

A Importância do Ensino de Empreendedorismo para os Gestores de Recursos Humanos

Ricardo Di Bartolomeo

Fatec – Ipiranga

ricardodibartolomeo@hotmail.com

Fernando Henrique Stahl

Fatec– Ipiranga

fstahl2@gmail.com

Denise Cristina Elias

Fatec– Ipiranga

denisecristinaelias@hotmail.com

RESUMO

O objetivo da presente pesquisa foi investigar a importância do ensino de empreendedorismo na formação de gestores de recursos humanos, utilizando como suporte o Curso de Formação Superior em Tecnologia de Gestão de Recursos Humanos da Fatec Ipiranga. Os instrumentos de pesquisa utilizados foram a pesquisa bibliográfica, buscando informações já existentes sobre empreendedorismo e a pesquisa documental referente aos documentos do curso em questão. Os resultados foram analisados com base no levantamento e nas metodologias utilizadas para o ensino de empreendedorismo. Concluiu-se que empreendedorismo tornou-se uma competência para os profissionais de todas as áreas.

Palavras-chaves: Empreendedorismo; Educação; Gestão de Recursos Humanos.

Data do recebimento do artigo: 19/09/2015

Data do aceite de publicação: 11/12/2015

1. INTRODUÇÃO

As organizações enfrentam diversos desafios para sobreviver em um mercado cada vez mais complexo, onde atuam em um cenário de plena incerteza. Isto fez com que as empresas precisassem repensar seus modelos organizacionais vigentes e formas de atuação para criar vantagem competitiva e estratégica no contexto em que estão inseridas.

O empreendedorismo - sendo considerado como um fenômeno global capaz de agregar valor para a sociedade - quando voltado para a área de ensino pode trazer resultados significativos uma vez que prepara os futuros profissionais para os desafios do mundo, aproveitando-se da capacidade de transformação e criação observáveis nas pessoas.

Posto isto, a necessidade da formação empreendedora ganha espaço nas organizações e no mundo acadêmico, uma vez que as empresas precisam contar com um quadro de pessoas cada vez mais preparadas para os desafios do mundo organizacional. Essas pessoas devem ser capazes de propor novas formas de realizar o trabalho por meio do aproveitamento de oportunidades e recursos, para assim, serem capazes de alcançar os objetivos organizacionais.

Para a formação de gestores em Recursos Humanos, a educação voltada ao empreendedorismo é fundamental, uma vez que estes profissionais atuarão diretamente ligados ao verdadeiro diferencial das empresas - as pessoas.

Por conseguinte, a importância do tema apresenta-se na compreensão de como a educação voltada ao empreendedorismo acontece, bem como, a definição de quais métodos e etapas podem ser aplicados para que um indivíduo seja considerado empreendedor. A ideia é abordar a efetividade da formação empreendedora para o mundo atual e sua evolução ao longo dos tempos.

Tendo em vista essa potencialidade, a pesquisa buscou responder, por meio deste artigo, qual seria a relevância do ensino de empreendedorismo nos dias atuais, identificando a importância em tornar o empreendedorismo uma competência essencial para formar gestores em recursos humanos. Para que isto fosse possível, buscou-se fomentar a discussão sobre o ensino de empreendedorismo, identificar as metodologias atuais para ensinar a empreender e descrever as motivações e diferenciais causados pelo ensino do empreendedorismo na área de recursos humanos de uma universidade.

No desenvolvimento deste artigo apresenta-se o referencial teórico e a metodologia de pesquisa utilizada. Em seguida, tem-se a análise do levantamento, explicitando ensino de empreendedorismo nos cursos de graduação e a formação de competências para o empreendedor, bem como, as principais metodologias usadas no ensino de empreendedorismo. Nas considerações finais, desenvolve-se uma análise aprofundada sobre o tema, identificando suas características e tendências.

2. EMPREENDEDORISMO

Resgatando historicamente o conceito de empreendedorismo, Dornelas (2001) identifica que a primeira definição deste termo deve ser creditada a Marco Polo, que entendeu como empreendedor aquele que é capaz de assumir os riscos de forma passiva, iniciando e desenvolvendo seu próprio negócio.

O empreendedorismo definido por Drucker (1974) é um retrato da prática, visão de mercado e evolução. Ainda para o autor, o empreendedorismo tem como objetivo fazer com que os negócios de hoje sejam capazes de fazer com que o futuro seja diferente.

Segundo Schumpeter (1982), o empreendedor é o grande responsável pela realização de novas combinações que resultam na introdução de um novo bem ou nova qualidade de bem, novos métodos de produção ou comercialização, abertura de novos mercados, conquista de novas formas de obter matéria prima e estabelecer como as coisas novas serão feitas. A definição de empreendedor resulta em indivíduos com visão, dispostos a assumir todos os riscos em um cenário de plena incerteza.

Ainda para o autor, “o empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais” (Schumpeter, 1949, apud Dornelas, 2001, p. 37).

Segundo os estudos de Dolabela (1999, p. 31), “empreendedorismo envolve qualquer forma de inovação que tenha uma relação com a prosperidade da empresa”. Em outras palavras, significa que o empreendedor é aquele capaz de observar oportunidades e aproveitá-las para transformar uma realidade, gerando assim, a evolução contínua de uma organização.

Outrossim, para Shapero (1975, p. 187), o comportamento do empreendedor deve ser baseado em: (1) Tomar iniciativa, (2) organizar e reorganizar mecanismos sociais e econômicos a fim de transformar recursos e situações para proveito prático, (3) aceitar o risco ou o fracasso.

Com base nesse entendimento, constata-se que empreender significa desenvolver e realizar ideias. Uma visão mais realista do assunto ressalta que o empreendedorismo consiste na estruturação de métodos onde os empreendedores devem aprender a administrar recursos, analisar variáveis pertinentes e reunir esforços para a inovação contínua.

3. EVOLUÇÃO DO EMPREENDEDORISMO NA HISTÓRIA

Segundo a concepção de Landström, Harirchi, Aström (2012), provavelmente o ato de empreender é tão antigo quanto o intercâmbio e o comércio. Para Landström e Benner (2010), a discussão sobre o termo ocorreu após um período de estagnação na economia europeia diretamente associada ao sistema feudal, onde o direito a propriedade era restrito e os produtos taxados. Porém, durante a Idade Média houve uma modificação dessas condições e o empreendedorismo ganhou espaço com base nas classes de comerciantes e a evolução da sociedade.

De maneira complementar, Hisrich, Peters e Shepherd (2009, p. 28) conceituaram empreendedor como aquele que era “participante ou um administrador de grandes projetos de produção” na época. Isso significava que os indivíduos que desenvolviam ou administravam os projetos de produção eram denominados empreendedores. Nessa visão, o empreendedor desta época era clérigo, ou seja, era responsável por obras arquitetônicas de castelos e catedrais, por exemplo.

Contudo, Murphy, Liao e Welsch (2006) destacam que a atividade empreendedora se expandiu ao longo dos séculos XVI e XVII, por meio do conhecimento experimental e epistemológico, baseando-se nas habilidades para oferecer novas soluções de bens e serviços. Nessa visão, o século XVII incorporou uma nova característica para o empreendedor - o risco. Dessa forma, o indivíduo que assegurava contrato com o governo visando o fornecimento de produtos e serviços era visto como empreendedor. Este contrato determinava que qualquer resultado obtido pelo empreendedor deveria ser

de sua inteira responsabilidade, fossem estes lucros ou prejuízos. Nessa época, segundo a visão de Burr e Irwin (1985), o empreendedor era alguém que operava em condição de risco, pois comprava determinado produto a um preço certo, porém, vendia a um preço incerto.

Com a necessidade de especialização do conhecimento e a descoberta de oportunidades comerciais que poderiam tornar real a visão de algum indivíduo, a atividade empreendedora se intensificou no século XVIII. De acordo com Hisrich, Peters e Shepherd (2009), o termo empreendedorismo passou a se referir a ocupações específicas.

Dessa forma, o século XVIII trouxe a diferenciação entre investidor de capital e o empreendedor. Essa diferenciação remetia a ideia de que o investidor era o grande fornecedor de capital para que o negócio pudesse existir, enquanto que o empreendedor era o indivíduo que precisava de capital para realizar sua visão.

O final do século XIX e início do século XX foram marcados pela definição do empreendedor partindo de uma perspectiva econômica. Em outras palavras, significa que o empreendedor seria o indivíduo que inicia, desenvolve, organiza e opera um organismo visando o lucro pessoal, bem como, assume o risco de eventuais prejuízos. Portanto, o empreendedor deveria pagar pelos recursos necessários para a existência do negócio, pelo uso da propriedade privada, pela mão de obra equivalente e com o capital necessário, contribuindo por meio de sua iniciativa, competência e engenhosidade para planejar, organizar e administrar a empresa.

Já em meados do século XX, o empreendedor foi diretamente associado ao conceito de inovação. De maneira complementar, significa que sua função seria reformar e revolucionar padrões existentes, explorando novas formas de realizar atividades com base em métodos tecnológicos para gerar transformação. (Schumpeter, 1952)

4. AS ERAS DO PENSAMENTO EMPREENDEDOR

Para Landström e Benner (2010), conforme o empreendedorismo foi evoluindo e seu conceito foi se enriquecendo de acordo com a realidade de cada período, surgiu a concepção de três eras do pensamento empreendedor. Este estudo parte de uma análise cronológica que pode ser observada no quadro abaixo:

Quadro 1: Três eras do empreendedorismo

Período	Termologia	Definição
(1840 - 1940)	Era Econômica	Período marcado pelo interesse dos economistas, que entendiam o risco e a incerteza como características ligadas ao ato de empreender.
(1940 - 1970)	Era das Ciências Sociais	O estudo da psicologia e ciências sociais para definir as características e traços da personalidade do empreendedor, relacionando-o como alguém cujo comportamento é diferente nos padrões sociais.
(1970 -)	Era de Gestão	Período marcado por mudanças políticas, econômicas e tecnológicas. Conhecida como era multidisciplinar, marcada por pesquisas de oportunidades e fatores sociológicos.

Fonte: Adaptado de Landström e Benner (2010) pelos autores.

Dessa forma, segundo Julien (2010) o empreendedorismo deve ser interpretado com base em sua raiz histórica, uma vez que perspectivas econômicas, comportamentais e sociológicas estão diretamente relacionadas a sua essência. Para o autor, é necessário entender outras disciplinas sem restringir-se ao empirismo ingênuo de estudos, para compreender de fato o ato de empreender.

Complementando essa visão, Cassis e Minoglou (2005) relatam que Cantillon em 1755 já relacionava o termo às perspectivas sociológicas, econômicas, psicológicas, antropológicas e políticas.

5. O EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

Desenvolvendo-se no Brasil em meados dos anos 90 com o advento das importações, as empresas tiveram que adaptar-se à modernização. Entretanto, o cenário político e

econômico não era favorável e o empreendedor não contava com nenhuma ajuda para que pudesse iniciar seu próprio negócio.

Conforme a economia melhorava, o governo fazia concessões e controlava a inflação fazendo com que o país se desenvolvesse consideravelmente. Contudo, os empreendedores eram desprovidos de conhecimentos suficientes para que pudessem iniciar, desenvolver e administrar um negócio.

Neste sentido, surgiram diversas iniciativas, como o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), para que os empreendedores conseguissem desenvolver o potencial necessário e adquirir conhecimentos sobre formas adequadas de gestão. Iniciativas como estas deram origem a ideia de que o empreendedorismo pode ser aprendido e aplicado com base em técnicas e métodos.

De acordo com Dornelas (2005), o movimento do empreendedorismo no Brasil, portanto, tomou forma em 1990 dando origem a duas formas de atuação - o empreendedorismo de oportunidade e o empreendedorismo de necessidade. O primeiro, refere-se ao empreendedor que se baseia em sua visão para definir onde quer chegar, cria uma empresa com planejamento prévio e visa gerar lucro, empregos e riquezas. O segundo termo faz menção ao indivíduo que se aventura na jornada empreendedora por falta de opção ou por não ter outras alternativas de trabalho.

Como resultado do uso de ações visando desenvolver programas de ensino do empreendedorismo, o Brasil tornou-se um grande referencial de ações empreendedoras, partindo de pessoas que souberam aproveitar o advento da tecnologia para criar um negócio sustentável, por exemplo.

6. O EMPREENDEDORISMO COMO PROCESSO

De acordo com os estudos de Hisrich, Peters e Shepherd (2009), a busca de um novo empreendimento está incorporada ao processo de empreender, que não pode limitar-se a simples soluções de problemas de ordem administrativa, mas também, de maneiras para reconhecer e desenvolver com base em uma oportunidade.

Outro ponto seria que existem três níveis de análise no processo e exercem oito influências, como: a individual ligada nas técnicas, motivações, habilidade, talentos e peculiaridades do empreendedor; as grupais que envolvem as ideias, informação de

outras pessoas, interações com capitalistas de risco, clientes e potenciais funcionários, e, por fim, as de nível social, como as políticas governamentais, condições econômicas, mercadológicas e tecnologia. (Baron e Shane, 2010) .

Segundo Cope (2005), a proposta de visão processual ficou evidente após a combinação das dimensões relacionadas ao indivíduo, ao ambiente, a organização e as formas de processo. O autor ainda complementa que William Gartner definiu que o processo de criação de novos negócios deveria integrar quatro perspectivas: as características dos indivíduos (individual(s)), a organização (*organization*) criadas por eles, o ambiente (*environment*) que está em torno do novo empreendimento e o processo (*process*) pelo qual o novo empreendimento é iniciado.

Visando compreender melhor este processo Baron e Shane (2010) determinaram cinco fases ligadas ao desenvolvimento de um empreendimento. Essa visão de atividades como processos podem ser observadas no quadro a seguir.

Quadro 2: As cinco fases processuais para empreender um negócio.

Fase	Definição
Reconhecer oportunidade	Identificar uma chance de mudança e o seu potencial para se criar algo novo. Como variáveis para reconhecer uma oportunidade, é necessário identificar as mudanças sociais e econômicas, desenvolver novos mercados e formas de distribuição. O foco deve ser na oportunidade e não no empreendimento.
Reunir recursos iniciais	Reunir recursos necessários, como informações sobre mercados, questões ambientais, jurídicas que contribuem para minimizar as incertezas, recursos humanos, físicos e financeiros. Nessa fase, desenvolve-se um plano de negócios que determinará como funcionará a empresa.
Lançar um novo empreendimento	Para lançar o empreendimento no mercado, faz-se necessário escolher o formato jurídico, desenvolver o novo produto e definir os papéis da equipe.
Construir o sucesso	Administrar um novo empreendimento e transformá-lo em uma empresa lucrativa e sustentável. Faz-se necessário desenvolver os recursos humanos para contar com os melhores talentos.
Colher as recompensas	Definir uma estratégia de saída para colher as recompensas que ganharam

pelo tempo, esforço e talento.

Fonte: Adaptado de Baron e Shane (2010) pelos autores.

A perspectiva processual para a criação de novos empreendimentos é de suma importância considerando que o empreendedorismo, como ciência que pode ser aprendida, pode utilizar-se de métodos e etapas para que a visão do empreendedor possa se realizar.

7. METODOLOGIA

A pesquisa foi desenvolvida com o intuito de gerar soluções para problemas específicos, sendo classificada por sua natureza como pesquisa aplicada, de acordo com Vergara (2000).

O problema da pesquisa foi abordado de forma qualitativa, considerando que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, isto é, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzida em números (Mauch & Birch, 1998).

Os procedimentos de coleta de dados adotados foram:

- Pesquisa bibliográfica, que consiste em extrair dados de materiais já publicados, constituído principalmente de livros, artigos de periódicos e atualmente com material disponibilizado na internet (Lakatos; Marconi, 2003), no caso da pesquisa, todos esses materiais focados em empreendedorismo e ensino de empreendedorismo;
- Pesquisa documental, que consiste em “coletar dados de documentos, escritos ou não, constituindo o que se denomina de fontes primárias”. (Lakatos; Marconi, 2003, p. 174), usando principalmente dados estatísticos e arquivos particulares de algumas organizações, especificadamente as matrizes curriculares de cursos de Gestão em Tecnologia de Recursos Humanos;

Também optou-se por criar um estudo de caso que, segundo Tull e Hawkins (1976), refere-se a uma análise intensiva de uma situação particular, ao se optar pela exploração do processo de aprendizagem utilizado pelo Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Recursos Humanos da Fatec Ipiranga.

8. ANÁLISE

O ensino de empreendedorismo nos cursos de graduação e a formação de competências para o empreendedor.

O conceito de empreendedorismo como aprendizagem vem evoluindo ao longo do tempo, sendo considerado como um processo complexo diante as variáveis existentes. Nessa holística, várias obras literárias apresentaram pontos de vista diferentes na busca por uma explicação plausível que determinasse o que um indivíduo deveria fazer para tornar-se empreendedor.

As instituições de ensino americanas deram partida ao movimento da aprendizagem voltada ao empreendedorismo, sendo a *Harvard Business School* a primeira universidade a agregar o ensino do empreendedorismo em 1947. Posto isto, a importância do ensino voltado ao empreendedorismo passou a ser de suma importância para o mundo acadêmico no início do século XX, expandindo-se de forma significativa por diversos países. (Volkman, 2004)

Embora a educação para o empreendedorismo tenha se desenvolvido de forma intensa após essa iniciativa, não existe um consenso sobre sua efetividade, uma vez que alguns autores discordam que o empreendedorismo possa ser considerado como uma disciplina, sendo, portanto, algo impossível de ser ensinado. Em contrapartida, a tese de que o empreendedor é fruto de características hereditárias, para alguns autores é impensável, na medida em que o uso de técnicas, métodos e políticas diferenciadas podem resultar em um empreendedor de sucesso, bem como, aumentar o índice de empreendedores atuantes. (Ferreira, Raposo e Rodrigues, 2007)

Para Druker (1974, p.25) “o empreendedorismo não é nem ciência, nem arte. É uma prática”, que deve acontecer por meio da visão e evolução do empreendedor. De maneira complementar, Dolabela (1999, p. 31) ressalta que o empreendedorismo é

“fruto dos hábitos, práticas e valores das pessoas. Existem famílias mais empreendedoras do que outras, assim como cidades, regiões, países. O empreendedor, portanto, atua em um clima de emoção e é capaz de assimilar a experiência de terceiros”.

Já para outros autores, como Volkmann (2004), o empreendedorismo não pode ser considerado como algo que se adquira à nascença, algo inato, mas sim uma ciência desenvolvida pela educação, tal como pelas experiências vividas ao longo da vida.

De maneira complementar a este ponto de vista, Cone (2007) salienta que é necessário criar um currículo mais consistente para o empreendedorismo nas universidades que seja acessível a todos os estudantes. O autor ainda defende que, embora alguns alunos não sigam uma carreira voltada ao empreendedorismo, é importante que todos estejam familiarizados com o tema para que possam direcionar estes conhecimentos para a área que escolherem.

A educação para o empreendedorismo, segundo Fleming (2005), desperta para os estudantes uma nova alternativa de carreira, motivando-os a aproveitar com mais criatividade as oportunidades futuras e criar atitudes empreendedoras. Contudo, de acordo com Kisfalvi (2002), as experiências de vida de um empreendedor impactam diretamente nas orientações estratégicas da empresa que criam.

Contudo, Sarkar (2007) determina que independentemente dos traços empreendedores em determinados indivíduos serem mais evidentes que em outros, o empreendedorismo pode ser promovido através de uma cultura que potencialize as competências relacionadas ao ato de empreender em cada pessoa.

O empreendedorismo visto como competência tem sido exigido por empresas que, para se desenvolverem e se posicionarem no mercado, precisam contar com pessoas de perfil empreendedor que sejam capazes de propor modificações, apresentar criações e visões inovadoras no cenário em que atuam. Nesta ótica, surge o empreendedorismo corporativo que, Antoncic e Hisrich (2003) definem como aquele que acontece dentro de empresas já existentes e cujo processo de identificação e desenvolvimento de

oportunidades agrega valor por meio da inovação, independentemente dos recursos disponíveis.

Os autores Man e Lau (2000), em seus estudos para definir as competências empreendedoras, detectaram seis tipos de competências: oportunidade (identificação, avaliação e busca), relacionamento (construção, manutenção e uso de redes de relacionamentos e de confiança), conceituais (pensamento intuitivo, visão de diferentes ângulos, inovação e avaliação de riscos), administrativas e organizadoras (planejamento, organização, liderança, motivação, delegação e controle), estratégicas (visão, fixação e avaliação de objetivos e posição de mercado, usos do alcance e capacidades do negócio, realização de mudanças estratégicas e controle de resultados estratégicos) comprometimento (com os objetivos de longo prazo, com os empregados, com crenças e valores com objetivos pessoais e devoção ao trabalho), e competências de apoio e equilíbrio entre trabalho e vida pessoal (aprendizado, adaptação, administração do tempo, avaliação pessoal, equilíbrio entre trabalho e vida pessoal, administração de preocupações e stress, manutenção da integridade).

Complementando essa definição, Cheetham e Chivers (1996) determinam um modelo de competências empreendedoras partindo de quatro componentes chaves: conhecimento/competências cognitivas (o conhecimento relacionado ao trabalho e a habilidade para tornar algo real); competências funcionais (baseado na habilidade de desempenhar efetivamente certas tarefas para produzir determinados resultados); competências pessoais ou comportamentais (habilidade de adotar comportamentos adequados às situações de trabalho) e; competências de valores e ética (posse de valores pessoais e profissionais apropriados e a habilidade de fazer julgamentos claros neles baseados, em situações relacionadas ao trabalho).

As definições das competências empreendedoras promovidas pelos autores referem-se a um perfil profissional baseado em indivíduos com alta capacidade de inovação, análise e conhecimentos voltados para a gestão. As competências cognitivas, funcionais, comportamentais e éticas quando aliadas resultam em empreendedores com liberdade para atuar e enfrentar os desafios presentes nas organizações em que atuam.

9. METODOLOGIAS USADAS NO ENSINO DE EMPREENDEDORISMO

De acordo com Dornelas (2001), foi senso até pouco tempo atrás que as habilidades empreendedoras não poderiam ser ensinadas e que todo empreendedor teria uma predisposição nata para o sucesso. Com o aumento do interesse do tema, teve então início a busca de estudos que questionaram esse difundido entendimento, que resultaram em técnicas, metodologias e processos para o ensino de empreendedorismo.

Sendo assim, o empreendedorismo passou a se desenvolver como uma disciplina dinâmica e foi se moldando por meio de vários estudos de diversos pesquisadores de várias áreas do conhecimento, impulsionados pela necessidade de atender a crescente demanda do mercado, tanto por novos empreendimentos, como pela formação de lideranças e de gestores nas organizações capazes de atuarem como agentes de transformação e inovação.

Um dos desafios para o ensino de empreendedorismo é que os métodos de ensino tradicional não oferecem suporte ao seu aprendizado, uma vez que conteúdos muito teóricos limitam a formação de empreendedores que devem estar alinhados à realidade do mercado. Drucker (1974), antes da prática do ensino de empreendedorismo começar, já afirmava que o empreendedorismo é uma prática e que parte da base de conhecimento necessária para a execução de um empreendimento é definida pelos fins, ou seja, pela própria prática e experiência.

Dolabela (1999, p. 7) apresenta algumas sugestões para o ensino de empreendedorismo. Entre elas, destaca-se: 1) Propagar o ensino de empreendedorismo para todos os níveis educacionais; 2) Estimular a pesquisa na área de empreendedorismo; 3) Estimular o empreendedor científico; 4) Estimular a criação de incubadoras e parques tecnológicos científicos.

Alguns métodos têm sido utilizados para ensino de empreendedorismo, com certo grau de sucesso, nos espaços de formação de empreendedores. O quadro 3 traz a definição de quatro técnicas utilizadas e alguns de seus objetivos:

Quadro 3: Quatro metodologias usadas no ensino de empreendedorismo.

Metodologia	Definição	Formato
Design Thinking	É uma ferramenta que auxilia no processo de inovação, para identificar oportunidades e riscos. Na gestão de mudanças introduz uma nova forma de pensar, aproximando tecnologias de pessoas (Vianna et. al., 2012).	Normalmente dividida em 7 ações: <ul style="list-style-type: none"> • Imersão; • Observação; • Definição; • Idealizar; • Prototipar; • Testar; • Implementar.
Modelagem de Negócio (Business Model Generation)	Pode ser entendido como o caminho que deverá ser percorrido pela empresa, a fim de consolidar-se em determinado mercado, sendo estruturado com base em um planejamento que garanta que a criação, realização e entrega do produto ou serviço agreguem valor aos clientes (Osterwalder e Pigneur, 2010).	Composto por nove blocos: <ul style="list-style-type: none"> • Oferta de valor; • Segmento de clientes; • Canais; • Relacionamento; • Fontes de receita; • Recursos; • Atividades principais; • Parcerias principais; • Estrutura de custos.
Elaboração de Plano de Negócios	O plano de negócios é uma ferramenta que se aplica tanto no lançamento de novos empreendimentos quanto no planejamento de empresas maduras e contem as informações principais do negocio. (Dornelas, 1999)	Formado por: <ul style="list-style-type: none"> • Capa; • Sumário; • Sumário Executivo; • Planejamento; • Estratégico do Negócio;

		<ul style="list-style-type: none"> • Descrição da Empresa; • Produtos e Serviços; • Plano Operacional; • Plano de Recursos Humanos; • Análise de Mercado; • Plano de Marketing; • Plano Financeiro; • Anexos.
<p>Empresa Júnior</p>	<p>A Empresa Júnior é uma associação civil sem fins lucrativos, que nasce da iniciativa de estudantes universitários (Laufeuille, 1997). Conforme Matos (1997), ela é constituída somente por acadêmicos que estejam cursando a graduação, os quais perdem o vínculo com a associação ao concluir seu curso</p>	<p>Possibilita uma aproximação com as estruturas em que suas atividades se baseiam, sendo o organograma uma das formas mais comuns de representar formalmente a constituição da empresa (Junkes et al, 2004)</p>

Fonte: Elaborado pelos autores (2015)

10. O PROJETO DE RECURSOS HUMANOS – CASO DE ENSINO DE EMPREENDEDORISMO

No ano de 2012, teve início na Faculdade de Tecnologia do Ipiranga (FATEC Ipiranga) o Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Recursos Humanos, com o objetivo de formar profissionais para atuarem no planejamento e gerenciamento dos subsistemas de gestão de pessoas, tais como recrutamento e seleção, cargos e salários, treinamento e desenvolvimento, avaliação de desempenho, rotinas de pessoal, benefícios, gestão de carreiras e sistema de informação de recursos humanos.

Na concepção do curso, o profissional deve promover o desenvolvimento de competências relacionadas ao comportamento nos níveis individual (motivação), de grupo (negociação, liderança, poder e conflitos) e organizacional (cultura, estrutura e tecnologias), catalisando os processos de elaboração de planejamento estratégico, programas de qualidade de vida do trabalho e avaliação do clima organizacional.

As competências esperadas para o desenvolvimento profissional seria a capacidade de aplicar tecnologias e conhecimentos sobre liderança, administração de conflitos, negociação, trabalho em equipe, mudança organizacional, monitoração da cultura organizacional, empreendedorismo, mediações das relações trabalhistas e sindicais, práticas e nos diversos processos de recursos humanos (recrutamento e seleção, cargos, salários e carreira, avaliação de desempenho, treinamento e desenvolvimento, remuneração e benefícios, qualidade de vida no trabalho, saúde e segurança no trabalho, auditoria e sistemas de informação).

Em face da realidade do mercado, o curso também oferece formação para o empreendedorismo, nas disciplinas intituladas de Projetos de Recursos Humanos (PRH), que são distribuídas ao longo de três semestres, totalizando 240 horas-aulas.

O objetivo principal das disciplinas de PRH é a elaboração e implantação de projetos de negócios na área de recursos humanos, considerando também a possibilidade de ações intraempreendedoras, ou seja, a aplicação do empreendedorismo dentro de uma organização já existente.

Ao longo dos três semestres, o aluno entra em contato com o empreendedorismo e projetos de negócios, focando em diagnóstico, estudo de mercado, logística e comercialização. Também aprende sobre como elaborar um Plano de marketing, desde os conceitos, tipos de mercados até o método e aplicação da pesquisa mercadológica e segmentação de mercado, complementado pelo plano estratégico, com orçamentos, viabilidade econômica, financeira, ambiental, social e política.

Para colocar em prática esse conhecimento e assim poder aprender empreendedorismo, o aluno deve desenvolver sob orientação, um projeto síntese dos conhecimentos obtidos por meio da modelagem de negócios e, posteriormente, da elaboração de um plano de negócios.

O projeto síntese consiste em propor um negócio para a área de recursos humanos, que inicialmente pode ser uma empresa de terceirização de serviços (portaria, vigilância, limpeza, jardinagem, etc) ou uma consultoria (folha de pagamento, benefícios, treinamento e desenvolvimento, recrutamento e seleção, avaliação de desempenho,

pesquisa de clima, etc.) ou uma empresa especializada em treinamento de cursos de qualificação profissional ou também uma agência de emprego.

Com isso, espera-se que os discentes adquiram conhecimentos valiosos sobre o empreendedorismo e sejam capazes de tornarem-se empreendedores ou aplicarem esses conhecimentos de empreendedorismo nas organizações que trabalham por meio de ações de intraempreendedorismo ou de consultoria interna.

11. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na organização do mercado e nos moldes dos cenários econômicos atuais, a formação para o empreendedorismo mostra-se uma necessidade emergente e que não se deve ignorar.

A organização que o conhecimento sobre empreendedorismo assumiu nos últimos anos tem demonstrado a capacidade de se ensinar empreendedorismo e por meio desse ensino transformar a realidade e colaborar com o desenvolvimento das organizações e também da sociedade.

Constatou-se na pesquisa que o ensino de empreendedorismo tem se tornado muito relevante, principalmente nos cursos de gestão tecnológica, e sua importância está justamente na aquisição da competência de saber empreender.

Para a área de Recursos Humanos, especificadamente avaliada pela pesquisa, o empreendedorismo tornou-se capaz de formar gestores prontos para inovar, atuando como agentes de mudança nos processos pertinentes e capazes de agregar valor à empresa e também aos produtos e serviços das empresas.

Outra importância da competência de saber empreender para a área condiz com o fato dos alunos empreendedores encontrarem-se prontos para abrir seus próprios negócios e proporem novas abordagens e metodologias, acelerando o conhecimento e a prática da Gestão de Recursos Humanos.

A pesquisa limitou-se em explorar a bibliografia existente e elucidar a importância do ensino de empreendedorismo visando descrever as motivações e os diferenciais causados pelo ensino de empreendedorismo na formação de gestores de recursos humanos. Em

estudos posteriores os autores propõe-se a explorar as metodologias citadas na pesquisa, por meio de estudos de casos e aplicações didáticas.

Conclui-se que o ensino de empreendedorismo já se tornou essencial para ser ensinado nos cursos de graduação, por meio de metodologias que já são recomendadas, todas com o consenso de que a prática deve sobrepor-se a teoria e que as instituições devem adequar-se ao ensino de empreendedorismo, podendo utilizar-se do modelo da Fatec Ipiranga para o curso de Gestão de Recursos Humanos.

A pesquisa também demonstrou que o empreendedorismo tornou-se uma competência para os profissionais de todas as áreas, sendo capaz de reunir os conhecimentos prévios adquiridos durante o curso e coloca-los em prática para a formação de um novo negocio.

REFERÊNCIAS

ANTONCIC, B.; HISRICH, R. Clarifying the intrapreneurship concept. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. v. 10, n. 1, 2003.

BARON, R. A.; SHANE, S. A. *Empreendedorismo: uma visão do processo*. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

BURR, Ridge JL; IRWIN, Richard D. *New Business Ventures and the Entrepreneurship*, 1985.

CASSIS, Y.; MINOGLU, I. P. *Entrepreneurship in theory and history*. New York: Palgrave Macmillan, 2005.

CHEETHAM, G.; CHIVERS, G. Towards a holistic model of professional competence. *Journal of European Industrial Training*, Bradford, v.20, n.5, p.20-30, 1996.

CONE, J. *Teaching Entrepreneurship in Colleges and Universities: How (and Why) a New Academic Field is Being Built*, 2007. Disponível em: <<http://www.kauffman.org/items.cfm?itemID=716>>. Acesso em: 11 de outubro de 2015.

COPE, J. *Toward a Dynamic Learning Perspective of Entrepreneurship*. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2005.

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

DORNELAS, J.C.A. Plano de Negócios: Estrutura e Elaboração. Apostila. São Carlos – SP. mai. 1999.

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: Transformando Idéias em Negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

DORNELAS, José Carlos Assis. Transformando ideias em negócios. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DRUCKER, Peter. F. O Gerente Eficaz. Editora Zahar, São Paulo, 1974.

FERREIRA, J; RAPOSO, M; RODRIGUES, R. Propensão para a Criação da Própria Empresa –Proposta e Teste de um Modelo Conceitual com Recurso a Equações Estruturais: Congresso Internacional Conocimiento, Innovación y Emprendedores. Camino al Futuro, 2007.

FLEMING, P. Education for Entrepreneurship: The Irish Experience. In P. Vilarinho (Ed), Leading International Practices in Engineering Entrepreneurship Education. Lisboa: Cotec, 2005.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. Empreendedorismo. Tradução de Teresa Cristina Felix de Souza. 7. ed. Porto alegre: Bookman, 2009.

JULIEN, P. A. Empreendedorismo regional e a economia do conhecimento. Tradução de Maria Freire Ferreira Salvador. São Paulo: Saraiva, 2010.

JUNKES, Patricia Natale; ROSAURO, Diego Zen; BENKO, Fernando de Sousa. Olhar crítico sobre a gestão das empresas juniores. In: NETO, Luíz Moretto. et.al. Empresa Junior: espaço de aprendizagem. Florianópolis: [s.n], 2004.

KISFALVI, V. The entrepreneur's character, life issues, and strategy making – A field study. Journal of Business Venturing, 2002.

LAFEUILLE, Philipe. O Movimento Empresa Júnior. In: MATOS, Franco de. A Empresa Júnior no Brasil e no Mundo: o conceito, o funcionamento, a história e as tendências do movimento Empresa Junior. São Paulo: Martin Claret, 1997, p. 13-15.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. Fundamentos de metodologia científica. 5. edição São Paulo: Atlas, 2003.

LANDSTROM, H.; BENNER, M. Entrepreneurship research: a history of scholarly migration. In: LANDSTROM, H.; LOHRKE, F. (org). Historical foundations of entrepreneurship research. Great Britain: Edward Elgar Publishing. pp. 15-45, 2010.

LANDSTRÖM, H.; HARIRCHI, G.; ASTRÖM, F. Entrepreneurship: Exploring the Knowledge base. Research Policy. v. 41, 2012.

MAN, T. W. Y.; LAU, T. Entrepreneurial competencies of SME owner/ manager in the Hong Kong services sector: a qualitative analysis. *Journal of Enterprising Culture*, v. 8, n. 3, 2000.

MATOS, Franco de. *A Empresa Júnior no Brasil e no Mundo: o conceito o funcionamento a história e as tendências do movimento EJ*. São Paulo: Martin Claret, 1997.

MAUCH, J. E.; BIRCH, J. W. *Guide to the successful thesis and dissertation: a handbook for students and faculty*. 4. edição. New York: Marcel Dekker, 1998.

MURPHY, P.; LIAO, J.; WELSCH, H. P. A conceptual history of entrepreneurial thought. *Journal of Management History*. v. 12, 2006.

OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. *Business Model Generation : A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Nova Jersey: Wiley, 2010.

SARKAR, S. *Empreendedorismo e Inovação*. Lisboa: Escolar Editora, 2007

SCHUMPETER, A Joseph.. *Teoria do desenvolvimento econômico*. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SCHUMPETER, Joseph. *Capitalism, socialism and democracy*. 4ª ed. London: George Allen & Unwin Ltd, 1952.

SHAPERO, Albert. *Entrepreneurship and economic development*, 1975.

TULL, D. S. & HAWKINS, D. I. - *Marketing Research, Meaning, Measurement and Method*. London: Macmillan Publishing Co., Inc., 1976.

VERGARA, S. C. *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. 3. edição. São Paulo: Atlas, 2000.

VIANNA, Mauricio. [et al]. *Design thinking : inovação em negócio*. 1ª. edição. Rio de Janeiro: MJV Press, 2012.

VOLKMANN, C. *Higher Education in Europe. Entrepreneurial Studies in Higher Education*. 2004.

The Importance of Entrepreneurship Education for Human Resource Managers

Ricardo Di Bartolomeo

Fatec – Ipiranga

ricardodibartolomeo@hotmail.com

Fernando Henrique Stahl

Fatec– Ipiranga

fstahl2@gmail.com

Denise Cristina Elias

Fatec– Ipiranga

denisecristinaelias@hotmail.com

ABSTRACT

The aim of this research was to investigate the importance of entrepreneurship education in the training of human resource managers, using as support the bachelor technological of Human Resources Management offered by Fatec Ipiranga. Research instruments used were the literature, searching existing information on entrepreneurship and documentary research relating to travel documents in question. The results were analyzed based on the survey and methodologies used for entrepreneurship education. It was concluded that entrepreneurship has become a competence for professionals in all areas.

Keywords: Entrepreneurship; Education; Human resources management.