
A DISSEMINAÇÃO DA CULTURA EMPREENDEDORA E A MUDANÇA NA RELAÇÃO UNIVERSIDADE-EMPRESA

Eda Lucas (UNB)

Resumo

Este texto está baseado em um trabalho de pesquisa, que a autora está realizando com o CNPq, que tem por objetivo não só analisar a relação universidade pública – empresa, no que diz respeito à disseminação da cultura do empreendedorismo e a formação de recursos humanos empreendedores, bem como, estudar as relações daí advindas, as competências agregadas e os impactos causados. A partir dos primeiros resultados da referida pesquisa, o texto propõe uma reflexão sobre o papel das universidades e das organizações econômicas quanto ao desenvolvimento de pessoas, a formação de profissionais de visão, que identifiquem e busquem responder às demandas sociais, mobilizados em direção a projetos de caráter empreendedor. O questionamento que surge é como a universidade pública desenvolveria uma formação empreendedora nas diferentes áreas do conhecimento e, por excelência, na da gestão da inovação tecnológica, passando a formar pessoas criativas, inovadoras, ou seja, empreendedoras. Com a finalidade de refletir sobre essa formação, o texto tem como objetivo identificar fatores que incentivem o empreendedorismo nos cursos de graduação, especificamente nas disciplinas oferecidas pela Escola de Empreendedores-EMPREEND, Programa do Centro de Apoio ao Desenvolvimento Tecnológico da Universidade de Brasília – CDT/UnB, que tem por missão desenvolver competências no campo da gestão da inovação tecnológica e do empreendedorismo. A implementação de programas como esse, voltados para o empreendedorismo justifica-se pela crescente conscientização e tomada de posição por parte das universidades no sentido de proporcionar aos estudantes competências que possibilitem sua inserção no mundo do trabalho.

A DISSEMINAÇÃO DA CULTURA EMPREENDEDORA E A MUDANÇA NA RELAÇÃO UNIVERSIDADE-EMPRESA

1.INTRODUÇÃO

A formação empreendedora, até mesmo nos países mais adiantados, como Estados Unidos, Canadá e outros, que já investem, há décadas, em um processo formal de aprendizagem do empreendedorismo, defronta-se com o senso comum de que a característica empreendedora é inata ao ser humano e, portanto, apenas uma minoria privilegiada estaria

destinada a ser empreendedora. No entanto, vários são os estudos buscando desenvolver teoria que oriente a formação de empreendedores no mundo moderno por ser fundamental preparar pessoas pró – ativas que aprendam a agir e pensar por conta própria, com criticidade, criatividade, liderança e visão de futuro.

Por outro lado, o cenário mundial, principalmente do início deste século, demanda a mudança do perfil dos gestores organizacionais que, atendendo às necessidades de uma sociedade em constantes e rápidas transformações, são forçados a buscar competências e condições para que suas organizações, não só sobrevivam, como sejam sustentáveis. Isso leva a consciência da necessidade de formar pessoas disseminadoras da inovação, característica essa considerada básica para a formação de empreendedores.

Partindo da necessidade de competências empreendedoras para que as pessoas estejam mais preparadas para se inserirem no mundo do trabalho, e de que essas competências podem ser desenvolvidas em uma ambiência propícia, cabe à universidade mais esse papel, o da disseminação da cultura empreendedora. Na América do Norte, segundo Vésper e Gartner (1999), praticamente todas as instituições de ensino superior apresentam em seus currículos cursos de empreendedorismo. Isso, talvez possa ser explicado pela necessidade, cada vez maior, de se enfrentar o risco, a incerteza, e ser a inovação o tema nuclear do desenvolvimento das organizações.

O empreendedorismo é um campo de estudo emergente, não existindo, ainda, uma teoria consolidada a respeito do tema. Tudo está em criação, inclusive a própria conceituação e, especialmente, uma metodologia para o desenvolvimento dessa competência que envolve bem mais do que a aquisição de conhecimentos, mas o aprender a apreender, a ser, a fazer e, principalmente a conviver. Nesse sentido, um dos maiores desafios da universidade é proporcionar que o aluno *desenvolva uma relação pró-ativa com o aprendizado* (Filion, 2000), para o que é necessário um conjunto de inter-relações estimulantes entre a razão à intuição e a imaginação.

Por outro lado, às empresas tem sido demandadas a aumentarem seus investimentos em pesquisa e desenvolvimento e em inovação. Para tal é importante que estejam voltadas para a capacidade e a determinação de desenvolver estratégias de cooperação que possibilitem inovar o processo produtivo, utilizar novos e mais adequados modelos de gestão, envolvendo parcerias interinstitucionais e multidisciplinares que privilegiem, não só o processo de inovação e o compartilhamento de recursos financeiros e de tecnologias, como também o a qualificação dos recursos humanos. Isso provoca novos rumos nas relações entre os setores produtivo e educacional, além de uma maior aproximação entre os mesmos.

Dentro dessa ordem, as universidades são chamadas a desempenhar um papel estratégico no desenvolvimento do setor produtivo, impondo-lhes a busca de novas abordagens curriculares e de relações com os demais setores da sociedade. Cabendo-lhes, portanto, um papel relevante na construção do sistema social, no que diz respeito à formação de pessoas criativas, com condições de enfrentar as mudanças de maneira original e inovadora.

A inovação sistemática, segundo Drucker (1986) consiste na busca deliberada e organizada de mudanças e na análise das oportunidades que tais mudanças podem oferecer para a inovação social. A inovação, ainda conforme o mesmo autor, é o instrumento

específico do espírito empreendedor, o que nos leva a indagar quais as características determinantes do empreendedorismo.

A questão aqui é como a universidade pública desenvolveria uma formação empreendedora nas diferentes áreas do conhecimento e, por excelência, na de administração da inovação, passando a formar pessoas pró – ativas, criativas, inovadoras, ou seja, empreendedoras, que na visão de Schumpeter (1961) são vistas como *motores da economia, agentes de inovação e mudanças, capazes de desencadear o crescimento econômico do país*.

Assim, um dos objetivos deste texto é provocar uma reflexão sobre a relação da universidade com o mundo do trabalho e a formação de pessoas empreendedoras, que possam se inserir no mercado do trabalho dando respostas às demandas sociais, mobilizados em direção a projetos de caráter empreendedor. Para tal será apresentado o conceito de empreendedorismo e alguns resultados da pesquisa que a autora deste texto está realizando, na Universidade de Brasília, UnB, sobre fatores que possam incentivar a disseminação da cultura empreendedora nos cursos de graduação dessa universidade.

2. EMPREENDEDORISMO

As constantes e complexas transformações do mundo contemporâneo demandam competências para encontrar alternativas que possibilitem a aprendizagem, a competitividade e até mesmo a sobrevivência das organizações. Aos atores sociais cabem dar as respostas, principalmente mobilizando-se em direção ao desenvolvimento de políticas e projetos empreendedores. Por outro lado, o desenvolvimento tecnológico, grande responsável pelas mudanças e transformações, fornece estímulo e *cria a visão para o espírito empreendedor e a inovação na sociedade, e a receptividade para ambos* (Drucker, 1986).

Empreendedorismo, aqui é visto como a busca de novas direções, novas conquistas. Segundo Schumpeter (apud Filion, 1991), empreendedorismo está associado à inovação, na medida em que

a essência do empreendedorismo está na percepção e aproveitamento das novas oportunidades no âmbito dos negócios (...) sempre tem a ver com criar uma nova forma de uso dos recursos nacionais, em que eles sejam deslocados de seu emprego tradicional e sujeitos a novas combinações.

Max Weber (apud Filion, 1991), em uma abordagem comportamentalista, identificou o sistema de valores como um elemento fundamental para a explicação do comportamento do empreendedor, que é visto não só como inovador, mas também como o do líder capaz de exercer uma fonte de autoridade formal.

Os indivíduos empreendedores, além de inovadores, são pessoas criativas, que *imaginam a situação e o cenário no qual trabalharão e um número significativo de alternativas para a forma como irão organizar e fazer as coisas para transformar suas visões em realidade* (Lynn, 1969). Segundo Filion (1991) *o empreendedor é uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém um alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-o para detectar oportunidades de negócio*. Um indivíduo que continua a apreender a respeito de possíveis oportunidades de negócios e a tomar decisões que objetivam a inovação, continuará a desempenhar um papel empreendedor.

Ainda conforme Filion (1991), *um empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões*. Visão considerada como a habilidade de definir e alcançar objetivos. Em outras palavras, a visão é a imagem desejada de uma situação futura, implicando em algo novo.

De acordo com o que foi dito, empreendedorismo está associado à inovação e empreendedor é o inovador com características, tais como, criatividade, persistência, internalidade (habilidade de assegurar que seus desejos sejam realizados), liderança, iniciativa, flexibilidade, habilidade em conduzir situações, habilidade em utilização de recursos.

Para Drucker (1986) o comportamento empreendedor está vinculado ao cultural, ao psicológico, bem como ao tecnológico. As causas desse comportamento, possivelmente estejam nas mudanças de valores, de percepções, de atitudes, bem como nas mudanças nas instituições sociais e na educação.

Segundo Mancuso (sd) o empreendedorismo está associado ao aprendizado familiar. Em pesquisa realizada com empreendedores norte americanos, esse autor observou que mais de um terço deles eram procedentes de famílias onde os pais tinham sido autônomos. Além disso, constatou que os empreendedores estabelecem objetivos viáveis, e que embora aceitem correr riscos estes são, de um modo geral, calculáveis. Assim, não só Mancuso, mas outros estudiosos como Filion (1994), consideram que o empreendedor potencial sofre a influência na sua formação de homens de empresa, desde a família, passando pela escola e por experiências profissionais. Existem contextos onde a tendência ao empreendedorismo é maior do que em outras, o que possibilita inferir que a cultura e os valores são fundamentais para a formação do empreendedor.

Para Filion (1991) o meio social, ou seja, a família, a escola, os amigos com os quais a pessoa convive, contribuem para a formação do seu auto conceito, um dos fatores fundamentais do processo visionário. Visão para esse autor é uma imagem projetada no futuro, daquilo que se quer, bem como a imagem da organização necessária para se obter o que se quer. A visão que se tem de si próprio é um dos fatores centrais para desenvolver características de empreendedor, pois a liderança, a dedicação ao trabalho, a percepção que se tem do contexto, a leitura que se faz da realidade, as relações que se estabelecem não só estão vinculadas a auto imagem, como, também, são fatores que contribuem para a formação do empreendedor. O empreendedor, diz Filion (1991), é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões, caracteriza-se pela vontade e pela determinação para enfrentar as situações de sua vida e de seu trabalho.

No que diz respeito ao sucesso do empreendedorismo, vários são os estudos realizados. Para Carland et al (1984), a diferença entre um negócio e um empreendimento de sucesso é a inovação, sendo, pois, uma gestão empreendedora aquela que combina as características pessoais do empreendedor, a estrutura que ele implementar e a busca constante da inovação. O empreendedorismo está vinculado ao conceito de competência, pois a formação do empreendedor passa pela aquisição de conhecimentos, habilidades, experiências, capacidade criativa e inovadora.

No atual contexto de incertezas e desafios, o desenvolvimento e até mesmo a sobrevivência das organizações depende, em grande parte da formação e da capacitação de seus atores. Essa formação, que cada vez mais necessita permear todo o processo de vida das pessoas, está voltada não só para conhecimentos e habilidades, mas, também, busca a

criatividade e a auto realização do indivíduo, o que expressa um dos aspectos fundamentais do empreendedorismo. Ou seja, o empreendedorismo é, também, um estado de espírito que pode muito bem ser pensado como o espírito de iniciativa, de crítica e a vontade de vencer.

O desenvolvimento de políticas e projetos como forma de resposta às demandas sócio, político e econômicas de uma sociedade, necessita de implementadores que tenham comportamento empreendedor. Isso é, atores com característica especial que, considerando a complexidade do cotidiano social e organizacional, sejam capazes de imaginar situações e cenários nos quais se criarão e implementarão projetos, bem como as alternativas para que os mesmos organizem-se. Possibilitando, dessa forma, que, passo a passo, a realidade organizacional seja reconstruída para atender não só as demandas, mas as exigências por resultados e capacidade de gestão.

3. A DISSEMINAÇÃO DA CULTURA EMPREENDEDORA

O empreendedorismo é um tema relevante e atual e ainda muito novo no campo acadêmico. A implementação de cursos voltados para o empreendedorismo justifica-se pela crescente conscientização e tomada de posição por parte das universidades no sentido de proporcionar aos estudantes competências que possibilitem, não só a sua inserção no mundo do trabalho, como, também, a sua sobrevivência em uma sociedade altamente competitiva. Desenvolver o perfil empreendedor é capacitar o aluno para que crie, conduza e implemente o processo criativo de elaborar novos planos de vida, de trabalho, de estudo, de negócios, sendo, com isso, responsável pelo seu próprio desenvolvimento e o de sua Organização. Sob essa perspectiva, ao disseminar a cultura do empreendedorismo está sendo criado um novo comportamento, individual e organizacional, e uma das questões daí advindas é como realizar essa formação? Como desenvolver uma competência empreendedora?

Embora novo, os primeiros movimentos acadêmicos sobre empreendedorismo surgiram nos anos 1940, com a criação de cursos, e o gerenciamento de pequenas empresas na Harvard Business School (1946), sendo, nos anos 1950, instituída a International Council for Small Business (1956). Foram realizados eventos como Congressos Internacionais, de Toronto, em 1973 e o de Baylor, em 1980, sobre o estado da arte, que deu origem a Enciclopédia de Empreendedorismo, editada por Karl Vesper et al. (Pereira e Santos, 1995).

A partir dos anos 1980, inicia-se institucionalmente, no Brasil o ensino do empreendedorismo. Foi criada a disciplina Novos Negócios, no curso de Especialização em Administração para Graduados da Escola de Administração da Fundação Getúlio Vargas, sendo, em seguida, estendida para alunos de graduação. A Universidade de São Paulo passa a oferecer a disciplina Criação de Empresas no Curso de Graduação em Administração da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade. A Universidade Federal do Rio Grande do Sul, no Departamento de Ciência da Computação, cria a disciplina de Ensino de Criação de Empresas. E no Programa de Pós - Graduação da FEA/USP, é criada a disciplina Criação de Empreendimentos de Base Tecnológica. (Pereira e Santos, 1995).

A partir de 1990, o Serviço de Apoio à Micro e Pequena Empresa – SEBRAE aparece no cenário nacional como ator de importância na promoção da disseminação da cultura empreendedora, dando apoio a FEA/USP para a criação do Programa de Formação de Empreendedores. A Universidade de Santa Catarina cria a Escola de Novos Empreendedores.

No Departamento de Informática da Universidade Federal de Pernambuco nasce o Centro de Estudos e Sistemas Avançados do Recife. O Conselho Nacional do Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq, por meio de seu programa SOFTEX, desenvolve uma metodologia a ser empregada no curso de graduação em Ciência da Computação da Universidade de Brasília. É instituído o Centro Empresarial de Formação Empreendedora na Escola Federal de Engenharia de Itajubá. Em 1996, várias disciplinas de empreendedorismo foram ofertadas em universidades brasileira, tais como a Inovação e Ação Empreendedora, na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro; a Atividade Empresarial e o Empreendimento em Informática, na Escola de Empreendedores do Centro de Apoio ao Desenvolvimento Tecnológico da Universidade de Brasília. (Pereira e Santos, 1995).

No final dos anos 1990, com o apoio da parceria estabelecida pelas instituições SEBRAE/Minas, a Confederação Nacional das Indústrias - CNI, por meio do Instituto Euvaldo Lodi – IEL, a Secretaria de Estado de Ciência e Tecnologia de Minas Gerais e a Fundação João Pinheiro, foi instituída, em Minas Gerais, a Rede de Ensino Universitário de Empreendedorismo, cuja filosofia foi expandida pelo IEL e pelo SEBRAE Nacional, para todo o país, pelo Programa Reune Brasil.

Esse programa, em 13 estados brasileiros, atingiu 119 instituições de ensino superior, sendo 45% públicas e 55% de natureza privada. Foi estabelecida uma rede de, aproximadamente, 600 professores, 35% deles de cursos de administração, que já passaram pelo programa. A estimativa é de que 18.000 alunos/ano tenham sido atingidos pelo programa. Em uma avaliação realizada em uma amostra de 195 alunos que passaram pelo programa, no estado de Minas Gerais, de 1993 a 1997, 25 empresas foram criadas com a participação de 182 desses alunos (CNI/IEL, 2001).

De uma maneira breve, essa é a trajetória da implementação da cultura do empreendedorismo nas universidades brasileiras, até os dias de hoje. Atualmente, são vários os movimentos nacionais para a disseminação da cultura empreendedora e a Escola de Empreendedores do CDT/UnB vem desenvolvendo atividades, nesse sentido, entre elas a oferta de turmas em disciplina de introdução ao empreendedorismo, com a finalidade de desenvolver competências empreendedoras.

4. RELAÇÃO UNIVERSIDADE-EMPRESA E A ESCOLA DE EMPREENDEDORES.

O CDT/UnB, que tem o objetivo de apoiar e promover o desenvolvimento tecnológico, por meio da integração universidade-empresa e a sociedade, bem como gerar oportunidades de negócios, é um espaço institucional para a disseminação da cultura empreendedora, o que realiza por meio de seus programas. Sua Gerência de Empreendedorismo, com a missão de desenvolver competências no campo da gestão da inovação tecnológica e do empreendedorismo, desenvolve os programas Jovem Empreendedor, Consultoria Júnior e a Escola de Empreendedores, todos com o foco na disseminação da cultura empreendedora.

O Programa Jovem Empreendedor foi criado, especialmente, para apoiar o estudante universitário que tem uma idéia e gostaria de projetar um novo produto ou serviço dentro da área de atividades para a qual está se preparando. Tem por finalidade estimular e apoiar o comportamento empreendedor do jovem universitário, fornecendo orientação que

possibilite direcionar suas energias e potencial criativo para a área de formação que ele escolheu seguir. Pode participar do programa qualquer aluno da Universidade de Brasília que tenha idéias para desenvolvimento de produtos ou serviços inovadores, ou de base tecnológica, com potencial de mercado. Além de fornecer orientação para desenvolvimento e consolidação do produto ou serviço idealizado pelo aluno e sua formação de gestor empresarial, esse Programa oferece, ainda, a possibilidade de bolsas oriundas dos parceiros do CDT e a possibilidade de passagem do empreendimento para outros de seus programas, como o Hotel de Projetos e a Incubadora de Empresas.

O Programa Empresa Júnior tem como objetivo estimular e apoiar a criação e o desenvolvimento de empresas de consultoria júnior, constituídas por alunos de graduação da UnB para prestarem serviços de consultoria a empresas ou profissionais atuantes na área onde esses alunos estão em processo de formação. Sob a supervisão de professores especializados, os alunos, nessas consultorias, têm a oportunidade de aliar à sua formação acadêmica a prática vigente no mercado de trabalho onde pretendem atuar, desenvolvendo seu potencial empreendedor e de liderança.

O Programa Escola de Empreendedorismo – EMPREEND, tem por missão desenvolver competências no campo da gestão da inovação tecnológica e do empreendedorismo. Em função disso, seus objetivos são desenvolver e implementar a cultura do empreendedorismo; desenvolver competências empreendedoras; propiciar o auto-desenvolvimento de futuros empreendedores; desenvolver estudos na área de gestão da inovação tecnológica e do empreendedorismo; desenvolver atividades de extensão, promovendo a interação da UnB com o setor produtivo e a sociedade.

Nessa linha de ação, a EMPREEND desenvolve atividades de estudos, de formação e capacitação, por meio de oferta de disciplinas em cursos de graduação da UnB, bem como de interação com empresas, como cursos de extensão e especialização, feiras tecnológicas, seminários, semanas de estudos, entre outras. Suas atividades são desenvolvidas em parceria da UnB, por meio do CDT e da Faculdade de Tecnologia - FT, com o CNPq, SEBRAE/DF e a CNI/IEL.

Com a finalidade de criar competências básicas e emergentes na área da inovação tecnológica e do empreendedorismo e o auto-desenvolvimento, a Escola, desde sua criação, em 1996, já ministrou as disciplinas Introdução a Atividade Empresarial e Empreendimento em Informática a, aproximadamente, mil e cem (1100) alunos. Promovendo eventos entre empresários e estudantes; realizando cursos de extensão; bem como outras ações nesse campo. Por meio de várias atividades, a EMPREEND vem cumprindo seu objetivo nuclear de disseminar a cultura do empreendedorismo, junto à comunidade acadêmica e, principalmente ao setor empresarial.

Até o 1º semestre de 2001 os alunos dessas disciplinas são, em sua maioria, oriundos da Faculdade de Tecnologia, em média 60%, da Ciência da Computação, em torno de 20%, e os demais 30% distribuem-se entre desenho industrial e agronomia. São alunos, na sua maioria, do 4º semestre em diante, com uma idade média de 20 anos. No 2º semestre, desse mesmo ano, a Escola ofertou disciplinas específicas para o Curso de Desenho Industrial e para os de Administração, completando, assim, 06 turmas, com, aproximadamente 240 alunos.

A partir do 1º semestre de 2001 essa Escola entrou em um processo de reestruturação, repensando seus cursos e, por excelência, as disciplinas ofertadas na

graduação, no sentido de identificar que características e competências empreendedoras estão sendo, em seus planos, desenvolvidas. O ponto central desse estudo é buscar caminhos para realizar uma formação, ou melhor, desenvolver uma competência empreendedora, cada vez mais efetiva. Para isso, está sendo realizada uma pesquisa, visando estudar a relação universidade-empresa e o empreendedorismo, além de criar uma metodologia para esse tipo de formação

Essa metodologia em estudo inicia com a sensibilização e a mobilização para a participação de um curso que envolve uma nova cultura. Passa pela geração de idéias, momento da criatividade, da autonomia de pensamento, vinculadas ao conceito de inovação, à percepção do contexto e ao fomento de novos empreendimentos. Continua por meio da concepção e da seleção de planos e projetos, etapa na qual são adquiridos e criados conhecimentos e habilidades para elaborar esses planos e buscar estratégias de implementação para os mesmos. Durante todo o curso busca-se criar uma ambiência propícia ao desenvolvimento das características empreendedoras, com oficinas de trabalho, encontros com empresários, criação e simulação de cenários. Além disso, com um projeto de pesquisa, em desenvolvimento pela autora deste texto, envolvendo alunos de graduação, está se procurando traçar o perfil dos egressos dessas disciplinas, ou seja, o acompanhamento da trajetória desses egressos.

Esse processo de ensino aprendizagem, voltado para a cultura do empreendedorismo, de um modo geral, terá como base alguns princípios como:

- Aprender a aprender, no qual é fundamental aprender a compreender o mundo, analisar e definir as diferentes facetas do seu contexto individual e institucional. Com isso, favorecendo a curiosidade intelectual, o sentido crítico, possibilitando maior autonomia de pensamento e desenvolvendo uma relação pro ativa com o aprendizado;

- Comunicação e colaboração. Frente aos paradigmas contemporâneos da flexibilidade das organizações e das conexões e formação de redes multidirecionais, em um contexto competitivo, em que a maioria dos problemas transcende os muros organizacionais e, mesmo, as fronteiras locais e regionais, a comunicação e a cooperação são estratégias de gestão empreendedora. Este é um dos princípios mais importantes, pois possibilita a formação de uma rede de relações, envolvendo amigos, parentes, colegas de trabalho e de escola, ou, ainda, ligada a sua especialidade profissional – sindicatos, associações, etc;

- Raciocínio criativo e resolução de problemas que, embora baseado em competências e habilidades, vão além, significando encarar a vida como um trabalho criativo, vivê-la da perspectiva criativa e não reativa (Senge,1998);

- Domínio pessoal, processo no qual é desenvolvido o auto conhecimento e o auto desenvolvimento;

- Pensamento sistêmico, possibilitando clareza na percepção do todo e das relações entre as partes e da importância de cada uma das partes em relação ao todo e a inserção do sujeito nesse todo;

- Liderança, tratada muito mais como uma característica adquirida, envolvendo duas direções, à vontade e a determinação e o conhecimento acumulado em um dado setor, incluindo a aquisição de uma série de competências distintas.

A formação empreendedora baseia-se no desenvolvimento do auto conhecimento com ênfase na perseverança, na imaginação, na criatividade, associadas à inovação. Dessa forma, passa a ser importante não só o conteúdo do que se aprende, mas, sobretudo, como é aprendido, em outras palavras, o padrão de ensino e aprendizado estabelecido. Nesse sentido, a organização e o programa devem criar um ambiente favorável ao empreendedorismo, no qual estejam incluídos espaços de discussão e reflexão, sendo possível o desenvolvimento de competências empreendedoras. Além disso, é necessário um sistema de suporte que incentive o jovem empreendedor, consultorias júnior, hotéis de empreendedores, incubadoras de idéias, sociais e de empresas.

A família, a escola, o trabalho e os amigos sendo os grandes incentivos para o empreendedorismo, é fundamental, para desenvolver essa cultura entre os alunos, criar um ambiente propício para o desenvolvimento das características e das competências emergentes para o empreendedor

5. DOS PONTOS INIBIDORES E FACILITADORES PARA A MUDANÇA NAS RELAÇÕES UNIVERSIDADE –EMPRESA

O trabalho de pesquisa, em realização, pela Autora, que tem por objetivo não só analisar a relação universidade pública – empresa, no que diz respeito à disseminação da cultura do empreendedorismo e a formação de recursos humanos empreendedores, bem como, estudar as relações daí advindas, as competências agregadas e os impactos causados, em seus primeiros resultados, encontrou alguns pontos que podem ser facilitadores ou inibidores dessa relação os quais serão apresentados a seguir.

Para realizar suas atividades, principalmente por meio da extensão universitária, estabelecendo uma relação efetiva com o meio empresarial, a Escola de Empreendedores do CDT/UnB tem buscado estratégias, como o estabelecimento de parcerias com empresas - CNPq, SEBRAE/DF, CNI/IEL, Confederação dos Diretores Lojistas, CDL, entre outras - , o que pode ser considerado um ponto facilitador para esse processo. Com essas parcerias tem sido possível promover cursos e eventos, além de desenvolver metodologias e estudos para a disseminação da cultura do empreendedorismo.

Por outro lado, as relações advindas dessas alianças são complexas e, principalmente, por estabelecerem vínculos entre mundos diferentes, como a universidade e as empresas, tornam-se, também, pontos inibidores para a gestão desse processo. Além do mais, essas interações envolvem diferentes lógicas, desenvolvendo-se em referenciais distintos. A universidade e a empresa, segundo Brisolla (1998), podem representar:

... dois mundos, duas culturas. Os espaços acadêmicos, com sua linguagem esotérica, seus rituais, seus mecanismos de legitimação e reconhecimento, feitos pela comunidade científica. O âmbito empresarial, com o pragmatismo que lhe é característico, na limpidez dos objetivos, claramente estabelecidos, com uma lógica irrefutável, ditada pela luta pela sobrevivência.

As competências agregadas e os impactos causados por essas interações, estabelecidas pela EMPREEND, necessitam um tempo maior para serem identificadas. Estudos, nesse sentido, têm sido realizados pela equipe da Escola com a finalidade de

encontrar novas formas de aprendizado e de relacionamento da universidade com o mundo produtivo.

O que se quer desenvolver nas disciplinas voltadas para o empreendedorismo é algo diferente do que se faz, tradicionalmente, na universidade. Esse diferencial implica em mudança da cultura organizacional, outro fator inibidor dos mais difíceis de ser contornado. Para proporcionar a criação de uma competência que implica em uma formação não só voltada para transferência e acúmulo de conhecimentos, mas, também, para o desenvolvimento de habilidades e a incorporação de valores e atitudes, que levem a uma nova visão de mundo, é necessário um novo comportamento organizacional da Universidade. Para que isso se inicie, outro ponto de dificuldade é a criação de metodologias que trabalhem a criatividade, a energia, a perseverança, e a pró atividade, além de desenvolver atitude de “esperança e paixão” para construir, aceitar desafios, e “fazer acontecer”.

Além dessas, outra dificuldade encontrada, referente à organização curricular das disciplinas, tem sido a distribuição dos módulos, que as compõem, de modo a possibilitar a interação entre professores, com diferentes perfis, que os ministram e o conteúdo programático, possibilitando aos alunos desenvolverem uma competência empreendedora e, concretamente, criarem seus planos de negócio.

Nessa linha, a metodologia para implantar esse currículo, ou seja, formação de grupos, que tenham interesses comuns e idéias compartilhadas, para o trabalho em oficinas, possibilitando a interação teoria prática, com alunos que, além de serem de áreas diferentes, fazem leituras distintas da realidade, com idéias e planos que necessitam ser amadurecidos, durante a primeira etapa do curso, passa a ser, também, um fator inibidor.

Identificar idéias e estruturar planos a partir delas são complexidades apontadas no processo de avaliação dessas disciplinas. Os alunos, de um modo geral, têm como referência pontos pré – estabelecidos, não estando acostumados com situações não definidas previamente. No entanto, a criatividade é elemento básico para a elaboração de idéias e para a identificação de visões, componentes nucleares na formação do empreendedor. Além do mais, os alunos por um total desconhecimento sobre empreendedorismo têm muita dificuldade em diferenciar uma idéia que todos podem ter, de uma oportunidade, algo que os empreendedores de sucesso aprendem a identificar.

Fator considerado positivo na formação empreendedora que a Escola vem desenvolvendo tem sido a realização de seminários com empresários de sucesso, fonte de aprendizado que propicia a interação dos alunos com empreendedores. O empreendedor, segundo Gibb (1996), aprende copiando outros empreendedores.

Os estudos de caso, utilizados nos módulos que compõem as disciplinas, são pontos altamente facilitadores do processo de aprendizagem proposto pela escola. Eles constituem-se em metodologia eficaz para que os alunos compreendam a evolução de um setor tomado em seu conjunto, ou seja, um conhecimento mais profundo, que envolve não só a arquitetura da organização, mas, também, sua operacionalização e as tendências a curto e médio prazos. Com isso, essa metodologia têm favorecido a formação de idéias e a realização de visões dos alunos, ao projetar uma imagem da organização e da área que se quer atuar.

Por meio da pesquisa que deu origem a este texto, entende-se que é fundamental estudar com mais profundidade o conceito de empreendedorismo para que se possa,

realmente, disseminar essa cultura, não só internamente à universidade, mas, também, estreitar e reformular as relações desta com o mundo empresarial, que demanda, cada vez mais, pessoas com uma formação empreendedora.

Para disseminar essa cultura a universidade necessita desenvolver um processo de aprendizagem centrado na criatividade, na imaginação e na inovação o que requer novas metodologias, incorporação de valores organizacionais, desenvolvimento de atitude pró ativa, e um perfil diferenciado para os professores. Isso leva à necessidade da universidade rever sua cultura e as estratégias de relação com a sociedade e, em especial com o setor produtivo.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRISOLLA, Sandra, N. **Relação Universidade Empresa: como seria se fosse.** In Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia. *Interação Universidade Empresa*. Brasília, IBICT. 1998.

CNI/IEL Relatório de Pesquisa 2001.

CARLAND J.W., HOY, F., BOULTON, W.R. Differentiating entrepreneurs from small business owners: a conceptualization. **Academy of Management Review**, v. 19, n.2, 354-359. 1984.

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

DRUCKER. P.F. **Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios.** São Paulo. Pioneira. 1986.

FILION, L.J. O planejamento de seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações. **Revista de Administração de Empresas**, v. 31, nº3, jul-set, 1991, pp 63-72

_____ **Compétence á concevoir et espace de soi: éléments de soutien au système d'activités entrepreneurial.** In: **Congresso Latino Americano sobre Espírito Empresarial**, 8, 1994 Cali. Anais... HEC, Montreal. 1994.

_____ **O Empreendedorismo como tema de estudos superiores.** In Instituto Euvaldo Lodi, *Empreendedorismo Ciência, Técnica e Arte*. Brasília, CNI/IEL. 2000.

GIBB, A A. **The Small Business Challenge to Management Education.** Programa de Creación de Nuevas Empresas, ESADE, São Paulo. 1996

LYNN, R. 1969. Personality Characteristics of a Group of Entrepreneurs. **Occupational Psychology**, vol.43, p151-152.

MANCUSO, Joseph, R. **O empreendedor que existe em você.** New york. Center for Entrepreneurial Management.

MORGAN, G. **Imagens da organização.** São Paulo. Atlas. 1996.

PEREIRA, H.J. e SANTOS, S.A. (org.) **Criando seu próprio negócio**: Como desenvolver o potencial empreendedor. Brasília. Ed. SEBRAE. 1995.

SENGE, P. M. **A quinta disciplina**. São Paulo. Editora Best Seller. 1998.

SHUMPETER, J. A **A Teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo. Nova Cultura. 1961.

UNESCO, CRUB. 1999. **Tendências de educação superior para o século XXI**. Conferência Mundial sobre o Ensino Superior (1998, França, Paris). Brasília. Grupo de Design Gráfico Ltda.

VESPER, K.H.,GARTNER,W.B. **University entrepreneurship programs- 1999**. Los Angeles. CA: Lloyd Greif Center for Entrepreneurial Studies, Marshal School of Business, University of Southern California, 1999.