

Formação empreendedora no curso de graduação em administração

RESUMO

O estudo da educação empreendedora tem sido tema de interesse ao longo do tempo, e com isso as mudanças que estão ocorrendo no mercado buscam melhorias nas organizações, a fim de se tornarem mais competitivas. As universidades possuem potencial para criar o surgimento e o desenvolvimento de empreendedores por meio do ensino de empreendedorismo. Assim o objetivo voltou-se para a análise do ensino de empreendedorismo nos cursos de graduação em administração, no estado de Minas Gerais, na Universidade Federal de Itajubá (UNIFEI), e na Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas do Sul de Minas (FACESM). Caracterizou-se por ser um estudo de caso, com pesquisas bibliográficas, com o método qualitativo, e análise de um protocolo para medir se as universidades possuem potencial para criar o desenvolvimento de empreendedores, pois através do ensino de empreendedorismo, há possibilidades de desenvolver nos acadêmicos, o comportamento empreendedor, essencial para o sucesso dos empreendimentos em uma sociedade altamente competitiva. A conclusão é de que as instituições de ensino superior analisadas contêm uma gama de instrumentos voltados para a formação empreendedora.

Palavras-chaves: Ensino de empreendedorismo, curso de graduação, administração.

1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é um tema que vêm sendo motivo de estudo na área administrativa. Isso se deve, principalmente, ao reconhecimento de seu papel no desenvolvimento social e econômico das nações. Em consequência, a educação empreendedora torna-se assunto relevante em função da possibilidade de gerar oportunidades em um maior entendimento sobre o assunto, possibilitando o aumento da capacidade gerencial e do crescimento de sua visão empreendedora, principalmente no ensino superior em administração. O ensino superior tem responsabilizado em contribuir para que os profissionais em administração que estão se formando, estejam capacitados e habilitados para agir dentro das novas expectativas do mercado de trabalho, enfrentando riscos, criando novas empresas gerando postos de trabalho, com conhecimento e uma formação voltada ao empreendedorismo.

Para Hisrich et al. (2009) empreendedorismo é o processo de criar algo novo com valor, dedicando tempo e esforço necessário, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais adequados, recebendo as conseqüentes recompensas da satisfação e da independência financeira e pessoal.

O objetivo deste trabalho é identificar instrumentos de aprendizagens de formação dentro do curso de graduação em administração que forneçam aos alunos o desenvolvimento de características empreendedoras e um comportamento criativo e inovador. Pretende-se então com este trabalho responder a seguinte pergunta: Até que ponto o ensino empreendedor está presente nos cursos de graduação em administração na UNIFEI e na FACESM?

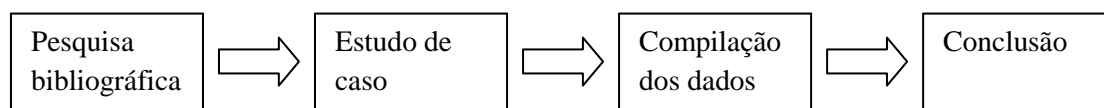
Serão abordados na primeira seção os conceitos de empreendedorismo, empreendedorismo na visão econômica e psicológica e empreendedorismo na realidade brasileira. Em seguida na segunda seção ressaltaremos a educação empreendedora, pedagogia empreendedora e andragogia empreendedora. Na terceira seção serão abordados a educação empreendedora no curso de graduação em administração, e as diretrizes básicas para o curso de administração. Na quinta seção será mostrado o estudo de caso, as características das universidades com o estudo em questão, o protocolo aplicado nas universidades e as análises

feitas. Concluindo o trabalho observaremos os resultados atingidos confrontando com o resultado esperado.

2. METODOLOGIA

Para Oliveira (2002, p. 116) o método qualitativo não tem a pretensão de numerar ou medir unidades ou categorias homogêneas, sendo assim não empregando dados estatísticos como centro do processo.

Esta pesquisa contém estudos bibliográficos com abordagem qualitativa e foi estruturada através do estudo de caso. Para Yin (2001, p.32) o estudo de caso é um dos meios de se fazer pesquisa em ciências sociais. É utilizada como forma de estabelecer um conhecimento sobre indivíduos, organizações, sociedade e fenômenos políticos. Segundo o autor, um estudo de caso é uma investigação empírica que “investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos”. A pesquisa foi realizada por meio de um protocolo construído pelos autores a fim de proporcionar por meio de entrevista realizada com os coordenadores do curso uma coleta de dados evidenciando as características comportamentais empreendedoras dentro do curso de administração em duas universidades – Unifei e Facesm onde foi realizada a pesquisa.



Fluxo metodológico
FONTE: Elaborado pelos autores

3. EMPREENDEDORISMO: CONCEITOS E DEFINIÇÕES

Na perspectiva de Dornelas (2003 pg. 35) empreendedorismo significa fazer algo novo, diferente, mudar a situação atual e buscar, novas oportunidades de negócio, tendo como foco a inovação e a criação de valor. Dornelas ainda ressalta que as definições para empreendedorismo são várias, mas a sua essência se resume em fazer diferente, utilizar os recursos disponíveis de forma criativa, buscar oportunidades e inovar.

Fialho (2007) diz que o empreendedorismo é um processo para dar início e desenvolvimento a um negócio ou conjunto de atividades que levam a criação de novos empreendimentos de sucesso.

Filion (1998) menciona que o empreendedorismo é associado à iniciativa, desembaraço, inovação, isto é às possibilidades de fazer coisas novas de maneira diferente, como também a capacidade de assumir riscos. Isto subentende que pessoas empreendedoras estão prontas para agir desde que existam condições para apoiá-las.

A definição de Abranches e Damaceno (2005) demonstra uma maior abrangência na qual o empreendedorismo está começando a ser difundido. Para estes autores, empreendedorismo é: “*idealismo com efetividade como agente de transformação econômica e social*”. Nessa concepção, o autor entende que o empreendedorismo são ideais que efetivamente se transformam em ações que geram impactos econômicos e sociais na comunidade em que essas ações foram inseridas. Esta abordagem amplia o significado do termo, uma vez que as atitudes que promovem as ações não restringem a abertura de novos empreendimentos ou inovações de processos, mas toda e qualquer idéia que seja transformada

em realidade, na qual gera agregação de valor a alguém ou a uma comunidade. Assim percebemos e identificamos atualmente vários empreendedores que canalizam suas energias, conhecimentos, habilidades e atitudes em benefício de atividades que levam à melhoria da qualidade de vida das pessoas, através de projetos sociais. Esses verdadeiros empreendedores transformam ideais em realidade na vida das pessoas, principalmente nas classes desfavorecidas, na qual são inúmeras nesse país. Com essas características, essas pessoas transformam o meio ambiente na qual pertencem, justificando o empreendedorismo como um verdadeiro agente de mudanças.

Bernardi (2003, p.64-65) menciona que existe um mito em que não é possível desenvolver o empreendedorismo, acredita-se que tem que nascer com ele. Mas isso não é verdade, existem várias circunstâncias que dão origem ao empreendedorismo e ao empreendedor. Nesta visão, as características da personalidade empreendedora, um bom planejamento e um negócio com alto nível de elaboração aumentam as chances de obter sucesso em um empreendimento, mas é preciso passar por três etapas. O primeiro é o conjunto de realizações, abordando a busca de oportunidades e iniciativa, persistência, vontade de correr risco, exigência de qualidade e eficiência e comprometimento. No segundo grupo são abordados aspectos referentes à criatividade que revelam a imaginação, visão, habilidade de gerar idéias originais e pensar algo diferente. O terceiro é o conjunto da modelagem que depende dos valores, atitudes, formação e intenções, os quais devem ser coerentes e balanceados.

Para Dornelas (2003, p.59):

“Os empreendedores são pessoas ou equipes de pessoas com características especiais, que são visionárias, que questionam que ousam que querem algo diferente, que fazem acontecer, ou seja, que empreendem. Os empreendedores são pessoas diferenciadas que possuem uma motivação singular, gostam do que fazem não se contentam em ser mais um na multidão, que querem ser reconhecidas e admiradas, reverenciadas e imitadas, querem deixar um legado.”

Dornelas (2003, p.59) ainda ressalta que com os avanços tecnológicos o papel do empreendedor tem sido fundamental. Os empreendedores estão eliminando as barreiras comerciais e culturais, gerando riquezas para a sociedade. Portanto, pode-se chamar este momento como a era do empreendedor.

3.1. EMPREENDEDORISMO NA VISÃO ECONÔMICA

Filion (1998) diz que a economia foi à primeira ciência a pesquisar o empreendedorismo. Cantillon e Say como precursores da área revelaram que não estavam interessados somente na economia, mas nos aspectos gerenciais das empresas e no desenvolvimento de negócios, eles consideravam os empreendedores assumidores de risco porque investiam seu próprio dinheiro. Os empreendedores eram, portanto, pessoas que mediam as oportunidades com a visão para fazer lucros e assumir os riscos inerentes. Say associou empreendedores com inovação, ele via os empreendedores como agente de mudanças. Ele foi um empreendedor e tornou o primeiro a definir as fronteiras do que é ser um empreendedor. Todavia foi Schumpeter que originou o empreendedorismo ligado à inovação e a criatividade que, segundo ele altera as situações sociais e econômicas.

Casson (1982 *apud* Filion, 1998) diz ser o mais longe possível em termos do que é quantificável e aceitável em ciência econômica. Os economistas resistiram em aceitar

modelos não-quantificáveis demonstrando claramente os limites desta ciência para empreendedorismo. De fato, foi um dos elementos que levou o empreendedorismo para o comportamentalismo em busca de conhecimentos aprofundados sobre o comportamento do empreendedor.

Filion (2004) diz que o empreendedorismo vem assumindo lugar de destaque nas políticas econômicas dos países desenvolvidos e em desenvolvimento. Começa a surgir um consenso em torno do fato de que o empreendedorismo constitui uma peça importante e primordial no desenvolvimento e no crescimento de uma economia. Implica na aprendizagem de modos de definir e de pensar de forma diferente. Diz respeito a todas as pessoas, tendo em vista que cada um pode melhorar a sua maneira de fazer, tornando-se mais empreendedor e que cada um pode aprender a apoiar melhor aquele que adotar uma cultura e um comportamento empreendedor. Os empresários devem seguir a ética, se destacando como um modelo social justo, capaz de entusiasmar os jovens.

Para Abranches (2008) as várias iniciativas em políticas públicas de maneira integradas possibilitam a mudança de cultura, na qual vai influenciar o desenvolvimento, gerando uma melhor distribuição de renda e minimizando o impacto social. As políticas públicas devem privilegiar ações que gerem não simplesmente um crescimento econômico, pois, se a renda gerada estiver concentrada, continuaremos com o mesmo cenário, ou seja, faltando recursos para as classes menos favorecidas.

3.2. EMPREENDEDORISMO NA VISÃO DA PSICOLÓGIA

A segunda ciência a estudar o empreendedorismo foi à psicologia, pois havia necessidade de ampliar os conhecimentos sobre a motivação e o comportamento humano. Os psicólogos se opuseram às teorias dos economistas, mas acrescentaram uma ampliação das características empreendedoras.

Filion (1998) cita que o termo designado “especialista do comportamento humano” inclui psicólogas, psicanalistas, sociólogos e outros. Um dos precursores foi Max Weber que mostrou o interesse no empreendedorismo. Ele enxergava os empreendedores como pessoas inovadoras, que tem como papel ser líder de negócios. No entanto o autor que contribuiu para o empreendedorismo psicológico foi David C. McClelland.

No geral, o que podemos concluir na perspectiva psicológica do empreendedorismo, é que não esta estabelecida em um perfil científico que nos permita identificar empreendedores com alguma certeza. No entanto, sabe-se o bastante a respeito de características empreendedoras para situá-las devidamente.

3.3. EMPREENDEDORISMO NA REALIDADE BRASILEIRA

Para Dolabela (1999), no Brasil o empreendedorismo está apenas começando, e está alcançando resultados no ensino. O primeiro curso surgiu em 1981, na escola de administração de empresas da Fundação Getúlio Vargas, São Paulo. Era uma disciplina do CEAG - Curso de especialização em administração para graduandos.

A USP – Universidade de São Paulo iniciou o ensino de empreendedorismo em 1984, quando o professor Silvio Aparecido dos Santos introduziu a disciplina no curso de graduação em administração na Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, FEA/USP. Em 1992, a FEA através da fundação instituto de administração oferecia um Programa de Formação de Empreendedores voltada para profissionais da comunidade interessados em abrir empresas.

Em 1995, a UNIFEI – Universidade Federal de Itajubá, em Minas Gerais, criou o GEFEI – Centro empresarial de formação empreendedora de Itajubá, com objetivo de inserir o ensino de empreendedorismo na região.

Em 2001 iniciou-se a disciplina de empreendedorismo na Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas do Sul de Minas (FACESM), sendo em 2002 criado o Núcleo de Empreendedorismo pelo professor Ronaldo Abranches.

No início dos anos 90, o SEBRAE – MG apoiou a criação do GEPE – Grupo de Estudos da Pequena Empresa, no departamento de engenharia de produção da UFMG – Universidade Federal de Minas Gerais, com o objetivo de desenvolver estudos na área de empreendedorismo. Entre as atividades realizadas pelo Gepe, destacou-se o oferecimento de workshops liderado por Louis Jacques Filion. As pesquisas feitas por Filion se transformaram em metodologia de ensino utilizada hoje no Brasil.

Para Dolabela (2003) o empreendedorismo no Brasil deve considerar nossas prioridades, eliminando a exclusão social e confrontando a idéia tradicional do empreendedorismo focado no fazer empresarial, que por ter prioridade no crescimento econômico concentra a renda e não distribui de forma equivalente. Segundo Dolabela (1999) por mais complexo que seja inserir o ensino de empreendedorismo no nível universitário é apenas um começo para a construção de uma nova economia, voltada para empreendimentos.

Conforme Silveira (2008, p.27-28) o Brasil continua com uma taxa de empreendedorismo superior à média dos países observados pela pesquisa Global Entrepreneurship Monitor – GEM (2008), que foi de 10,48%. A média brasileira de 2001 a 2008 é de 12,72% contra a média de outros países de apenas 7,25%. Isso indica que o Brasil é um país de alta capacidade empreendedora e que na média entre 2001 e 2008 o brasileiro é 75,58% mais empreendedor que os outros.

4. EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA

Bolson (2006) diz que a educação empreendedora deve começar desde o ensino fundamental, que através deste será o suporte para o início da mudança cultural. Para ele o ensino de empreendedorismo nestes níveis de conhecimento geraria jovens dotados de mentes mais atentas em oportunidades, com uma visão de futuro mais planejadora.

Friedlaender (2004) menciona que a educação é um dos principais valores com o qual se constrói um país desenvolvido, e tem um papel fundamental em cumprir a alteração do modelo social, oferecendo uma boa formação acadêmica, multidisciplinar e generalista. A preocupação com a educação em todos os níveis para que seja orientada ao desenvolvimento pessoal, despertando nos alunos características que se tornam muito importantes para o sucesso dos futuros profissionais.

Para Filion (2004) falar de empreendedorismo na educação constitui em focar o conhecimento para cada um. Filion ainda ressalva que empreendedorismo pode ser aprendido em qualquer idade, geralmente pela transmissão de valores e por trocas de saber com aqueles que o praticam. Ele ainda comenta que os sistemas escolares devem instaurar uma nova perspectiva, porque parecem inadaptados diante das atuais tendências do mercado de trabalho.

Abranches (2008) menciona que é necessário que o ensino de empreendedorismo seja inserido na grade escolar desde o ensino infantil, como forma de inserir na nossa sociedade a cultura empreendedora. Atualmente o ensino de empreendedorismo só é ensinado nas faculdades, quando os jovens já têm certa opinião formada a respeito de futuro profissional, tornando-se mais difícil a mudança de visão e comportamento. A cultura é algo que vai com o tempo, sedimentando-se no indivíduo, bem como na sociedade onde ele vive à medida que indivíduo e sociedade se interagem, e é transmitida para as gerações futuras. Por isso é tão necessário que a cultura empreendedora seja inserida no ensino fundamental e médio neste país, para que os jovens cheguem às universidades, providos dessa cultura, aptos a agregar novos valores em termos de empreendedorismo, e conseguir aplicá-los na sua vida prática e na sua carreira profissional.

Portanto o que podemos observar é que a educação empreendedora gera uma melhor motivação para aprender, permitindo assim aos estudantes um estilo de vida que implica em aprendizagens contínuas, de forma semelhante ao estilo de vida adotado pelos empresários.

4.1. PEDAGOGIA EMPREENDEDORA

Para Dolabela (2003) a pedagogia empreendedora é uma estratégia didática que desenvolve a capacidade empreendedora de alunos da educação infantil até o nível médio, que utiliza a Teoria Empreendedora dos Sonhos. O objetivo da pedagogia empreendedora é estimular e preparar os alunos para sonhar e buscar a realização do sonho.

Dolabela (2003) ainda ressalta que a educação empreendedora deve começar o mais cedo possível porque diz respeito à cultura, pois esta é mais fácil de induzir ou inibir a capacidade empreendedora.

Para Abranches (2008) deve haver uma constante preocupação em se fazer adaptações da metodologia de ensino à realidade de cada comunidade, tentando trabalhar os conceitos de empreendedorismo dentro de cada realidade como forma de vincular o empreendedorismo de maneira integrada com as demais disciplinas que compõem a grade curricular do ensino médio, com a finalidade de aperfeiçoar o processo de ensino-aprendizagem.

Segundo Dolabela (2003) a pedagogia empreendedora torna o empreendedor capaz de originar novos conhecimentos a partir do conhecimento adquirido durante a vida. Esses conhecimentos abrangem tanto o ambiente de sonho quanto as características do indivíduo, como criatividade e capacidade de inovação.

Abranches (2008, p. 4) afirma que o desenvolvimento da cultura empreendedora ministrada pelo setor educacional (principalmente através do sistema público), tem uma função extremamente importante na redução das diferenças sociais, pois se só capacitarmos alguns privilegiados (como acontece atualmente), estaremos simplesmente intensificando as desigualdades sociais. Promovendo em nossos jovens e crianças um comportamento empreendedor, estaremos fazendo com que cada vez mais atores sociais contribuam com o desenvolvimento sustentável das comunidades, fortalecendo os fluxos econômicos locais, criando outras oportunidades em contra partida ao desaparecimento de garantias existentes antes do efeito da globalização, em que as relações de trabalho estão mudando radicalmente. Nesta aldeia global, somente os que tiverem capacidade empreendedora terão condições e acesso ao sucesso. Experiências e conhecimentos serão usados para desenvolver a criatividade e o auto-conhecimento, avaliando sua relação com o sonho, identificando oportunidades e a definindo o que precisa aprender.

4.2. ANDRAGOGIA EMPREENDEDORA

A junção dos termos (andragogia + empreendedora), ainda não é utilizado, mas proposto por Abranches e Andrade (2009) para programas de desenvolvimento das habilidades empreendedoras em pessoas na faixa etária considerada adulta, onde no ensino-aprendizagem deve ser considerado os conhecimentos prévios dos alunos, relacionando-os com os conhecimentos que serão adquiridos, mostrando que o aluno é capaz de formular hipóteses, fazer análises críticas e tomar decisões. Tendo o professor (mediador) como um apoio, mas, participando ativamente do processo de aprendizagem.

O termo de maneira específica como “andragogia” foi inicialmente utilizado por Alexandre Kapp, professor alemão, para descrever elementos da teoria de Platão. A palavra andragogia deriva das palavras gregas andros (homem) + agein (conduzir) + logos (tratado, ciência), referindo-se à ciência da educação de adultos, em oposição à pedagogia. A

andragogia deve ser entendida como a filosofia a ciência e a técnica da educação de adultos. (LUDOJOSKI, 1972, pg. 24-25).

Knowles (1998, pg. 1-2) menciona que a andragogia é uma idéia inovadora e com muitas controvérsias que difere a maneira de ensinar adultos e crianças. Para ele é a arte e a ciência ajudando os adultos a aprender e compreender o método de aprendizagem dos adultos.

Portanto, quando se menciona o processo de desenvolvimento da cultura empreendedora no ensino superior, as estratégias para um processo eficaz devem considerar os princípios da andragogia e não da pedagogia.

5. A EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA NO CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

O empreendedorismo é de suma importância para a formação de graduandos de todos os cursos, principalmente no curso de administração, pois contribui para que os alunos tenham novas perspectivas sobre o desenvolvimento de instrumentos educacionais, novas empresas e conseqüentemente novos empregos.

Conforme Malheiros (2004) para que o ensino do Empreendedorismo se torne mais eficiente, é preciso adotar metodologias próprias, diferentes das adotadas para o ensino convencional. Nesses termos, é necessário o fundamento de “aprender fazendo”, que utilize técnicas como oficinas, modelagem, estudos de caso, metáforas e dinâmicas. Por isso, também o professor precisa se atualizar, tornando-se muito mais um incentivador e condutor de atividades do que alguém que dita procedimentos padrões. É necessário que também o professor seja empreendedor. Abranches (2008, p. 11) propõe a linha interacionista como estratégia de ensino no desenvolvimento das habilidades empreendedoras a serem utilizada tanto na pedagogia empreendedora, como na andragogia empreendedora.

Dolabela (1999, p. 53) comenta sobre as razões de se ensinar o empreendedorismo. Em primeiro lugar a razão é a cultura onde os valores do nosso ensino não sinalizam para o empreendedorismo. Em segundo lugar predomina-se no ensino profissionalizante e universitário a cultura da grande empresa, não há o hábito de se falar na pequena empresa. Os cursos de Administração, com algumas exceções são voltados para o gerenciamento de uma grande empresa. Em terceiro Dolabela menciona que hoje se exige mesmo para aqueles que vão ser empregados um grau de empreendedorismo, as empresas precisam de colaboradores que saibam atender as necessidades do cliente e identificar oportunidades. Em quarto lugar a razão é a cidadania onde o empreendedor deve ser alguém com alto comprometimento com o meio ambiente e com a comunidade, com forte consciência. A sala de aula é um excelente lugar para a absorção de como ser um empreendedor de sucesso.

Neto e Froes (2002) definem empreendedorismo como uma área da administração de empresas, que enfatiza a criação, a ampliação e a gestão de novas organizações.

Uma pesquisa realizada pelo Global Entrepreneurship Monitor – GEM – em 1999 apontou o empreendedorismo como principal fator de desenvolvimento econômico de um país. Logo se vê que o empreendedorismo é de plena importância para o desenvolvimento econômico do país, dentre os fatores destacam-se:

- Investimento na educação superior, de forma a garantir o aumento auto-sustentado em longo prazo das atividades empreendedoras;
- Criação de disciplinas em empreendedorismo e negócios nas redes de ensino fundamental, médio e universitário.

A Fundação Getúlio Vargas tem como forma de desenvolver o espírito empreendedor dos alunos através da Empresa Junior, onde os alunos prestam consultoria para empresas nas áreas de marketing, finanças e organizações, colocando seu lado empreendedor em prática. Outra forma de desenvolver o empreendedorismo nos graduandos é o fórum de inovação, que

cria diversos fóruns permanentes de excelência setorial a partir de um conceito inovador de parceria, com empresas e setor acadêmico trabalhando juntos. A faculdade também conta com o PIP - programa de iniciação à pesquisa, onde os alunos se relacionam e trocam conhecimentos, visando atitudes colaborativas, incentivadoras e empreendedoras por meio de iniciação científica.

A Universidade de São Paulo (FEA/USP) também utiliza a Empresa Junior como forma de empreendedorismo, esta é vista como uma das mais importantes dentro do país, realizando eventos, feiras e palestras na faculdade. Existe também a Oficina de Empreendedorismo e Desenvolvimento Humano Sustentável onde são propostos planos de negócios para estimular o espírito de liderança, e o trabalho em equipe. A USP conta também com a Iniciação científica, que é uma forma de estimular os alunos a pesquisas e descobertas científicas, melhorando a produção de conhecimento da faculdade como um todo.

A Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, conta com a Empresa Junior que é auxiliada pelo Sebrae e é considerada pioneira no Sul, sendo a mais antiga em Santa Catarina. O GeNESS – Centro de Geração de Novos Empreendimentos em Software e Serviços é uma incubadora de empresas criada pelo departamento de Informática e Estatística da UFSC para gerar mudanças no universitário, mostrando a possibilidade de se tornar empreendedor.

É possível, com a metodologia utilizada pelas universidades, aumentar a conscientização dos alunos a respeito do empreendedorismo, fornecendo as ferramentas para identificar e valorizar suas oportunidades e qualidades, e, fundamentalmente, poder encorajar os alunos a acreditarem em seu potencial, a sonhar alto e realizar sonhos.

A utilização de uma perspectiva transversal no ensino de empreendedorismo é proposto por Abranches (2008, p. 12) como uma transformação da prática pedagógica, pois “rompe” o confinamento da atuação dos professores às atividades. Quando se fala em formação comportamental, há a necessidade da geração de um processo contínuo de pensamentos reflexivos, o que podemos chamar de acumulativos, ou seja, cada professor (muito mais no papel de mediador) que entrar em cena, leva o aprendiz a uma reflexão para ser sensibilizado em acreditar que uma certa atitude será intensamente positiva na construção de sua auto-realização (sucesso), isto proporcionará muito mais eficácia nos objetivos pedagógicos.

No Brasil, o Ministério da Educação como meio de apontar caminhos na formação do administrador, apresenta as diretrizes básicas para o curso de administração, no qual deve ser considerados na construção do projeto político-pedagógico das instituições de ensino superior.

5.1. DIRETRIZES BÁSICAS PARA O CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

De acordo o Ministério da Educação - MEC (2003), as Diretrizes Curriculares Nacionais para o Curso de Graduação em Administração devem refletir uma dinâmica que atenda aos diferentes perfis de desempenho exigido pela sociedade, sempre acompanhadas de novas tecnologias, a exigir contínuas revisões do projeto pedagógico de um curso através de um profissional adaptável e com a suficiente autonomia intelectual e de conhecimento para que se ajuste sempre às necessidades emergentes.

O Projeto Pedagógico do Curso de Administração deve refletir, em sua organização curricular, para a qual a instituição de ensino superior exercitará seu potencial inovador e criativo, com liberdade e flexibilidade, e estabelecerá expressamente as condições para a efetiva conclusão do curso, desde que comprovadas a indispensável integralização curricular e o tempo útil para o curso, de acordo com os seguintes regimes acadêmicos que as Instituições de Ensino Superior adotarem: regime seriado anual; regime seriado semestral; sistema de créditos com matrícula por disciplina ou por módulos acadêmicos, com a adoção de pré-

requisitos, ou outros modelos operacionais que atendam, pelo menos, aos mínimos de dias letivos, ou aos créditos/carga horária atribuídos ao curso.

O Curso de Graduação em Administração deve conter, como perfil desejado do formando, capacitação e aptidão para compreender as questões científicas, técnicas, sociais e econômicas da produção e de seu gerenciamento, observados níveis graduais do processo de tomada de decisão, bem como para desenvolver gerenciamento qualitativo e adequado, revelando a assimilação de novas informações e apresentando flexibilidade intelectual e adaptabilidade contextualizada no trato de situações diversas, presentes ou emergentes, nos vários segmentos do campo de atuação do administrador.

6. ESTUDO DE CASO

6.1. CARACTERÍSTICAS DA UNIFEI – UNIVERSIDADE FEDERAL ITAJUBÁ

A Universidade Federal de Itajubá / UNIFEI, foi fundada em 23 de novembro de 1913. O curso de Administração da UNIFEI foi criado no ano de 1997, disponibilizando anualmente 35 vagas, no horário noturno, tendo como regime de matrícula semestral e com duração de cinco anos no mínimo e oito no máximo. Seu diferencial seria a habilitação em Empreendedorismo e pequenos negócios. Com essa habilitação, a proposta pedagógica do curso foi construída, com padrões ainda não existentes no país.

O curso de Administração com Habilitação em Empreendedorismo e Negócios tem por missão gerar, preservar e difundir, com eficácia, o conhecimento na área de Administração.

6.2. CARACTERÍSTICAS DA FACESM – FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS DO SUL DE MINAS

A Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas do Sul de Minas/FACESM originou-se da Faculdade de Ciências Econômicas do Sul de Minas, foi criada em 1965. A faculdade possui três cursos de graduação: Ciências econômicas, Ciências contábeis e Administração.

Sua estrutura curricular está orientada para gestão de negócios e tecnologia empresarial. A FACESM tem como responsabilidade formar profissionais éticos e tecnicamente preparados para os desafios dos novos tempos, da economia globalizada e das expectativas regionais. Para isso tem mantido um relacionamento muito próximo com o empresariado local e do órgão de classe que apresenta.

Tabela 1. Dados das instituições de ensino

DADOS	UNIFEI	FACESM
Recursos	Federal	Privada (sem fins lucrativos)
Número de alunos	2.200	740
Número de cursos	18	03
Avaliação ENADE	A	B

FONTE: Elaborado pelos autores.

Tabela 2. Dados dos cursos das instituições de ensino

DADOS	UNIFEI	FACESM
Regime	Anual	Anual
Número de vagas	35	100
Início do curso	1997	1998
Tempo médio	05 anos	04 anos

Ênfase	Empreendedorismo e pequenos negócios	Gestão de negócios e tecnologia empresarial
--------	--------------------------------------	---

FONTE: Elaborado pelos autores.

6.3. PROTOCOLO

Com a finalidade de levantar e identificar instrumentos de aprendizagens de formação da cultura empreendedora foi construído um protocolo. Este protocolo foi desenvolvido através da pesquisa bibliográfica apresentada neste trabalho. No levantamento, foi identificado ou não a existência de cada instrumento, e o respectivo nível de maturidade no instante da medição, partindo de quatro hipóteses:

N/E = Não Existe

NI = Nível Inicial

NIN = Nível Intermediário

NA = Nível Avançado

Tabela 3. Protocolo aplicado nas universidades

Formação Empreendedora	UNIFEI				FACESM			
	Estágio de Maturidade				Estágio de Maturidade			
	N/E	NI	NIN	NA	N/E	NI	NIN	NA
Estudo de Caso				X			X	
Dinâmicas de grupo				X			X	
Utilização do Construtivismo				X		X		
Cidadania (meio-ambiente, interação com a comunidade)			X				X	
Empresa Junior				X			X	
Iniciação Científica				X			X	
Programa de Incubadoras de empresas			X				X	
Estímulos à construção de sonhos	X							X
Utilização da transversabilidade				X		X		
Elaboração de planos de negócios				X				X
Seminários				X				X
Oficinas (jogos empresariais)			X				X	
Palestras				X				X
Projetos pedagógicos (perfil empreendedor)				X				X
Feiras de empreendedorismo	X							X
Núcleo de empreendedorismo				X				X

FONTE: Elaborado pelos autores

Evidência Objetiva – UNIFEI:

Estudo de caso: Incluso nas disciplinas de Recursos Humanos, Marketing e Empreendedorismo.

Dinâmicas de grupo: Incluso nas disciplinas de TGO, Empreendedorismo e RH.

Utilização do construtivismo: Incluso no projeto pedagógico do curso

Cidadania (meio-ambiente interação com a comunidade): Incluso no projeto UNIBAIRROS e Bota pra Fazer.

Empresa Júnior: CNPJ - 21.040.001/0001-30

Iniciação Científica: Auxílio da FAPEMIG, CNPQ e PADTEC

Programa de incubadoras de empresas: Programa de pré-incubação dirigido por professores e alunos do curso.

Estímulos à construção de sonhos: Não existe

Utilização da transversabilidade: Projeto de consultoria nas empresas.

Elaboração de plano de negócios: Elaborado do trabalho de conclusão de cursos - TCC

Seminários: VI SEMPRE - Seminário de Empreendedorismo do Sul de Minas

Oficinas (jogos empresariais): Presente nas disciplinas de Marketing, Finanças e Empreendedorismo.

Palestras: Dentro das disciplinas

Projeto pedagógico (Perfil empreendedor): Projeto pedagógico, habilitação do curso

Feiras de empreendedorismo: Participam nas feiras do INATEL, Comércio Exterior e Exportação.

Núcleo de empreendedorismo: GEFEI - Centro Empresarial de Formação Empreendedora de Itajubá.

Evidência Objetiva – FACESM:

Estudo e Caso: Incluso nas disciplinas de Estrutura Organizacional e Processos Administrativos, Recursos Humanos; Teoria Geral de Administração e Administração de produção e logística.

Dinâmicas de grupo: O curso criou um laboratório de jogos de empresas com o objetivo de incentivar e estimular os professores a utilizar este recurso didático-pedagógico. Incluso nas disciplinas de empreendedorismo, Recursos humanos e Estrutura organizacional e processos administrativos.

Utilização do construtivismo: A faculdade promoveu um programa de capacitação para todos os professores, na qual entre os temas trabalhados. Este evento busca facilitar aos professores adequar seus métodos de ensino a esta linha.

Cidadania: Incluso no projeto pedagógico e as iniciativas foram através das disciplinas de Sociologia e ética profissional e empresarial. Para desenvolver a sensibilidade social, foi criado o Núcleo de Responsabilidade social e Cultural que tem por objetivo exatamente trabalhar e promover questões relacionadas com a formação da cultura de cidadania.

Empresa Júnior: Presta serviços na comunidade local atingindo seu objetivo como instrumento de aprendizagem

Iniciação científica: Auxílio da Fapemig

Programa de incubadoras de empresas: A faculdade tem uma pré-incubadora de empresas além de ser apoiadora do sistema de incubação do município.

Estímulos á construção dos sonhos: Logo no primeiro ano do curso, é aplicada uma metodologia para o estímulo a construção dos sonhos.

Utilização da transversalidade: Esta em caráter embrionário, pois a coordenação está construindo juntamente com os professores. No primeiro ano há evidencias de aplicação.

Elaboração do plano de negócios: O aluno inicia já no primeiro ano a fase de consolidação da idéia de negócio.

Seminários: Evidências de seminário no primeiro ano voltado para inovação e criatividade.

Oficinas (jogos empresariais): Evidências no segundo e quarto ano e a faculdade estimula a participação maciça no Desafio Sebrae.

Palestras: Evidências de palestras em vários momentos. Algumas já constam no calendário anual da faculdade.

Projeto pedagógico (perfil empreendedor): o projeto pedagógico evidencia como objetivo a formação empreendedora. Vários instrumentos de formação empreendedora estão definidos no projeto pedagógico.

Feira de Empreendedorismo: a feira de empreendedorismo da faculdade está na sétima edição. O envolvimento no evento é de todo o curso, sendo que cada ano tem uma determinada atividade contemplada no plano de curso de alguma disciplina.

Núcleo de empreendedorismo: é o instrumento que tem promovido grande parte das atividades envolvendo a temática de empreendedorismo.

6.4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

A finalidade deste estudo é responder a pergunta de pesquisa, que procurou investigar se a UNIFEI e a FACESM proporcionam dentro do curso de graduação em administração um ensino de empreendedorismo que forneçam aos alunos o desenvolvimento de características empreendedoras e comportamento criativo e inovador.

Através do protocolo construído através de pesquisa bibliográfica, constata-se que as instituições de ensino superior analisadas utilizam os instrumentos de ensino apontados pelo protocolo, exceto pelos casos de evidência de utilização de estímulos a construção de sonhos e feiras de empreendedorismo na Unifei. Quanto a Facesm, todos os itens foram identificados. Porém, nota-se que o estágio de maturidade dos instrumentos não estão em fase avançada.

Foi observado que existe um potencial de avanço em ambas as instituições, quanto aos níveis de intensidade de utilização dos instrumentos, pois foram observadas iniciativas em algumas disciplinas. Este é um processo árduo que pode ser construído a médio e longo prazo. Portanto, identifica-se que as instituições estão em processo de desenvolvimento.

CONCLUSÃO

Neste artigo procurou-se identificar se as faculdades envolvidas UNIFEI e FACESM proporcionam dentro do curso de graduação em administração um ensino de empreendedorismo que desenvolva nos alunos este tipo de comportamento. Entretanto, não se pode afirmar que tais características sejam garantia de sucesso, mas elas podem proporcionar uma maior disposição para empreender.

A educação empreendedora é importante nas várias disciplinas do curso, apostando em um trabalho interdisciplinar, utilizando a estratégia transversal. Para isso, é fundamental criar instrumentos como identificado nas instituições analisadas, mas principalmente trabalhar o comportamento dos professores, pois são eles que desenvolvem a energia motivadora e aproveitam e criam oportunidades de aprendizagem e vivenciamentos, fazendo de cada espaço da faculdade um laboratório de formação empreendedora. Desta forma é imprescindível que o curso trabalhe com as melhores ferramentas para desenvolver características esperadas.

Podemos concluir que as instituições analisadas estão buscando os vários instrumentos de formação empreendedora, em um processo duradouro que terá sua eficácia aumentada, a partir do aumento do nível de maturidade e envolvimento de todos os atores desta empreitada, onde diretoria, coordenadores, professores e alunos são elementos fundamentais na formação de profissionais administradores empreendedores.

REFERÊNCIAS

ABRANCHES, Ronaldo Sales; ANDRADE, Claudia. **Empreendedorismo e a Construção da Segunda Carreira Como Fator de Responsabilidade Social a ser Discutido Pela Sociedade Brasileira**. V congresso Nacional de Excelência em Gestão. Niterói, 2009.

ABRANCHES, Ronaldo Sales; DAMACENO, Karina. **Empreendedorismo Corporativo: Uma Mudança no Comportamento Organizacional**. II Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia. Rezende – RJ, 2005.

ABRANCHES, Ronaldo Sales. **Empreendedorismo e políticas públicas para o desenvolvimento sustentável**. Conic. 2008.

ABRANCHES, Ronaldo Sales. **Educação Empreendedora**. 2008.

ABRANCHES, Ronaldo Sales. **Construindo Uma Escola Por Toda Vida**.

BERNARDI, Luiz Antonio. **Manual de Empreendedorismo e Gestão**. São Paulo: Editora Atlas, 2003.

BOLSON, Eder. **Educação Empreendedora**. Disponível em http://www.administradores.com.br/artigos/educacao_empreendedora. Acesso em 10/06/2009.

CARLOS, José; ZIMMER, Lauro Ribas. **Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Administração, Bacharelado**. Disponível em <http://portal.mec.gov.br/>. Acesso em 19/06/2009.

CUNHA, Carlos Henrique Berrini da; **A inclusão da Disciplina Empreendedorismo no Curso de Administração Como Disseminadora da Cultura Empreendedora**. Revista da micro e pequena empresa, Campo limpo Paulista, v. 1, n. 2, p. 3-17, 2007.

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

DOLABELA, Fernando. **O Segredo de Luísa**. São Paulo: Cultura Editora, 1999.

DOLABELA, Fernando. **Pedagogia Empreendedora**. São Paulo: Cultura Editora, 2003.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo Corporativo**. Rio de Janeiro: Editora Elsevier, 2003.

_____. **FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS DO SUL DE MINAS**. Disponível em: <http://www.facesm.br/>. Acesso em 19/06/2009.

FIALHO, F. A. P.; MONTIBELLER, G.; MACEDO, M.; MITIDIARI, T. C. **Empreendedorismo na Era do Conhecimento**. Florianópolis: Editora Visual Books, 2007.

FILION, Louis Jacques. **Do Empreendedorismo à Empreendedologia**. Montreal: **Journal of Enterprising Culture**, v.6, 1998.

FILION, Louis Jacques. **Um roteiro para Desenvolver o empreendedorismo**. 2004.

FRIEDLAENDER, Gilda Maria Souza. **Metodologia de ensino-aprendizagem visando o comportamento empreendedor**. Santa Catarina. 2004. Tese de doutorado.

_____. FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS. Disponível em: <http://www.fgv.br/>. Acesso em 20/05/2009.

HISRICH, Robert D., PETERS, Michael P., SEPHERD, Dean A.. **Empreendedorismo**. São Paulo: Editora Bookman, 7ª Edição, 2009.

KNOWLES, Malcom S., HOLTON, Elwood F.III., SWANSON Richard A. **The Adult Learner**. Editora Butterworth – Heineman, 6ª Edição, 2005.

LUDOJOSKI, R. L.. **Andragogia o Educación Del Adulto**. Buenos Aires: Editora Guadalupe, 1972.

MALHEIROS, Rita C. C. **Um minuto de idéias e oportunidades**. Revista Empreendedor, Fevereiro, 2004.

MELO NETO, Francisco de Paula de; FROES, César. **Empreendedorismo Social**. Rio de Janeiro: Editora Qualitymark, 2002.

OLIVEIRA, Silvio Luiz de. **Tratado de Metodologia Científica**. São Paulo, Editora Pioneira, 2002.

SCHMIDT, Carla Maria; CIELO, Ivanete Daga. **Ensino de Empreendedorismo em Administração: Contribuição Para Formação do Perfil Empreendedor**. Artigo aprovado no XI SEMEAD/USP.

_____. UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO. Disponível em: <http://www.usp.br/>. Acesso em 20/05/2009.

_____. UNIVERSIDADE FEDERAL DE ITAJUBÁ. Disponível em: <http://www.administracao.unifei.edu.br/>. Acesso em 19/06/2009.

_____. UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA. Disponível em: <http://www.ufsc.br/>. Acesso em: 20/05/2009.

YIN, Robert k. **Estudo de Caso: Planejamento e Métodos**. Porto Alegre: Editora Bookman, 2ª Edição, 2001.