
O ENSINO DE EMPREENDEDORISMO EM INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR DA REGIÃO DE LONDRINA

Ivan Dutra (PPA-UEM/UEL – INBRAPE)
Renato Bassan Peixoto (PPA-UEM/UEL)

RESUMO

Este artigo é o resultado de um estudo exploratório, sobre o ensino de empreendedorismo em Instituições de Ensino Superior que possuem curso de graduação em Administração da região de Londrina. Este estudo apresenta resultados interessantes sobre (a) as características das disciplinas de formação empreendedora, (b) as iniciativas visando despertar o potencial empreendedor dos alunos, (c) a existência de órgãos de incentivo a novos empreendimentos, (d) a preocupação, no estágio, com a criação de empresas, e (e) a difusão da cultura empreendedora. Tais resultados propiciaram traçar um perfil inicial das Instituições de Ensino Superior quanto ao ensino de empreendedorismo.

1. INTRODUÇÃO

Estamos vivendo em uma era de profundas e radicais mudanças, exigindo um novo perfil dos administradores. Uma das características deste novo perfil é a capacidade empreendedora, ou seja, aquele que *imagina, desenvolve e realiza visões*, Filion (1991).

O termo “empreendedor” foi utilizado pela primeira vez por volta de 1800 por Jean Baptiste Say, um economista francês, com o intuito de distinguir o indivíduo que consegue transferir recursos econômicos de um setor com baixa produtividade para um setor com produtividade elevada (Drucker, 1992).

O empreendedor era tido como alguém que perturba e desorganiza a ordem vigente. Posteriormente, Joseph Schumpeter realizou um estudo abordando a influência do empreendedor na economia e concluiu que este indivíduo tinha uma função muito importante: a destruição criativa. Schumpeter (1985), afirma que empreendedor é alguém que faz novas combinações de elementos, introduzindo novos produtos ou processos, identificando novos mercados de exportação ou fontes de suprimento, criando novos tipos de organizações.

Segundo Drucker (1992), o empreendedor é aquele que busca a mudança, reage a ela e vislumbra uma oportunidade, nem sempre vista pelos demais. É o empreendedor que cria algo novo, diferente, inovando ou transformando valores e conseguindo conviver com as incertezas e riscos inerentes ao negócio.

Conforme Dornelas (2001), hoje há um enorme esforço governamental no sentido da disseminação da cultura empreendedora e de financiamento de novos empreendimentos, com objetivos de criar novas relações de trabalho e gerar fontes de riqueza. Outro programa que tem tido grande repercussão é o de incubadoras, implantado em vários municípios, visando reduzir os índices de fechamento de pequenas empresas nos seus primeiros anos e fomentar a utilização dos recursos humanos disponíveis.

O papel do empreendedor tem, cada vez mais, grande interesse para o ensino e pesquisa acadêmica. Segundo Filion (1993), o processo de ensino para empreendedores deverá enfatizar “as habilidades para sonhos realistas”, mais do que as habilidades analíticas, auxiliando o desenvolvimento do indivíduo, pelo reforço das suas características peculiares.

Dentro desta visão, essa pesquisa propôs o seguinte problema: as IES da região de Londrina têm formado profissionais com esse perfil: os graduados nos cursos de Administração das IES da região de Londrina são capacitados para criar e dirigir a própria empresa?

A razão pela escolha da região de Londrina se deve a familiaridade dos pesquisadores, e à crescente preocupação com o ensino de empreendedorismo que se tem verificado nas IES desta região.

Para este trabalho foi utilizado o método de pesquisa qualitativa, onde, segundo Aaker (2001), existe um relacionamento maior e mais flexível com o respondente, e os dados resultantes têm maior profundidade e maior contexto. O número de respondentes é menor e apenas parcialmente representativo da população-alvo, fazendo dele um prelúdio de um estudo de campo em grande escala, e cuidadosamente estruturado.

2. OBJETIVOS DA PESQUISA

2.1. OBJETIVO GERAL

Identificar se as IES que possuem curso de graduação em Administração, da região de Londrina, estão formando administradores com o perfil empreendedor.

2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Identificar nas Instituições de Ensino Superior de Londrina:

- Quais IES possuem disciplinas específicas de formação empreendedora;
- Quais tópicos devem ser mais explorados na disciplina de formação empreendedora;
- Se as IES possuem Centros de Empreendedorismo, Empresas Juniores, Escritórios de Negócios, ou algum outro órgão de incentivo de novos empreendimentos;
- Qual(is) é(são) a(s) área(s) de atuação dos estagiários;
- Qual o enfoque dado aos cursos de Administração.

Nas IES que *POSSUEM* uma disciplina de formação empreendedora, identificar:

- Características da disciplina;
- O que motivou essa preocupação com o empreendedorismo;
- Se o empreendedorismo passou ser uma característica dos alunos.

Identificar nas IES que *NÃO POSSUEM* uma disciplina específica de formação empreendedora:

- Se existem planos para implantação de uma disciplina desse tipo;
- Se existe interesse dos alunos e do mercado de trabalho pelo perfil de empreendedor;
- A existência de iniciativas com vista a despertar o potencial empreendedor de cada aluno.

3. METODOLOGIA

Quanto ao método das ciências, foi utilizado o método indutivo, onde investiga-se um caso em particular para chegar a verdades gerais. Segundo Dutra (2001), esse método se caracteriza pela colheita de opiniões dos elementos da amostra, um a um. Os resultados apontam a predominância de certas opiniões da população que podem levar à elaboração de teorias e até princípios.

Para a pesquisa, foi utilizado o *método de levantamento*. Neste método o instrumento foi um questionário não-estruturado, procurando cobrir uma lista específica de assuntos e sub-áreas, e os respondentes dissertaram à vontade sobre cada item. Segundo Kotler (1998), existem três principais formas de levantamento: entrevista pessoal, telefone e questionários postais. Nesta pesquisa foram utilizadas entrevistas pessoais.

Para coleta desses dados foram feitas *entrevistas individuais em profundidade*, que, segundo Aaker (2001), consistem em entrevistas realizadas frente a frente com o respondente, no qual o assunto-objeto da entrevista é explorado com detalhes. Este tipo de entrevista é especialmente eficaz com pessoas ocupadas e líderes intelectuais, cuja opinião era objeto desse estudo.

Podemos classificar esta pesquisa como *ocasional* (Mattar, 1997), por ser um único levantamento de informações, podendo se repetir posteriormente, de maneira ampliada, estabelecendo um horizonte temporal da evolução da formação empreendedora nas IES da região de Londrina.

Como já mencionamos este estudo é *exploratório*, pois buscamos um entendimento sobre a natureza geral de um problema, as possíveis alternativas e as variáveis relevantes dentro do conceito de Aaker (2001). Além disto, Kotler (1998), afirma que pesquisas exploratórias ajudam a definir melhor os problemas e sugerir hipóteses para futuras pesquisas mais rigorosas.

Os dados utilizados são *dados primários* não publicados, com as informações coletadas diretamente da população, especialmente para esta pesquisa.

O questionário foi elaborado utilizando-se perguntas abertas. As vantagens deste tipo de instrumento, segundo Aaker (2001), *provêm da grande variedade de respostas que podem ser obtidas e da ausência de influência de categorias pré-especificadas.*

Pelo tipo de coleta de dados utilizada, classificamos como *qualitativo*. Tais dados qualitativos se caracterizam por um número de respondentes menor e apenas parcialmente representativo da população-alvo, embora os resultados possuam maior profundidade e maior contexto.

4. POPULAÇÃO

A população pesquisada foi assim caracterizada: Instituições de Ensino Superior, que possuem o curso de graduação em Administração e que estão localizadas entre Ourinhos-SP e Apucarana-PR, região de influência de Londrina. Para representar esta população foram escolhidos os diretores, coordenadores, e docentes que pela sua função, devem conhecer melhor o problema da pesquisa.

Assim, a população situa-se nas seguintes cidades:

- Ourinhos/SP – 02 (duas) Instituições;
- Santo Antônio da Platina/PR – 01 (uma) Instituição;
- Cornélio Procópio/PR – 01 (uma) Instituição;
- Londrina/PR – 04 (quatro) Instituições;
- Cambé/PR – 01 (uma) Instituição;
- Rolândia/PR – 01 (uma) Instituição;
- Arapongas/PR – 01 (uma) Instituição;
- Apucarana/PR – 01 (uma) Instituição.

5. AMOSTRA

Nesta pesquisa foi utilizada uma amostragem não probabilística da população. Foram utilizados dois procedimentos para definir a amostra: a amostragem intencional, onde segundo Aaker (2001), *os pesquisadores utilizam seu julgamento para identificar as amostras mais representativas*, e amostragem por conveniência, selecionando os membros da população que conhecem melhor o assunto.

A amostra desta pesquisa foi composta por aproximadamente vinte e cinco entrevistas que foram realizadas junto a doze Instituições de Ensino Superior, entrevistando preferencialmente: diretores pedagógicos, coordenadores de curso, orientadores de estágio, coordenadores de Empresas Juniores ou Escritórios de Negócios, professores da disciplina de formação empreendedora e professores envolvidos na formação empreendedora.

6. COLETA DE DADOS

A coleta de dados foi feita através de questionários livres, com perguntas abertas que foram respondidas através de entrevistas pessoais, em IES que possuem e que não possuem disciplinas específicas de formação empreendedora.

As questões formuladas no questionário tiveram como função obter informações que satisfizessem aos objetivos propostos. O questionário foi formulado de modo a se obter a maior riqueza de informação com a opinião com entrevistados.

7. ANÁLISE DOS RESULTADOS

Os dados coletados propiciaram traçar um perfil interessante das Instituições de Ensino Superior quanto ao ensino de empreendedorismo. Foi feita uma análise qualitativa dos resultados, dividida em 3 partes:

7.1. ASPECTOS GERAIS SOBRE EMPREENDEDORISMO NAS IES:

Analisando o resultado da pesquisa, percebem-se que somente uma Instituição possui disciplina específica de formação empreendedora implantada e em operação há algum tempo. A grande maioria respondeu que esta disciplina consta em sua grade curricular mas ainda não foi ministrada aos alunos, seja pelo curso ser novo ou pela inclusão da disciplina em recente reestruturação curricular. Somente duas faculdades informaram que não possuem esta disciplina, mas tem a intenção de implantá-la. O resultado desta questão, evidencia a emergente preocupação com a formação do administrador para criar e gerenciar negócios próprios, à medida em que cursos existentes são reestruturados com a inclusão da disciplina de formação empreendedora e cursos novos já a incluem na sua grade curricular.

Quando solicitamos aos entrevistados informarem quais os tópicos mais importantes nessa disciplina, a maioria optou por dizer que os alunos devem receber uma boa formação para elaboração do projeto de negócios e bons conhecimentos de instrumentos de marketing, o que nos pareceu importante, pois o desconhecimento do mercado está entre os principais indicadores do insucesso das empresas emergentes. Em seguida foram apontados, em grau de importância, conhecimentos em finanças e tomar contato com depoimentos de empreendedores. Foram destacados, ainda, conhecimentos jurídicos e econômicos e visitas a novos empreendimentos como tópicos que podem ajudar na formação do empreendedor.

Outra constatação da pesquisa foi que cerca da metade das instituições possuem Empresas Juniores ou Escritórios de Negócios já em funcionamento. O restante informou que existe intenção e projetos de implantação desses órgãos. Todos os pesquisados destacaram a importância desta iniciativa, aproximando os alunos da realidade do mercado e fornecendo mecanismos de estudo de novos empreendimentos.

No estágio, vale ressaltar a importância dada pela amostra aos projetos relacionados à criação de empresas. Boa parte das instituições pesquisadas, informaram que o projeto de

criação de empresas no estágio permite aos alunos contato com todas as áreas de uma organização, podendo aplicar os conceitos adquiridos ao longo do curso e não somente um enfoque específico como ocorre no estágio tradicional, onde os alunos fazem um diagnóstico organizacional ou trabalham com alguma área específica da empresa.

Em geral, quando perguntado sobre o enfoque dado ao curso de Administração, os entrevistados responderam que o curso oferece formação ao aluno para trabalhar em uma empresa já estruturada e fornece instrumentos para elaboração de um negócio próprio. Mas ao se analisar o conjunto de respostas, percebe-se que a ênfase dada a todos os cursos é para que o aluno trabalhe em uma empresa já existente. O que existe é a intenção, nos cursos de graduação em Administração, que o aluno receba mecanismos para criação e gerenciamento de sua própria empresa.

E, por fim, nessa primeira parte, foi verificada a existência de uma preocupação das IES em difundir uma cultura empreendedora aos alunos dos cursos de graduação. Pelas respostas: “uma forma de alavancar novos negócios e valorizar a profissão do administrador”, “extremamente necessário nos dias atuais”, “essencial para o crescimento pessoal e profissional dos alunos”, dentre outras, percebem-se que esta questão do empreendedor tem crescido em importância nos dias atuais. Como ressalva, os entrevistados destacaram que a inserção deste enfoque empreendedor nos cursos de administração deve ser feita muito criteriosamente. O empreendedorismo tem que ser encarado como mais uma opção aos alunos e não como a resposta a todos os problemas, apenas como um “modismo”. Outra ressalva é que essa disciplina não deve apenas motivar nos alunos à abertura de um negócio próprio, mas deve fornecer instrumentos para que avaliem a viabilidade desses empreendimentos. E finalizando, foram destacadas outras características que devem ser contempladas nesta disciplina, além da formação dos “empreendedores empresários”, as IES devem ter a preocupação de formar o “empreendedor empregado”, o intraempreendedor, aquele indivíduo com características empreendedoras que realiza e impulsiona as organizações, sem ser o empresário.

7.2 – EMPREENDEDORISMO NAS IES QUE POSSUEM A DISCIPLINA ESPECÍFICA DE FORMAÇÃO EMPREENDEDORA:

Os nomes mais adotados para essa disciplina são *Empreendedorismo* e *Criação de Empresas*. Em algumas faculdades esse conteúdo é abordado na disciplina Tópicos Especiais em Administração.

O estudo de empreendedorismo nas IES de Londrina e região, se iniciou quando essa disciplina foi incluída nos cursos de graduação em Administração, predominantemente a partir de 1998, somente em uma Universidade se observou uma preocupação anterior a 1995 com a formação do empreendedor, quando a disciplina foi oferecida na grade curricular como disciplina “regular”.

Segundo as respostas, dentre as principais motivações para que os cursos de Administração formem empreendedores podemos destacar principalmente: a necessidade de despertar no aluno o interesse pelo empreendedorismo, a reflexão sobre a possibilidade de concretização de um negócio próprio como opção de atuação profissional, o desenvolvimento da capacidade de tornar-se empresário, e a atualidade do tema.

Segundo a opinião dos docentes entrevistados, os alunos acham “importante” a disciplina sobre empreendedorismo. Estas respostas deixam claro que esta disciplina ainda é preterida pelos alunos quando comparada às disciplinas tradicionais de formação específica existentes no currículo do curso.

Segundo a percepção da maioria dos entrevistados, a participação dos alunos nessa disciplina desperta a vontade e a idéia de um negócio próprio. Somente um dos entrevistados afirmou que a participação nessa disciplina pode não alterar as vontades profissionais dos alunos. De modo geral, nessa questão, podemos perceber a importância da disciplina como fomentadora de novos negócios.

E finalizando, as IES que possuem disciplina de formação empreendedora, foram questionadas quanto ao empreendedorismo ser uma opção profissional dos alunos, e as respostas foram predominantemente afirmativas, destacando a vontade, por parte dos alunos, de aplicar os fundamentos teóricos desenvolvidos durante o curso em um negócio próprio e a falta de perspectiva cada vez maior no mercado formal de trabalho.

7.3 – O ENSINO DE EMPREENDEDORISMO NAS IES QUE NÃO POSSUEM A DISCIPLINA DE FORMAÇÃO EMPREENDEDORA:

Quando questionadas sobre qual o principal motivo por não ter uma disciplina específica de formação empreendedora, as principais respostas das Instituições foram: (a) que na concepção do curso foi dado um enfoque para se trabalhar em uma empresa já estruturada, e (b) que a maioria das disciplinas do curso deveriam fornecer algumas noções de empreendedorismo. Nesta resposta analisa-se duas vertentes: a primeira é a atualidade do tema; quando foi elaborado o currículo do curso em questão, a Instituição não tinha a preocupação em formar empreendedores; e, na segunda vertente, podemos analisar a “formação ideal”, ou seja, que todas as disciplinas deveriam ter a preocupação de desenvolver no aluno o perfil empreendedor, mas que na prática não acontece assim.

Apesar de não ter essa disciplina as IES responderam que na próxima reestruturação curricular esse tópico deve ser incluído, ou que empreendedorismo será um dos assuntos abordados na disciplina de Tópicos Emergentes em Administração.

Uma das Instituições, em parceria com o SEBRAE, implementou o programa Brasil Empreendedor, e na percepção do entrevistado, essa atividade gerou muita insatisfação nos alunos. O programa foi conduzido de maneira incorreta, criando uma grande expectativa não correspondida, frustrando os participantes.

Apesar dos entrevistados afirmarem que a classe empresarial não é bem informada quando a figura do empreendedor, os empresários têm buscado junto aos coordenadores de estágio alunos com este perfil, o que, por si só, já justificaria a inclusão da disciplina de formação empreendedora nesses cursos.

Outro dado que merece importância destacar, é que, embora não possuam disciplinas específicas de formação empreendedora, essas Instituições desenvolvem algumas atividades com vistas a desenvolver este potencial, como palestras, mini-cursos, e outros eventos com este enfoque.

Quando questionados sobre a melhor denominação para implantação dessa disciplina, o nome Empreendedorismo prevalece, seguido por Criação de Empresas e Projetos Empresarias. Outro nome citado na pesquisa é Empreendedorismo, Estratégia e Viabilidade.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como se observa, este estudo é uma exploração inicial do assunto, e deverá ser continuado com pesquisas aproveitando as sugestões que se seguem à guisa de conclusão.

Constatou-se pela análise dos dados coletados que as Instituições de Ensino Superior de Londrina e região, não estão formando alunos com o perfil empreendedor. Como ponto positivo, podemos destacar a existência de uma emergente preocupação com a formação de alunos com características empreendedoras, o que é evidenciado pela reformulação e inclusão da disciplina de formação empreendedora nas grades curriculares da maioria dos cursos de Administração analisados.

Os entrevistados indicaram também que a disciplina de formação empreendedora deve contemplar principalmente a elaboração do Projeto de Negócios e fornecer aos alunos boas técnicas de Marketing. Como instrumentos de apoio à formação do empreendedor estão a criação de Empresas Juniores e Escritórios de Negócios com este enfoque e os Projetos de Criação de Empresas abordados nos estágios.

Também foi sugerido pela amostra que, o empreendedorismo é realmente uma tendência mundial e não apenas um modismo passageiro; e além da formação dos “empreendedores empresários”, as IES devem ter a preocupação de formar o “empreendedor empregado”, o intraempreendedor.

Outra constatação foi que, atualmente, a formação do Administrador está focada na formação técnica voltada para a gerenciamento de organizações já estruturadas e não para a criação de um novo negócio.

As IES têm, como principal função, prover o mercado de profissionais capacitados e sintonizados com o cenário atual. Sendo assim, destaca-se o esforço caracterizado pelas reformulações curriculares, identificado na maioria das IES, a fim de adequar a formação do profissional de administração à nova realidade.

Se essas preocupações e iniciativas com vistas ao empreendedorismo continuarem a crescer, no futuro poderemos afirmar que as IES, aí sim, estarão formando alunos com a capacidade para ingressar no mercado de trabalho em seu próprio negócio.

9. BIBLIOGRAFIA

AAKER, David A., Kumar, V. e DAY, George S. **Pesquisa de Marketing**. São Paulo: Atlas, 2001.

Anais do IX ENANGRAD, 1998.

DEGEN, Ronald. **O empreendedor**: fundamentos da iniciativa empresarial. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. São Paulo: Makron Books, 1999.

DORNELAS, J. C. Assis. **Empreendedorismo**: Transformando idéias em negócios, São Paulo: Campus, 2001.

DRUCKER, Peter F. **Inovação e espírito empreendedor** – Entrepreneurship: prática e princípios . São Paulo: Pioneira, 1992.

DUTRA, Ivan e Souza, SOUZA, Maria José Barbosa de. **Pesquisa de Marketing** (Material utilizado na disciplina Organizações e Mercado) – PPA UEM/UEL. Londrina, 2001.

FILION, L.Jacques. O planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial Identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações. Tradução Coutinho, G. **Revista de Adm. de Empresas**, jul/set: 63-71.1991.

FILLION, L. Jacques. Visão e relações: elementos par um metamodelo empreendedor. **Revista de Administração de Empresas**. São Paulo: 33(6):50-61, nov/dez, 1993.

KOTLER, Philip e Armstrong, Gary. **Princípios de Marketing**, Rio de Janeiro: Prentice-Hall do Brasil, 1998.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**: análise, planejamento, implementação e controle. São Paulo: Atlas, 1998.

MATTAR, F. N. **Pesquisa de Marketing**. São Paulo: Atlas, 1997.

SHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo, Nova Cultura, 1985.