

PERCEPÇÕES SOBRE O EMPREENDEDORISMO DE ALUNOS DA EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA DE UMA INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR DO NOROESTE DO PARANÁ

Maringá, abril de 2009

Juliano Mario da Silva
Centro Universitário de Maringá – CESUMAR
julianomario@cesumar.br

Fabricio Lazilha
Centro Universitário de Maringá – CESUMAR
fabricio@cesumar.br

Willian Kendrick Matos Silva
Centro Universitário de Maringá – CESUMAR
willian@cesumar.br

Luciana Falcão Marinho
Centro Universitário de Maringá – CESUMAR
lucianamarinho@cesumar.br

Cláudia Herrero Martins Menegassi
Centro Universitário de Maringá – CESUMAR
claudia.menegassi@cesumar.br

Categoria: Pesquisa e Avaliação

Setor educacional: Educação Universitária

Natureza do Trabalho: Relatório de pesquisa;

Classe: Investigação Científica

RESUMO

O presente artigo teve como objetivo elucidar a visão de empreendedorismo dos alunos dos cursos de gestão na modalidade a distância do Centro Universitário de Maringá com sede da cidade de Maringá no Paraná. Para isso, como metodologia foi utilizada uma abordagem exploratória em um estudo qualitativo que teve como forma de coleta de dados as atividades de avaliação de duzentos alunos no ano de 2008, a partir dessas atividades descritivas pode-se elaborar a análise de discurso. Diante disso, evidências apontam que a visão de empreendedorismo desses alunos tem como principal foco novos negócios e a gestão, e, pouco foco na inovação e comercialização em mercados externos, de certa forma, isso confirmou a limitação das organizações brasileiras sobre o assunto e lança um desafio para a modalidade a distância no sentido de estratégias a adotar para ampliar a visão sobre o ensino dos conteúdos de empreendedorismo para alunos da educação a distância do Brasil.

INTRODUÇÃO

O empreendedorismo hoje é abordado nos mais variados ambientes de convívio das pessoas. Por isso a formação dessa visão sofre influência dos conteúdos apresentados nas faculdades, cursos, treinamentos, palestras e no convívio pessoal, enfim, falar e ouvir sobre empreendedorismo hoje é tão comum como falar de economia e política no Brasil.

A educação a distância atualmente apresenta considerável crescimento e uma capilaridade que impressiona as maiores escolas do ensino presencial. Assim, a educação torna-se um segmento interessante para os que queiram pesquisar as mais diferenças de visões sobre determinado assunto e verificar como as características regionais podem influenciar essas visões. Também é possível entender como a transmissão de conteúdos influencia a visão dos alunos, nesse caso, a visão de empreendedorismo.

O foco na pesquisa sobre o empreendedorismo justifica-se considerando a alternativa que seus conhecimentos trazem para o desenvolvimento de uma nação (JULIEN, 2005). O estímulo do empreendedorismo, dentro de uma abordagem keynesiana, deve ser preocupação do Estado, no entanto, a preocupação de instituições de ensino superior assim como de outras instituições deve existir com o objetivo maior de formação de um cidadão ético que consiga entender o mercado e mais que isso, que tenha condições de alterar a ordem estabelecida desse mercado muitas vezes até indo contra o que está estabelecido (SCHUMPETER, 1983).

Como forma de coleta do material necessário a esta pesquisa utilizou-se atividades apresentadas por alunos da educação a distância do Centro Universitário de Maringá que compõe parte da avaliação dos cursos de tecnologia em gestão. Essa atividade além de compor parte da avaliação dos alunos, paralelamente, fez parte do esforço mundial para divulgação do empreendedorismo denominado “Bota Pra Fazer” que mobilizou milhares de iniciativas por todo o Brasil.

Evidências apontam que a visão de empreendedorismo dos alunos da Educação a Distância (EAD) ainda replica as visões predominantes sobre o assunto, mais voltadas a novos negócios e gestão e menos a inovação e comércio exterior.

REFERENCIAL TEORICO

Abordagens sobre o empreendedorismo

Como campo de estudos o empreendedorismo tem sido analisado por várias óticas, isso tem resultado em visões e teorias acerca do assunto. Um dos autores que marcaram o estudo do empreendedorismo foi Schumpeter (1983), que associou o empreendedor ao desenvolvimento econômico. O fato da associação do empreendedorismo ao desenvolvimento econômico não foi uma grande novidade, no entanto, como isso ocorre é que, de certa forma, polemizou os preceitos econômicos da época. Schumpeter postula que o empreendedorismo contraria a ordem econômica existente, aproveitando oportunidades a partir da inovação.

Diante disto, Baumol (1993) polariza o estudo do empreendedorismo entre duas tendências básicas que permanecem em oposição uma a outra. A primeira deriva dos trabalhos de Turgot; Say apud Baumol (1993), que considera o empreendedor sendo uma pessoa que cria e desenvolve novos negócios de vários tipos. A segunda leva a visão de (CANTILLON; SCHUMPETER apud BAUMOL, 1993), que apresenta o empreendedor como um inovador e por essa razão uma pessoa extraordinária, que muda a economia em alguns sentidos ou outros.

Corroborando Turgot e Say, a abordagem austríaca representada por Kirzner (1997), difere da visão de equilíbrio de mercado dos economistas neoclássicos, que consideram a influência do empreendedorismo quanto as diferentes percepções de oportunidades na economia. Para o autor, o empreendedorismo se caracteriza como um comportamento competitivo que dirige o processo de mercado. Já Hisrich (2004) foca a sua visão de empreendedorismo na abertura de novas empresas que, aliado ao processo de inovação, promovem esse desenvolvimento econômico, pois contribuem para uma melhor distribuição da riqueza na comunidade onde estas empresas são criadas. Gifford (1998) ratifica essa abordagem, porém com foco econômico onde considera o empreendedorismo uma forma de alocação de recursos empresariais como esforço em descobrir novas oportunidades e atender as necessidades do mercado.

Bruyat e Julien (2000) sugerem que o empreendedorismo leva a mudanças individuais que resultam em mudanças no ambiente e a criação de novo valor para o mercado. Nos seus estudos identificaram quatro arquétipos empresariais, que evidenciam a heterogeneidade do fenômeno, sendo:

- a) Reprodução empresarial: caracteriza-se por baixa criação de valor e pouco inclinado a mudanças individuais;
- b) Imitação empresarial: Baixa criação de valor, porém com certo grau de inovação no funcionamento de empreendimento onde os riscos aumentam e a possibilidade de crescimento também;
- c) Valorização empresarial: A partir o conhecimento pessoal o empreendedor se lança em projetos inovadores que necessitam de seu conhecimento específico e capacidade empreendedora.
- d) Risco empresarial: Esses casos são raros como a Microsoft, Apple que transformaram radicalmente o individual e principalmente o ambiente pela inovação de suas idéias.

Já na visão de Gartner (2001), além de considerar a abertura de novas empresas, procura entender a diferença entre as novas empresas e as empresas já estabelecidas no mercado. Estas duas realidades diferem no sentido da percepção de oportunidade (SHANE E VENKATARAMAM, 2000), sendo este seu foco de estudos. No que se refere ao estudo da oportunidade, Shane (2000) sugere como novo elemento para o estudo da oportunidade no empreendedorismo a influência dos conhecimentos adquiridos por cada empreendedor, ou seja, a influência dos aspectos idiossincráticos na visão da oportunidade. Nesse sentido é importante entender por que, quando e como a oportunidade para a criação de bons negócios são descobertas por alguns e não por todos os empreendedores.

Para Hisrich (2004) em quase todas as definições de empreendedorismo há um consenso no que se refere ao comportamento do empreendedor, sendo ingredientes desse comportamento: a tomada de iniciativa, a organização e reorganização de mecanismos sociais e econômicos com a finalidade de transformar recursos e situações para proveito prático e o convívio com o risco calculado e algumas vezes com o fracasso.

Já Davidsson (2005) argumenta que as diferenças nas visões de empreendedorismo se referem a duas realidades sociais relativamente

distintas. A primeira que estuda pessoas que antes ou depois de serem empregadas e a segunda, diz respeito à realidade social que emerge como um destaque da definição de empreendedorismo com o desenvolvimento e renovação de toda a sociedade.

Considerando essas características empreendedoras é de se esperar que um ambiente propício ao empreendedorismo possa mudar uma realidade econômica. Estudando a influência atual e histórica do empreendedorismo, Wennekers e Thurik (1999) chegam à conclusão que as nações que promoveram em nível individual assim como os macros ambientes, propícios ao empreendedorismo, se destacaram no cenário econômico mundial.

Para promoção desse ambiente, Julien (2005), enfatiza a importância do papel do estado na promoção desse ambiente empreendedor. Essa atuação do Estado, no estímulo ou transmissão de conhecimentos ao empreendedor, estaria garantindo o desenvolvimento econômico alocando os recursos disponíveis existentes nessas variadas regiões, desde formação de mão-de-obra especializada, agrupamento de empresas com interesses em comum até o incentivo à inovação em um setor estratégico empresarial. Esse papel do estado se resume a cinco ações: Orientar, Ligar, Apoiar, Estimular e Facilitar os recursos com objetivo da promoção do ambiente empreendedor.

Estes objetivos do empreendedorismo têm também sido relacionados como de considerável importância para o sucesso no comércio internacional, principalmente em países desenvolvidos, onde as barreiras da gestão profissional das empresas e do conhecimento do mercado interno já foram superadas (McDONALD et al, 2003).

É percebido que o empreendedorismo tem sido foco de estudo sob várias óticas de entendimento e soluções das questões econômicas. No entanto a forma como isso é feito é que permite o desenvolvimento de visões diferentes acerca desse campo.

METODOLOGIA

O estudo caracteriza-se por uma pesquisa exploratória, segundo Cooper e Schindler (2003), este tipo de estudo conduz o pesquisador a desenvolver conceitos mais claramente, estabelecendo prioridades, além disso,

o estudo se classifica como qualitativo que utilizou a análise de discurso aplicada em atividades comuns aos cursos de tecnologia, vale ressaltar que Gartner (2002) menciona a importância de estudos qualitativos na área do Empreendedorismo.

Como objeto de estudos foram utilizadas atividade dos cursos na modalidade a distância de Tecnologia em Gestão de Recursos Humanos (GRH), Tecnologia em Gestão Comercial (GCom), Tecnologia em Negócios Imobiliários (GI mob) e Tecnologia em Gestão Financeira (GFin) sendo que o número de textos analisados foi de duzentos de uma total de 500.

Para análise das atividades enviadas pelos alunos, via ambiente de aprendizagem foi utilizada a análise de discurso, nas quais se buscou identificar as categorias explicativas do fenômeno (MASON, 1996; GODOI, 2005) retiradas da fundamentação teórica, conforme quadro abaixo:

Termo Pesquisado	Autor
Visão de inovação	Schumpeter 1983
Abertura Desenvolvimento de novos negócios	Baumol 1993 e Turgou; Say; Hisrich (2004)
Visão de oportunidade	Kirzner 1997
Gestão	Gifford 1998
Necessidade de Renda	Davidsson 2005
Desenvolvimento Econômico	Wennekers e Thurik 1999
Participação do Estado	Julien 2005
Comercio internacional	(McDONALD <i>et al</i> , 2003).

Quadro 01: Termos pesquisados no referencial teórico

A análise dos dados foi processada com a utilização de planilha eletrônica Microsoft Excel® que permitiu a elaboração dos gráficos que servem como orientações para análise dos dados que seguem no próximo tópico.

;

ANÁLISE DOS DADOS

Após analisar os dados coletados dos textos é possível identificar que a visão predominante de empreendedorismo é a abertura de novos negócios com 21% das avaliações, enquanto que o empreendedorismo com foco na inovação com apenas 7%. Isso pode confirmar o estudo sobre imitação empresarial (BRUYAT; JULIEN, 2000) que são comuns na realidade brasileira onde a inovação tem espaço para ser desenvolvida.

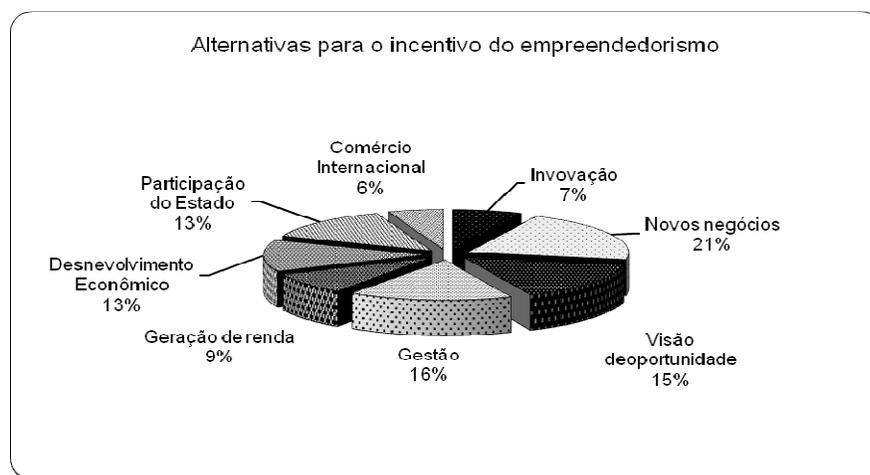


Figura01: Alternativas para o incentivo do empreendedorismo

Outro ponto importante apontado pelo estudo é a pouca visão do empreendedorismo a partir de relações internacionais, confirmando assim, a pouca vocação brasileira ao mercado internacional a partir de pequenas empresas, apesar da recente melhora depois da estabilidade e abertura econômica que se intensificou em meados dos anos 90.

Isolando-se a visão de empreendedorismo a partir da abertura de novos negócios e analisando sob a ótica dos cursos, identifica-se uma visão de equilíbrio, no entanto com uma maior visão por parte dos alunos de gestão financeira (37%).

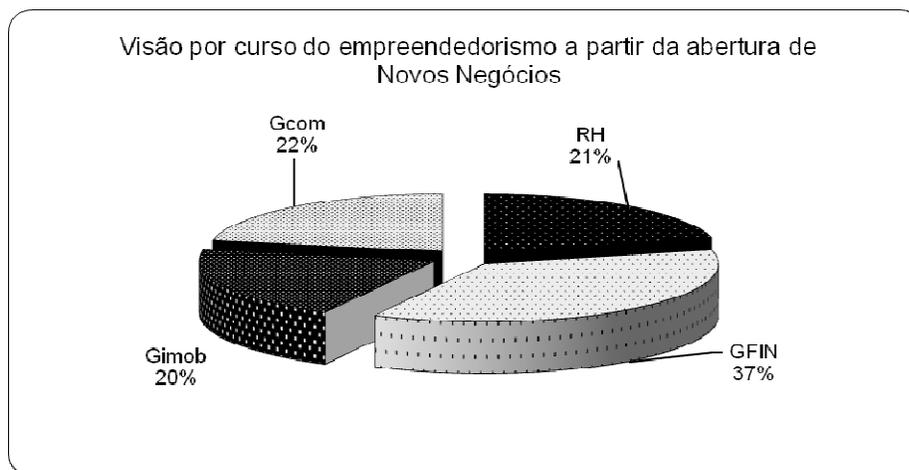
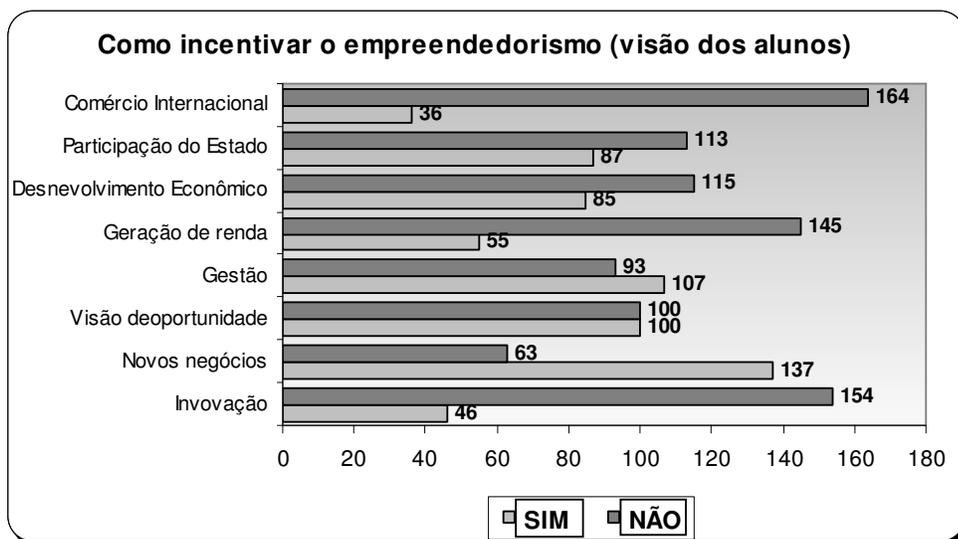


Figura02: Visão por curso do empreendedorismo a partir da abertura de Novos Negócios

Isso pode ser explicado pelo principal objetivo da disciplina, que é a elaboração de um plano de negócios, ou seja, o empreendedorismo com um foco mais quantitativo, o que possivelmente estaria levando os alunos a

pensarem em empreendedorismo especificamente como a abertura de novos negócios.

Considerando que os alunos que produziram os textos estão por todo o Brasil, foi expressiva a visão do incentivo ao empreendedorismo a partir da participação do Estado. Para Julien (2005), é importante o papel do estado na promoção do ambiente empreendedor, sendo que esse papel deve ser o de Orientar, Ligar, Apoiar, Estimular e Facilitar o processo empreendedor porém com a participação da sociedade organizada.



CONSIDERAÇÕES FINAIS

As análises dos resultados da pesquisa contribuem no sentido de desvendar a visão que alunos de graduação na modalidade a distância têm além de lançar reflexões acerca de estratégias de ensino do empreendedorismo nessa modalidade de cursos.

Assim como em estudos anteriores (SILVA; MACHADO, 2005) o foco do empreendedorismo ainda está na abertura de empresas e gestão, com suporte do estado e pouco voltada para a inovação. Além disso, o empreendedorismo, em muitos casos, é visto primeiramente como uma alternativa de geração de renda confirmando o ultimo relatório GEM (Global Entrepreneurship Monitor) que destaca o Brasil com grande participação de empreendedores por necessidade, ou seja, que empreendem com objetivo principal de geração de renda.

Quanto à inovação, Machado, Castro e Silva (2006) enfatizam a importância da prática de ensino, voltado a inovação, iniciar mesmo antes da

graduação, e durante a graduação intensificar os enfoques e atividades. Essas atividades aplicadas às aulas devem contemplar dinâmicas e simulações (BRAUN; DIENSBURG, 2003) que estimulem o aluno a desenvolver essa visão de empreendedorismo.

Finalmente é possível destacar nas análises um considerável grau de criatividade nas formas de incentivo ao empreendedorismo, porém, sem ênfase na operacionalização dessas idéias. Isso reforça a necessidade de melhoria das técnicas de ensino e possibilita abertura para tema de pesquisas futuras acerca do assunto.

REFERÊNCIAS

- BAUMOL, W. J. Formal entrepreneurship theory in economics: Existence and Bounds. *Journal of Business Venturing*. v.8, p. 197-210, 1993.
- BRUYAT, C.; JULIEN, P. A. Defining the field of research in Entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*. V.16, p. 165-180. 2000.
- COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. Métodos de pesquisa em administração. 7ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.
- DAVIDSSON, P. *Researching Entrepreneurship*. NJ: Springer, 2005.
- GARTNER, W. B. A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of Management Review*. Washington D.C. v. 10, n. 4, p. 696-709, 2001.
- GIFFORD, S. Limited entrepreneurial attention and economic development. *Small Business Economic*. Newark, NJ v.10, p.17-30, 1998.
- GODOI, C. K. Análise do Discurso na perspectiva da interpretação social dos discursos: uma possibilidade aberta aos estudos organizacionais. *Revista Eletrônica de Gestão Organizacional*. Vol. 3, nº 2, mai./ago. 2005.
- GODOY, A.S, Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. *RAE – revista de Administração de Empresas*, São Paulo, v. 35, n.2, p. 57-63, 1995.
- HISRICH, R. D. Empreendedorismo. In: ROBERT, D. H.; MICHAEL, P. P.; trad. Lene Belon Ribeiro. – 5.ed. – Porto Alegre: Bookman, 2004.
- JULIEN, P. A. *Entrepreneuriat regional et économique de la connaissance : une métaphore des romans policiers*. Ed. Collection Entrepreneuriat & PME. Universidade du Québec. Québec, Canadá, 2005.

KIRZNER, I. M. Entrepreneurial discovery and the Competitive market process: an autrian approach. *Journal of Economic Literature*. New York. v.35, p. 60-85. 1997.

Malvestiti, M; Rocha, M J; Guarezi, R. De C. M; Floriano, S. I. G. (2005) *IGPN – Uma experiência brasileira de ensino de empreendedorismo via Internet*, 2005 Disponível em: < [http://www. Bibliotecaonline.com.br](http://www.Bibliotecaonline.com.br)>. Acesso em: 28/04/2006]

Oliveira, R S, Bittencourt, M., Silva, C. R., Malvestiti, M. L. (2004) *Empreendedorismo via internet: Desenvolvimento e avaliação de um curso piloto do Sebrae Nacional*. Flarianópolis. CONGRESSOEJA

MASON, J. *Qualitative Researchig*. London: Sage, 1996.

MACHADO, H. P. V.; SILVA, J. M.; CASTRO, S. C. Young people's entrepreneurship: the evaluation of an experience in training young entrepreneurs – juvenile entrepreneurship agency program. In: INT ENT 2006 – INTERNATIONALIZING ENTREPRENEURSHIP EDUCATION AND TRAINING, 2006, São Paulo, Anais...São Paulo: FGV/GVcenn, 2006, p. 1051-1075.

McDONALD, F.; KRAUSE, J.; SCHEMENGLER, H.; TÜSELMANN, H. J. Cautious International Entrepreneurs: The Case of Mittelstand. *Journal of International Entrepreneurship*. vol. 1, p. 363-381, 2003.

MACHADO, H. P. V.; CASTRO, S. C.; SILVA, J. M.; Teaching on entrepreneurship in Brazil for the establishment of technologically-based firms. In: INT ENT 2006 – INTERNATIONALIZING ENTREPRENEURSHIP EDUCATION AND TRAINING, 2006, São Paulo, Anais...São Paulo: FGV/GVcenn, 2006, p. 757-771.

SCHUMPETER, J. A. *Teoria do Desenvolvimento Econômico*. São Paulo: Abril Cultural, 1983.

SHANE, S. A. A general theory of entrepreneurship: the individual-opportunity nexus. Massachusetts-USA. Ed. Edward Elgar Publishing Inc 2003.

_____. Prior Knowledge and the discovery of entrepreneurial opportunities. R.H. Smith School of business, University of Maryland. College Park Maryland. *Organization Science*, 2000. *Inform* v.11 n. 04 July-August,2000 p. 448-469.

SHANE, S. A.; VENKATARAMAN, S. The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of managemente review*, 2000. v. 25, n. 1, p. 217-226.

WENNEKERS, S.; THURIK, R. Linking Entrepreneurship and Economic Growth. In: *Small Business Economics*. Rotterdam Netherlands.: v.13, p.27–55, 1999.