

Crescente demanda pela educação empreendedora com métodos apropriados e o caso UNIFEI

VALÉRIA FONSECA LEITE

UNIVERSIDADE FEDERAL DE ITAJUBÁ

AV. B.P.S. 1303

37500-000 ITAJUBÁ - MG

valeria@iem.efei.br

(35) 3629-1338

(35) 9986-3583

Crescente demanda pela educação empreendedora com métodos apropriados e o caso UNIFEI

por Valéria Fonseca Leite

Resumo

Pequenas e micro empresas estão merecendo mais espaço, mais atenção e mais investimento. Assim a educação empreendedora também só cresce e merece mais espaço, atenção, e investimento. Há demanda para cursos de educação empreendedora e eles têm obtido resultado significativo. Sua metodologia precisa ser diferente. Apresenta-se neste artigo o caso da UNIFEI - Universidade Federal de Itajubá e sugestões de disciplinas e formas de se trabalhar com a educação empreendedora.

Introdução

Não é novidade que por muitos anos nos mais diversos países foram as grandes empresas que receberam apoio de governos, empresas financiadoras e outros investidores. Esta situação está, contudo, mudando rapidamente em todas as economias do mundo (SCARBOROUGH e ZIMMERER, 1996). O enfoque agora está mudando para o desenvolvimento de pequenas empresas. As grandes estão tentando sobreviver por meio de *downsizings* e fusões. Enquanto isso as pequenas estão “aproveitando” desempregados e estabelecendo seus próprios negócios. Por exemplo, acredita-se que 23 milhões de americanos estejam nas micro-empresas. Isto acontece não só para sobrevivência, mas também para gerar riquezas em suas comunidades. A realidade é semelhante seja nos Estados Unidos, seja no Japão, Taiwan (onde as pequenas empresas representam 98% do GDP), Austrália, África do Sul (LADZANI e VUUREN, 2002), na Itália, na Irlanda, no Reino Unido (WEINSTEIN, 2002) e, por que não, no Brasil.

Apesar de estarem em evidência, as pequenas empresas pelo mundo todo têm um índice de mortalidade muito alto. Este alto índice pode ser atribuído à falta de preparação e a cálculos errados de custos de se iniciar e manter um negócio. Mesmo nos Estados Unidos 50% morrem no primeiro ano e 75 a 80% morrem entre três e cinco anos. Os índices são muito semelhantes em outros países como África do Sul, Japão e Brasil. Os altos índices também podem ser atribuídos à má qualificação e ao despreparo pessoal destes indivíduos que se arriscam. Mas estes altos índices podem ser diminuídos.

Treinamento e educação empreendedora - demanda e resultados

Treinamento e educação empreendedora podem ajudar o proprietário/gerente a lidar com certos problemas. Conseqüentemente, diminuir perdas de dinheiro e tempo, já que aqueles estarão mais familiarizados a regras e procedimentos que podem ajudá-los a

realizar seus trabalhos com menores dificuldades. Enfim, os índices de falência de pequenos negócios podem diminuir.

Um estudo realizado com um grupo de farmácias na Austrália (HINDLE e CUTTING, 2002) procura nos convencer de que o treinamento oferecido a pequenas empresas na área de empreendedorismo pode trazer para estas empresas, neste caso farmácias, dois benefícios substanciais. O primeiro refere-se a recompensas profissionais e financeiras. Já o segundo refere-se a recompensas estratégicas governamentais, ou seja, as empresas passam a poder lutar com as grandes empresas em termos de benefícios oferecidos pelo governo. O governo passa a acreditar mais nas pequenas empresas e favorecer seu fortalecimento. O estudo ainda enfatiza a existência de uma ponte entre educação empreendedora aplicada e satisfação no trabalho.

Outro estudo com objetivos semelhantes de LADZANI e VUUREN (2002) analisa o conteúdo, os métodos e o perfil de instrutores de cursos de empreendedorismo na África do Sul. O objetivo é comprovar a necessidade de cursos de empreendedorismo no país bem como identificar suas carências. A primeira curiosidade é quanto a existência de demanda para tais cursos. A segunda é quanto a real contribuição de tais cursos para aqueles que o fazem.

Só nos Estados Unidos no final da década de 80 eram mais de 10.000 alunos matriculados em cursos de empreendedorismo e pelo menos 30 faculdades e universidades com cursos no assunto além de 75 que ofereciam concentrações ou áreas no assunto (BENSON, 1993). Dentre 1000 alunos do MBA de Pittsburg, nos Estados, 44% queriam vir a ser donos de seus próprios negócios (SANDHOLTZ apud BRADFORD, 1996). Dentre 2000 alunos entrevistados por HILL e WELSH (1986), 80% queriam fazer algum curso de empreendedorismo. Em outros estudos a média de interesse pelos alunos foi de 40 a 50%, sendo que cerca de 25% já diziam ter uma idéia de empresa antes mesmo do curso. Com isso, observa-se que há demanda por cursos de empreendedorismo. Conseqüentemente, mais e mais escolas estão oferecendo estes cursos.

LADZANI e VUUREN afirmam que cursos de treinamento para proprietários/gerentes de pequenas empresas devem incluir três categorias: motivação, negócios e habilidades empreendedoras. NIEMAN e VUUREN criaram um modelo em 1999 que postula que desempenho empreendedor é uma função multiplicadora de motivação vezes habilidades empreendedoras e habilidades gerenciais. Neste modelo desempenho empreendedor está baseado em começar um negócio utilizando-se de uma oportunidade e fazer uma idéia crescer. Motivação é vista como o nível de necessidade de realização do empreendedor. As habilidades empreendedoras deste modelo incluem criatividade, inovação, riscos, e a habilidade de interpretar modelos de papéis empreendedores e identificação de oportunidades. O terceiro grupo de habilidades, as gerenciais, incluem formulação de um plano de negócios bem como habilidades de comunicação, de lidar com finanças, marketing, operações, recursos humanos, leis e gerenciamento.

Portanto, quanto à contribuição aos educandos, cursos que adotam o modelo acima têm contribuído para melhores índices de pequenas empresas. Na Índia houve uma queda de 10% na mortalidade das empresas (GUPTA, 1989). Houve também um aumento de 10% no número de empresas com lucro, entre aquelas que passaram pelo treinamento.

Metodologia de ensino

Uma educação empreendedora requer que os alunos tenham exposição substancial com a “mão na massa” e tenham experiência com empreendedorismo e o mundo de empreendedores (BENSON, 1993). Com isso entende-se que a prática torna-se ainda mais importante. Como resultado os alunos podem se formar com uma empresa que iniciaram durante o curso, ou formar prontos para abrirem seus próprios negócios.

O que tem sido observado na maioria dos cursos de empreendedorismo pelo mundo todo, porém, não é um curso que ofereça oportunidades de se pôr a mão na massa. O que se vê é que a maioria oferece mais ênfase no conhecimento ou na informação e insuficiente ênfase na competência, em métodos de aprendizado individual em pequenos grupos como em times de projetos, trocas entre colegas, consultoria entre pares e *workshops*.

Talvez a forma de se trabalhar em cursos de empreendedorismo difere inicialmente no propósito do curso, o que é consequência do como as pessoas que oferecem o curso definem empreendedorismo. Em um curso no qual empreendedor é definido como aquele que abre e administra seu próprio negócio, o método pode ser apenas voltado a estimular as pessoas a abrirem negócios. Esse curso não irá se preocupar com o empreendedor como alguém engajado em práticas inovadoras.

Por outro lado, um curso que vê o empreendedor como alguém inovador, criativo, flexível, capaz de responder a situações das mais diversas, autônomo, auto-direcionado e expressivo, irá se preocupar com um método de ensino bem diferente. O primeiro aspecto a se levar em consideração neste caso é o fato de que muitos dos que embarcam na idéia de serem proprietários de negócios não são necessariamente aqueles preparados para demandas psicológicas severas de seus futuros papéis. O segundo aspecto é o estilo de aprendizagem normalmente preferido por estas pessoas.

Se, por um lado, as pessoas que procuram cursos de empreendedorismo são normalmente pessoas entusiasmadas e receptivas (BRADFORD et al., 1994), por outro lado os cursos voltados a ajudá-los se limitam a oferecer instruções sobre levantamento de fundos, leis, localização, impostos, contabilidade básica, empregar pessoas e problemas com *marketing*. Além da extensão das disciplinas não ser apropriada na maioria dos cursos, SYM e LEWIS (1987) constataram em seus estudos que alunos de cursos de empreendedorismo acham as aulas genéricas demais e ficam decepcionados facilmente. Os cursos tendem a oferecer um programa com conceitos gerais altamente teóricos. Isso acontece porque os mesmos percebem que muitos empreendedores são

especialistas em uma área particular e tendem a ter uma compreensão fraca de administração. Eles os agrupam com pessoas que têm os mais diversos interesses.

O portfólio de habilidades dos empreendedores é relativamente estreito. Muitos tendem a ser especialistas e não gerentes gerais. A habilidade central necessária a um empreendedor não é necessariamente de natureza técnica. Por isso é mais interessante estruturar um curso com métodos ligados a aprendizagem-ação e administração de projetos.

Ao invés de se oferecer cursos que preparam os alunos para fazerem provas baseadas na teoria apresentada, os cursos de empreendedorismo deveriam se basear em compreensão, *feedback*, julgamento, análise de informações, formulação de suposições e não em se montar modelos e buscar as respostas corretas. O indivíduo deve desenvolver um novo estilo de aprendizagem no qual aspectos mais profundos de sua individualidade, suas emoções e seus valores estão ativamente influenciando seu processo de aprendizagem (BRADFORD et al., 1994).

Como os empreendedores são pessoas que normalmente trabalham com poucos recursos, com a intuição, que tentam entender as informações que se lhe apresentam bem como seus filtros e agendas infiltradas, eles dependem de seus julgamentos e de pessoas em quem confiam. Sendo assim, sem abandonar os valores básicos, no sistema educacional deve ser possível encorajar estudantes a lidar de novas formas com o mundo real. Alguns exemplos citados por GIBB (1987) de como isso pode ser feito são: aprender fazendo; encorajar participantes a encontrar e explorar conceitos amplos de um problema a partir de uma visão multidisciplinar; ajudar participantes a desenvolver independência no pensar, encorajar o uso de sentimentos, atitudes e valores externos a informação; prover oportunidade para construir redes de relações e contatos externos a universidade; ajudar participantes a desenvolver respostas emocionais ao lidarem com conflitos, encorajando-os a fazer escolhas e assumir compromissos em condições de estresse e incerteza.

Dentre os estilos de aprendizagem, os empreendedores costumam preferir a experimentação ativa em relação a observação reflexiva. Não que a reflexão seja dispensável, mas ela não pode ser o ponto final. Deve haver tensão criativa (KOLB et al., 1974), ou seja, um conflito entre experiência concreta e conceitualização abstrata.

Um curso voltado à preparação de empreendedores quando oferecido a alunos de graduação não deveria formar empreendedores, mas ter empreendedorismo como segunda ênfase, como fazem os cursos nos Estados Unidos onde ha “*majors*”, “*minors*” e “áreas de ênfase.” Isto se justifica pelo fato dos alunos nem sempre se sentirem prontos ao final de um curso de empreendedorismo a empreender, seja por qualquer motivo (não sentir que logo após a formatura é a hora certa, não se sentir empreendedor como acreditava em outros momentos, etc.). O motivo mais comum, porém, é o fator técnico ou tecnológico. O recém formado sabe empreender, mas não sabe em que produto ou serviço se empenhar. Se isso acontecer o recém formado não abrirá seu próprio negócio

e não conseguirá emprego. Portanto, o ensino de empreendedorismo para universitários deve fazer parte de um outro curso. Para que o contato com assuntos de empreendedorismo bem como experiências práticas e contatos aconteçam simultaneamente com outras disciplinas da formação do universitário, BENSON (1993) sugere que o curso tenha duração de pelo menos 5 anos.

Cursos recomendados para um currículo de programa de empreendedorismo para cursos de graduação com outras ênfases:

- introdução a empreendedorismo (*)
- criatividade, inovação e desenvolvimento de produto (*)
- financiamento de novos negócios ou parcerias (*)
- aspectos legais para empreendedores (*)
- estratégias para empreender: abertura de empresas
- estratégias para empreender: aquisições
- estratégias para empreender: franquias
- gerenciamento de pequenas empresas (*)
- institutos/consultoria de pequenas empresas
- intraempreendedorismo: empreendedorismo corporativo
- além da abertura: estratégias para a sobrevivência e crescimento de novos negócios
- tópicos especiais em empreendedorismo
- séries de palestras em empreendedorismo
- estágio em empreendedorismo
- estudo independente em empreendedorismo
- prática empreendedora

Cursos seguidos de (*) são os considerados por Benson como obrigatórios. Os outros são cursos opcionais. Cada curso acima consiste em uma disciplina semestral de 3 créditos.

Uma última consideração neste item de metodologia é a sugestão dada por BRADFORD (1996) a partir de sua experiência na Universidade de Limerick, na Irlanda. Esta sugestão refere-se à oportunidade que deve ser buscada de se oferecer cursos de empreendedorismo a alunos de engenharia, pois são estes que normalmente desenvolvem boas idéias que acabam por ser ignoradas. O ideal, de acordo com Bradford, é educar engenheiros e administradores conjuntamente. O módulo oferecido no curso de engenharia pode ser em duas partes de 13 semanas cada e pode ser voltado a desenvolvimento e *design* de produto. Na segunda parte do módulo alunos de administração devem estar envolvidos.

A experiência da UNIFEI, Itajubá

É exatamente ao se falar de engenharia e administração juntos no processo de educação empreendedora que entra o curso de Administração de Empresas com Ênfase em Negócios e Empreendedorismo da UNIFEI - Universidade Federal de Itajubá. Este curso já trabalha com um modelo semelhante ao de NIEMAN e VUUREN há cinco anos. Desde

o primeiro ano do curso os alunos são expostos a treinamento de sua motivação, de suas habilidades gerenciais e habilidades empreendedoras. Todas as disciplinas procuram observar, avaliar e despertar nos alunos as três habilidades. Há, porém, disciplinas específicas para as habilidades empreendedoras, como há, obviamente, disciplinas específicas para a formação gerencial.

Especificamente em uma das disciplinas de empreendedorismo, a qual é oferecida no segundo ano, o enfoque é em negociação, liderança, criatividade, inovação, detecção de oportunidades e análise de perfis-modelo de empreendedores. As atividades são as mais dinâmicas possível. Os alunos são participantes ativos em todas elas, ou seja, são não só o ponto principal das atividades como também responsáveis diretos por seu sucesso. Eles mesmos apresentam para os colegas as partes teóricas, participam de atividades práticas para exercitar suas habilidades de criatividade e inovação, negociam entre si bem como com os instrutores, avaliam e buscam ampliar sua rede de relações, exercitam sua percepção de oportunidades, analisam a viabilidade destas, estudam individualmente o histórico de empreendedores internacionais, nacionais e locais e chegam a criar uma empresa para testar suas habilidades, áreas de interesse e motivação.

Os alunos trabalham sempre em grupos, o que permite interações sociais práticas. Eles também são reflexivos quanto a sua ação e percebem que se tornam mais capazes de resolver problemas. Eles têm a liberdade de escolher assuntos, perfis (no sentido de figuras importantes), discutir e definir metas, avaliar cálculos iniciais, avaliar uns aos outros, entre outras habilidades.

Em relação a perfis, para a realização de um dos projetos, os alunos têm a oportunidade de trabalhar por aproximadamente dois meses com empreendedores da região. Eles os entrevistam, os acompanham, os observam, os avaliam enquanto empresários/empreendedores e chegam a apresentar sugestões de melhoria a seus “empresários-padrinhos”. Aqui, analisam-se desde os motivos que o impulsionaram e mantiveram, como sua rede de relações, sua visão, seus valores e sua forma de administrar a empresa. Em um segundo momento a turma o compara a um empresário em comum.

Um segundo projeto que trabalha de forma construtivista é o projeto de detecção de oportunidades. Os próprios alunos decidem, a partir de um público-alvo, que negócio parece ser o mais apropriado e mais rentável. Eles buscam todas as informações que, de acordo com seus próprios critérios, são necessárias de antemão para abrir o negócio e, finalmente, trocam com outras equipes opiniões a respeito das informações obtidas.

O terceiro projeto constitui-se na própria empresa que deve funcionar e fornecer produtos e/ou serviços para a comunidade. Isto só pode ser feito com sucesso após uma avaliação de necessidades, oportunidades, viabilidade, custos, etc. A empresa precisa ter uma meta estipulada pelos alunos em conjunto com seus instrutores. Todas as suas ações

devem ser descritas em três relatórios preparados no decorrer do ano. Ao final do ano, os relatórios são avaliados e as empresas são premiadas por seu desempenho.

Para concluir cada projeto os alunos preparam um relatório. Como relatórios buscam significação da linguagem, buscam demonstrar contexto do uso, a oportunidade aqui oferecida é a de entender inter-subjetividade. No relatório o aluno ou a equipe precisa demonstrar a capacidade de um indivíduo altamente envolvido emocionalmente em seus projetos e capaz de se expressar objetivamente.

Há, também, na UNIFEI, a preocupação em envolver alunos de Engenharia na educação empreendedora. A instituição também vê, como Bradford, que a inovação em produtos faz parte da educação empreendedora. E isso se torna mais fácil já que o curso de Administração com ênfase em Empreendedorismo e Negócios encontra-se em uma instituição historicamente voltada para cursos de Engenharia. São quase 90 anos de experiência. Assim, alguns instrutores do curso são engenheiros e alunos de ambos os cursos são incentivados a trabalhar em parceria. Ainda há muito que ser feito nesta área, mas a intenção é que este envolvimento, esta parceria de alunos de ambos os cursos só venha a aumentar.

Avaliação de cursos de educação empreendedora

Bradford et al. (1994) acreditam que as falhas de cursos de empreendedorismo estejam principalmente na metodologia utilizada, na ênfase insuficiente no desenvolvimento de habilidades e competências empreendedoras e, principalmente, na falta de estudo dos resultados do curso. Para se avaliar treinamento e educação empreendedora, avalia-se o quanto ele fomenta a aspiração ao sucesso e aumenta a capacidade de aprendizagem futura. Como o curso da UNIFEI está neste ano formando sua primeira turma, ainda não é possível perceber seus resultados como um todo. Porém os resultados parciais têm demonstrado sucesso, pelo menos no que se refere a conscientização e valorização do empreendedorismo. Isto se vê não só entre os próprios alunos, como também na comunidade.

Conclusão

Mesmo com a demanda que se percebe tanto pelo mercado como pelo número de interessados há quem questione a necessidade e viabilidade de cursos de treinamento e educação empreendedora. Pergunta-se: pode-se ensinar empreendedorismo? Pode-se pelo menos aumentar a conscientização a seu respeito, a valorização de suas oportunidades e qualidades e pode-se fomentar e encorajar pessoas a acreditarem em seu potencial e sonhar alto e realizar sonhos.

“Cada um de nos é um empreendedor, e o bem ou serviço que vendemos é nos mesmos. Você pode não ter um negócio, mas você tem que vender a si mesmo.” Estas são as palavras de uma professora que trabalha com crianças de 10 anos de idade e que foi premiada em 1993 como Educadora de Empreendedorismo do Ano (Boston, 1993). Um

educador de empreendedorismo deve ser um facilitador do processo de aprendizagem e não alguém que espera que se lembre conceitos abstratos em uma prova escrita. Ele deve ser alguém que ajuda seus educandos a se distinguirem como empreendedores de sucesso dentre os demais.

Bibliografia

- _____ et al., B-school for beginners. Inc., Boston. Vol. 15, issue 13, p. 122-126, Dec., 1993
- BENSON, G.L. Thoughts of an entrepreneurship chairholder model entrepreneurship curriculum. *Journal of Applied Business Research*, Vol. 9, issue 1, p. 140-148, Winter 1992-1993.
- BRADFORD. Entrepreneur education and training programmes: a review and evaluation - part 1. *Journal of European Industrial Training*, Vol. 18, issue 8, p. 3-16, 1994.
- BRADOFRD; GARAVAN, T. N. e O CINNEIDE, B. Entrepreneurship education and training programmes: a review and evaluation - Part 2. *Journal of European Industrial Training*, v. 18, issue 11, p.13-24, 1994.
- BRADFORD e HYNES, B. Entrepreneurship education and training - introducing entrepreneurship into non-business disciplines. *Journal of European Industrial Training*, v. 20, issue 8, p. 10-20, 1996.
- GIBB, A.A. Enterprise Culture - Its meaning and Implications for Education and Training. *Journal of European Industrial Training*, Vol.11, No. 2, 1987.
- GUPTA, S.K. Entrepreneurship development: the Indian case. *Journal of Small Business Management*, vol. 27, p. 67-69, 1989.
- HILL, G.E. e WELSH, H.P. Entrepreneurship behavioural intentions and student independence characteristics and experiences. *Frontiers of Entrepreneurial Research*, Center for Entrepreneurial Studies, Babon College, MA, 1986
- HINDLE, K. e CUTTING N. Can applied entrepreneurship education enhance job satisfaction and financial performance? An empirical investigation in the Australian pharmacy profession. *Journal of Small Business Management*, Vol. 40, No.2, p. 162-167, April 2002
- KOLB, D, RABIN, M. e McIntYRE, J.M. *Organisational Philosophy: An Experiential Approach*, Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ, 1974.

- LADZANI W. M. e VUUREN J. J. van. Entrepreneurship training for emerging SMEs in South África. *Journal of Small Business Management*. Milwaukee, Vol. 20, issue 2, p. 154-161, April 2002.
- NIEMAN, G. e VUUREN, V. Entrepreneurship and education in training: a prospective content model. Eslovênia, Junho, 1999.
- SCARBOROUGH, N.M. e ZIMMERER, T.W. *Effective Small Business Management*. 5ª edição, Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, Inc. , 1996.
- SYM, L.A. e LEWIS, J.W. Educational Needs of Small Business Start-Ups: An Investigation of Short Course Revision. Paper apresentado no 10º Natinal Small Business Policy and Research Conference, Cranfield, November 1987.
- WEINSTEIN, M. Railbirds, scouts, and independent booksellers: towards a constructivist interpretation of new business formation. *Irish Marketing Review*. Dublin, Vol. 12, No. 1, p. 3-16, 1999.