

O Ensino do Empreendedorismo no Brasil na Universidade Pública e o Apoio à Mulher Empreendedora: Algumas Reflexões Críticas.

Antonio Lobosco (UNICID) antoniolobosco@terra.com.br

Madalena Oliveira Lima Barbalho (UNICID) mbarbalho2002@yahoo.com.br

Marli Cavalcanti (METODISTA) marlle@macbbs.com.br

Resumo

Os dados apontam hoje, no País inteiro, uma verdadeira reviravolta no mercado de trabalho. As mulheres, já não são mais minoria em muitas áreas empresariais, e têm o mesmo currículo de experiência. Nas Universidades tem sido cada vez maior a participação de mulheres. Cerca de 30% das profissionais têm em média onze anos de escolaridade enquanto apenas 20% dos homens estão na mesma faixa de instrução.

Brasil é o sexto país mais empreendedor do mundo. Praticamente, manteve o mesmo nível de empreendedorismo em 2004, com relação ao ano anterior. A novidade é que aumentou o percentual da abertura de negócios pela percepção de novas oportunidades do que por necessidade. O texto destaca que a universidade pública brasileira não tem oferecido cursos para auxiliar na formação de empreendedores, sobretudo empreendedorismo feminino voltado à inovação. Mas, embora pertença às mulheres, especialmente, às ocupadas, o mais alto nível de instrução, os rendimentos delas continuam sendo inferiores aos da população masculina. Em todas as regiões brasileiras, o índice de concentração de renda é maior entre os homens do que entre as mulheres, que se destacam como empreendedoras por necessidade.

Palavras-chave: Ensino; Formação; Educação; Empreendedorismo.

Metodologia

A pesquisa envolve um estudo multicasos, desenvolvido num processo de natureza qualitativa. Estudo multicasos, considerados por Bogdan e Bikken (1994), como estudos que permitem o recolhimento adicional de dados na perspectiva de demonstrar a possibilidade de generalização.

Godoy (1995) defende o emprego da pesquisa qualitativa como uma proposta sem rigores estruturais, prezando pela flexibilidade e servindo bem à exploração de novos enfoques pela criatividade e imaginação. Neste tipo de estudo, o pesquisador procura apreender e interpretar a realidade sem nela interferir para modificá-la.

Para Neves (1996), a falta ou a pouca exploração de um certo tema na literatura disponível e a intenção de compreender um fenômeno complexo em sua totalidade são elementos que tornam propício o emprego de métodos qualitativos.

Já, segundo Patrício (1999), o estudo qualitativo tem destaque quando os fenômenos estudados têm envolvimento com seres humanos e suas relações na sociedade, sejam em micro ou macro contextos. Trata-se de analisar diferentes vertentes do conceito do empreendedorismo, demonstrando que a universidade pública ignora essa importante oportunidade de geração de competências, emprego e renda.

Entretanto, também é discutido o resultado apresentado pela pesquisa GEM (Global Entrepreneurship Monitor). A pesquisa GEM é organizada pelo Babson College (EUA) e pela London Business School (Inglaterra) e realizada anualmente. No Brasil, a GEM é coordenada pelo Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e pelo IBQP

(Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade no Paraná). Desde que passou a integrar a pesquisa, o Brasil vem se destacando entre os dez primeiros países empreendedores do mundo. Em 2000, ficou com a primeira colocação, caindo para a 5ª, em 2001, para a 7ª em 2002 e subindo um ponto (6º lugar) em 2003.

1. Introdução

Comparações acerca das características do empreendedor bem sucedido e estudos a respeito do papel e funções do administrador, evidenciam a existência de muitos pontos em comum, ou seja, o empreendedor é um administrador, mas há diferenças consideráveis em relação aos gerentes ou executivos de organizações tradicionais, já que o gerente é voltado para a organização de recursos, enquanto o empreendedor é voltado para a definição de contextos (Dornelas, 2001).

Drucker (2002), contribui nesse sentido, ressaltando a diferença entre administração empreendedora e a tradicional, enfatizando que a primeira necessita se especializar em administrar os novos negócios criados, a segunda, já sabe, como administrar o seu ramo de negócio, contudo precisa aprender a ser empreendedora e estar, constantemente, inovando, visando a sua sobrevivência e prosperidade neste período de mudança.

Carland et al. (1984) discutem as bases a partir das quais os empreendedores deveriam se diferenciar de simples empresários, ou empresários não empreendedores, evidenciando que o fator crítico seria a inovação: “o empreendedor é caracterizado pela preferência por atividades criativas, manifestada por alguma forma inovadora de combinação de recursos para o lucro”.

Com base nas idéias desses precursores, a partir da década de 60, estudos objetivando identificar características distintas no comportamento empreendedor se expandiram. Ressalte-se aí as idéias de McCLELLAND (1971, 1965) BEGLEY e BOYD (1986), BROCKHAUS (1986). Autores, dentre outros, que apontaram a alta necessidade de realização, propensão a assumir riscos moderados e crença na capacidade de definir o destino de suas ações como traços que distinguem o comportamento empreendedor da atuação gerencial.

Dessa literatura, entende-se que os fatores incentivadores do empreendedorismo constituem-se em abordagem de aprendizado diferente da formação gerencial e se pode avaliar que geralmente o ensino das ciências gerenciais nos cursos de graduação em administração se restringe ao enfoque puramente gerencial, e que o ensino nas universidades públicas é particularmente inexistente, como nossa pesquisa revela.

Existem duas vertentes para visualizarmos o empreendedorismo:

“A escola da oferta focaliza a disponibilidade de indivíduos para desempenhar papéis de empreendedores; enquanto que o lado da demanda o número e a natureza dos papéis empresariais disponíveis para serem preenchidos. [...] A escola da perspectiva da oferta examina empreendedorismo através da análise das características individuais dos empreendedores, especificando mecanismos potenciais para mudança enquanto a perspectiva da demanda enfatiza o puxa/empurra do contexto”. (THORNTON, 1999).

Não há nas universidades espaço, atualmente, para ensino do empreendedorismo para a grande maioria dos cidadãos, para mulheres, negros, minorias étnicas, religiosas ou outros. O ensino do empreendedorismo é padrão, está concentrado na universidade privada e não atende às reais necessidades dos micro-empresários e da população de renda mais baixa, que não possui recursos para pagar mensalidades escolares. E não atende, portanto, às mulheres empreendedoras em busca de inovação, e a contextualização das aspirações.

Incubadoras de empresas no espaço da universidade também não se mostraram prática adotada. Alguns autores, como BULL e WILLARD (1993) afirmam que a experiência em incubadoras auxilia o empreendedor a desenvolver credibilidade junto ao mercado e facilita o aprendizado no que diz respeito aos atores da comunidade essenciais ao seu próprio negócio. Apesar disso, podemos afirmar que no que concerne às escolas de negócios, praticamente não

existem programas de incubadoras de empresas em suas dependências. Apenas algumas e poucas universidades públicas, preocupam-se bastante em realizar projetos nesta área, de incubação de projetos. É necessário que esta constatação sirva de alerta para propostas de soluções inovadoras para o ensino do empreendedorismo. Sobretudo, em relação às mulheres de baixa renda.

2. A Essência do Empreendedorismo

A palavra Empreendedorismo é derivada da palavra francesa *entrepreneur*, que significa aquele que assume riscos e começa algo novo (Dornelas, 2001). O tema acerca desse fenômeno que modifica as condições correntes do mercado, pela introdução de algo novo e diferente em resposta às necessidades percebidas, tem despertado um crescente e significativo interesse no campo de estudos organizacionais.

No entanto, SHANE e VENKATARAMAN (2000) apontam alguns dos aspectos restritivos para o empreendedorismo, compreendido não só o processo de criação de um novo negócio, mas, até mesmo, a introdução de processos ou produtos inovadores em organizações estabelecidas.

“a essência do empreendedorismo é a diferença de opinião, enquanto a ênfase da educação formal é a conformidade das opiniões. Existe uma tendência na educação formal de propor somente questões cujas respostas são precisas e evitar questões para as quais não existe solução definitiva. Empreendedorismo está relacionado com situações as quais não podem ser facilmente definidas e, freqüentemente, nem mesmo podem ser categorizadas porque não há situações precedentes similares”. (CASSON, 1982).

Stevenson (1997, in: Birley e Muzyka, 2001) critica muitas pessoas que tentaram distinguir o empreendedor e o administrador, sugerindo que ser um bom empreendedor implica não ser um bom administrador.

Quadro 1 - Empreendedorismo

Principais elementos	Elementos componentes
Visualizar	Envolve identificar um interesse num setor de negócios, entender esse setor, detectar uma oportunidade de negócios, imaginar e definir um contexto organizacional e planejar.
Criar uma arquitetura de negócios	Significa formular visões complementares, atividades e tarefas gerenciais a serem desempenhadas, estruturar o sistema de atividades e organizar.
Animar/dar vida	Implica em ligar as tarefas aos recursos humanos, recrutar, selecionar e contratar, dirigir esses recursos para a realização das visões complementares, comunicar, motivar e enfim liderar.
Monitorar	No sentido de observar as realizações e os recursos usados, incluindo o tempo, comparar com as previsões e analisar as diferenças, corrigir, ajustar, melhorar.
Aprender	Dinâmica de questionar, em qualquer nível, o que foi feito e como foi feito, considerando as alternativas, buscando elementos de consistência envolvida em raciocinar, imaginar, definir e redefinir a visão central e as visões complementares.

Fonte: Adaptado de Filion J. L. (1999).

THORNTON (1999) divide a literatura em empreendedorismo em duas escolas: a perspectiva da demanda e a da oferta. Isto significa que, dentro da sua tipologia, a perspectiva da oferta privilegia estudar e avaliar os traços e características individuais que compõem o perfil empreendedor, enquanto o lado da demanda contempla elementos do contexto que possam atuar como propulsores ou restritivos ao processo de criação de empresas. Na sua visão, a abordagem pelo lado da demanda compõe-se de muitas alternativas de análise tais como a geração de novas empresas através do estímulo de grandes e maduras organizações (spin-offs), políticas públicas de incentivo ao empreendedorismo, mudanças tecnológicas, desenvolvimento de novos mercados, para citar os principais. É nesta segunda vertente que o

ensino na universidade pública pode contribuir para mapear o contexto e desenvolver capacidade empreendedoras.

COOPER (1993) compartilha, de certa forma, da mesma opinião e acrescenta que a diversidade e pluralidade de negócios bem como a amplitude dos objetivos empresariais dificultam a construção de molduras teóricas mais normativas e prescritivas para o sucesso empresarial. Nesse quadro de imprecisão, de ausência de padrões e de soluções definitivas para os problemas e dificuldades pertinentes ao processo de empreender, as recomendações assinalam a necessidade de adoção de métodos de ensino que possam ser classificados como ativos e vivenciais, em que a participação discente no processo de ensino/aprendizagem é permanentemente exigida para que resultados de formação de competências para iniciativas autônomas, criatividade, persistência e inovação possam ser desenvolvidas. Mais adiante veremos que a universidade pública não se voltou para o empreendedorismo.

Mintzberg (1975), Boyatzis (1982), Kotter (1982) e Hill (1992), relacionados por Fillion (2000), estudaram o trabalho dos gerentes e empreendedores, revelando consideráveis diferenças nos métodos operacionais dos dois. Os gerentes trabalham na eficiência e no uso efetivo dos recursos para atingir metas e objetivos; a chave é adaptar-se às mudanças; o padrão de trabalho implica análise racional; operam dentro da estrutura de trabalho existente. Já os empreendedores estabelecem uma visão e identificam os recursos para torná-los realidade; a chave é iniciar as mudanças; o padrão de trabalho implica imaginação e criatividade.

Resultados da pesquisa GEM no Brasil assinalam que saltou de 29%, em 2000, para 46% em 2003, a presença das mulheres na população empreendedora do país.

A GEM aponta que a maior taxa de atividade econômica (TEA) – 19% - está entre pessoas que possuem mais de onze anos de estudo. Isso indica que quanto maior o nível de escolaridade maiores são as condições de se iniciar e conduzir um empreendimento.

3. O Ensino do Empreendedorismo – Falhas e Desafios

Os cursos de administração no Brasil são ainda recentes se comparados com os europeus e americanos sendo um reflexo da industrialização tardia que, mesmo ocupando 43% da mão-de-obra nacional em 1943, somente apresentou um rápido crescimento a partir da década de 50 do século passado (GORENDER, 1988). Naquela década, com a abertura do Brasil ao capital estrangeiro acentuou-se a necessidade de mão-de-obra especializada e, conseqüentemente, a profissionalização do ensino de administração. Nos anos 1990 pôde-se notar uma grande expansão dos cursos de administração, existindo no final de 2000 mais de 1940 cursos com 110 habilitações, representando cerca de 10% do total de alunos de graduação do Brasil. Uma das conseqüências possíveis desse significativo aumento é a maior discussão sobre empreendedorismo, que era entendido como uma sub-área da administração e vem sendo estruturado como um campo específico do conhecimento, porém ainda em construção dos seus conceitos (SHANE e VENKATARAMAN, 2000). O fenômeno da educação empreendedora tem sido objeto de estudo de diversos pesquisadores (VESPER, 1987; GIBB, 1993 e 1996; CARLAND e CARLAND, 1997; GORMAN, HANLON e KING, 1997; ANDRADE e TORKOMIAN, 2001; e seus resultados formam um conhecimento parcial sobre sua relevância, métodos e conseqüências, sem, no entanto, constituir um referencial delimitado sobre a melhor maneira de formar empreendedores. Em seu clássico trabalho sobre o ensino do empreendedorismo, Vesper (1987), aponta que tal prática é ubíqua e atraente, mas que apresenta poucos resultados tangíveis. O autor propõe novos modelos conceituais englobando a) incluir o agir como experiência didática, além do falar, ler e escrever; b) incentivar o contato com empreendedores; c) ter medições de resultados ligados a projetos que resultem em novos negócios; d) criar uma escola empreendedora; e) não limitar

as experiências empreendedoras ao calendário escolar; f) ao avaliar a instituição de ensino contemplar a produção em projetos e sub-projetos de criação de empresas.

Gibb (1993), estudando a relação entre cultura empreendedora e educação, critica o ensino por estudos de caso, pois ele não possibilita a vivência em reais condições de incerteza. Aponta ainda a necessidade de aprimoramento dos professores em todos os níveis da educação, visando à construção de um ambiente empreendedor. Diversos estudos tentam propor ou avaliar práticas adequadas para este tipo de educação. Nesta linha, pode-se destacar o trabalho de Gorman, Hanlon e King (1997) que, ao fazerem uma revisão da literatura, notam necessidade de distinção entre educação empreendedora, empresa e gestão de pequenos negócios e diferenciá-los da abordagem tradicional. Também, destacam a falta de multidisciplinaridade nestes cursos. Ao pesquisarem os fatores de influência na estruturação destes programas em instituições de ensino superior (IES) Andrade e Torkomian (2001) enfatizam a necessidade de criação de um modelo brasileiro que contemple valores culturais, sociais, políticos e econômicos do país. Contudo, a universidade pública vem se conservando alheia a este debate. Pesquisamos especificamente o papel da mulher empreendedora que não recebe do poder público qualquer apoio a nível de formação empreendedora, não há para ela qualquer formação específica na universidade pública estatal brasileira.

4. O Empreendedorismo – Oportunidades e Obstáculos

Mais recentemente, dados divulgados pelo DIEESE (2004) mostram que o percentual feminino na PEA nacional já atinge em 2002 os 42.5%, o que corresponde a um contingente de 36.5 milhões de pessoas e a entrada de mais de 9 milhões de mulheres no mercado de trabalho nos últimos 10 anos. Com isso, apesar dos homens economicamente ativos ainda somarem um maior número, a proporção masculina vem diminuindo em relação à feminina, conforme pode ser constatado na tabela 1 abaixo.

Tabela 1. População economicamente ativa (PEA) por sexo – Brasil (1), 1992-2002.

	1992			2002		
	Mulheres	Homens	Total	Mulheres	Homens	Total
%	39,4	60,6	100,0	43,8	56,2	100,0
Nº	27.482.851	42.222.324	69.705.175	36.531.168	49.524.477	86.055.645

Inclusive a população rural de Rondônia, Acre, Amazonas, Roraima, Pará e Amapá.

Fonte: IBGE – PNAD 1992 e 2002. Elaboração: DIEESE.

O Brasil é o sexto país empreendedor do mundo, de acordo com pesquisa da Global Entrepreneurship Monitor (2003). Além disso, em relação à classificação dos empreendimentos segundo a motivação, apresentou em 2003 uma maior população de empreendedores por oportunidade - 53% - do que por necessidade. Isto significa que 7.195.000 donos de pequenos negócios no Brasil entraram neste ramo devido à percepção de uma oportunidade para colocarem as suas idéias em prática, ao contrário dos que empreendem por necessidade, que abrem sua empresa como uma forma de sobrevivência financeira.

As mulheres representam cerca de 42% de um total de 14 milhões de empreendedores brasileiros, sendo que em 2000 esse número era de 29%. O primeiro lugar em participação feminina é a Islândia, com 49,81% do mercado empreendedor sendo ocupado pelas mulheres. Por outro lado, a mesma pesquisa mostra que 68% das mulheres donas de seus próprios negócios passaram a empreender por necessidade, enquanto que 49% dos homens estiveram na mesma situação. Esta liderança feminina entre os empreendedores por necessidade parece refletir exatamente a situação, vista anteriormente, de maior desemprego das mulheres em relação aos homens em idade economicamente ativa e ainda ao crescimento das suas necessidades de cuidar sozinhas do sustento da casa e dos filhos.

Há uma intensa relação entre remuneração e instrução, como, por exemplo, Barros, Henriques e Mendonça (1999), que concluíram um estudo de decomposição das causas da desigualdade

salarial em que 40% seriam explicados por diferenças no nível de escolaridade. As diferenças de remuneração devido ao gênero só explicariam 3% da desigualdade salarial

5. O Ensino do Empreendedorismo nas Universidades Públicas Brasileiras

É impressionante o descaso com que foi deixado o ensino do empreendedorismo na universidade pública brasileira, talvez por viés ideológico ou não. Sem haver compreensão exata de sua dimensão como fomentador de desenvolvimento social regional o curso de empreendedorismo foi deixado de lado, como comprovam os dados a seguir:

Quadro 2 – Cursos de empreendedorismo / graduação

NOME AREA CURSO	REGIÃO	UF	MUNICÍPIO	NOME ORGACAD	REDE	DEPADM	NOME/ES	CONDFUNC
Empreendedorismo	Nordeste	Piauí	TERESINA	Universidade	Pública	Estadual	UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PIAUÍ	EM ATIVIDADE
Empreendedorismo	Nordeste	Piauí	FLORIANO	Universidade	Pública	Estadual	UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PIAUÍ	EM ATIVIDADE
Empreendedorismo	Sul	Santa Catarina	TUBARÃO	Universidade	Pública	Municipal	UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA	PARALISADA
Empreendedorismo	Sul	Santa Catarina	CRICIÚMA	Universidade	Pública	Municipal	UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE	EM ATIVIDADE

Quadro3 – Mantenedoras de ensino

INÍCIO	NIVELCURSO	NOME MANTENEDORA	DATA AUTORIZA	TIPO DE AUTORIZAÇÃO	NUMDOCAUTORIZA
CURSO					
05/03/2001	SEQUENCIAL	FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PIAUÍ	29/08/2000	RESOLUÇÃO CONSUN	41/00-01
02/01/2002	SEQUENCIAL	FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PIAUÍ	29/08/2000	RESOLUÇÃO CONSUN	41/00-01
01/03/2001	SEQUENCIAL	FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA			
02/08/2004	GRADUAÇÃO	FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DE CRICIÚMA	12/12/2003	RESOLUÇÃO CONSUN	22/2003

Fonte: MEC/INEP 2004

Sinópse Censo superior

A nível de especialização vemos a seguir um exemplo:

MBA - Gestão Empresarial Universidade de Extremo- Sul Catarinense
 A Quem se Destina: Profissionais de todas as áreas que buscam adquirir ou se aprofundar nos conhecimentos de gestão empresarial e no desenvolvimento de suas habilidades de empreendedor. Objetivo: Formar gestores de negócios com uma visão sistêmica e abrangente das diversas áreas que compõem uma organização empresarial. Busca-se a ampliação da capacidade técnica e gerencial dos profissionais que trabalham nas esferas de deliberação da empresa, oferecendo-lhes a oportunidade de aprofundar conhecimentos e/ou adquirir novas competências.

Quadro 4 Estrutura Curricular

Disciplinas	Carga Horária
1. Administração de Recursos Humanos	30h/a
2. Business Game- Jogos de Negócio	30h/a
3. Análise Gerencial de Custos	30h/a
4. Análise Organizacional	30h/a

5. Estratégias de Negociação	30h/a
6. Gestão de Apoio a Decisão	30h/a
7. Administração da Produção	30h/a
8. Gestão da Informação	30h/a
9. Logística e Desenvolvimento de Fornecedores	30h/a
10. Marketing	30h/a
11. Planejamento Estratégico para a Qualidade e Produtividade	30h/a
12. Sistema de Gestão da Qualidade Total	30h/a
Total	360h/a

Investimento: Matrícula R\$ 350,00 + 17 parcelas.

Início das Aulas: Quando preenchido o número de vagas.

A pesquisa no Brasil aponta barreiras para o desenvolvimento da atividade empreendedora, falta de fatores favoráveis a abertura de pequenos negócios e sugere uma série de propostas para dinamizar o empreendedorismo nacional. Do elenco de propostas constam à redução da burocracia, o acesso ao crédito, diminuição dos custos tributários e trabalhistas, melhoria do sistema de informações relativas a abertura e condução dos negócios e educação voltada empreendedorismo. Contudo, como podemos observar a universidade pública tem estado alheia à vocação empreendedora de homens, mulheres, negros, e pessoas de baixa renda.

Apresentamos, a seguir seis gráficos que apresentam a praticamente inexistente formação de empreendedores na universidade pública, que em última instância é custeado pelos contribuintes cidadãos.

Cursos de Empreendedorismo no Brasil

Gráfico 1

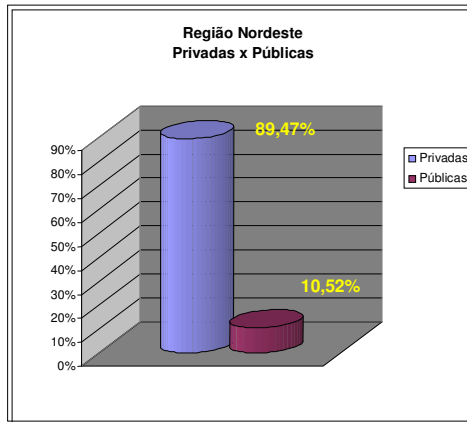


Gráfico 2

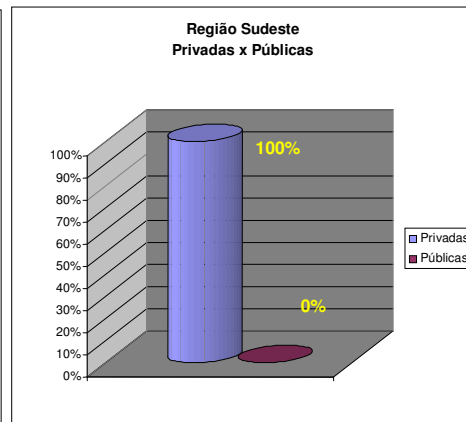


Gráfico 3

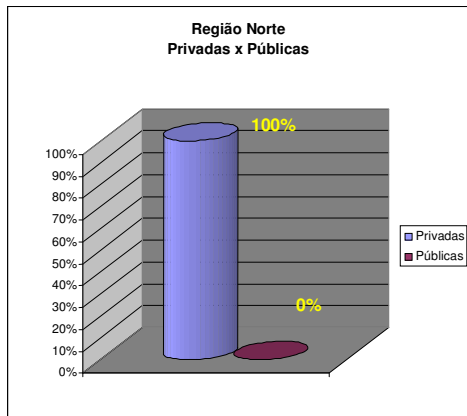


Gráfico 4

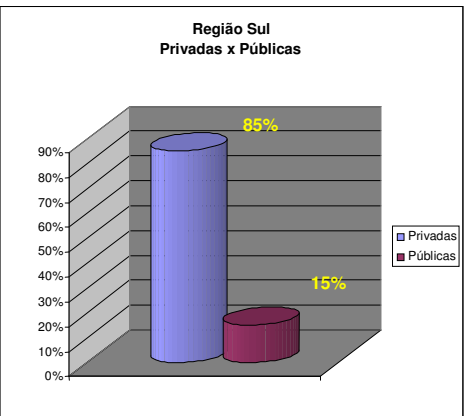


Gráfico 5

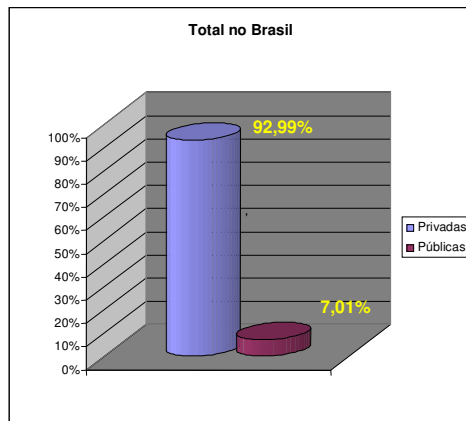
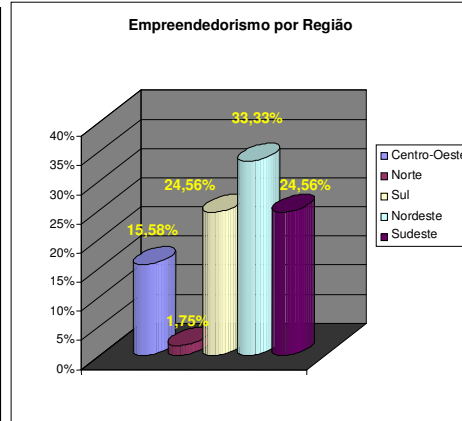


Gráfico 6



Fonte: dados cedidos pelo MEC/INEP/2004.
Empreendedorismo em Universidade Públicas e Privadas.

6. O Ensino do Empreendedorismo para Mulheres em Universidades Públicas Brasileiras – Sugestões e Propostas

Quando analisamos os parâmetros propostos por RABBIOR (1990) para nortear a organização de cursos direcionados à formação de empreendedores, percebemos que a maioria de suas sugestões são de utilidade para a elaboração de qualquer programa educacional. Os conselhos para que o professor estimule a participação do aluno, que utilize as mais variadas metodologias de ensino e que promova adaptação ao programa conforme o perfil discente, para somente citar alguns, representam exemplos de sugestões que são importantes para qualquer proposta de ensino/aprendizagem.

Quadro 5

Vinte e cinco parâmetros de Rabbior:		
1. Não exigir respostas certas;	10. Desafio e bom humor;	19. O professor deve ter comportamento empreendedor;
2. Programa participativo;	11. Feed-Back antecipado;	20. Empreendedorismo x inovação;
3. Objetivos e metas claras para os alunos;	12. Estímulo à auto-confiança;	21. Conviver com o desequilíbrio;
4. Resultados a curto prazo;	13. Aplicação de conhecimentos;	22. Aprendizagem;
5. Desafios e mudanças;	14. Elementos que surpreendam;	23. Estudo de casos;
6. Diferentes estilos didáticos;	15. Estimulo em um dado momento, para criar uma empresa	24. Análises de comportamento;
7. Informação familiar para diferentes contextos;	16. Atividades em grupo;	25. Integração com a comunidade;
8. Ajustes a critério do professor;	17. Relembrar fracassos;	
9. Iniciativas empreendedoras na criação de empresas;	18. Identificar sucessos;	

Fonte: Elaborado pelos autores deste artigo

Outra descrição para os empreendedores é de Kets De Vries (1997), in Birley e Muzyka, 2001: parecem ser orientados para a realização; gostam de assumir a responsabilidade por suas decisões; não gostam de trabalho repetitivo e rotineiro; possuem altos níveis de energia, alto grau de perseverança e imaginação, e disposição para correr riscos moderados e calculados.

Filion (1999) resume da seguinte forma o perfil do empreendedor, segundo pesquisas realizadas por ele em todo o mundo. O empreendedor é um ser social, produto do meio em que vive (época e lugar). Assim, a empreendedora pobre é fruto de seu meio social.

Como o empreendedorismo não é uma técnica, mas uma experiência total de vida, a formação

de uma pessoa empreendedora é o resultado de ações econômico-culturais e da escola. Poder-se-ia pensar, além disso, num esforço conjunto, de cursos de graduação em administração, incubadoras de empresas, políticas públicas de criação de facilidades legais e ações articuladoras de outras organizações sociais com o objetivo de estimular a criação de novos empreendimentos, para mulheres pobres.

Quadro 6 – Medindo eficiência de programas empreendedores

COMPONENTES SUBSTANTIVOS	PEDAGOGIA
1. Fase anterior à criação do negócio a. Informações b. Atitudes, valores c. Adequação das características pessoais com as características de empreendedores d. Análise de oportunidades e. Análise de viabilidade	Itens a,b e c – aulas expositivas para grandes grupos, leituras obrigatórias e alguma interação entre professor e alunos; Item c – também desenvolvido em pequenos grupos com exercícios/vivências que promovam reflexão e avaliação individual. Itens d e e – seminários, workshops e ensino baseado em desenvolvimento de projetos.
2. Fase de criação do negócio a. Planejamento do negócio b. Captação de recursos c. Organização de recursos d. Estabelecimento de rede de relacionamento e. Desenvolvimento de estratégias	A pedagogia deve ser totalmente baseada no desenvolvimento de projetos. Consultoria individual e interação e discussão entre os grupos sobre os projetos de cada um. Os colegas de classe e seus respectivos contatos devem ser utilizados como o primeiro degrau na construção da rede de relacionamentos.
3. Fase posterior à criação a. Implementação do projeto b. Reexame contínuo das estratégias c. Utilização da rede de relacionamento d. Estratégias de crescimento e. Profissionalização da gestão	Itens a,b e c devem ser ministrados através de orientação/consultoria individual e participação ativa do aluno e do grupo, com alguma apresentação de teoria sobre os temas. Para os itens d e e prevê-se a utilização de aulas expositivas, leituras e, concomitantemente, desenvolvimento de projetos.

FONTE: WYCKHAM, Robert G. Measuring the effectiveness of entrepreneurial education programs: Canadá and Latin América. In: WYCKHAM, Robert G. e WEDLEY (eds.) *Educating the entrepreneurs*. Canadá: Simon Fraser University, 1989.

Concluimos que, a despeito de diferenças de investimento acadêmico na área, é possível pensar um modelo similar de formação empreendedora ao de universidades norte-americanas. Independentemente, do número de disciplinas ofertadas na graduação, e nos programas de MBAs, a formação empreendedora sustenta-se, principalmente, na estrutura organizacional de apoio ao empreendedorismo – Centro de Empreendedorismo – e nas ações dos docentes interessados no desenvolvimento da área. Os professores de empreendedorismo, apesar de nem sempre terem obtido uma formação pedagógica direcionada ao ensino do empreendedorismo, trabalham no sentido de consolidar suas relações com a comunidade empresarial como forma de atualizar informações sobre gestão e negócios e enriquecer suas práticas de ensino.

No que concerne às disciplinas de empreendedorismo ofertadas nos cursos de graduação e MBA, concluimos que seus conteúdos aliados às metodologias de ensino exaltam a carreira empreendedora, mas nem sempre esclarecem os limites e barreiras ao processo de empreender, ou seja, não contextualizam a prática. Por outro lado, a implantação de disciplinas de formação empreendedora na grade curricular facilita o estabelecimento e fortalecimento da rede de relações entre a universidade e organizações extramuros, pois a concretização do ensino direcionado ao empreendedorismo não pode prescindir da participação de empresários e representantes de entidades de apoio nas práticas de ensino. Além disso, ficou evidente que a consolidação de rede de relacionamento entre a universidade e instituições da comunidade empresarial facilita a captação de recursos para projetos universitários, e também para a comunidade.

No Brasil e especialmente na universidade pública, há um profundo desconhecimento do fluxo/constante de renda que poderia ser direcionado ao empreendedorismo algo em torno de 9 bilhões de reais em 2004 para aqueles que ganham até meio salário mínimo; 38.345 bilhões de reais para os que ganham até um salário mínimo; 122.366 bilhões de reais para os que

ganham até 2 salários mínimos; e 91.073 bilhões de reais para os que ganham até 3 salários mínimos, ou seja, total de 260.951 bilhões de reais. Mesmo no USA a preocupação de incentivo ao empreendedorismo feminino, ou étnico é bem insignificante como demonstra o quadro abaixo:

Conteúdo programático das disciplinas de empreendedorismo de 116 universidades norte-americanas

Quadro 7

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	PREDOMÍNIO	FREQUÊNCIA %
• Processo de planejamento e criação de uma empresa (identificação de oportunidades, análise de viabilidade)	109	34
• Perfil do empreendedor/habilidades empreendedoras/teorias sobre empreendedorismo	106	33
• Captação de capital de risco/alavancagem de empresas/fontes de financiamento/gestão financeira/abertura de capital	30	9
• Estratégias empreendedoras (fusões, aquisições, venda, franquia, licenças)	27	8,5
• Consultoria para novas e pequenas empresas/pesquisa	26	8
• Intraempreendedorismo/negócios em corporações	26	8
• Gestão de pequena empresa	23	7
• Processo de criação e crescimento de empresas	18	6
• Gestão de empresa familiar	13	4
• Franquia	10	3
• Processo de criação de uma empresa a partir de desenvolvimento de produto	9	2,8
• Estágio com um empreendedor	8	2,5
• Ciclo completo de um negócio (criação, características organizacionais, financiamento e gestão, expansão, fechamento)	7	2,2
• Ética/responsabilidade social e empreendedorismo	6	1,9
• Informática e pequenos negócios	5	1,6
• Aspectos legais: patentes, contratos, incorporações, falência, propriedade intelectual	5	1,6
• Empreendedorismo internacional (estuda o fenômeno do empreendedorismo em outros países)	4	1,3
• Negócios de base tecnológica	4	0,6
• Negócios imobiliários	2	0,6
• Empreendedorismo e minorias (mulher, etc)	2	0,3
• Raça e negócios	1	0,3
• O empreendedor e negócios bancários	1	0,3
• Alunos como investidores	1	0,3

FONTE: VESPER, Karl H. Entrepreneurship Education 1993. Los Angeles: Entrepreneurial Studies Center, 1993, IN Guimarães. L.O. A Experiência universitária norte-americana na Formação de Empreendedores, tese de doutorado EAESP/FGV, 2002.

Considerações Finais

Para o escopo deste trabalho tenta-se definir o fenômeno empreendedorismo de maneira a distingui-lo de seu agente e de seu produto (empreendedor e organização), pois esta ligação implica em um reducionismo. O fenômeno extrapola esta relação e pode se associar às formas de pensamento e, conseqüentemente, culturas. Parece então, mais adequado para subsidiar a discussão proposta neste estudo explicar o fenômeno de maneira mais ampla.

Mostrar que no Brasil a Universidade Pública não esta preocupada em formar empreendedores, discutir a realidade das mulheres brasileiras, sobretudo as de baixa renda e o fluxo de capitais movimentado na faixa de até três salários mínimos.

Mesmo nos Estados Unidos da América não há grande interesse em acentuar mais a participação empreendedora feminina. No Brasil esta questão é de extrema relevância, pois as mulheres de modo geral, sustentam o lar e os filhos sozinhas.

Na fase anterior à criação da empresa, WYCKHAM (1989) defende a idéia de que os

componentes substantivos do programa devem privilegiar a reunião de informações sobre o processo, ao desenvolvimento de atitudes e valores, a adequação entre características pessoais e empreendedoras, e a análise de oportunidades e de viabilidade de negócios. Para isto, docentes devem empregar metodologias de ensino diversificadas. Aulas expositivas e leituras obrigatórias são as mais recomendadas pelo autor quando se tratar de prover os alunos de informações sobre o processo de criação de empresas e os valores e atitudes que devem permear a prática empresarial. Quando se tratar de desenvolver comportamentos empreendedores, as estratégias que permitam reflexão sobre o próprio comportamento são consideradas mais adequadas. Para identificar e avaliar oportunidades, o desenvolvimento de projetos com ação efetiva dos alunos deve ser a técnica de ensino mais utilizada.

Preconizamos que os estudantes principalmente os de baixa renda devem ser auxiliados pelas Universidades Públicas/ Privadas Brasileira, pois, em suas comunidades poderão ser gestores da inovação e da criação de competências essenciais específicas para este segmento populacional. Para tanto precisaríamos inovar através de micro-crédito e planos de negócios, milhares, senão milhões de estudantes seriam beneficiados e teriam um sentido para suas vidas.

Referencias

- ANDRADE, R.F.; TORKOMIAN, A. **Fatores de influência na estruturação de Programas de Educação Empreendedora em Instituições de Ensino Superior**. Anais do II Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de pequenas empresas, Londrina, 2001.
- BARROS, R. P., HENRIQUES, R., MENDONÇA, R. **Education and equitable economic development**. In: **Desigualdade e pobreza no Brasil**. Rio de Janeiro: Ipea, 1999.
- BEGLEY, T. M. e BOYD, D. P. **Psychological characteristics associated with entrepreneurial performance**. In: **Entrepreneurship Annual Conference**, anais 6 Wellesley, 1986.
- BIRLEY, S. e MAZYKA, D. F. **Dominando os desafios do empreendedor**. São Paulo, Makron Books, 2001.
- BOGDAN, R. e BIKKLEN, S. **Investigação qualitativa em educação. Uma introdução à teoria e aos métodos**. Porto. Porto Editora, 1994.
- BRUSCHINI, C. **O trabalho da mulher brasileira nas décadas recentes**. Revista Estudos Femininos, número especial, 1994.
- BULL, I. e WILLARD, Y. **Towards a Theory of entrepreneurship**. Journal of Business Venturing, v.8, p.183-95, 1993.
- CARLAND, J. W., HOY, F. BOULTON, W. R. **Differentiating entrepreneurs from small business owners: a conceptualization**. Academy of Management Review, v.9, n.2, p. 354--349, 1984.
- CARLAND, J. W.; CARLAND, J. A.: HOY, F. S. **Who is na Entrepreneur? Is a question worth asking?** New York: American Journal of Small Business, p.33-39, spring 1998.
- CARLAND, J.; HOY, F.; BOULTON, W. R.; CARLAND, J. A. **Differentiating entrepreneurs from small business owners: a conceptualization**. Academy of Management Review, v.9, n°2, p. 354-59, 1984.
- CASSON, M. **The entrepreneurial economic theory**, N. Jersey; Barnes e Nobles, 1982.
- COOPER, A.C. **Challenges in predicting new firm performance**. Journal of Business Venturing, v.8, p.241-53, 1993.
- DORNELAS, J. **Empreendedorismo: Transformando idéias em negócios**, São Paulo, Ed. Campus, 2001.
- DRUCKER, P. **Inovação e Espírito Empreendedor**. São Paulo, Thomson Pioneira, 2002.
- GEM – Global Entrepreneurship Monitor – 2002**, disponível em: www.entreworld.org

- GIBB, A.A. **Do we Really teach (aproach) small business. The way we should?** Journal of Small Business and Entrepreneurship, v.11, n°2, p.11-27, 1994.
- GIBB, A.A. **The Enterprise Culture and Education: understanding enterprise education and its links with small business, entrepreneurship and wider educational goals.** International Small Business Journal, v.11, n°3, p.11-34, 1993.
- GODOY.S.**Pesquisa Qualitativa: tipos fundamentais, Receita de Administração de Empresas**, São Paulo. v.35, n.3, p20-29, mai/jun 1995.
- GORENDER, J. **A Burguesia Brasileira**. São Paulo Brasiliense, 1988.
- GORMAN, G; HANLON, D; KING, WAYNE. **Some Research perspectives on entrepreneurship, education, enterprise education and education for small business management; a few-year literature review.** International Small Business journal. v.15, n°3, P.56-57, 1997.
- IBGE Censo 2000.** disponível em www.ibge.org.br. Acesso em: 03 de maio de 2005às 14 horas.
- IPEA. **Mercado de trabalho: conjuntura e análise**. Rio de Janeiro: Ipea, jun.1999.
- KETS DE VRIES, Manfred F. R., **Rebeldes criativos com causa.** In: BIRLEY, Sue; MUZYKA, Daniel F. **Dominando os desafios do empreendedor: seu guia para se tornar um empreendedor.** São Paulo: Makron, 2001.
- LEME, M. C. S., W AJNMAN, S. **Tendências de corte nos diferenciais de rendimentos por sexo. In: Desigualdade e pobreza no Brasil.** Rio de Janeiro: Ipea, 1999.
- LEME, M.C., W AJNMAN, S. **Efeitos de período, corte e ciclo de vida na participação feminina no mercado de trabalho brasileiro, mimeo,** 1995.
- McCLELLAND, D. C. **The Achieving Society.** NewYork: D.Van Nostrand, 1961.
- McCLELLAND, D.C. **The achievement motive in economic growth.** In: Kilby, P. (Ed.). **Entrepreneurship and economic development.** N.Y. Free Press, p. 109-22, 1971.
- MULHER E TRABALHO.** São Paulo: Fundação SEADE n° 2, jan. 2001.
- NEVES, J. L. **Pesquisa Qualitativa Características, usos e possibilidades.** In: Caderno de Pesquisas em Administração. SP, v.1 n°3, 1996.
- PORTER, M.E. **Vantagem Competitiva: criando e sustentando um desempenho superior.** Rio de Janeiro: Campus, 1996.
- RABBIOR, Y. **Elements of a successful entrepreneurship / economic / education program.** In: Kent, C. (Eds.) **Entrepreneurship Education – Current developments, Future direction,** N.Y. Quorum Books, p.53-65, 1990.
- RIOS-NETO, E., W AJNMAN, S. **Participação feminina na população economicamente ativa no Brasil: alternativas para projeções de níveis e padrões,** *Pesquisa Planejamento Econômico*, (24), (2), pp. 203-34, 1994.
- SCHUMPETER, J.A. **Teoria do desenvolvimento econômico,** São Paulo, Ed. Abril Cultural, 1982.
- SCHUMPETER, Joseph A. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico.** São Paulo: Nova Cultural, 1988.
- SHANE, S. e VENKATARAMAN, S. **The promise of entrepreneurship as a field of research –** *Academy of Management Review*, v.25, n°1, p.217-26, 2000.
- STEVENSON, Howard H. **As seis dimensões da capacidade empreendedora.** In: BIRLEY, Sue; MUZYKA, Daniel F. **Dominando os desafios de empreendedor: o seu guia para se tornar um empreendedor.** São Paulo: Makron Books. 2001.
- THORNTON, P. **The Sociology of Entrepreneurship. Annual Review of Sociology,** v.25, p.19-46, 1999.
- VESPER, K.H. **Entrepreneurial academics – How can tell when field is getting somewhere?** *Journal of Business Management*, v.25, n°2, p.1-8, 1987.
- WEBER, Max. **The protestant ethic and spirit of capitalism.** New York: Saibner, 1930.