

ÁREA TEMÁTICA: ENSINO DE ADMINISTRAÇÃO

O ENSINO DE EMPREENDEDORISMO NAS INSTITUIÇÕES PRIVADAS DE ENSINO SUPERIOR DO ESTADO DO PARANÁ.

AUTORES

GERSON ANTONIO MELATTI

Universidade Estadual de Londrina
gmelatti@uel.br

SAULO FABIANO AMÂNCIO VIEIRA

Facesi/PPGA Uninove
saulo@uel.br

Resumo

O empreendedorismo tem se tornado uma importante área para a criação de negócios, sendo que vários países tem realizado ações no sentido de incluir o ensino de empreendedorismo nos currículos do ensino básico e superior como forma de incentivar a educação empreendedora, cientes de que o empreendedor é o elemento que proporciona condições de elevação de emprego e renda. Dentro desse contexto, na última década a formação de empreendedores passou a despertar o interesse das Universidades e começou a ser inserida nos currículos dos cursos de Graduação em Administração. O objetivo do estudo foi conhecer as práticas didático-pedagógicas utilizadas na disciplina de empreendedorismo dos cursos de Graduação em Administração das Instituições Privadas de Ensino Superior do Estado do Paraná. A pesquisa caracteriza-se como exploratória e quantitativa. Os sujeitos de pesquisa foram os coordenadores de cursos e a amostra envolveu 41 (quarenta e uma) Instituições. O requisito para que as mesmas participassem da pesquisa foi a participação no ENADE de 2006. Como resultado ficou evidenciado que o ensino de empreendedorismo está presente de alguma forma nos projetos pedagógicos da maioria das Instituições pesquisadas (mais de 90%) e a práticas didático-pedagógicas utilizadas para isso são bastante diversificadas.

Palavras-chave: Graduação em administração. Ensino de empreendedorismo. Práticas didático-pedagógicas.

The Entrepreneurship Teaching in Higher Education Private Institutions in the State of Paraná

Abstract: Entrepreneurship has become an important area for business development. In this sense, several countries have carried out actions with the purpose of including the entrepreneurship teaching in primary as well as in higher education curricula, as a way of motivating the entrepreneurial education, being aware that the entrepreneur is the element that enables the increase in job vacancies and income. Within this context, in the last decade the entrepreneurs' education arose the interest of Universities and was inserted in the curricula of undergraduate Administration courses. The purpose of this study was to know the didactic-pedagogical practices used in the entrepreneurship discipline of the undergraduate Administration courses of Higher Education Private Institutions in the State of Paraná. The research is characterized as an exploratory and quantitative one. The research subjects were the course coordinators, and the sample involved 41 (forty-one) institutions. The requirement

for participating in the research was having taken part of the ENADE (a test that evaluates undergraduate students) in 2006. As a result, it became evident that the entrepreneurship teaching is present in some way in pedagogical projects of most of the analyzed institutions (more than 90%) and the didactic-pedagogical practices used for this are quite varied.

Key words: Administration undergraduate course. Entrepreneurship teaching. Didactic-pedagogical practices.

1. Introdução

Nas últimas décadas o aumento da concorrência empresarial e a grande utilização de tecnologias nos processos produtivos, transformaram a ordem econômica e social até então existente. Grandes empresas começaram a produzir mais com menor necessidade de mão-de-obra, realizando cortes ou redimensionando seus quadros de pessoal. (DOLABELA, 1999a). Com isso, a geração de empregos passou a ocorrer mais fortemente nas pequenas e médias empresas (PME), cujas criações se constituíram em alternativa de ocupação para grande parcela da população que teve condições de desenvolver seu próprio negócio, seja de maneira formal ou informal (SALES; SOUZA NETO, 2009). É nesse contexto que começa a ser muito difundido no Brasil, especialmente a partir da década de 1990, o conceito de empreendedorismo, trazendo significativas contribuições para o crescimento econômico e desenvolvimento social.

De acordo com Dornelas (2005) diversas pesquisas têm mostrado que nos países onde há apoio e incentivo a novos empreendedores constata-se uma elevação do crescimento econômico e queda da taxa de desemprego. Portanto, o empreendedorismo passa a ser um dos fatores de desenvolvimento da economia e geração de empregos. Dentro desse contexto, o empreendedorismo surge mesmo como um meio para o desenvolvimento econômico e social dos países, gerando empregos e transformando empregados em empreendedores.

Pode-se afirmar que no Brasil o tema ganha popularidade devido à expansão da criação de micro e pequenas empresas e pelo fato do empreendedor brasileiro ter passado a empreender por oportunidade e não mais por necessidade. Com a qualificação dos empreendedores, através de instituições como o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) passou-se a analisar a capacitação de empresários, como forma de reduzir os índices de mortalidade de empresas. (DORNELAS, 2005).

Como uma das conseqüências para a popularidade deste fenômeno destaca-se o número de estudos voltados para o tema nos últimos anos, quando houve um aumento significativo de publicações sobre ensino de empreendedorismo em eventos nacionais como o Enanpad e Egepe, com 13 e 16 publicações respectivamente; e nos periódicos internacionais: *Journal of Business Venturing e Education + Training*, o primeiro com 7 artigos disponibilizados e o segundo com quantidade mais expressiva, 27 publicações (HENRIQUE; CUNHA, 2006).

Apesar das muitas publicações percebe-se nesses estudos resultados que indicam que as IES (Instituições de Ensino Superior) formam empregados; a cultura pedagógica das universidades brasileiras está voltada para alocar o aluno em grandes corporações; o ensino de empreendedorismo no Brasil se mostra em fase de consolidação e formação, entre outros (HENRIQUE; CUNHA, 2006). Diante deste cenário, se faz necessário aprofundar a discussão sobre o ensino de empreendedorismo no ambiente do ensino superior, pois através dessa vertente a sociedade poderá ter condições de se preparar melhor nesse setor, o que poderá resultar em desenvolvimento econômico e social.

O presente trabalho se justifica ao perceber que no Brasil o debate sobre a formação de empreendedores nos Cursos de Administração ainda é recente. Dolabela (1999c) ressalta a importância da criação de uma metodologia de ensino brasileira, ainda assim sem desprezar conquistas alcançadas em outros centros.

Diante disso, este estudo busca identificar de que forma ocorre o ensino de empreendedorismo como atividade integrante dos Projetos Pedagógicos dos Cursos de Graduação em Administração das Instituições Privadas de Ensino Superior do Estado do Paraná. Entre os fatores estudados estão a estrutura da matriz curricular do curso de Administração, as práticas didático-pedagógicas utilizadas para o ensino da disciplina de empreendedorismo e o perfil acadêmico dos coordenadores de curso.

O presente trabalho está estruturado da seguinte maneira: primeiramente apresenta-se a fundamentação teórica sobre o empreendedorismo e sobre a formação empreendedora. Então se faz um breve comentário sobre as instituições de ensino superior do país, seguido da apresentação dos procedimentos metodológicos bem como dos dados coletados nas universidades em estudo. Por fim, apresenta-se a análise comparativa realizada entre os elementos e processos observados nas instituições de ensino pesquisadas.

2. Empreendedorismo: Definição e Abordagens de Estudo

Empreendedorismo é a livre tradução da palavra *entrepreneurship*, utilizada para designar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, suas atividades e seu universo de atuação (DOLABELA, 1999). Percebe-se, assim, que o comportamento do empreendedor é o verdadeiro objeto de estudo dos pesquisadores sobre o tema, os quais são atraídos pela riqueza de características e atitudes observadas nos empreendedores.

Essa variedade de conteúdo e aspectos gerou muitos estudos e pesquisas sobre o tema empreendedorismo, sendo que cada um deles carrega visões e abordagens de diversas áreas do conhecimento. Porém, mesmo após vários anos de pesquisa os estudiosos ainda não chegaram a um consenso sobre as verdadeiras razões que levam alguém a iniciar um empreendimento.

Isso talvez se justifique pelo fato de que os empreendedores não representam um grupo homogêneo e surgem em contextos sociais diferentes e, por isso, os modelos propostos não conseguem abarcar as diferentes formas de operar um negócio e torná-lo bem sucedido. (GUIMARÃES; OLIVEIRA, 2003, p. 2)

Percebe-se que não há limites claros em cada abordagem de estudo sobre o tema, e que cada nova visão traz consigo boa parte do conhecimento obtido em estudos anteriores, com mudanças relativas à época e ao contexto em que foram propostas e estudadas. É possível dizer que três abordagens de estudo nortearam, e continuam orientando, boa parte dos trabalhos sobre o empreendedorismo, sendo bem expressivas em relação aos demais estudos. São elas a abordagem econômica, a comportamental e a sociológica, destacadas no quadro 1:

Abordagem de Estudo	Diretrizes da Teoria	Principais Autores
Econômica	Empreendedores associados à inovação, sendo considerados agentes de mudança responsáveis por impulsionar e manter o sistema capitalista.	Richard Cantillon Jean Baptiste Say Joseph Schumpeter
Comportamental	Os empreendedores possuem características psicológicas que os diferenciam dos administradores comuns.	David McClelland

Sociológica	O empreendedor é fruto de um meio social, e sofre influência de fatores sociais como crença religiosa, amigos, família, história de vida e experiências anteriores no negócio.	Max Weber
-------------	--	-----------

Quadro 1 – Principais Linhas de Estudo do Empreendedorismo

Fonte: os autores

Analisando os dados do quadro 1, é possível dizer que os pesquisadores da perspectiva econômica definem os empreendedores como pessoas que buscam identificar elementos inerentes aos agentes econômicos e destacar seu papel na formulação de processos inovadores em gestão e tecnologia. Esta corrente é defendida por Cantillon, Say e Schumpeter, sendo que para os dois primeiros autores os empreendedores podiam ser vistos como pessoas que corriam riscos. Say fazia distinção entre empreendedores e capitalistas, bem como entre os lucros de cada um e, com isso, começou a associar os empreendedores à inovação, vendo-os como agentes de mudança.

Porém, foi Schumpeter o mais expressivo autor dessa corrente, associando o empreendedor à inovação, e mostrando em sua obra a importância dos empreendedores na explicação do desenvolvimento econômico. Para Schumpeter, o empreendedor além de ser um inovador, é responsável por desenvolver tecnologias que ainda não foram testadas.

Em seguida temos a abordagem comportamental, que encontrou na figura de David McClelland o autor que deu início à contribuição das ciências do comportamento para o empreendedorismo (FILION, 1999). Essa perspectiva trata das responsabilidades individuais na criação e gestão de negócios, tendo como fundamento as características psicológicas e comportamentais dos empreendedores. Depois de McClelland, os comportamentalistas dominaram o campo do empreendedorismo, e entre as características atribuídas por eles aos empreendedores estão a inovação, liderança, criatividade, iniciativa, autoconfiança e necessidade de realização.

Nas teorias de base social, assim como nas anteriores, destaca-se o papel do empreendedor como inovador e criador de negócios, porém, não são as características pessoais do indivíduo que o determinam como empreendedor, mas sim as características sociais do grupo no qual ele está inserido. Max Weber é o principal expoente da abordagem sociológica, afirmando que a escolha da ocupação do indivíduo é decorrente das peculiaridades mentais e espirituais adquiridas do meio ambiente, em especial o tipo de educação recebida pela família. (FERREIRA; GIMENEZ; RAMOS, 2006).

A partir do estudo desses principais teóricos sobre o empreendedorismo, pôde-se chegar a suas atuais definições, onde se destaca que:

Empreendedorismo é o processo de criar algo novo com valor dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as conseqüentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal. (HISRISH; PETERS, 2004, p.29).

A definição acima contempla bem o atual entendimento sobre o empreendedorismo, uma vez que salienta aspectos básicos, apontados por vários estudiosos, como o processo de criação, a exigência de dedicação de tempo e esforço para se criar algo novo e passível de

operacionalização, e as recompensas que se apresentam em função do sucesso do empreendimento.

O empreendedorismo, porém, vai muito além da posição de assumir riscos e receber as recompensas da criação e desenvolvimento do empreendimento. Neste sentido, deve-se registrar a concepção de Filión, importante estudioso do assunto, que ampliou o campo da ação empreendedora ao estabelecer que “um empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões”. (FILION, 1999, p. 19).

2.1 A Educação Empreendedora

O estudo do empreendedorismo como disciplina, com seus processos e metodologias de ensino, é algo relativamente novo na comunidade acadêmica. Isso porque empreendedores são considerados pessoas de destaque na sociedade, com características tão peculiares que por muito tempo foram consideradas como dons. (DORNELAS, 2001).

Pode-se dizer, então, que o aumento do interesse pelos processos e metodologias de ensino do empreendedorismo teve início em estudos que questionavam esse entendimento geral, de que a capacidade empreendedora é habilidade inata ao ser humano.

[...] cada vez mais, acredita-se que o processo empreendedor pode ser ensinado e entendido por qualquer pessoa e que o sucesso é decorrente de uma gama de fatores internos e externos ao negócio, do perfil do empreendedor e de como ele administra as adversidades que encontra no dia-a-dia. (DORNELAS, 2001, p.38)

Devido a essa circunstância, o empreendedorismo como disciplina foi se desenvolvendo e se moldando através de estudos e trabalhos esparsos, elaborados por pesquisadores de diversas áreas do conhecimento, impulsionados pelas necessidades do mercado. Tal situação encontra respaldo em Dolabela (1999), quando afirma que atualmente o mercado exige dos profissionais um alto grau de empreendedorismo, até mesmo daqueles que vão ser empregados, favorecendo o surgimento da vertente do intraempreendedorismo.

Segundo pesquisas de Nassif et al (2009), do total de artigos sobre o empreendedorismo que foram publicados no EGEPE - Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, evento específico da área, e no ENANPAD - Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação em Administração, considerando o período de 2001 a 2008, 17% são referentes ao Ensino e Pesquisa em Empreendedorismo. Embora esse número pareça ser pouco representativo, o percentual representa o segundo tema mais abordado pelos estudiosos, ficando atrás apenas dos 45,5% de trabalhos relativos ao comportamento, perfil e competências do empreendedor.

Percebe-se, assim, que o ensino do empreendedorismo vem ganhando forças no campo acadêmico ao lançar mão de sugestões de práticas e metodologias adequadas ao desenvolvimento da disciplina. Por outro lado, o exercício dessa prática pedagógica favorece o surgimento de análises que indicam que os métodos tradicionais não oferecem suporte suficiente e adequado ao completo aprendizado do empreendedorismo. Isso porque os currículos são normalmente pautados em conteúdos teóricos e limitados à sala de aula, o que pode prejudicar o alinhamento da educação à realidade do mercado.

Tais desafios já foram apresentados por Drucker (1986, p.16), quando afirma categoricamente que “Empreendimento não é nem ciência nem arte. É uma prática”. O que faz com que boa parte da base de conhecimento necessária para a execução de um empreendimento seja definida pelos fins, ou seja, pela própria prática e experiência.

As Instituições de Ensino Superior precisam enfrentar o desafio de aproximar o máximo possível o aluno com o mundo exterior à sala de aula, considerando que o principal aprendizado está na capacidade de sondar o mercado e enxergar oportunidades, conforme estabelece Dolabela (1999):

Pode-se dizer que o melhor ambiente “acadêmico” do aluno-empREENDEDOR é aquele onde se encontram e articulam forças produtivas, econômicas, sociais, políticas. É ali que o aluno vai desenvolver sua percepção do negócio e aprender com os pares. (DOLABELA, 1999, p. 102).

O autor ainda afirma que as metodologias de ensino precisam estimular os alunos a saírem das salas de aula para entender o real funcionamento do mercado e que, quando submetidos a aulas expositivas, precisam entender a teoria através de sua aplicação na prática, com o uso de jogos, casos, estudos de biografias e seminários.

Ferreira, Ramos e Gimenez (2006) afirmam que muitos estudos na área do ensino de empreendedorismo também apontam para a necessidade de aprimoramento dos professores em todos os níveis da educação, a fim de que se construa um ambiente empreendedor que envolva os alunos. Dessa forma, além de boas práticas pedagógicas e de alunos pré-dispostos ao aprendizado, o ensino também necessita de docentes capacitados a instigar e estimular seus alunos no processo de desenvolvimento de habilidades necessárias a um empreendedor.

Considerando-se especificamente a experiência brasileira, pode-se dizer que os cursos de graduação em Administração tradicionalmente “organizam seus currículos visando à formação de profissionais que atuem como gerentes em grandes organizações, esquecendo-se da realidade das pequenas e médias empresas nacionais.” (DOLABELA, 1999, p. 35).

Portanto, a educação tradicional acaba privilegiando a formação de empregados, situação que negligencia o aprendizado do grande desafio que é a capacidade de inovar e de se adequar às tendências e oportunidades mundiais de negócios.

Por fim, é possível dizer que em relação ao conteúdo do ensino de empreendedorismo, que as recomendações convergem ao apontar elementos relacionados às habilidades dos alunos em identificar oportunidades e avaliar negócios, lidar com riscos, incertezas e adquirir conhecimentos técnicos que permitam criar e gerenciar novos negócios. (GUIMARÃES, 2002). Os métodos de ensino mais sugeridos para o ensino de empreendedorismo, portanto, são orientados para a ação e apresentação de idéias, baseados na experiência, e dominados por um caráter vivencial.

2.2 As Instituições de Ensino Superior no Brasil

O Ensino Superior do Brasil, cuja história se iniciou no século XIX, estava fundamentado em dois principais aspectos: o caráter religioso, uma vez que tinha como principal objetivo a formação do clero, e o caráter utilitarista, já que se preocupava apenas com a formação profissional dos alunos. Nos seus primórdios, o modelo de ensino brasileiro era contrário ao ensino de países como Alemanha, Estados Unidos e Inglaterra, cuja formação acadêmica

promovia, além da educação profissional, a formação cultural de seus alunos. (FERREIRA; GIMENEZ; RAMOS, 2006).

Martins (1989) assinala que as primeiras escolas brasileiras eram públicas, buscavam a profissionalização dos alunos, eram independentes umas das outras e ficavam localizadas em grandes centros urbanos. Fica claro que o objetivo das instituições de ensino era preparar os discentes para o mercado de trabalho, orientando-os para a produção e aumento da produtividade. O autor ainda registra que as instituições estavam muito mais voltadas para o ensino do que para a pesquisa.

Tais características influenciaram o sistema brasileiro de ensino como um todo, inclusive os cursos de Administração, que também acabaram por privilegiar a formação de empregados em detrimento à formação de empreendedores. (DOLABELA, 1999). Porém, tal cenário não impediu que ao longo do tempo as Universidades revisassem seus modelos de ensino e suas relações com a sociedade.

Os processos de mudança se iniciaram gradualmente, pautados na evolução de alguns conceitos e objetivos. Intensificou-se o incentivo à atividades de pesquisa e extensão, o que proporcionou melhoria e desenvolvimento para públicos que antes eram deixados fora do alcance das escolas. Encontra-se em Moraes (1986) importante reflexão a respeito do papel da universidade:

[...] ela tem condições de servir à sociedade e participar ativamente da vida, prestando seus serviços de maneira plena e eficaz. Ela deve ensinar, pesquisar e estar sempre voltada para a comunidade. (MORAES, 1986, p. 5).

Percebe-se que o vínculo Universidade-Comunidade começou a ser entendido como vital para o bem estar da população, cabendo às instituições de ensino o papel de suporte ao desenvolvimento econômico e social. Dolabela (1999, p. 36) vai além, pois acredita que “a universidade tem papel de vanguarda [...] lida com corações e mentes das novas gerações e tem uma dispersão geográfica que facilita seu apoio ao desenvolvimento regional”.

Dessa forma, as Instituições de Ensino Superior precisam estar voltadas para a formação de profissionais que, além do conhecimento técnico e teórico, sejam capazes de lidar com os diversos atores da sociedade, como governo, empresas, consumidores e entidades sociais. É justamente nesse ponto que a educação empreendedora parece surgir como solução para o desenvolvimento em vários níveis.

3. Procedimentos Metodológicos

A presente pesquisa caracteriza-se como sendo quantitativa, exploratória e descritiva. Quantitativa, uma vez que se vale do emprego da quantificação utilizada na coleta e no tratamento de informações. Richardson (2008) define o método quantitativo como sendo:

Amplamente utilizado na condução da pesquisa, o método quantitativo representa, em princípio, a intenção de garantir a precisão dos resultados, evitar distorções de análise e interpretação, possibilitando, conseqüentemente, uma margem de segurança quanto às inferências. É freqüentemente aplicado nos estudos descritivos, naqueles que procuram descobrir e classificar a relação entre variáveis, bem como nos que investigam a relação de causalidade entre fenômenos. (RICHARDSON, 2008, p. 70)

Quanto à forma de abordagem do problema este estudo se volta para o campo exploratório, pois vai buscar investigar o ensino de empreendedorismo nos cursos de Administração em instituições privadas, coletando dados ainda não explorados. De acordo com Cooper e Schindler (2003) este tipo de estudo é realizado em áreas de investigação relativamente novas e conseqüentemente vagas, nas quais o pesquisador necessita explorar melhor as variáveis para proceder seus estudos acerca do fenômeno.

Os objetivos do estudo se enquadram como descritivos, já que de acordo com a visão de Oliveira (2004, p. 128), os estudos descritivos “destinam-se a observar, registrar e analisar os fenômenos sem, entretanto, entrar no mérito do seu conteúdo”. Sendo assim, buscou-se descrever os resultados dos questionários aplicados e também conhecer a matriz curricular, as ementas e os programas das disciplinas, com a bibliografia básica utilizada na disciplina de empreendedorismo nos cursos de Administração. Segundo Gil (2002), o objetivo primordial é a descrição das características de determinadas populações ou fenômenos e o questionário e a observação sistemática são as principais fontes de coleta de dados nesse tipo de pesquisa. Como bem destacado por Richardson (2008, p. 71): “os estudos de natureza descritiva propõe-se a investigar o “que é”, ou seja, a descobrir as características de um fenômeno como tal”.

O universo de pesquisa foram as Instituições Privadas de Ensino Superior que possuem o curso de graduação em Administração, sediadas no Estado do Paraná, totalizando 98. Este levantamento (98 instituições) foi feito através de consulta aos endereços eletrônicos do INEP – Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais do Ministério da Educação, em julho de 2009. Cabe ressaltar que foram consideradas apenas as instituições relacionadas pelo MEC/ INEP que tiveram participação na edição do ENADE 2006 (INEP, 2009). Buscou-se realizar o censo, aplicando os questionários nas 98 instituições, porém obteve-se resposta de 41 instituições, representando 41,8 % da população pesquisada. Assim, a apresentação e análise dos dados foram feitas sem o objetivo de representar a realidade de toda a população pesquisada, sendo tais dados válidos apenas mostrar a situação encontrada nas Instituições respondentes.

A coleta de dados foi feita através de um questionário estruturado encaminhado por meio eletrônico aos coordenadores dos cursos de Administração das IES privadas do Estado do Paraná. O questionário, contendo 35 (trinta e cinco) questões mistas, sendo 34 questões fechadas, foi elaborado pelos autores com base no referencial teórico estudado e contempla além dos dados institucionais, informações inerentes ao curso de Administração, perfil do coordenador do curso, ferramentas e metodologias de ensino utilizadas na disciplina e uma questão aberta para considerações que o respondente julgasse pertinentes.

Para validação do questionário foi realizado um pré-teste com três Coordenadores de Cursos. O pré-teste teve o objetivo de identificar erros no instrumento de pesquisa e possíveis dificuldades em respondê-lo. Como não houve sugestões de mudanças, os questionários do pré-teste foram incluídos no banco de dados como questionários respondidos e decidiu-se iniciar a coleta de dados utilizando-se a ferramenta Google Docs para facilitar o processo de resposta. Inicialmente era realizado o contato telefônico com o coordenador do curso e após sua concordância em participar da pesquisa, posteriormente era enviado e-mail com um *link* para que respondesse ao questionário. O envio de e-mails com o instrumento de pesquisa foi iniciado em 17/10/2009 e encerrado em 10/11/2009 e todos os procedimentos de coleta de dados foram realizados no período de 16/10/2009 e 24/11/2009. Os dados foram analisados estatisticamente com o auxílio do software SPSS versão 13.

4. Apresentação e Análise dos Dados

Nesta seção serão apresentados os dados referentes aos coordenadores dos cursos de Administração de IES Privadas do PR, as características da matriz curricular dos cursos e as abordagens didático-pedagógicas utilizadas.

Em relação aos dados dos coordenadores constatou-se que 12% possuem doutorado, 61% são mestres, 22% especialistas e 5% tem graduação. 41% dos coordenadores respondentes tiveram alguma disciplina de empreendedorismo em suas pós-graduações. Verificou-se ainda, que a maioria (59%) dos coordenadores participou ativamente da elaboração da matriz curricular do curso de Administração atualmente sob sua responsabilidade, sendo que 12 (29%) participaram parcialmente e 5 (12%) coordenadores não tiveram participação na elaboração da matriz curricular.

No que se refere à matriz curricular dos cursos observou-se que a última alteração do currículo dos cursos aconteceu entre 2003 e 2009, sendo que a maior parte (24 deles) foi alterada em 2008 e 2009. O período mínimo para integralização da carga horária total do curso é de 4 anos na grande maioria dos cursos, o formato do currículo vigente em 60% das IES e na forma seriada semestral (cada semestre corresponde a uma série) e apenas uma das instituições pesquisada possui um formato de currículo modular.

No levantamento referente a disciplina de empreendedorismo, observou-se que a maior parte dos respondentes considera a disciplina fundamental, sendo que 24 (59%) dos respondentes consideram totalmente fundamental e 12 deles (29%) apenas em parte e 5 (12%) não consideram a disciplina de empreendedorismo como fundamental para o curso de Administração.

Quando interrogados se as características individuais necessárias a um empreendedor podem ser ensinadas através da educação formal, 64% dos respondentes reponderam positivamente, enquanto que 34% avaliaram que isso pode ser ensinado apenas parcialmente e apenas 2%, ou seja, 1 respondente não acredita que essas características possam ser ensinadas por meio da educação formal.

Em relação ao formato da abordagem do tema empreendedorismo na IES (questão que permitia várias respostas), 45% optaram pela presença de uma disciplina específica na grade curricular e 40% optaram pela presença de um conjunto de disciplinas no currículo. O desenvolvimento de atividades isoladas, centro de empreendedorismo e outros são abordagens pouco utilizadas pelas 41 instituições consultadas, representando 15% do total. Normalmente as disciplinas de empreendedorismo são ofertadas de maneira bem diversa, sendo que 23% dos cursos oferecem-nas na 7ª série, 18% na 8ª série, 16% na 4ª série. 90% destas disciplinas são compostas basicamente por carga horária teórica. Em 88% das IES pesquisadas a disciplina de empreendedorismo é obrigatória, e poucas apresentam a disciplina como atividade acadêmica complementar (7%) ou como disciplina optativa (5%).

Em relação as formas de desenvolvimento do empreendedorismo nas IES pesquisadas constatou-se a situação apresentada no gráfico 1.

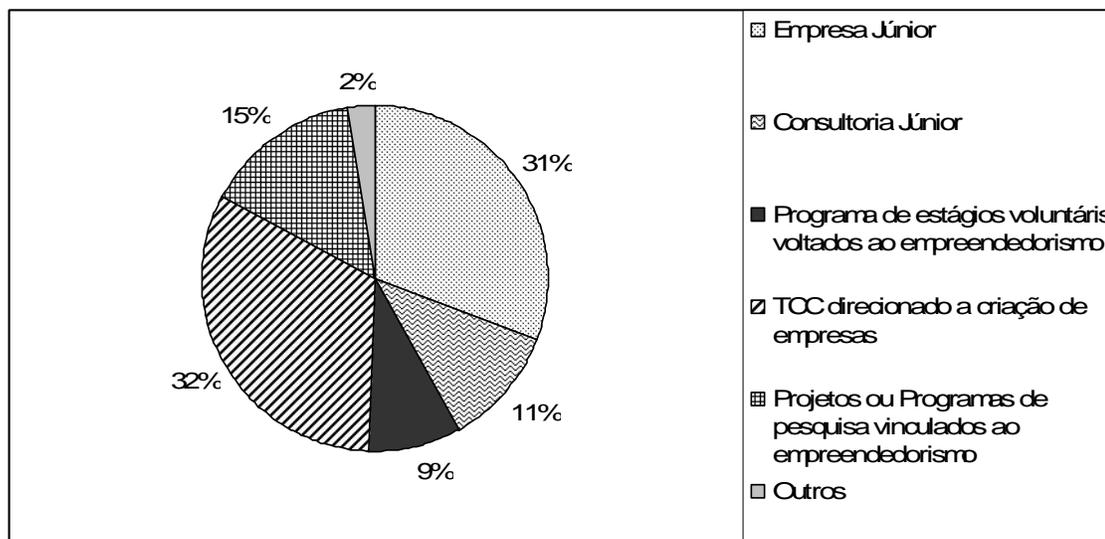


Gráfico 1. – Entidades ou programas de desenvolvimento do empreendedorismo.

Como a questão permitia mais de uma resposta por parte dos coordenadores, retirou-se a média do número de respostas. Nota-se que o TCC direcionado a criação de empresas (32%) e a presença de empresa júnior (31%) são os principais programas relacionados ao empreendedorismo nas 41 instituições consultadas.

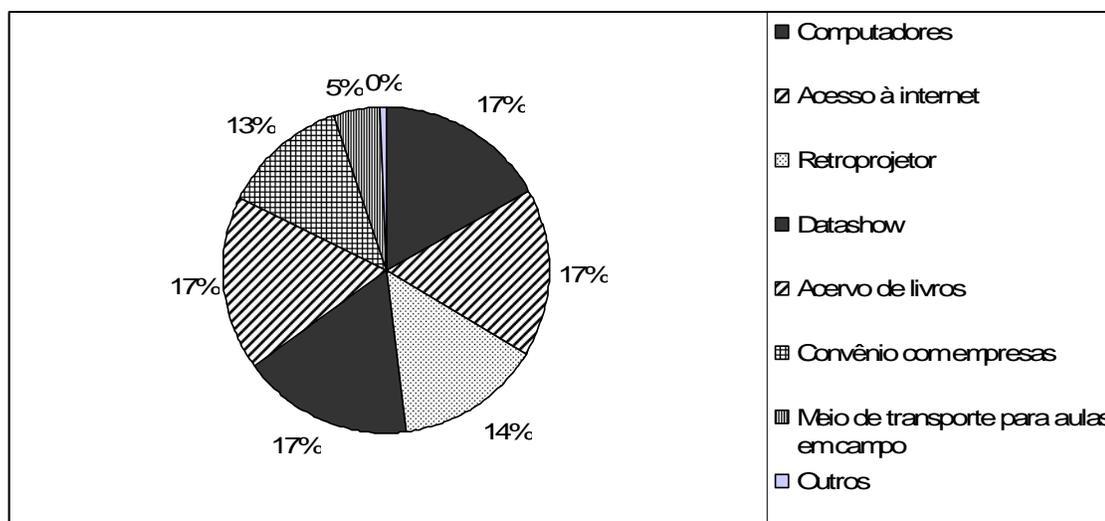


Gráfico 2 – Recursos disponíveis para o ensino de empreendedorismo.

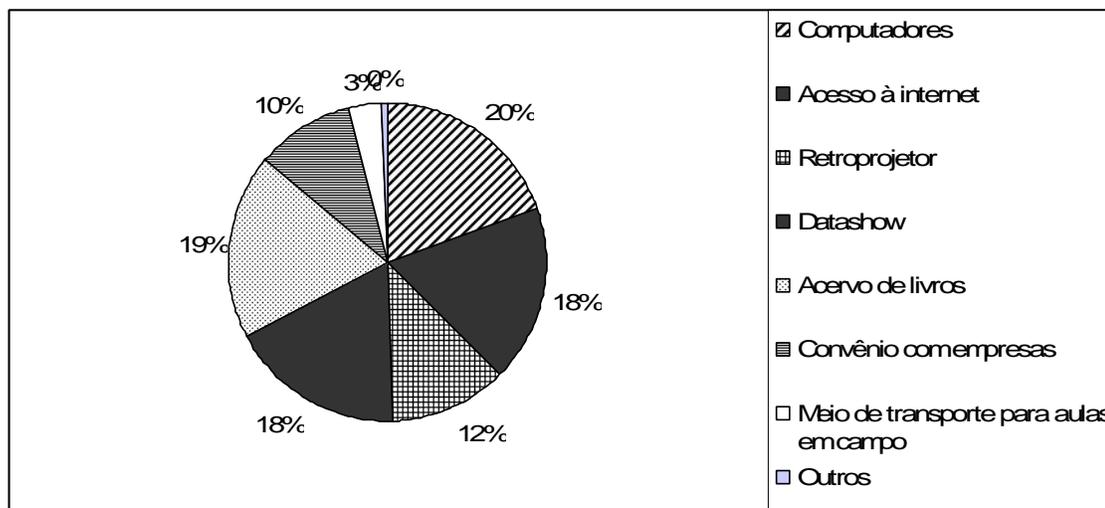


Gráfico 3 – Recursos efetivamente utilizados para o ensino de empreendedorismo.

Analisando-se os gráficos 2 e 3, percebe-se que há pouca variação entre os recursos disponíveis para a disciplina de empreendedorismo e os efetivamente utilizados.

Em relação ao número médio de alunos por sala nas aulas de empreendedorismo, dos 36 coordenadores que responderam a questão, 23 (64%) afirmaram ter até 40 alunos nas aulas de empreendedorismo, enquanto 13 (36%) deles responderam ter acima de 40 alunos por turma. A maioria dos coordenadores (93%) afirmou que o número de alunos por turma não prejudica a proposta de ensino e o nível de dedicação dos docentes, enquanto que 7% avaliaram esse número como inadequado.

Sobre a infra-estrutura da IES para a disciplina de empreendedorismo a maioria (80%) afirmou que a infra-estrutura da sua IES atende completamente às práticas utilizadas pelo(s) docente(s) em sala de aula para o ensino de empreendedorismo. Poucos respondentes (5%) afirmaram que a infra-estrutura não atende a essas práticas, e 15% deles responderam que atende parcialmente. As condições de infra-estrutura consideradas ideais para o ensino de empreendedorismo podem ser observadas nas tabelas 1 e 2, a seguir:

Tabela 1 – Item que a IES não possui, mas o coordenador considera essencial para o desenvolvimento da disciplina de empreendedorismo.

Itens	Frequência
Biblioteca	0
Laboratório de informática	0
Salas de aula em quantidade, tamanho e comodidade adequadas	1
Espaço para o trabalho de empresa júnior	6
Espaço para o centro de empreendedorismo	15
Outros	1
Total	23

Fonte: os autores.

Os resultados mostram que algumas instituições se ressentem de algum item, 23 IES entre as 41, ou seja, houve 23 respondentes que alegaram faltar algum item de infra-estrutura na Universidade. Entre essas 23, uma alega não possuir salas de aula em quantidade, tamanho e comodidade adequados. Espaço para o trabalho de empresa júnior e para o centro de empreendedorismo fazem falta em 6 e 15 IES, respectivamente.

A tabela 2 apresenta as práticas pedagógicas adotadas:

Tabela 2 – Práticas pedagógicas existentes para o ensino de empreendedorismo na IES.

Práticas pedagógicas	Frequência
Aulas expositivas	39
Trabalhos teóricos individuais	32
Trabalhos teóricos em grupo	32
Adoção de livro-texto	14
Exigência de ficha de leitura	06
Aplicação de provas dissertativas	28
Estudos de caso	36
Depoimentos de empreendedores convidados	30
Jogo virtual de empreendedorismo	18
Trabalhos práticos individuais	23
Trabalhos práticos em grupo	33
Palestras com executivos e empresários convidados	34
Apresentação de seminários pelos alunos	33
Visitas as empresas	36
Solicitação de desenvolvimento de produto	20
Elaboração de plano de negócios	34
Atendimento individualizado	18

Fonte: os autores.

Como podem ser vistas na tabela 2, as práticas pedagógicas que mais de 25 coordenadores escolheram foram: aulas expositivas (39), trabalhos teóricos individuais (32), trabalhos teóricos em grupo (32), aplicação de provas dissertativas (28), estudos de caso (36), depoimentos de empreendedores convidados (30), trabalhos práticos em grupo (33), palestras com executivos e empresários convidados (34), apresentação de seminários pelos alunos (33), visitas as empresas (36) e elaboração de plano de negócios (34). Já as práticas menos presentes nas IES pesquisadas foram: adoção de livro-texto (14 coordenadores), exigência de ficha de leitura (6), trabalhos práticos individuais (23), solicitação de desenvolvimento de produto (20) e atendimento individualizado (18).

Foi abordada ainda a realização do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) nas IES. A maioria (83%) dos coordenadores respondeu que em sua IES existe alguma(s) das modalidades (plano de negócio, proposta de criação de empresa ou reciclagem de um negócio) para a elaboração do TCC. Enquanto que 17% deles afirmaram não haver qualquer uma das modalidades citadas. Sobre a forma de realização dos TCCs, a maioria das IES, ou seja, 63% permitem que os alunos façam o TCC apenas individualmente. As IES que permitem grupos de 3 a 4 alunos do curso somam 10 (24%); já 12% não impedem que o TCC seja elaborado em duplas com outro colega do curso e apenas 2% permitem que seja feito em grupos de 3 ou 4 alunos, inclusive de outros cursos. Em 98% das IES existe a composição de

banca examinadora para avaliação do TCC e apenas 2% delas não contam com esse tipo de procedimento. Em apenas 9 IES os coordenadores afirmaram que professores de outros cursos ou de outras instituições participam das bancas examinadoras. Dos 41 coordenadores respondentes, 4 deles (10%) afirmaram que a instituição em que trabalham convida empresários para a avaliação na banca de TCC de seus alunos, e 90% não marcaram essa opção no questionário, ou seja, não ocorre a participação de empresários nas bancas examinadoras nos trabalhos de término de curso dos alunos.

No que tange ao acompanhamento por parte da IES sobre a geração de novos negócios levantou-se que 29% das IES fazem algum acompanhamento, por parte do curso de Administração, quanto ao número de negócios próprios abertos pelos alunos ou egressos recentes, e 71% delas não realizam qualquer tipo de acompanhamento sobre a abertura ou não de empreendimentos por parte de seus egressos.

5. Considerações Finais

Como resultado da pesquisa encontrou-se uma situação avançada quanto ao ensino de empreendedorismo dentro dos cursos de Administração, pois a maioria dos coordenadores (mais de 90%) se mostrou favorável ao ensino de empreendedorismo. Um dos coordenadores ainda relatou que após responder a pesquisa pôde refletir sobre as práticas utilizadas, e afirmou que discutirá com seus pares as formas de melhorar o processo de ensino de empreendedorismo. Situações como esta é que poderão num futuro próximo criar condições de intercâmbio entre as Universidades, coordenadores de cursos e grupos de pesquisa, além da disseminação das experiências que forem bem sucedidas.

Constatou-se, porém, que falta introduzir práticas de vanguarda, que passam pela inovação e criatividade no ensino do empreendedorismo, adicionadas a utilização de jogos e simulações computadorizadas. Assim, espera-se melhorias no processo ensino-aprendizagem resultando numa melhor qualificação profissional do formando.

Ao analisar e comparar as diversas experiências de ensino de empreendedorismo que estão ocorrendo no país, espera-se poder contribuir para a revisão das práticas adotadas nos Cursos de Administração, auxiliando o corpo docente responsável por tais atividades e influenciando na formação dos acadêmicos, que poderão lançar-se à abertura de negócios próprios com maior competência, impactando futuramente a economia regional com geração de emprego e renda.

O trabalho contribuiu para o conhecimento e conseqüente desenvolvimento das práticas didático pedagógicas do ensino de empreendedorismo nas Instituições pesquisadas, servindo também para os coordenadores dos cursos de Administração pesquisados avaliarem como realmente está sendo desenvolvida a disciplina de empreendedorismo nas instituições em que trabalham.

Referências

- COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. **Métodos de pesquisa em administração**. 7º ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.
- DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Cultura, 1999a.
- _____. **O segredo de Luísa**. São Paulo: Picture, 1999b.
- _____. O ensino de empreendedorismo: panorama brasileiro. In: Conferência A universidade formando empreendedores - CNI-IEL. **Anais...** Brasília, 1999c.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
- DORNELAS, José Carlos. **Empreendedorismo**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- DRUCKER, P. **Inovação e espírito empreendedor: práticas e princípios**. São Paulo: Pioneira, 1986.
- FERREIRA, J. M.; RAMOS, S. C.; GIMENEZ, F. A. P; Estudo comparativo das práticas didático pedagógicas do ensino de empreendedorismo em universidades brasileiras e norte-americanas. **Revista Alcance – UNIVALI**, Santa Catarina, v.13, n.2, p. 207-225, maio/ago 2006.
- FERREIRA, P. G. G; MATTOS, P. L. C. L. Empreendedorismo e práticas didáticas nos cursos de graduação em administração: os estudantes levantam o problema. In: ENANPAD. **Anais...** São Paulo, 2003.
- FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v.34, n.2, p.05-28, abr/jun 1999c.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- GUIMARÃES, Liliâne de Oliveira. Empreendedorismo no Currículo dos Cursos de Graduação e Pós-Graduação em Administração: análise da organização didático-pedagógica destas disciplinas em escolas de negócios norte-americanas. In: Encontro Nacional da Associação Nacional dos Cursos de Pós-Graduação em Administração, Atibaia. **Anais...**Atibaia: Enanpad, 2002.
- HENRIQUE, D. C.; CUNHA, S. K. Metodologias, recursos e práticas didático-pedagógicas no ensino de empreendedorismo em cursos de graduação e pós-graduação nacionais e internacionais. In: ENANPAD, 30. **Anais...** Salvador, 2006.
- HISRICH, R. D; Peters, M. P. **Empreendedorismo**. 5ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS. **INEP**. Disponível em: <<http://www.enade2006.inep.gov.br>>. Acesso em: 20 maio 2009.
- MARTINS, Carlos Benedito. **Ensino Superior Brasileiro**. Ed. Brasiliense: 1989.
- MORAES, Irary Novah. O Cérebro e a Universidade. *Jornal da Tarde*, 6 de abril de 1980, p. 5. In:_____. **Perfil da Universidade**. São Paulo: Pioneira: Editora da Universidade de São Paulo, 1986. p. 3-5.
- NASSIF, Vânia Maria Jorge et al. Empreendedorismo: Área em Evolução? Uma Revisão dos Estudos e Artigos Publicados entre 2001 e 2008. In: Encontro Nacional da Associação Nacional dos Cursos de Pós-Graduação em Administração, São Paulo. **Anais...**São Paulo: Enanpad, 2009.
- OLIVEIRA, Silvio L. de. **Tratado de metodologia científica: projetos de pesquisas, TGI, TCC, monografias, dissertações e teses**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.
- RICHARDSON, Roberto J. et al. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- SALES, Alexandre Heleno L.; SOUZA NETO, Silvestre Prado de. **Empreendedorismo: um modelo de liderança para o século XXI**. Disponível em: http://www.fae.edu/publicacoes/pdf/art_cie/art_16.pdf>. Acesso em: setembro, 2009.