

DESENVOLVIMENTO HUMANO EMPREENDEDOR ATRAVÉS DA EDUCAÇÃO CORPORATIVA

Bruno César de Melo Moreira – bcmmoreira@yahoo.com.br

Universidade Federal de Santa Catarina, Curso de Pós-Graduação em Administração
Campus Universitário - Trindade - Florianópolis – SC - CEP: 88040-970

Arcângelo dos S. Safanelli - arcangelosafanelli@hotmail.com

Universidade Federal de Santa Catarina, Mestrado Profissional em Administração
Universitária
Campus Universitário - Trindade - Florianópolis – SC - CEP: 88040-970

Patricia Battisti - patriciabattisti@gmail.com

Universidade Federal de Santa Catarina - Programa de Pós-Graduação em Engenharia e
Gestão do Conhecimento
Campus Universitário - Trindade - Florianópolis – SC CEP: 88040-970

Jordana Maria Ramos Cardoso - jordanaadm@yahoo.com.br

Universidade Federal de Santa Catarina, Curso de Pós-Graduação em Administração
Campus Universitário - Trindade - Florianópolis – SC CEP: 88040-970

Luis Salgado Klaes – klaes@cse.ufsc.br

Universidade Federal de Santa Catarina - Departamento de Administração
Campus Universitário - Trindade - Florianópolis – SC CEP: 88040-970

***Resumo:** O empreendedorismo é uma área que tem recebido grande atenção em tempos recentes. Entretanto, nem sempre foi assim. Durante muito tempo discutiu-se a possibilidade ou não do ensino sistemático de práticas empreendedoras. Todavia, com a crise econômica nos anos 1980 e, mais ainda, com a internacionalização e o crescimento do comércio pela internet, o ensino da cultura empreendedora tem ganhado cada vez mais espaço. Neste cenário, o empreendedorismo formulado e oferecido como prática de educação corporativa visa promover a criação de visão e suprir a carência de habilidades e conhecimentos específicos do novo mercado globalizado, considerando a formação continuada como a maneira mais prudente de enfrentar os desafios. Desta forma, pretende-se aqui, discutir como a educação corporativa possibilita a disseminação de novos conhecimentos, envolvendo o ensino da cultura empreendedora requeridos neste contexto. Para tanto, será apresentado e discutido o caso da EMPREEND/UnB - Escola de Empreendedores da Universidade de Brasília. Como resultado, percebeu-se, que a educação corporativa tem evoluído e vem se tornando uma realidade no país, contribuindo para a difusão, formação e estímulo a pesquisas, em temas específicos, como também para o desenvolvimento humano por meio de ações empreendedoras que forneçam respostas ao mercado na velocidade que ele necessita, a fim de gerar inovações e competitividade para as empresas.*

***Palavras-chave:** Empreendedorismo, Educação Corporativa, Cultura empreendedora.*

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é uma área que tem recebido grande atenção em tempos recentes. Entretanto, nem sempre foi assim. Durante muito tempo discutiu-se a possibilidade ou não do ensino sistemático de práticas empreendedoras, se, de fato, era possível ou não capacitar alguém para ser empreendedor. Esta dualidade de opiniões refletiu no próprio campo, deixando o empreendedorismo marginalizado por longo tempo. Como argumenta Dolabela (1999, p. 30):

Pesquisas indicam que o empreendedorismo oferece graus elevados de realização pessoal. Por ser a exteriorização do que se passa no âmago de uma pessoa e por receber o empreendedor com todas as suas características pessoais, a atividade empreendedora faz com que trabalho e prazer andem juntos.

Cunha e Neto (2005) corroboram com Dolabela (1999) abordando que o próprio ensino das práticas empreendedoras foi historicamente deixado de lado a cultura construída ao longo dos anos, as instituições de ensino preocuparam-se mais em fornecer bons profissionais para o mercado, principalmente voltado para grandes empresas, em detrimento de pessoas inovadores capazes de iniciar ou conduzir seu próprio negócio.

No Brasil, há uma mudança nesta visão somente na década de 1980, como destacam Cunha e Neto (2005), devido a crise econômica que se instala no país:

No Brasil, a partir da década de 80, com a crise dos empregos foi que se iniciou um movimento em torno do empreendedorismo, uma vez que os pesquisadores perceberam que seria necessário formar um profissional que fosse capaz não só de dar conta da sua área específica de atuação, mas que soubesse também como gerar seu próprio trabalho. Era preciso transformar o conhecimento que está na universidade em produto ou serviço. (CUNHA e NETO, 2005, p.3).

Aliado a este contexto de mudanças, nas últimas décadas viu-se o desenvolvimento avassalador de tecnologias que permitem, cada vez mais, interconectar o indivíduo a um mundo novo e repleto de possibilidades. Os avanços recentes nas áreas da computação, telecomunicações e tecnologias da informação, estão mudando a maneira de ver o mundo. Dentro do cenário econômico, com a internet, novos horizontes surgem. Uma amostra disto é o crescente comércio através da web.

A evolução do comércio eletrônico ou *e-commerce*, motivada pelo desenvolvimento de novas tecnologias da informação e comunicação, proporciona, por um lado, novas alternativas e oportunidades e, por outro, uma carência de novos e específicos conhecimentos e saberes.

Cada vez mais, torna-se complexa a tarefa de iniciar e manter um novo empreendimento. Novas competências são, portanto, criadas e exigidas para que as empresas se originem e se mantenham ativas neste cenário que se apresenta. Dentro deste paradigma globalizado, as empresas, mais que tudo, precisam inovar, pois dentre as novas características do mercado, surge a necessidade de promover aos indivíduos educação específica voltada ao empreendedorismo. (CUNHA e NETO, 2005).

Para Dolabela (1999) as razões para disseminar a cultura empreendedora são: auto-realização, estimular o crescimento, incidir no desenvolvimento local, apoiar a pequena empresa, ampliar a base tecnológica, responder ao desemprego, apontar armadilhas a serem evitadas e, por fim, reorientar o ensino brasileiro.

Segundo Stevenson (2001) apud Cunha e Neto (2005, p.2):

A formação do empreendedorismo ganha, atualmente, cada vez mais relevância por acreditar ser possível desenvolver espírito empreendedor nos indivíduos, os quais necessitam de certas condições de aprimorar suas novas habilidades e potencializar as pré-existentes.

Dolabela (1999, p. 41) sugere que as pessoas devem ser educadas dentro de valores sociais capazes de conduzir países ao desenvolvimento, “com autonomia, independência, capacidade de gerar o próprio emprego, de inovar e gerar riqueza, capacidade de assumir riscos e crescer em ambientes instáveis”, ou seja, devem ser educados a serem empreendedores.

Buscando minimizar este problema novas abordagens educacionais ganham destaque. Aliando ferramentas tecnológicas e conhecimentos baseados nas novas necessidades, a educação corporativa apresenta-se como uma modalidade de ensino que busca oferecer orientações estratégicas alinhadas a esta necessidade de qualificação profissional. Quando faz-se referência, especificamente, aos novos conhecimentos exigidos por este imenso e competitivo mercado *on-line*, a educação corporativa pode contribuir ainda de maneira mais decisiva, pois tem a capacidade de atingir o maior número de pessoas utilizando como metodologia a Educação a Distância.

Neste contexto, o objetivo do presente trabalho é discutir como a educação corporativa possibilita a disseminação de novos conhecimentos requeridos neste contexto de internacionalização, apresentando para tanto, uma experiência de educação a distância envolvendo o ensino da cultura empreendedora.

A intenção é apresentar e suscitar uma discussão a respeito desta problemática. Muitos conhecimentos podem ser oferecidos virtualmente, utilizando-se técnicas e ferramentas adequadas, proporcionando uma melhoria na qualificação da mão-de-obra existente, resultando em um ganho de competitividade e gerando desenvolvimento ao país.

2 METODOLOGIA

Este artigo procura racionalizar a pesquisa sobre educação corporativa e suas possibilidades de disseminação de conhecimentos em áreas específicas, como o empreendedorismo. Para alcançar o propósito desejado, a pesquisa realizou-se uma pesquisa exploratória, utilizando-se a base documental e bibliográfica.

Concomitante, será mostrado e discutido o caso da EMPREEND/UnB - Escola de Empreendedores da Universidade de Brasília, como maneira de exemplificar como a educação corporativa tem evoluído e que já se manifesta como uma realidade no país, mesmo em grandes universidades, contribuindo para a disseminação, formação e estímulo a pesquisas, em temas específicos, que forneçam respostas ao mercado na velocidade que ele necessita, a fim de gerar inovações e competitividade para as empresas.

3 EMPREENDEDORISMO NO CONTEXTO DA EDUCAÇÃO CORPORATIVA

3.1 Empreendedorismo: conceito e evolução

O empreendedorismo teve sua origem no final do século XVIII e indicava a pessoa que criava e conduzia empreendimentos. O termo referia-se a indivíduos que compravam matéria-prima e vendiam depois de processá-las e foi Cantillon quem lhe deu o significado atual.

Say considerou o desenvolvimento econômico como resultado da criação de novos negócios. A concepção que Say sobre empreendedor era “alguém que inova e é agente de mudanças” e permanece até hoje.

Segundo Oliveira Filho (2010), empreendedorismo é um processo ou uma cadeia de eventos que modificam de forma inovadora as atividades de organização, administração, execução, geração de riquezas, transformação de conhecimentos e bens em novos produtos dentro de uma organização. Para o autor:

Empreendedor é o termo utilizado para qualificar, ou especificar, principalmente, aquele indivíduo que possui uma forma especial, inovadora, de se dedicar às atividades de organização, administração, execução; principalmente na geração de riquezas, na transformação de conhecimentos e bens em novos produtos – mercadorias ou serviços; gerando um novo método com o seu próprio conhecimento. É o profissional inovador que modifica, com sua forma de agir, qualquer área do conhecimento humano. (OLIVEIRA FILHO, 2010, p.11).

Já conforme Britto e Wever (2003, p. 17), “uma das primeiras definições da palavra empreendedor, foi elaborada no início do século XIX, como aquele que transfere recursos econômicos de um setor de produtividade mais baixa para um setor de produtividade mais elevada e de maior rendimento”.

Contudo, parece que uma definição de empreendedor que atende na atualidade é de Dornelas (2001, p. 37), que está baseada nas diversas definições vistas até então: “o empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados”.

Segundo Dornelas (2001), o empreendedorismo ganhou força no Brasil somente a partir da década 1990, com a abertura da economia que propiciou a criação de entidades como SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e SOFTEX (Sociedade Brasileira para Exportação de Software).

Drucker (1986) entende que empreendedor não é só aquele que se envolve em atividades econômicas, mas a pessoa que assume riscos calculados e planejados sabe lidar com as incertezas, possui métodos de trabalho claros e organizados e busca trabalhar e conviver com pessoas que façam sempre o melhor de forma diferenciada e inovadora. Assim, uma pessoa que busca se capacitar e aprender por meio da educação corporativa pode ser considerada empreendedora. De acordo com pesquisas realizadas pelo Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE (2001), são dez as principais características do comportamento empreendedor:

1. Estabelecimento de metas claras e definidas;
2. Busca constante por oportunidades e habilidade para identificá-las;
3. Capacidade de assumir riscos calculados;
4. Busca por informações, inovação e conhecimento do ramo em que empreende;
5. Planejamento e monitoramento sistemático do projeto;
6. Exigência de qualidade e eficiência com senso apurado de organização.
7. Persistência, otimismo e flexibilidade;
8. Comprometimento com a empresa e com seus colaboradores;
9. Grande capacidade de persuasão e formação de extensa rede de contatos;
10. Independência e autoconfiança com disposição para tomar decisões e liderar equipes.

Estas características estão presentes em muitos indivíduos, mas nem sempre se apresentam de forma espontânea, é aí que se busca desenvolver tais características, através do ensino do empreendedorismo.

A busca constante por informações e conhecimento do ramo em que se atua também pode ser considerada uma forte característica empreendedora. Drucker (1986) lembra que o empreendedor está sempre atento às mudanças (pretensas ou efetivas) de um determinado setor ou do mercado e, a sua percepção aguçada para essas re-configurações que demandam atitudes rápidas com vistas a soluções inovadoras e criativas estão fortemente ligadas à sua atualização e conhecimento de suas atividades.

Neste contexto, como forma que mediatiza a ação educativa, acredita-se que o principal desafio da educação corporativa no mundo contemporâneo é dar conta das intensas e frequentes demandas dos mercados que exigem sempre mecanismos inovadores para a qualificação de seus profissionais. Assim, é possível identificar uma característica de atitude empreendedora, a busca pela inovação.

Para Moore (2003, p. 56), “esse processo de transformação que vem acontecendo no modelo educacional é chamado de mudança organizacional, já que há uma sensível alteração na dinâmica interna da cultura institucional”.

Entretanto, Kollmann (2006) frisa que em tempos recentes, o avanço das tecnologias de informação dentro das empresas e mercados, tem possibilitado o desenvolvimento de conceitos de negócios inovadores, baseados em informações eletrônicas e redes de comunicação, podendo citar aqui também as redes sociais. Como salienta o autor, neste contexto nasce o termo empreendedorismo eletrônico, que se caracteriza pelo processo de criação de empresas específicas para este mundo digital.

Logo, estabelecer uma organização dentro deste universo configurado pelas novas tecnologias de informação e comunicação requer conhecimentos específicos sobre fatores correlatos a este novo tipo de economia. Baseado nisso, novas práticas devem ser adotadas, visando inserir ao contexto de cada organização aspectos específicos do e-commerce. Daí, nasce uma necessidade crescente de se capacitar os indivíduos, de maneira rápida, prática e que possibilite assimilar conhecimentos específicos voltados para a área de atuação de cada um (KOLLMANN, 2006).

A seguir, apresentar-se-á a educação corporativa como sucesso da experiência da EMPREED/CDT/UNB no ensino de conhecimentos específicos relacionados à cultura empreendedora.

3.2 Educação corporativa e o empreendedorismo: a experiência da EMPREED/CDT/UNB

Nesta moderna conjuntura de novos conhecimentos, de uma economia dinâmica, as empresas estão buscando capacitar continuamente os seus profissionais para enfrentar os reais desafios. Segundo Eboli, Hourneaux Jr. e Mancini (2005),

Na sua incessante busca pela perpetuidade do negócio e aumento de competitividade no mercado, muitas empresas têm buscado novas formas para o aprendizado e desenvolvimento dos seus trabalhadores e, muitas vezes, também de seus públicos interessados externos. Como uma alternativa para incrementar a capacitação individual e, conseqüentemente, gerar níveis mais altos de competência para toda a organização é que desponta a educação corporativa, a qual se consolidou na década de 1990, nos Estados Unidos, e que vem ganhando cada vez mais espaço no Brasil. (EBOLI, HOURNEAUX Jr. e MANCINI, 2005, p.1).

A educação corporativa apresenta um modelo de educação em consonância com este novo mundo, plural e globalizado em que nos encontramos.

De acordo com o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (2011):

Educação corporativa pode ser definida como uma prática coordenada de gestão de pessoas e de gestão do conhecimento tendo como orientação a estratégia de longo prazo de uma organização. Educação corporativa é mais do que treinamento empresarial ou qualificação de mão-de-obra. Trata-se de articular coerentemente as competências individuais e organizacionais no contexto mais amplo da empresa. Por conseguinte, práticas de educação corporativa estão intrinsecamente relacionadas ao processo de inovação nas empresas e ao aumento da competitividade de seus produtos (bens ou serviços).

Inseridos neste cenário de constantes inovações tecnológicas, Martins e Fuerth (2011) destacam que a educação corporativa mostra-se como uma importante ferramenta na busca por vantagem competitiva.

A internacionalização afeta todas as áreas da sociedade, todas as mudanças giram em torno da tecnologia de informação. O mundo virtual não pára de crescer. Dentro do nosso atual contexto profissional, muito já se ouviu falar de treinamento e desenvolvimento, aprendizagem organizacional e gestão do conhecimento. Atualmente estamos vivenciando uma metamorfose educacional, ou seja, a substituição do antigo Treinamento e Desenvolvimento (T&D) pela educação corporativa. (MARTINS e FUERTH, 2011, p.2).

Em vista disso, a educação corporativa trata-se de um modelo estruturado utilizado para transmitir conhecimentos específicos sobre determinados assuntos dos quais os funcionários possam estar apresentando alguma deficiência, e também para prepará-los para os desafios vindouros. (MARTINS e FUERTH, 2011, p.14).

Um dos melhores exemplos de educação corporativa voltada para o ensino de um conhecimento específico, o empreendedorismo, é apresentado pela EMPREENDE - Escola de Empreendedores.

A EMPREENDE é um dos vários programas do Centro de Apoio ao Desenvolvimento Tecnológico da Universidade de Brasília (CDT/UnB) e tem seu foco de atuação voltado, principalmente, para universitários e empreendedores. Esta escola tem realizado diversas atividades de forma a incentivá-los e a capacitá-los para a atividade empreendedora.

Desde 1996, a EMPREENDE/CDT oferece disciplinas voltadas à disseminação da cultura empreendedora para diversas áreas do conhecimento em nível de graduação na UnB, além de cursos de extensão e de especialização com vistas à formação de empreendedores. Dentre os seus objetivos, podem ser elencados aqueles voltados para a capacitação, formação e estímulo a estudos e pesquisas que forneçam respostas ao mercado na velocidade que ele necessita (e demanda), a fim de gerar inovações e competitividade para as empresas. Uma das consequências desse trabalho é a disponibilização de informações estratégicas que agregam valor competitivo às empresas e aos seus negócios.

Assim, o objetivo principal dos cursos oferecidos pela EMPREENDE/CDT/UnB é capacitar gestores para garantirem a sustentabilidade dos telecentros, a partir dos temas abordados nos cursos “Gestão de Telecentros” e “Empreendedorismo Digital”. Os cursos promovem uma interação com a comunidade divulgando as ações desenvolvidas nos “blogs” do telecentros para que a comunidade tenha acesso a esse conhecimento. Com isso, busca-se estimular e promover a capacidade do aluno pensar de forma crítica, criativa, responsável e inovadora.

Os cursos de extensão para capacitação de gestores de Telecentros de Informação e Negócios (TIN's) foram pesquisados e desenvolvidos por meio de novos paradigmas de comunicação, resultantes do desenvolvimento de plataformas tecnológicas na concepção de ambientes de aprendizagem interativos para cursos a distância, voltados para o ensino e aprendizagem organizacional.

Enfatiza-se a realização dos estudos e pesquisas que viabilizam o desenvolvimento editorial, feitos no período de janeiro a março de 2007, por uma equipe multidisciplinar de pesquisadores e especialistas em tecnologias educativas, gestão do conhecimento e objetos de aprendizagem para uma análise situacional dos TIN's e visão de negócios. Durante o desenvolvimento foram analisadas as necessidades de conteúdo, ambiente virtual, referências bibliográficas, revisão gramatical e o projeto gráfico, dentre outros, o que possibilitou a identificação da metodologia para a organização dos conteúdos dos 10 cursos e sua tradução sob a forma de hipertextos. Após a conclusão da pesquisa do desenvolvimento do projeto gráfico, pedagógico e implementações educativas, foi apresentada a proposta final de capacitação dos gestores TIN's, que foi dividida em duas etapas (MDIC, 2010, p. 16):

1. Capacitação Gerencial – dividida em 5 (cinco) módulos destinados aos gestores dos TIN's, para subsidiá-los em sua missão de gerenciamento dos telecentros e;
2. Capacitação Operacional – com 5 (cinco) módulos, destinados ao público em geral (gestores dos TIN'S, multiplicadores, empreendedores, comunidade), voltados para o desenvolvimento de habilidade e conhecimento para empreender.

Os cursos foram executados em duas etapas: Curso de Gestão de Telecentros – realizado no período de março a outubro de 2007, e o Curso de Empreendedorismo Digital – realizado no período de agosto a outubro de 2007.

As capacitações foram destinadas a gestores de telecentros de informação e negócios, promovidas pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior – MDIC, em parceria com o Centro de Apoio ao Desenvolvimento Tecnológico – CDT, da Universidade de Brasília – UnB.

A fim de minimizar os custos e deslocamentos dos participantes, os cursos foram realizados a distância, por meio do uso da Internet, contando com tutores que estiveram disponíveis *on-line*, para acompanhamento pedagógico, orientação, perguntas, dúvidas e esclarecimentos.

Os cursos de capacitação foram desenvolvidos por especialistas de reconhecida atuação nas áreas de pesquisa, pedagogia, designer gráfico e Educação a Distância, que levaram em consideração os seguintes critérios (MDIC, 2010, p. 15):

- contexto e cenários atuais dos Telecentros de Informação e Negócios;
- clareza de objetivos, coerência e consistência do projeto;
- compatibilidade da proposta com o público-alvo;
- conteúdo e metodologia dos cursos;
- adequação e garantia da vivência prática;
- potencial de desenvolvimento do empreendedorismo;
- viabilidade do cronograma de desenvolvimento do projeto.

A carga horária foi de 300 horas de duração, distribuídas em duas etapas de 5 módulos, sendo que cada um totalizou 30 horas/aula de curso. De forma a ressaltar a importância da educação corporativa e do potencial tecnológico passível de ser por ela utilizado – tanto no contexto acadêmico quanto no das organizações de trabalho –, são algumas das benesses promovidas por essa forma de ensino a transformação da estrutura e mudanças nos ambientes

educacionais (onde o indivíduo possa estudar de forma autônoma, de forma a conduzir seu processo criativo com interatividade, criatividade e flexibilidade).

Agilidade nas trocas de informações com ênfase na metacognição, a elaboração de currículos mais flexíveis, a motivação para estimular o desenvolvimento do pensar crítico e criativo, a preocupação com questões sociais, a valorização e a diversificação da educação, a ampliação das oportunidades de aprendizagem, entre outros. Guardando as devidas e necessárias proporções, verificam-se aqui parte das características empreendedoras apresentadas no início deste trabalho (GOMES; PIMENTA, 2010).

A experiência da EMPREENDEDOR/CDT/UNB tem demonstrado o resultado satisfatório do programa, na formação de empreendedores através dessa forma de tecnologia.

4 CONCLUSÕES E REFLEXÕES

O presente artigo teve como intuito incitar o debate sobre um ponto crucial dentro da recente configuração de educação que se abre no Brasil e no mundo que é a educação corporativa disseminando conhecimentos específicos nesta nova realidade globalizada, dinâmica e competitiva que nos cerca.

Em um contexto caracterizado pela inovação tecnológica, pela competitividade, pelo dinamismo, cada vez mais as empresas necessitam estar preparadas e atualizadas em novos conhecimentos. Em relação ao empreendedorismo não é diferente; sendo um processo que modifica de forma inovadora as atividades, administração, execução, geração de riquezas, transformação de conhecimentos e bens em novos produtos dentro de uma organização, este se mostra um tipo de conhecimento como uma demanda cada vez maior.

Assim, as organizações estão buscando capacitar seus profissionais para enfrentar estes reais desafios. Como demonstrado ao longo do trabalho, a educação corporativa está se mostrando como um modelo de educação estruturado, em consonância com este atual mundo, plural e universal em que nos encontramos, transmitindo conhecimentos específicos sobre determinados assuntos, garantindo capacitação, formação e estímulo a estudos e pesquisas que forneçam respostas ao mercado na velocidade que ele necessita (e demanda), a fim de gerar inovações e competitividade para as empresas, expressando-se de maneira eficiente e eficaz, sobretudo uma metodologia que não envolve grandes custos para a organização que por ela opte.

A experiência da EMPREENDEDOR/CDT/UNB é apresentado neste estudo como caso de sucesso da educação corporativa no ensino de conhecimentos específicos relacionados à cultura empreendedora.

Criado por uma equipe multidisciplinar de pesquisadores e especialistas em tecnologias educativas, gestão do conhecimento e objetos de aprendizagem, os métodos empregados pela EMPREENDEDOR/CDT/UNB, como forma de educação corporativa, garantem uma agilidade na troca de informações, na elaboração de currículos mais flexíveis, na motivação para estimular o desenvolvimento do pensar crítico e criativo, na preocupação com questões sociais, na valorização e na diversificação da educação, na ampliação das oportunidades de aprendizagem, entre outros, conferindo à proposta de ensino, elementos essenciais para o seu sucesso.

Foi possível observar que as competências empreendedoras elencadas e analisadas são passíveis de serem alinhadas com as principais características dos alunos que obtêm sucesso nos estudos a que se dedicam e do empreendedor bem-sucedido.

Nota-se, que a educação corporativa tem evoluído e se tornando uma realidade no país, mesmo em grandes universidades. As organizações também estão atentas as rápidas mudanças tecnológicas e suas contribuições começam a ser valorizadas, uma vez que buscam

no processo de aprendizagem, o compartilhamento de conhecimento encorajando os seus colaboradores a pensarem de forma crítica e a assumirem riscos, ou seja, aprenderem a ser empreendedores.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRITTO, Francisco; WEVER, Luiz. **Empreendedores brasileiros: vivendo e aprendendo com grandes nomes**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

CUNHA, R. A. N.; NETO, P. J. S. Desenvolvendo Empreendedores: o desafio da Universidade do século XXI. **Anais: XI Seminário Latino- Iberoamericano de Gestion Tecnológica**. Salvador: UFBA, 2005.

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

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

DRUCKER, Peter. **Inovação e espírito empreendedor: Prática e princípios**. São Paulo: Pioneira, 1985.

EBOLI, M.; HOURNEAUX JR, F.; MANCINI, S. Breve Panorama da Educação Corporativa no Brasil: Apresentação de Resultados de Pesquisa. In: **XXIX ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS- GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**, 2005, Brasília, Anais. Brasília: Programas de Pós- graduação em Administração.

GOMES, M. F. O.; PIMENTA, F. F. P. **EaD Empreendedora: o uso da tecnologia como fator de sucesso na Educação a Distância nos cursos de formação e treinamento de profissionais** – A primeira EMPREEND/CDT/UnB. Disponível em: <www.cdt.unb.br/pdf/EAD_Artigo_revista_participacao.pdf>. Acesso em dezembro de 2010.

KOLLMANN, T. What is e-entrepreneurship? Fundamentals of company founding in the net economy. **International Journal of Technology management**, v.33, n. 4. 2006.

MARTINS, A.; FUERTH, L. R. **A educação corporativa e o processo de requalificação profissional das empresas brasileiras**. Disponível em: <<http://www.lilianramos.net/downloads/>>. Acesso em: 12 de maio de 2011.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR. **Telecentros**. Disponível em: <<http://www.telecentros.desenvolvimento.gov.br/sitio/inicial/index.php>>. Acesso em Abril de 2010.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR. **Portal de Educação Corporativa**. Disponível em: <<http://www.educor.desenvolvimento.gov.br/educacao>>. Acesso em: 22 de março de 2011.

MOORE, M.; KEARSLEY, G. **Distance Education: a systems view**. United State: Wadsworth Publishing Company, 2003.

OLIVEIRA FILHO, J. B. **Empreendedorismo**. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina / Sistema UAB. 2010. 150 p.

TIGRE, P. B. Comércio eletrônico e globalização: um desafio para o Brasil. In: LASTRES, H.; ALBAGLI, S. (Ed.) **Informação e Globalização na Era do Conhecimento, Comércio Eletrônico e Globalização: Desafios para o Brasil**. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1999.

HUMAN DEVELOPMENT THROUGH EDUCATION CORPORATE ENTREPRENEUR

Abstract: Entrepreneurship is an area that has received much attention in recent times. However, it was not always so. For a long time discussed the possibility or not of the systematic teaching of entrepreneurial practices. This duality of opinions reflected in their own fields, leaving entrepreneurship marginalized for a long time. However, the economic crisis in the 1980s and even more so with the internationalization and the growth of Internet commerce, the teaching of entrepreneurial culture has gained more and more space. In this scenario, entrepreneurship formulated and offered as a practice of corporate education aims to promote the creation of vision and supply the lack of specific skills and knowledge of the new globalized market, considering the continuing education as the most prudent way to address the challenges and consequences of structural crisis of wage labor, social inequality and concentration of capital. Thus, it is intended here to discuss how the corporate education allows dissemination of new knowledge, involving the teaching of entrepreneurial culture required in this context. To do so, will be presented and discussed the case of undertaken / UnB - School of Entrepreneurship at the University of Brasilia. As a result, it was noted that education corporativa has evolved and is becoming a reality in the country, even in large universities, contributing to the dissemination, training and encouragement of research on specific issues, but also for human development through of entrepreneurial actions that provide answers to the market as fast as he needs in order to generate innovation and competitiveness for businesses.

Keywords: Entrepreneurship, Corporate Education, Entrepreneurial culture.