

ÁREA TEMÁTICA: ADMINISTRAÇÃO GERAL

DIFUSÃO DA CULTURA EMPREENDEDORA: UMA EXPERIÊNCIA NA UNIVERSIDADE ESTADUAL DO SUDOESTE DA BAHIA - UESB

AUTORAS

ARIADNE SILVA SOUZA SODRE

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO SUDOESTE DA BAHIA - UESB

ariadnesodre@yahoo.com.br

ALMIRALVA FERRAZ GOMES

Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia

podion@uesb.br

RESUMO

O ensino do empreendedorismo, mesmo sendo recente no Brasil, vem a cada dia demonstrando ser de essencial importância como integrante da prática acadêmica. A necessidade de desmitificar a figura do empreendedor, de alertar sobre a fragilidade das micro empresas e a necessidade frente de maior poder produtivo fazem com que a difusão da cultura empreendedora perpassa as teorias da academia, que ainda são breves, para a prática no cotidiano das empresas. Visualizando essas necessidades, surgiu em 2004 o Projeto de Extensão Continuada “Difusão da Cultura Empreendedora”, na Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia – UESB, através do Departamento de Ciências Sociais Aplicadas – DCSA. Os objetivos alcançados com o desenvolvimento do Projeto foram: (i) difundir uma cultura empreendedora através de discussões e reflexões críticas sobre o tema empreendedorismo; (ii) compartilhar experiências e vivências junto a empresários da região e principalmente (iii) estimular os participantes a idealizar um negócio próprio. Este projeto de extensão possibilitou à equipe executora a vinculação da teoria estudada em sala de aula, com a prática vivida através das experiências captadas com o desenvolvimento do Projeto.

ABSTRACT

The teaching of the entrepreneurship, same being recent in Brazil, it comes every day demonstrating to be of essential importance in the academic practice. The need to know the entrepreneur, to alert about the fragility of the small business and the need of larger productive power does with that the diffusion of the entrepreneur culture exceed the theories of the academy to the practice in the daily of the companies. Visualizing those needs, it appeared in 2004 the Project of Extension Continued “Diffusion of the Entrepreneur Culture”, in the Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia — UESB, with support the Departamento de Ciências Sociais Aplicadas — DCSA. The objectives reached with the development of the Project were: (i) to diffuse an entrepreneur culture through discussions and critical reflections on the theme entrepreneurship; (ii) to share experiences with local entrepreneurs (iii) to stimulate the participants to idealize an own business. This extension project made possible to the executive team the linking of the theory studied in class room, with the practice lived through the experiences captured with the development of the Project.

PALAVRAS-CHAVE

Empreendedorismo; Cultura Empreendedora; Extensão Universitária.

DIFUSÃO DA CULTURA EMPREENDEDORA: UMA EXPERIÊNCIA NA UNIVERSIDADE ESTADUAL DO SUDOESTE DA BAHIA - UESB

1 – PALAVRAS INICIAIS

O processo de formação de empreendedores encontra muitas barreiras até mesmo em países como Estados Unidos e Canadá que já investem, há décadas, em um processo formal de aprendizagem do empreendedorismo. Essa formação defronta-se com o senso comum de que a característica empreendedora é inata ao ser humano e, portanto, apenas uma minoria privilegiada estaria destinada a ser empreendedora. Porém, vários são os estudos buscando desenvolver teoria que oriente a formação de empreendedores no mundo moderno devido à necessidade de preparar pessoas pró-ativas que aprendam a agir e pensar por conta própria, com criticidade, criatividade, liderança e visão de futuro.

Há uma requisição crescente, principalmente no mundo atual, de uma mudança no perfil dos gestores organizacionais. As transformações, que estão cada vez mais constantes e rápidas, vêm forçando as organizações a buscarem competências e condições para que elas não só sobrevivam, mas também sejam sustentáveis. Isso leva a consciência da necessidade de formar pessoas disseminadoras de inovação — característica essa considerada básica para a formação de empreendedores de acordo com inúmeros estudiosos do assunto (SCHUMPETER, 1982; DRUCKER, 1987; DEGEN, 1989; FILION, 1999; DOLABELA, 1999; FORMICA, 2000; PAULA, CERQUEIRA e ALBUQUERQUE, 2000; DORNELAS, 2001).

A partir do início da década 1980, no Brasil e em outros países do mundo, o avanço científico e tecnológico fez surgir novas técnicas, processos e métodos que passaram a ser utilizados pelas grandes empresas com certa intensidade. Com a automação dos escritórios e dos processos produtivos nas fábricas, houve uma crescente eliminação de empregos. Concomitante, o surgimento e a adoção de novos modelos gerenciais deram ensejo a novas práticas de administração nas empresas, como a de “enxugamento de estruturas” e contribuíram para a eliminação de postos de trabalho na hierarquia das empresas, reduzindo a oferta de emprego. Para Filion (2000), ao menos uma pessoa em cada duas deverá aprender a assumir o papel de empreendedora se ela pretende encontrar emprego. Com esse argumento, o autor justifica seu *know-how* e capacidade de formar atores em empreendedores. A variedade desses atores, empreendedores em crescimento, trabalhadores autônomos, proprietários-dirigentes de pequena e micro empresa e outros, necessitam de abordagens variadas e ajustadas a cada um desses segmentos. (FILION, 2000) Assim, o trabalho de Dolabela (1999) também desperta para a realidade de que, num mundo sem empregos, é essencial apresentar uma alternativa aos jovens, estimulando neles o espírito empreendedor e dando-lhes instrumentos para encontrar seu lugar no mercado.

Mediante esse cenário, onde há uma necessidade urgente de competências empreendedoras para que as pessoas estejam mais preparadas para se inserirem no mundo do trabalho, e de que essas competências possam ser desenvolvidas em um ambiente propício, cabe à universidade mais esse papel: o da disseminação da cultura empreendedora. Nos Estados Unidos, segundo

Brockhaus (2000), praticamente todas as instituições de ensino superior apresentam em seus currículos cursos voltados para implantação e gestão de negócios, ou seja, para o empreendedorismo. A explicação para isso talvez seria dada pela necessidade, cada vez maior, de se enfrentar o risco, a incerteza, e ser a inovação o tema nuclear do desenvolvimento das organizações. Brockhaus (2000) chega a apontar o investimento na formação empreendedora e o incentivo à inovação como grandes responsáveis pelo desenvolvimento dos Estados Unidos.

Mesmo com esses estudos e com notório reconhecimento de que o empreendedorismo não é simplesmente um modismo, ele ainda é um campo de estudo emergente, não existindo, ainda, uma teoria consolidada a respeito do tema. Tudo está em criação, inclusive a própria definição e, especialmente, uma metodologia para o desenvolvimento dessa competência que envolve bem mais do que a aquisição de conhecimentos, mas o aprender a apreender, a ser, a fazer e, principalmente a conviver (FILION, 1991, 1993). Nesse sentido, um dos maiores desafios da universidade é proporcionar ao discente o desenvolvimento de *uma relação pró-ativa com o aprendizado* (FILION, 2000). Para isso é necessário um conjunto de inter-relações estimulantes entre a razão, à intuição e a imaginação.

De acordo com a importância da universidade, considerando que ela deve possuir um espaço que proporcione aos estudantes competências possibilitadoras de sua inserção no mundo do trabalho, é que este artigo se propõe a não só apresentar o resultado da experiência da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia — UESB — através do Projeto de Extensão Continuada “Difusão da Cultura Empreendedora” que foi executado pelo NEPAAD — Núcleo de Estudos em Ciências Sociais Aplicadas — como também de provocar algumas reflexões a respeito do tema empreendedorismo.

2 – REFLEXÕES SOBRE EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo, por apresentar-se como um fenômeno no mundo atual, tem sido alvo crescente de estudos e pesquisas em diferentes áreas e pode-se constatar que parte dos trabalhos produzidos é orientada por interesses diversos, nem sempre de natureza acadêmica. Sua origem e significado, já no início do século XIX, são atribuídos a alguns dos estudiosos sobre desenvolvimento econômico. Mas o tema só ganhou espaço e distinção após a década de 1920, com os estudos de Joseph A. Schumpeter, economista austríaco, ao conferir ao empreendedor o papel de *impulsionador da economia capitalista*.

De acordo com a visão de Schumpeter (1982), o empreendedor ou empresário inovador é visto como um *motor da economia*, um agente de inovações e mudanças, capaz de desencadear o crescimento econômico. Por isso, o empreendedor desenvolve um papel relevante, pois leva a crer que comunidades, através da atividade empreendedora, podem ter a iniciativa de liderar e coordenar seus esforços no sentido do seu próprio crescimento econômico. A partir dessa visão, acredita-se com isso ser possível alterar a curva de estagnação econômica e social através da indução de atividades inovadoras, capazes de agregar valores econômicos e sociais (DOLABELA, 1999).

A força e a proporção que os estudos sobre o tema empreendedorismo tomaram nos últimos anos é surpreendente. Sob diferentes interpretações e formas de expressão de *ser empreendedor*, em diversas áreas de conhecimentos tem-se procurado explicar e justificar o papel do empreendedor na sociedade contemporânea. Segundo Filion (1999), o campo do empreendedorismo cresceu a ponto de espalhar-se através das ciências humanas e gerenciais.

É relativamente recente o ensino da arte de empreender em universidades. Fazendo um panorama mundial, em 1947, a Harvard Business School criou o primeiro curso sobre gerenciamento de pequenas empresas. Cinco anos após, Peter Drucker lecionou um curso sobre empreendedorismo e inovação na New York University. Em 1956, numa conferência promovida pela University of Colorado sobre desenvolvimento de pequenos negócios, surgiu o ICBS (International Council for Small Business), a maior associação voltada para a pesquisa de empreendedorismo até então. Já em 1978, o Babson College de Boston, um dos maiores centros de formação de empreendedores no mundo, visando premiar empreendedores de “classe mundial”, instituiu a Academy of Distinguished Entrepreneurs, que se tornou um protótipo para outros prêmios, como o Entrepreneur of the Year Awards da Ernst & Young, hoje com uma versão brasileira. Pode-se dizer que houve um crescimento vertiginoso do ensino de empreendedorismo nas instituições de ensino superior nos últimos 30 anos. Só nos Estados Unidos o número de universidades que oferecem cursos na área subiu de 10 em 1967 para 1.064 em 1998. (DOLABELA, 1999).

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

O Serviço de Apoio à Micro e Pequena Empresa — SEBRAE — aparece no cenário nacional, a partir de 1990, como ator de importância na promoção da disseminação da cultura empreendedora, dando apoio a FEA/USP para a criação do Programa de Formação de Empreendedores. A Universidade de Santa Catarina cria a Escola de Novos Empreendedores. No Departamento de Informática da Universidade Federal de Pernambuco nasce o Centro de Estudos e Sistemas Avançados do Recife. É instituído o Centro Empresarial de Formação Empreendedora na Escola Federal de Engenharia de Itajubá. Em 1996, várias disciplinas de empreendedorismo foram ofertadas em universidades brasileiras, tais como Inovação e Ação Empreendedora, na PUC do Rio de Janeiro; Atividade Empresarial e Empreendimento em Informática, na Escola de Empreendedores do Centro de Apoio ao Desenvolvimento Tecnológico da Universidade de Brasília e Empreendedorismo e Administração Brasileira na Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB).

Essa é a trajetória da implementação da cultura do empreendedorismo nas universidades brasileiras, até os dias de hoje. Atualmente, são vários os movimentos nacionais para a disseminação da cultura empreendedora. O Núcleo de Estudos em Ciências Sociais Aplicadas — NEPAAD — através do Departamento de Ciências Sociais Aplicadas — DCSA — e o Centro de Empreendedorismo e Desenvolvimento do Sudoeste — CEDS — da UESB vem desenvolvendo atividades, nesse sentido, entre elas a oferta de oficinas e palestras que se propõem a desenvolver competências empreendedoras através do Projeto de Extensão Continuada “Difusão da Cultura Empreendedora”.

Percebe-se no Brasil que o ensino do empreendedorismo vai deixando aos poucos sua fase embrionária e se consolidando como disciplina nos principais centros de graduação voltados

para estudos administrativos. As informações acima mostram que a incorporação do empreendedorismo como disciplina nos cursos de graduação e pós-graduação é uma realidade nos principais centros acadêmicos do país.

Muitos acreditam que vivemos em uma época onde a prática empreendedora apresenta-se de forma imperativa, quase que como uma saída para driblar as condições de desigualdade imposta pela sociedade. Neste contexto, muitos estudos foram e estão sendo feitos no intuito de conhecer os motivos que levaram algumas nações a se tornarem mais promissoras por terem incentivado e apoiado o empreendedorismo.

Esta situação é emblemática especialmente no Brasil. Possuímos uma tradição de formar executivos e não empreendedores. Com esta nova Era, muitos problemas vieram à tona, pois nem os jovens em busca de oportunidades, nem o mercado, e muito menos as escolas de ensino de administração estão preparados para as exigências do ambiente. O ensino da administração era voltado especificamente para formar profissionais para gerir grandes empresas e não para criá-las. Até o governo foi pego de surpresa. Talvez devido a isso, temos as piores condições de prática de negócios de todo o mundo: grande burocracia para abertura de empresas, dificuldades na captação de créditos, alta carga tributária e sistema trabalhista extremamente rígido.

Segundo Dornelas (2001, p. 15) “*o empreendedor é aquele que faz as coisas acontecerem, se antecipa aos fatos e tem uma visão futura da organização*”. A partir deste pensamento, percebe-se que com a propagação de indivíduos com esse perfil, as chances de crescimento e desenvolvimento social são bem maiores. Com a prática do empreendedorismo, o impacto de geração de riquezas não fica somente sob responsabilidade do ente público, e sim passa a ter uma grande concentração no mercado. Esta é uma saída muito interessante para o país que busca seu fortalecimento junto aos investidores externos e ao mercado.

O ensino do empreendedorismo no Brasil busca essencialmente reduzir a mortalidade das empresas emergentes. Os índices negativos, publicados pelo SEBRAE nos últimos anos, fortalece a tese de que não temos a cultura do planejamento. Esse é o principal motivo da mortandade nos negócios geridos por ex-funcionários de grandes empresas, que investiram suas indenizações em busca de situação financeira estável e equilíbrio estrutural. Mas por não estarem preparados para aquela nova prática, se depararam com a perda total de suas economias.

O empreendedor de sucesso leva consigo ainda uma característica singular, que é o fato de conhecer como poucos o negócio em que atua, o que leva tempo e requer experiência. Talvez esse seja um dos motivos que levam à falência empresas criadas por jovens entusiasmados, mas sem o devido preparo. (DORNELAS, 2001, p.33).

O papel do empreendedor, segundo Dolabela (1999, p. 28) é reconhecido como o “*motor da economia*”, como um agente de mudanças. Ele vai mais adiante quando admite que a este indivíduo é facultado o poder de convencer as pessoas a realizarem os seus sonhos através da certeza inerente de que faz a diferença no mundo.

Mediante todas estas conceituações é comum a dúvida de que qualquer ser humano pode se transformar em empreendedor. E esse ponto básico se refere consideravelmente à cultura e às possibilidades ofertadas pela sociedade no intuito de oferecer um ambiente favorável para o

desenvolvimento de profissionais deste gabarito. Existe a necessidade de desmitificar o personagem empreendedor. Ele não é um ser escolhido pela divindade, e nem com poderes extraterrenos. Simplesmente foi educado com o intuito de planejar, visualizar o futuro, traçar metas e não apenas cumprir rotinas. Tudo é uma questão de preparo e educação. Por isso, a maioria dos autores que tratam do tema defende a idéia de que qualquer pessoa pode se tornar empreendedora.

A capacidade criativa de identificar e aproveitar uma oportunidade vêm depois de dez anos de experiência, tempo que conduz a um reconhecimento de padrões. O empreendedor se faz através da acumulação das habilidades, do know-how, experiência e contatos em um período de alguns anos. É possível alguém aprender a ser empreendedor. (DOLABELA, 1999, p. 78).

É facilmente verificada a necessidade de se difundir uma cultura empreendedora entre as micro e pequenas empresas brasileiras — empresas estas que possuem um grande papel econômico e social, pois estão presentes em todo o território nacional gerando emprego e renda. Praticamente todos os índices de maior relevância, quando tratam da mortalidade precoce desses estabelecimentos, dizem respeito à não presença de empreendedores, como (i) não gerenciamento da qualidade; (ii) não avaliação da produtividade; (iii) não utilização do planejamento; (iv) inexistência de recursos de informática, entre outros. Isso reforça a necessidade de se investir na formação de empreendedores.

Dessa forma, e considerando a importância da pequena empresa e do empreendedor na promoção do desenvolvimento de uma sociedade e ainda observando a forte crise de emprego que afeta a todos, que a Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia através do DCSA e do NEPAAD promoveu palestras e ofereceu oficinas em caráter de extensão à comunidade de Vitória da Conquista-Ba.

3 - A UNIVERSIDADE E A EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA

A Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia — UESB — por ser responsável por este projeto, já que a mesma possibilitou as condições básicas para seu funcionamento, vem atender o ideal de instituição pregado por Pereira (2004, p. 235) quando afirma que “o papel da educação superior deve ser o de formadora legítima de agentes de transformação econômica e social”. Através da possibilidade da oferta de projetos de extensão, a mudança na comunidade se faz possível. Pereira (2004) ainda demonstra que a finalidade básica da educação superior é desenvolver o espírito científico e o pensamento reflexivo, com o intuito de formar profissionais para atuar em diversas áreas, incentivando a pesquisa, estimulando o conhecimento dos problemas do mundo atual, prestando serviços e promovendo atividades de extensão abertas à participação da comunidade.

Odebrecht (1998, p. 68) ratifica a posição de Pereira (2004) quando afirma que a “universidade é um lugar de geração, aquisição e aperfeiçoamento de conhecimentos”. Neste íterim, percebe-se que muitas instituições de educação superior não estão se configurando sob esta ótica. Elas não devem portar-se buscando seu alijamento com a sociedade. A possibilidade da extensão é, sobretudo, válida para quebrar o preconceito e a resistência muitas vezes construídos pela comunidade.

É possibilitado pela extensão universitária a integração entre a Universidade e a Comunidade, já que aquela se credencia como um espaço privilegiado de geração de conhecimentos, podendo repassar a esta, sob forma de ensino, prática e pesquisa, novas concepções e ações que podem levar ao desenvolvimento de ambas. Esta troca de informações e conhecimento é um dos itens de maior importância, já que há repasse de influências entre a universidade e a sociedade.

Dessa forma, a extensão pode ser considerada indispensável na formação do aluno, na qualificação do professor e no intercâmbio com a sociedade, implicando em relações multi, inter e transdisciplinares, além da possibilidade de ser interprofissional. Logo, é buscando cumprir seu papel como geradora e difusora de conhecimento que a UESB se propôs, através do NEPAAD e DCSA, executar um projeto de extensão junto à comunidade local voltado para a difusão da cultura empreendedora.

4 – O PROJETO DIFUSÃO DA CULTURA EMPREENDEDORA

Foi realizado na Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB), com intermédio do NEPAAD e apoio do DCSA, um projeto de extensão continuado intitulado “Difusão da Cultura Empreendedora”. Objetivando sensibilizar a comunidade, inicialmente, foi promovida uma palestra (“Fases do Empreendedorismo”) que contou com a participação de cerca de 400 pessoas (estudantes, professores, pesquisadores, empresários, etc.). Nesse evento, compareceram professores e pesquisadores de várias instituições que tentaram expor as diversas faces que o empreendedorismo pode apresentar. Daí lançou-se a Oficina “Tardes Empreendedorais”.

A Oficina aconteceu ao longo do segundo semestre de 2004 nos finais de tarde (objetivava-se criar um espaço para reflexão e amadurecimento de idéias empreendedoras na agenda daqueles que desejavam criar um negócio próprio). O Projeto contou com a participação de quinze estudantes (graduandos, mestrandos, etc.) de diversos cursos da cidade de Vitória da Conquista, Região Sudoeste da Bahia. Os encontros periódicos nos finais de tarde visavam à reflexão, o debate e a leitura de textos sobre o tema empreendedorismo. Nesses encontros, era dada ao grupo a oportunidade de questionar sobre o mercado de trabalho, e formular proposições que poderiam ser utilizadas em uma eventual formação de empresa. Assim, pode-se dizer que a metodologia do trabalho baseou-se, principalmente, na participação dialogada dos participantes da oficina a partir de leituras não só de textos teóricos como leituras da realidade. Esta oficina tinha como principal objetivo difundir a cultura empreendedora. Seus objetivos específicos eram: (i) promover discussões e reflexões críticas sobre o tema empreendedorismo; (ii) compartilhar experiências e vivências junto a empreendedores da região; (iii) estimular os participantes a idealizar um negócio próprio; (iv) aprender a utilizar os aplicativos de alguns *softwares* voltados para elaboração de plano de negócio; (v) elaborar um plano de negócio (nos casos possíveis).

Houve também visitas de empreendedores da cidade, buscando uma correlação com as teorias discutidas. Elas se fizeram necessárias principalmente para desmitificar o papel e a prática do empreendedor, provando ser possível a qualquer um obter sucesso em sua jornada. A questão da abertura de um negócio próprio no Brasil obedece a particularidades inerentes a um ambiente predominantemente informal e avesso ao empreendedorismo, por conta da alta carga tributária, do sistema trabalhista rígido e da indisponibilidade de créditos financeiros. Analisando todas estas dificuldades, juntamente com a troca de experiências de muitos que já possuíam uma prática no ramo, foi possível transgredir a análise feita normalmente no mundo

acadêmico. As experiências perpassadas no Projeto foram além das vivenciadas na faculdade, pois um outro mundo foi descoberto: um mundo prático, objetivo e cheio de desafios. Logo, alguns momentos de intenso aproveitamento deram-se por meio do compartilhamento de experiências, pois o grupo se mostrava diverso em prática de vida profissional. Instantes foram criados e aproveitados utilizando-se o enriquecedor exercício do debate aberto, sob a espreita da liberdade de pensamento.

O desenvolvimento do projeto deu-se através de encontros com os participantes, onde foram analisados textos de escritores renomados na área, bem como a discussão do mercado empresarial local e brasileiro. A utilização da reflexão foi amplamente utilizada, já que a partir deste recurso, análises críticas foram feitas, bem como tentativas de sanar problemas. Um recurso que se apresentou como muito útil ao desenvolvimento dos trabalhos foi a disponibilidade de computadores para pesquisa no Laboratório (local onde aconteceram as reuniões). A Internet revelou seu grande potencial de navegação além das fronteiras locais. Pesquisas pela *www (world wide web)* permitiram verdadeiras viagens pelo mundo. Idéias foram criadas, alimentadas, revistas e sucumbidas a partir destas pesquisas.

Com esta temática, os participantes perceberam o quanto é importante a análise, a discussão e o planejamento no que se refere à prática empresarial. Esta vivência foi, de certa forma, antagônica em relação ao que acontece comumente aos empresários brasileiros, já que os mesmos reagem através da impulsão, sem premeditação das decisões.

Através dos encontros, todos aqueles que vislumbravam a possibilidade de montar um negócio próprio perceberam o quão importante é a reflexão (antecipada) da rotina de seu negócio. Descobriram também que as dificuldades do dia-a-dia do empresário muitas vezes podem ser neutralizadas se for realizado um bom plano de negócio. Através desta ferramenta muitos retoques podem ser realizados, e também muitas situações podem ser antecipadas, minimizando-se prejuízos futuros.

Mediante estas atividades, o grupo também construiu alguns planos de negócios (individuais e em equipes). Essa construção se deu em um momento de maior maturidade, pois foi possibilitado pelas discussões e vivências anteriores. Ao final do projeto, houve a apresentação destes planos de empresas, muitas com reais possibilidades de formação. Mesmo quando estes se mostraram inviáveis, o saldo foi positivo já que se constataram problemas que seriam resolvidos a partir dali, e não com a empresa formada.

A necessidade de formar pessoas com competência empreendedora reforçou a importância da implantação do Projeto. Não que uma palestra de uma noite e uma oficina de 75 horas seja suficiente para tornar um indivíduo empreendedor, mas o projeto abriu uma pequena brecha para a introdução no espaço acadêmico de discussões e experiências ligadas ao mundo do empreendedorismo. Como foi visto, o empreendedorismo é um campo de estudo emergente e novo, não existindo, ainda, uma teoria consolidada a respeito dele. Tudo está em criação, inclusive a própria conceituação e, especialmente, uma metodologia para o desenvolvimento dessa competência que envolve bem mais do que a aquisição de conhecimentos, mas o aprender a aprender, a ser, a fazer e, principalmente, a conviver. Nesse sentido, um dos maiores desafios da universidade é proporcionar que o aluno desenvolva uma relação pró-ativa com o aprendizado (FILION, 2000).

5 – CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como o ensino de empreendedorismo no Brasil é um fenômeno recente, é comum o questionamento: pode alguém aprender a ser empreendedor? Num século dominado pelo paradigma do emprego, é natural que esta pergunta houvesse emergido há apenas vinte anos, quando o empreendedorismo passou a fazer parte da grade curricular acadêmica. Assim como Fayol mostrou ser possível ensinar os princípios da administração, a arte de empreender deixou de ser considerada um dom e hoje o empreendedorismo é uma disciplina que apresenta modelos, processos, base teórica, estudos de caso e um alto nível de convergência interdisciplinar. A relevância da habilidade de empreender permite que o tema seja propagado e ensinado em várias áreas de formação profissional que exijam a capacidade de criação e de ajustes frente às mudanças aceleradas do ambiente.

Através do desenvolvimento de políticas e projetos como forma de resposta às demandas sociais, políticas e econômicas de uma sociedade, há a necessidade de atores que possuam um comportamento empreendedor. Portanto, a implementação de cursos e atividades voltados para o empreendedorismo justifica-se pela crescente conscientização e tomada de posição por parte das universidades no sentido de proporcionar aos estudantes competências que possibilitem, não só a sua inserção no mundo do trabalho, como, também, a sua sobrevivência em uma sociedade altamente competitiva.

O desenvolvimento e até mesmo a sobrevivência das organizações no atual contexto de incertezas e desafios, depende, em grande parte, da formação e da capacitação de seus atores. Assim, a universidade também tem o papel de desenvolver o perfil empreendedor e capacitar o aluno para que crie, conduza e implemente o processo criativo de elaborar novos planos de vida, de trabalho, de estudo, de negócios, sendo, com isso, responsável pelo seu próprio desenvolvimento e o de sua organização. Sob essa perspectiva, ao disseminar a cultura do empreendedorismo está sendo criado um novo comportamento, individual e organizacional.

Assim, a sociedade necessita urgentemente de atores que sejam capazes de imaginar situações e cenários nos quais se criarão e implementarão projetos, bem como as alternativas para que os mesmos se organizem. Possibilitando, dessa forma, que, passo a passo, a realidade organizacional seja reconstruída para atender não só as demandas, mas as exigências do contexto. O Projeto “Difusão da Cultura Empreendedora” desenvolvido pela UESB não tem a pretensão de ter formado esses atores e agentes de mudanças, entretanto, acredita ter levantado a questão sobre a importância da disseminação do espírito empreendedor e do papel da universidade enquanto colaboradora para o desenvolvimento do empreendedor, pois a Universidade deve buscar a integração escola-empresa.

Mesmo considerando suas ações a respeito de empreendedorismo tímidas e deficientes, tendo em vista o seu papel e a sua importância, a UESB vem tentando, da melhor forma possível, dar sua contribuição. Ainda falta articulação entre seus diversos setores e entre ela e a comunidade empresarial e institucional. Apesar da existência de Empresas Juniores ligadas a vários cursos de graduação da Universidade (Administração, Agronomia, Ciências Contábeis, Economia, Ciência da Computação, etc.), da INCUBEM (Incubadora de Empresas), do CEDS (Centro de Empreendedorismo e Desenvolvimento do Sudoeste) ainda carece uma maior participação da comunidade acadêmica e integração dentro e fora da Universidade. O Projeto “Difusão da Cultura Empreendedora” é uma iniciativa para desestabilizar a inércia da Universidade apesar das inúmeras tentativas de alguns docentes e pesquisadores ao longo dos anos através da pesquisa, do ensino e da extensão. O fato é que não podemos ficar parados esperando ser atropelados (se é que já não estamos) pelas mudanças e demandas sociais, políticas e econômicas do contexto.

Foi possível constatar, por meio do projeto que deu origem a este texto, a importância de se estudar com mais profundidade o conceito de empreendedorismo para que se possa, realmente, disseminar essa cultura, não só dentro da Universidade, mas, também, estreitar e reformular as relações desta com o ambiente externo, que demanda, cada vez mais, pessoas com uma formação empreendedora. Este artigo espera, então, ter provocado algumas reflexões não só àqueles que se interessam pela temática, mas também ter estimulado outros pesquisadores a conhecer mais sobre o assunto. A experiência da UESB foi muito gratificante, pois reforçou o pressuposto inicial de que o assunto possui certa complexidade e grandiosidade e que ele não se esgota por aqui. Ao contrário, acredita-se que com este trabalho apenas estamos engrossando as contribuições para o debate sobre o ensino do empreendedorismo e talvez da cultura empreendedora.

6 - REFERÊNCIAS

BROCKHAUS, R. H. A influência do empreendedorismo na economia dos Estados Unidos. In: *Empreendedorismo: ciência, técnica e arte*. Brasília: CNI/IEL, 2000.

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

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

DORNELAS, José Carlos Assis. *Empreendedorismo – Transformando Idéias em Negócios*. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DRUCKER, P. F. *Inovação e espírito empreendedor*. São Paulo: Pioneira, 1987.

FILION, L. J. O planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações. *RAE*. São Paulo, v. 31, n. 3, p. 63-71, jul./set. 1991.

_____. Visão e relações: elementos para um metamodelo empreendedor. *RAE*. São Paulo, v. 33, n. 6, p. 50-61, nov./dez. 1993.

_____. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. *RAUSP*. São Paulo, v. 3, n. 2, p. 05-28, abril/jun. 1999.

_____. O empreendedorismo como tema de estudos superiores. In: *Empreendedorismo: ciência, técnica e arte*. Brasília: CNI/IEL, 2000.

FORMICA, P. Inovação e empreendedorismo: um ponto de vista do contexto italiano das PME. In: *Empreendedorismo: ciência, técnica e arte*. Brasília: CNI/IEL, 2000.

ODEBRECHT, Norberto. *O Desafio da Educação – Uma Visão Empresarial*. Salvador: P&A Gráfica e Editora, 1998.

PAULA, J. A de; CERQUEIRA, H. E. A. da G.; ALBUQUERQUE, E. da M e. *Teoria econômica, empresários e metamorfose na empresa industrial*. Belo Horizonte: UFMG/Cedeplar, 2000.

PEREIRA, H. J.; SANTOS, S. A. dos. *Criando seu próprio negócio: como desenvolver o potencial empreendedor*. Brasília: Sebrae, 1995.

PEREIRA, R. da S. Evolução qualitativa na educação superior. In: OLIVEIRA, Otávio J; et al. *Gestão da Qualidade – Tópicos Avançados*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

SCHUMPETER, J. A. *A Teoria do Desenvolvimento Econômico*. São Paulo: Abril Cultural, 1982. Coleção Os Economistas.