas

Com base no apresentado na Figura 2, observa-se que a disciplina “Empreendedor em Informática” é uma das “fornecedoras de matéria-prima” para as instituições que apóiam os estágios seguintes. Desta forma, o desempenho desta disciplina tem influência direta sobre os demais estágios, exigindo a utilização de uma metodologia que permita o desenvolvimento efetivo da cultura empreendedora entre os alunos da Universidade Regional de Blumenau.

Desde a sua criação no segundo semestre de 1996, a disciplina “Empreendedor em Informática” vem sofrendo diversas alterações, de forma a aumentar o número de ex-alunos que submetem projetos ao Gene-Blumenau ou ao Blusoft ou mesmo que criam suas empresas de forma independente. As mudanças realizadas foram resultado de diversas influências dentre as quais pode-se ressaltar o Projeto SOFTSTART, a proposta de Louis Jacques Filion e o EMPRETEC (SEBRAE). O resultado é uma disciplina que se fundamenta no princípio do *interacionismo*, permitindo que os alunos (empreendedores) construam seus próprios conhecimentos.

Fundamentação

Faz parte do senso comum que o bom empresário (empreendedor) “nasce pronto”, ou seja, se uma pessoa não possui o “dom” do empreendedorismo, pouco pode ser feito para mudar esta realidade. Este ponto de vista é resultado da teoria inatista, segundo a qual o conhecimento é inato. Esta teoria teve profundo impacto sobre a sociedade brasileira, fazendo com que boa parte da população acredite, ainda hoje, que as pessoas nascem com “dom” para uma dada atividade.

Contrariando o que era defendido pelos inatistas, os behavioristas demonstraram que qualquer pessoa podia aprender, não sendo necessário qualquer tipo de “dom”. Seguindo esta linha de raciocínio, pode-se afirmar, então, que é possível ensinar empreendedorismo.

Embora os behavioristas estivessem corretos quanto à não existência do “dom”, a abordagem proposta por eles enfatizava demasiadamente a influência do ambiente sobre o aprendiz. Assim, de acordo com os behavioristas, uma vez organizado o ambiente de aprendizagem, qualquer pessoa poderia aprender, gerando as mesmas respostas padronizadas. A ênfase era no repasse de conteúdo padronizado, independente dos interesses e experiências individuais dos aprendizes.

De acordo com os behavioristas, portanto, o papel do aluno era absorver o conteúdo repassado pelo professor. Com isso, o professor (instrutor) é o centro do processo e os alunos (empreendedores) são receptores passivos de um conteúdo completo e acabado, ou seja, um conteúdo que não oferece muitas possibilidades de se adaptar às realidades dos empreendedores participantes. Dessa forma, é possível concluir que embora demonstre que é possível ensinar um dado conteúdo, o behaviorismo também não fornece a abordagem adequada para o ensino do empreendedorismo.

Críticos da abordagem de repasse de conteúdo proposta pelos behavioristas, os contrutivistas apresentam uma teoria que se baseia na participação ativa do aluno no seu processo de aprendizagem. Dentro deste contexto, deixa de existir o "ensino" (repasse de conteúdo) e passa a ocorrer o "aprendizado" (construção do conhecimento). Assim, cada aluno constrói seu conhecimento a partir da interação com outros alunos e com o professor. Este processo de construção pode ser mediado pela tecnologia, conforme mostrado na Figura 3.

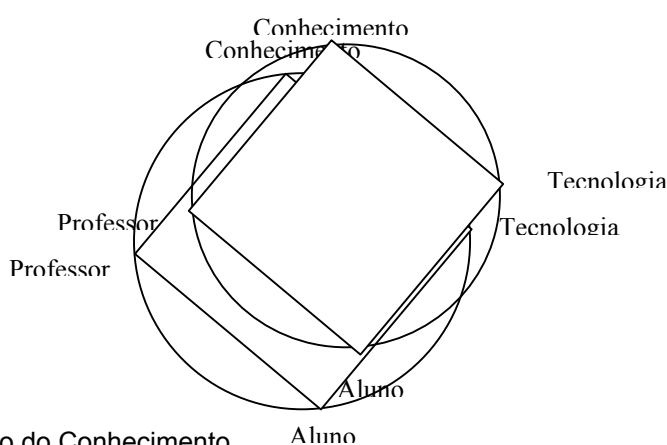


Figura 3 – Construção do Conhecimento

A primeira consequência óbvia do apresentado na Figura 3 é a descentralização do processo de aprendizagem. Assim, nenhum dos elementos do quadrilátero é o centro do processo, ou seja, o conhecimento é construído a partir da interação entre eles. O círculo presente na figura indica que as relações entre os elementos do quadrilátero não devem ser entendidas como sendo estáticas, mas sim como uma rede de interações dinâmicas, cujo resultado é a transformação de cada um dos elementos do quadrilátero em função destas interações.

A partir destas interações dinâmicas, o professor, o aluno e a tecnologia co-evoluem para um novo nível de conhecimento. Este processo de co-evolução pode ser expresso por uma espiral, onde cada novo nível é resultado das interações entre os elementos do quadrilátero no nível anterior.

Quando esta co-evolução ocorre em rede (utilizando redes de comunicação), observa-se que o conhecimento é construído a partir da contribuição de cada elemento da rede. Assim, cada elemento da rede (alunos e professor) é autor e "usuário" do conhecimento que está sendo criado. A rede formada, portanto, não possui um centro único, uma vez que cada elemento é, segundo seu próprio ponto de vista, o centro de toda a rede.

Esta rede de construção do conhecimento fornece a base conceitual necessária para abordagem que está sendo implantada na disciplina “Empreendedor em Informática”. Assim, todas as ações executadas com relação à disciplina, e que serão detalhadas a seguir, estão em consonância com a fundamentação apresentada.

A Disciplina “Empreendedor em Informática”

A disciplina “Empreendedor em Informática” tem como objetivo desenvolver o perfil empreendedor nos alunos do curso de Ciências da Computação da Universidade Regional de Blumenau. Desta forma, apesar da importância da disciplina na rede de apoio à criação de novas empresas, o objetivo não é, unicamente, formar novos empresários, mas sim despertar os alunos para o empreendedorismo. Com isso, ao final da disciplina, em termos ideais, têm-se duas situações possíveis: o empregado-empreendedor e o empresário-empreendedor (Figura 4).

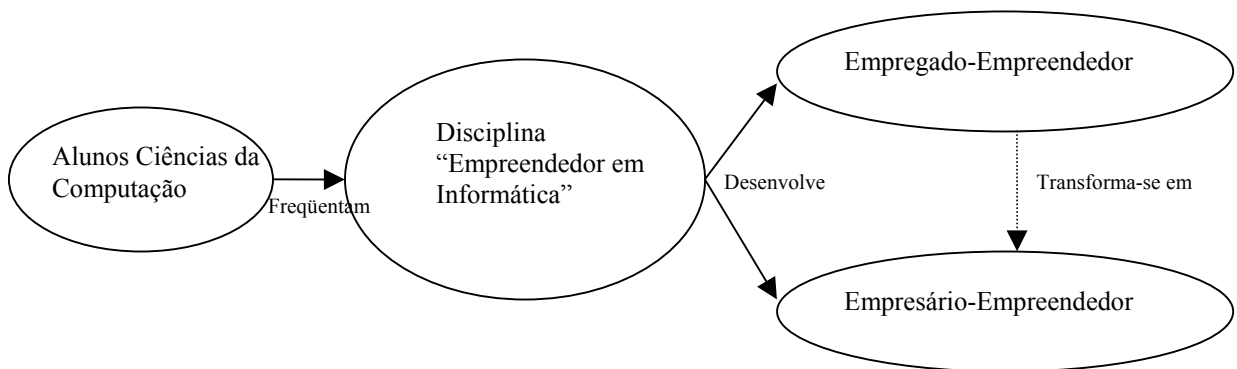


Figura 4 – “Produtos” da Disciplina “Empreendedor em Informática”

Assim, utiliza-se um ponto de vista mais abrangente, segundo o qual “empreendedor” é aquele ... *que concebe, desenvolve e realiza visões* (Filion, 1991). Para isso, e de acordo com a teoria apresentada, a disciplina permite o desenvolvimento da “visão” de cada aluno, através da vivência de situações “reais”.

O “fio condutor” da disciplina é simulação do processo de criação de uma empresa que comercializa e/ou presta serviços na área de informática. A “criação” da empresa é apenas

o meio pelo qual o aluno aprende o processo de elaboração de sua visão. Posteriormente, ele pode utilizar o mesmo processo para desenvolver um projeto, uma empresa, um programa social etc.

A disciplina é ministrada em três semanas, antes do início do semestre regular, garantindo uma “imersão” completa dos alunos na criação de suas “empresas”. Para que este objetivo seja atingido, é criada uma rede de apoio que forneça aos alunos todos os recursos (conteúdo, contatos, equipamentos etc.) necessários. Esta rede de apoio para auxiliar o processo de criação das “empresas” por parte dos alunos pode ser observada na Figura 5.

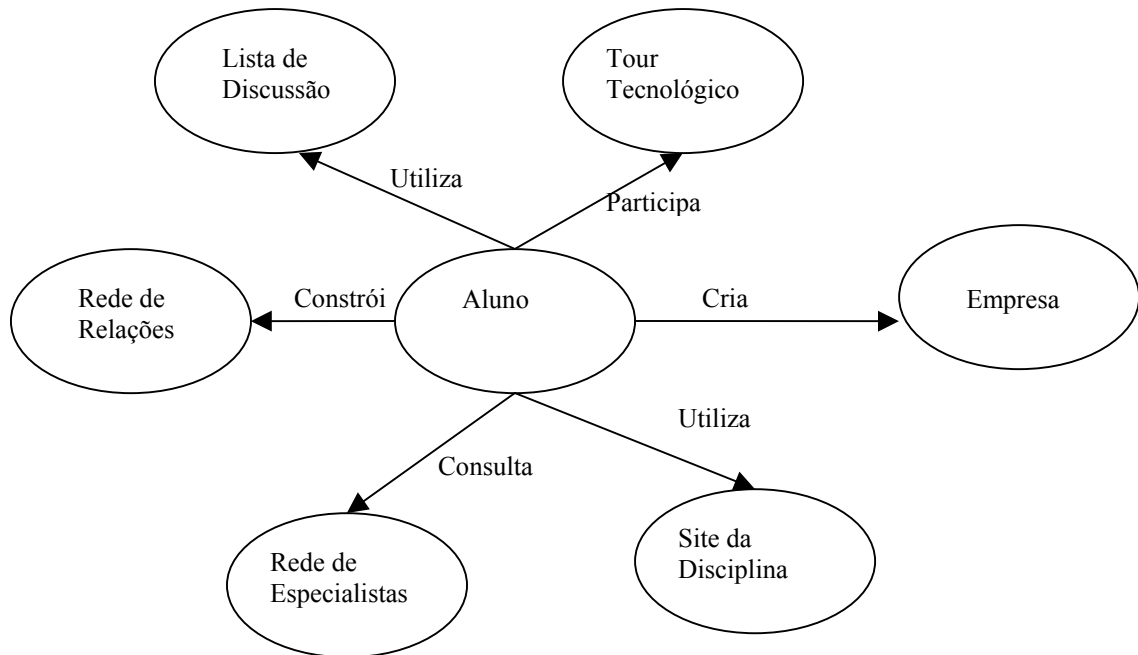


Figura 5 – A Disciplina “Empreendedor em Informática”

Para criar a empresa, o empreendedor deve elaborar um Plano de Negócios detalhando a empresa a ser criada. Todos os recursos oferecidos pela “Rede de Apoio” (Figura 5) contribuem para que o aluno possa desenvolver um Plano de Negócios bem fundamentado, de forma que possa, caso seja de seu interesse, apresentar ao Gene-Blumenau (pré-incubadora).

Seguindo o modelo teórico apresentado anteriormente, não há “repasse de conteúdo”, sendo que o professor interage com o aluno de forma a facilitar o processo de criação da empresa. Cada um dos elementos apresentados na Figura 5 atende a uma necessidade específica do aluno (ou equipe) no processo de criação da empresa. O objetivo de cada um destes elementos é apresentado em maiores detalhes a seguir.

Lista de Discussão:

É uma lista da qual participam todos os alunos, os professores da disciplina “Empreendedor em Informática”, professores de outras áreas de conhecimento, empresários da região e ex-alunos da disciplina. O objeto desta lista é se transformar em uma ferramenta de troca de informações e experiências entre os participantes. A forma eclética com que a lista

foi criada garante a discussão desde oportunidades de projetos, negócios e empregos, até a discussão de conceitos e temas da atualidade. Esta ferramenta é importante para que mesmo aqueles alunos que possuem uma certa dificuldade de comunicação oral (timidez) possam discutir com os diferentes participantes da lista.

Site da Disciplina:

Este site (<http://www.inf.furb.rct-sc.br/~dalfovo/Empreendedor/emp01.htm>) surgiu com o objetivo de fornecer aos alunos os conteúdos básicos necessários para o desenvolvimento de sua empresa (Plano de Negócios). A partir de necessidades identificadas ao longo do tempo, com as diferentes turmas, o site evoluiu para incluir também os registros dos alunos (cadastro, notas) e para publicar a versão final do Plano de Negócios de cada equipe. Assim, atualmente, o site pode ser entendido como a reunião de três “áreas”: conteúdo, registros e Planos de Negócios (Figura 6).

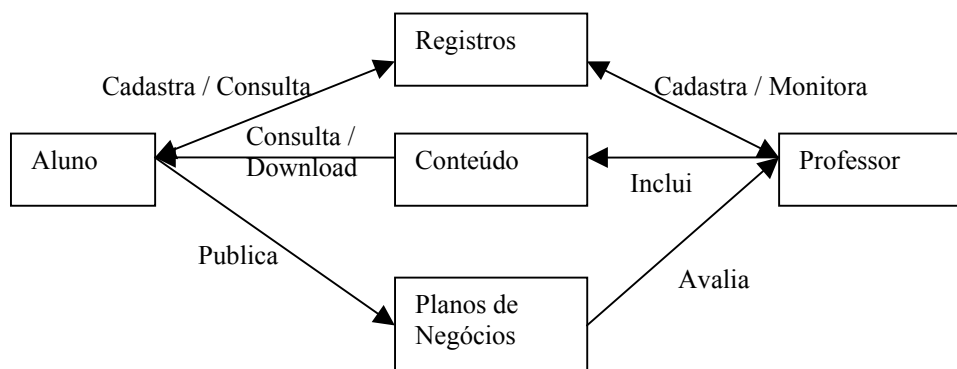


Figura 6 – Estrutura do Site da Disciplina

Desta forma, o site se transforma em uma das ferramentas de construção do conhecimento e de gerenciamento acadêmico. Na parte de registros são armazenadas as informações relacionadas ao aluno (nome, endereço, telefone), de forma que os professores possam fazer um monitoramento “pós-disciplina”. Além disso, nesta área de registros são armazenadas as notas dos alunos, que são cadastradas pelos professores e acessadas, individualmente e protegidas por senha, pelos alunos.

A área de conteúdo tem sofrido constantes ampliações, uma vez que contém os conteúdos relacionados à disciplina. Os professores monitoram constantemente jornais, revistas, livros etc., de forma a manter o site atualizado. Além disso, como resultado da interação na lista de discussão, os alunos, ou outros participantes, podem sugerir novos conteúdos para o site.

Após a conclusão do Plano de Negócios, cada equipe deve publicá-lo no site, de forma que possa ser acessado tanto pelos alunos como pela sociedade como um todo. Esta área mantém um registro de todos os Planos de Negócios apresentados pelos alunos da disciplina, nos diferentes semestres. Este site surgiu com o objetivo de fornecer aos

alunos os conteúdos básicos necessários para o desenvolvimento de sua empresa (Plano de Negócios).

Para o próximo semestre está prevista a criação de mais uma área: Banco de Idéias. Esta área, a ser alimentada pelos professores, alunos da universidade, empresários e comunidade em geral, irá conter propostas de idéias com potencial de negócios.

Rede de Relações:

De acordo com Filion (1991), *o sistema de relações, aparentemente, é o fator mais influente para explicar a evolução da visão*. Neste sentido, a disciplina permite o contato dos alunos com empresários de sucesso da região. Este contato é feito através de uma palestra que o empresário oferece aos alunos. A partir desta palestra, os alunos podem contatar o empresário para dirimir eventuais dúvidas com relação ao desenvolvimento de seu (do aluno) projeto (sua visão). A participação de empresários de diferentes áreas garante tanto o relato de experiência quanto se transforma em uma valiosa ferramenta para a motivação dos alunos.

Rede de Especialistas:

A capacitação dos empreendedores através da abordagem proposta faz com que eles se apropriem dos conceitos necessários à concretização de seus negócios. No entanto, existem muitas necessidades (dúvidas / dificuldades) dos empreendedores que exigem experiência empresarial e / ou tecnológica. A melhor forma de solucionar estas necessidades é através da orientação de pessoas mais experientes, uma vez que são questões pontuais, específicas para uma dada situação / momento da empresa. Assim, foi criada uma rede de especialistas (finanças, marketing, qualidade etc.) que estão à disposição dos alunos para esclarecer conceitos ou mesmo auxiliar no desenvolvimento de um dado aspecto do Plano de Negócios.

Tour Tecnológico:

Esta é uma idéia que foi desenvolvida no Gene-Blumenau e que foi incluída na disciplina. O objetivo é que os alunos visitem incubadoras de empresas, de forma a tanto avaliar o apoio fornecido por este tipo de instituição quanto para conhecer casos reais de empresas de sucesso, geradas a partir de alunos da universidade. Geralmente realizada no início da disciplina, este “Tour” aumenta a motivação e a criatividade dos alunos.

Após a conclusão do Plano de Negócios de sua empresa, cada equipe deverá “vender” seus produtos e / ou serviços. Para isso, foram criadas duas vivências importantes: a Feira Simulada do Empreendedor em Informática (FESEI) e Venda Eletrônica (e-commerce), conforme mostrado na Figura 7.

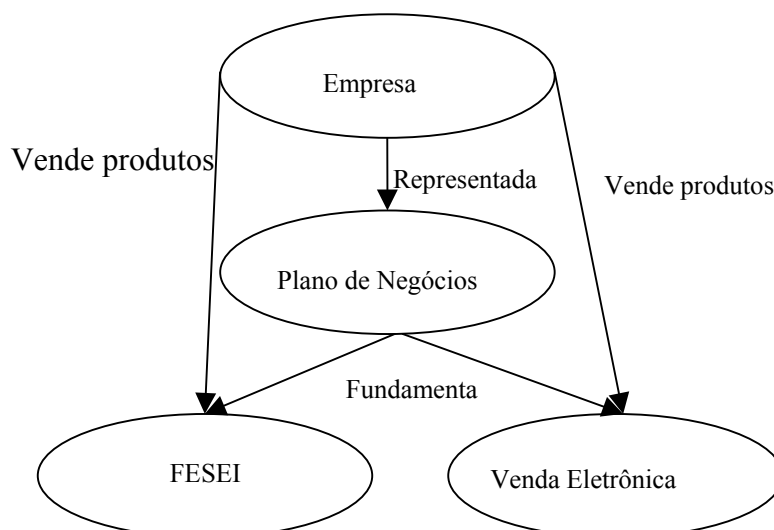


Figura 7 – Vivências para Venda dos Produtos / Serviços

Para participar da Venda eletrônica, cada equipe (empresa) deve elaborar um site sobre a sua empresa contendo a descrição de seu produto / serviço. Com o site desenvolvido, o “visitante *on-line*” analisa as empresas “expostas” e faz a aquisição daqueles produtos e / ou serviços que achar conveniente. O desempenho de cada empresa é avaliado pelo volume de vendas e pela quantidade de visitas. Na versão atual da Venda Eletrônica, o “comprador” deve informar qual o preço que ele estaria disposto a pagar pelo produto / serviço. Isto pode servir como um *feedback* importante para a empresa.

A FESEI é realizada no penúltimo dia da disciplina, de forma que o último dia seja utilizado para fazer uma análise do desempenho geral das empresas. A feira ocorre fisicamente na universidade, onde são montados *stands* onde cada empresa irá expor seus produtos / serviços. Cada empresa conta com um computador, mesas e cadeiras, devendo providenciar todo o material necessário para a adequada divulgação de seus produtos e serviços. Cada visitante da feira recebe três cheques para gastar na aquisição dos produtos / serviços expostos. O desempenho final de cada empresa é medido através dos parâmetros descritos na Tabela 1.

| Parâmetro | Peso | Descrição |
|-------------------------|------|---|
| Pontualidade | 1 | Avalia se todos os membros da empresa estavam presentes na abertura da feira e se o stand estava adequadamente organizado (pronto para demonstração). |
| Material de Divulgação | 2 | Verifica a qualidade e a criatividade na criação do material gráfico de divulgação da empresa (cartões, folders etc.) |
| Apresentação do Produto | 2 | Avalia os recursos utilizados para demonstrar para os clientes os |

| | | |
|----------------------|---|---|
| | | benefícios dos produtos / serviços. |
| Desempenho em Vendas | 3 | Volume de vendas (quantidade e receita) obtido ao final da feira. |
| Atendimento | 3 | Qualidade no atendimento prestado pela empresa aos potenciais clientes |
| Atração dos Clientes | 3 | Mecanismos utilizados pela empresa para atrair os potenciais clientes para o seu stand. |

Tabela 1 – Parâmetros para Avaliação do Desempenho na FESEI

Resultados

A disciplina está em sua 11^a edição e, vem apresentando novidades em cada uma delas, de forma a garantir uma melhor efetividade no desenvolvimento do empreendedorismo. Um dos indicadores do sucesso da disciplina é o expressivo aumento no número de alunos que se matriculam, conforme pode ser observado na Tabela 2. Torna-se importante ressaltar que são oferecidas 2 turmas em cada semestre, uma oferecida no período matutino e outra no período noturno.

| Ano | 1998 | | 1999 | | 2000 | | 2001 | |
|----------|--------|---------|--------|---------|--------|---------|--------|---------|
| Semestre | I Sem. | II Sem. | I Sem. | II Sem. | I Sem. | II Sem. | I Sem. | II Sem. |
| Alunos | 23 | 48 | 65 | 75 | 85 | 90 | 90 | 95 |

Tabela 2 – Evolução no Número de Alunos Matriculados na Disciplina

O segundo semestre de 2001 foi o primeiro no qual foram realizadas a Feira Simulada do Empreendedor em Informática e a Venda Eletrônica. Os resultados são muito motivadores, uma vez que houve uma grande motivação por parte dos alunos com relação às vivências realizadas. O volume de negócios gerado pela FESEI e pela Venda Eletrônica pode ser visualizado na Tabela 2.

| Indicador | FESEI | e-commerce |
|--|------------------|----------------|
| Número de Produtos / Serviços Vendidos | 289 | 145 |
| Número de Visitantes | 463 | 312 |
| Faturamento Global | R\$ 1.357.000,00 | R\$ 457.800,00 |

Tabela 3 – Resultados Globais das Vivências

Conclusão

O presente trabalho propôs uma abordagem para o ensino de empreendedorismo que se fundamenta no interacionismo de forma a permitir a construção do conhecimento dos alunos. Para isso, são utilizadas ferramentas, redes de contatos e vivências. As ferramentas são constituídas por uma lista de discussão que integra os alunos, professores, empresários, especialistas, e um site, o qual contém todo o conteúdo básico da disciplina, além de incluir uma área para o cadastro do aluno e o registro de suas notas e uma área para a publicação dos Planos de Negócios elaborados durante a disciplina.

Em termos de rede de contatos, está sendo criada uma rede de especialistas, os quais irão orientar as empresas no desenvolvimento de seus Planos de Negócios. Adicionalmente, empresários bem sucedidos participam da disciplina, oferecendo palestras e orientações para os alunos.

Ao final da disciplina são realizadas duas vivências: uma Feira Simulada e a elaboração de um site para a Venda Eletrônica. Estas duas vivências geraram grande motivação nos alunos no sentido de criarem suas próprias empresas.

Com base no exposto, observa-se que o ensino do empreendedorismo não pode ser feito da forma tradicional de repasse de conteúdo. É essencial a utilização de uma abordagem vivencial, ou seja, que permita aos alunos construir seus próprios conhecimentos.

BIBLIOGRAFIA

FILION, Louis Jacques. O Planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações. **Revista de Administração de Empresas**. São Paulo: Fundação Getúlio Vargas. N° 3, Volume 31, Jul – Set, 1991.

FILION, Louis Jacques. Visão e relações: elementos para um metamodelo empreendedor. **Revista de Administração de Empresas**. São Paulo: Fundação Getúlio Vargas. N° 6, Volume 33, Nov – Dez, 1993.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. Empreendedorismo no Brasil. Curitiba: IBQP-PR, 2001.

SEBRAE, Fatores Condicionantes e Taxas de Mortalidade de Empresas, Brasília: Sebrae, 1999. Disponível em: www.sebrae.com.br, acesso em: Agosto/2001.