

EMPREENDEDORISMO NOS CURSOS DE ADMINISTRAÇÃO: UMA ANÁLISE SOBRE A EFETIVIDADE DOS RESULTADOS DE AÇÕES EMPREENDEDORAS REALIZADAS POR EGRESSOS.

Fábio Ricardo Procópio de Araújo¹

1. Professor da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN)

Resumo

O trabalho objetiva averiguar como a formação empreendedora está sendo trabalhada entre os graduados dos cursos de administração em universidades do Rio Grande do Norte e se as ferramentas pedagógicas utilizadas estão sendo efetivas. Partiu-se da hipótese que os métodos de ensino não levam os profissionais formados a constituírem suas próprias empresas e nem atingir cargos de direção e gerência, numa proporção que a carreira lhes deveria preparar. Fez-se uso de referencial bibliográfico e documental. Foram também colhidos, mediante metodologia survey, dados de egressos, professores e gestores para saber de suas percepções sobre a formação empreendedora no âmbito da academia e que ações empreendedoras, entre os egressos, foram realizadas pelos formados entre os anos de 2010 a 2019. A pesquisa conclui que, apesar de se estar usando ferramentas propagadas em quase todo o mundo, os resultados estão longe de atingir um padrão de excelência quando comparados com universidades de alto nível.

Palavras-chave: Educação; Formação empreendedora; Negócios.

Introdução

As constantes e gradativas transformações que ocorrendo no meio corporativo e conseqüentemente nos mercados de trabalho, têm conduzido os mais jovens a atuar de forma diferenciada, quebrando o paradigma da busca apenas do emprego, para um modo de atuação que lhes permita se destacar e conseguir garantir meios de sobrevivência em um mundo globalizado.

Se tais mudanças afetam direta e, principalmente, a juventude universitária, que se prepara e fica ávida de adentrar no mercado de trabalho, será que as instituições de ensino superior (IES) estão preparadas ou ao menos se preparando para adequar as suas aulas e outras atividades didáticas a esse novo paradigma?

Para Falleiros (2009), a economia atual é movida pela inovação, e a universidade tem um papel preponderante em relação à contribuição que pode gerar para as diferentes etapas desse processo. Nesse sentido, o empreendedorismo em meio acadêmico é primordial para o futuro de uma sociedade diversificada, globalizada, complexa e que muda constantemente.

No caso específico brasileiro, aonde reformas trabalhistas e previdenciárias já foram e continuam sendo postas em práticas, tornando as relações de trabalho mais tênues e não incentivando a busca por concursos públicos que geram empregos com estabilidade, faz com que a juventude universitária procure alternativas de empregabilidade ou de alguma forma de inserção nas atividades econômicas, para conseguir obter uma renda e/ou alcançar meios de sobrevivência.

Observa-se que mundialmente, principalmente nos países desenvolvidos e emergentes, são criadas estratégias próprias ou ambientes estruturados para estimular, facilitar e apoiar o processo de empreendedorismo e a vida do empreendedor (DORNELAS, 2013).

Portanto, o objetivo do estudo foi averiguar como o empreendedorismo está sendo trabalhado nas universidades e se os métodos, técnicas e recursos pedagógicos estão sendo eficazes no resultado desse ensino. E entre as formas de se chegar à conclusão de que as ferramentas utilizadas pelas universidades estão adequadas ou não, foi a de verificar se os graduados do curso de administração estão de alguma forma empreendendo, seja ao abrir o próprio negócio ou conseguindo assumir cargos de nível estratégico.

Metodologia

Para a realização dessa pesquisa, foram adotados alguns métodos de classificação, com base nos seus objetivos, na sua abordagem, quanto aos seus procedimentos e quanto aos seus resultados.

A partir de seus objetivos esta pesquisa caracterizou-se como exploratória-descritiva. Segundo Gil (2016), é exploratória por ter como finalidade proporcionar mais informações sobre o assunto que se quer estudar e permite a formulação de hipóteses. Para Prodanov (2013), é descritiva quando envolve o uso de técnicas padronizadas de coleta de dados, como o questionário por exemplo, além de assumir, em geral, o que seria, quanto ao procedimento, a forma de Levantamento (survey).

Quanto a abordagem da pesquisa, a metodologia proposta nesse estudo é de natureza quali-quantitativa. Para Serapioni (2000), as principais características dos métodos qualitativos são a análise do comportamento humano do ponto de vista do próprio ator diretamente envolvido na pesquisa, a orientação para a descoberta e para o processo e o seu carácter exploratório. Já entre as características principais dos métodos quantitativos estão a orientação para a quantificação e resultados, a natureza hipotético-dedutiva e a possibilidade de se replicar àquilo que se investigou.

Em relação aos resultados, foi classificada como aplicada. “Pesquisa aplicada é aquela que foi projetada para aplicar suas descobertas a um problema específico existente” (COLLIS; HUSSEY, 2005, p. 27).

A população da pesquisa, considerou 1.127 administradores formados por três universidades pesquisadas no estado do Rio Grande do Norte, sendo uma federal, uma estadual e uma privada.

Para o tamanho da amostra entrevistada, utilizou-se de método estatístico. A população envolvida eram 1.127 administradores formados entre 2010 a 2019. Com base nessa população considerou-se um grau de confiança da pesquisa como sendo de 95%. Esses 95% correspondem ao escore de 1,96.

Quanto a margem de erro, o baixo nível de respostas, comum nesse tipo de pesquisa (Hair, 2005), fez com que esse percentual ficasse em 8%.

O desvio padrão, por sua vez, foi escolhido em 50% (ou 0,5), que representa, por uma questão de segurança para a pesquisa, o cenário de maior incerteza quanto as respostas.

Portanto, conforme Hair (2005) e com base nos seguintes dados, se calculou o tamanho da amostra através da fórmula abaixo:

- N = Tamanho da população = 1.127 administradores
- e = Margem de erro = 0,08 (ou 8%)
- Z = Grau de confiança (ou escore) = 95% (ou 1,96)
- p = desvio padrão = 50% (ou 0,5)

$$\text{Tamanho da Amostra} = \frac{\frac{[Z^2 * p(1-p)]}{e^2}}{1 + [Z^2 * p(1-p) / e^2 * N]}$$

O cálculo revelou que o tamanho da amostra seria de 133 respondentes. Os questionários enviados resultaram em 135 respostas, sendo que duas delas foram descartadas por apresentarem nível de resposta inadequado. Assim sendo, restaram as 133 respostas que garantem a confiabilidade da amostra com base no nível de segurança e na margem de erro estabelecidas.

Resultados e Discussão

Partindo-se do objetivo geral desse trabalho, se foi averiguar como a formação empreendedora está sendo trabalhada nas universidades e se os métodos, técnicas e recursos pedagógicos utilizados estão sendo efetivos, ou seja, se os graduados do curso de administração estão de alguma forma empreendendo, seja ao abrir o próprio negócio ou conseguindo assumir cargos de nível estratégico (gerência ou diretoria). Do que se pôde constatar, tirou-se algumas conclusões:

- Nem todos os cursos de graduação em administração pesquisados, e isso se repete em todo o Brasil, têm em suas grades curriculares a disciplina de empreendedorismo como obrigatória. De acordo com a ENDEVOR (2017, p. 31), “em cerca de 50% dos cursos de engenharias e ciências sociais aplicadas (administração e outras), há disciplinas de empreendedorismo”. Nas universidades pesquisadas, a disciplina empreendedorismo para o curso de administração, era ofertada em 100% delas, embora só fosse obrigatória em apenas 33%. Os números demonstram ainda que 74,8% dos egressos de administração entrevistados haviam cursado a disciplina, enquanto pela pesquisa da Endeavor, a média nacional (para todos os cursos) seria de 44,2%.
- Quanto a se os métodos, técnicas e recursos pedagógicos utilizados estão sendo efetivos, observou-se, diante de referencial bibliográfico pesquisado e do levantamento survey realizado, que o uso de incubadoras de empresas, de empresas júniores, de visitas técnicas, estudos de casos, planos de negócios e demais outras ferramentas que o mundo inteiro emprega para o estímulo ao empreendedorismo, também se faz presente nas IES abordadas na pesquisa. Porém o emprego adequado delas (das ferramentas) são contestados por 53% dos entrevistados e apenas 27% concordam que elas são adequadas. Porém segundo a pesquisa da ENDEVOR (2017), apesar de 30,6% das universidades oferecerem cinco ou mais atividades extracurriculares para o empreendedorismo, por outro lado, mais de 10% das universidades têm apenas uma iniciativa. Ou seja, ainda há muitas instituições que não atendam às necessidades de uma jornada empreendedora.
- Foi perguntado que tipo de profissional é formado pelo curso de administração nas universidades. Esse foi o fator mais assertivo entre as respostas obtidas, pois apenas 8,4% responderam que a universidade os preparava para serem empreendedores. Soma-se a essa questão o fato que também a ampla maioria dos egressos se posicionaram que não se sentiam estimulados e devidamente preparados para abrir um negócio próprio, sendo que apenas 10% responderam que o ambiente da universidade os encorajava a tal empreitada.
- Se os graduados do curso de administração estão de alguma forma empreendendo, seja ao abrir o próprio negócio ou conseguindo assumir cargos de nível estratégico (gerência ou diretoria), a pesquisa constata que, 12,6% dos entrevistados afirmam possuir negócio próprio, 16,3% exercem cargos de gerente ou diretor e 13,4% estavam desempregados. Segundo a GEM (2019), dos brasileiros entre 18 e 64 anos que possuem curso superior, 31,6% estariam empreendendo no ano de 2018. Como não se tem um dado específico sobre o curso de administração fica difícil fazer um comparativo realista. Quanto aos cargos de gerência ou diretoria, olhando-se para o exemplo de Harvard citado na pesquisa, cujo percentual de empregabilidade gira em torno dos 90% e para cargos de relevância, os números levantados nas três universidades analisadas ficam bastante aquém da realidade norte-americana. E o nível de desemprego estava maior que a média geral do Brasil, 12,2% (IBGE, 2020).

Conclusões

O ensino superior tem a responsabilidade de colaborar para que todos os seus graduados, aqui mais especificamente os dos cursos de Administração, sejam capazes e habilitados a agir dentro das novas expectativas do mercado de trabalho, inclusive enfrentando riscos, gerando novas empresas e assim fazendo surgir novos postos de trabalho, com conhecimentos e uma formação mais focada ao empreendedorismo.

As universidades: “tradicionalmente organizam seus currículos visando à formação de profissionais que atuem como gerentes em grandes organizações, esquecendo-se da realidade das pequenas e médias empresas nacionais” (DOLABELA, 1999, p. 35).

E, para Andrade e Campos (2013), não adianta se ter um envolvimento das universidades em atividades empreendedoras, seja por iniciativa da gestão universitária ou mesmo do governo, se por outro lado, for mantida a forma de treinamento, estritamente acadêmica.

Para Oda (2017), empreendedorismo e inovação precisam caminhar lado a lado para o sucesso dos negócios. São com os dois lados de uma mesma moeda, que separada não tem nenhum valor. Para se empreender é preciso criar, fazer das ideias realidade e de fato inovar. Assim, a inovação e o empreendedorismo caminham juntos e é através das pessoas que a inovação acontece. Nenhuma organização ou mesmo o indivíduo que não se atualizar, modificar, inovar, conseguirá permanecer por muito tempo e continuar crescendo no mercado.

Portanto, o caminho parece estar em todos os envolvidos. Não basta apenas a universidade melhor se estruturar. O professor melhor se capacitar. Ou o aluno se empenhar mais e se auto motivar. Parece ser um caminho aonde todos precisam mesmo se reinventar. Aulas menos teóricas, menos burocracia e mais dinamismo no sentido de atrair recursos para pesquisas e capacitações nas universidades. Mais coragem, determinação e empenho nos estudos por parte dos alunos, além de quebra de paradigmas em querer se formar para galgar um emprego público e ao invés disso, enxergar no empreendedorismo um viés mais modificador da sociedade.

Pelo que se pode perceber, a universidade brasileira, através de seus gestores e professores, precisa se reinventar, ou seja, inovar, para alcançar um nível de excelência que consiga formar profissionais mais empreendedores, ainda que sejam micro ou pequenos empreendedores.

Caldas (2010), retratando os resultados do Massachusetts Institute of Technology (MIT), de uma aposta de longo prazo em torno de 50 anos, quanto aos aspectos de um empreendedorismo mais moderno, conseguiu fazer gerar cerca de 30.000 empresas fundadas por ex-alunos e que se encontravam ativas no mercado em 2014. Essas empresas estavam empregando algo em torno de 4,6 milhões de pessoas e produzindo receitas anuais de quase 2 trilhões de dólares, que significava um valor um pouco superior ao PIB do Brasil de 2015.

Assim, ao se basear pelos números gerais do Brasil, os resultados dessa pesquisa, obtidos através de questionários aplicados em egressos, docentes e gestores de cursos de administração de universidades situadas no estado do Rio Grande do Norte, demonstra, que se está dentro de uma média nacional. Mas seguindo outros critérios, numa breve comparação com duas as universidades norte-americanas, também já apresentadas nesse trabalho como casos de sucesso, os números ficam extremamente pífios.

A questão, portanto, está em o que se quer ser. Correr atrás de uma excelência ou ficar na mediania ou mesmo na mediocridade? Os números estão aí, resta escolher qual o meio a trilhar e qual dos caminhos a seguir. Talvez essa lição já até se saiba de cor, só resta aprendê-la.

Referências bibliográficas

ANDRADE, Nathalia Dayrell; CAMPOS, André Luís Sica de. A universidade empreendedora no Brasil: uma análise das oportunidades de carreira para recém doutores. Conferência Internacional LALICS 2013 “Sistemas Nacionais de Inovação e Políticas de CTI para um Desenvolvimento Inclusivo e Sustentável”. 11 e 12 de Novembro, 2013 – Rio de Janeiro, Brasil. Disponível em: <http://www.redesist.ie.ufrj.br/lalics/papers/44_A_universidade_empreendedora_no_Brasil_uma_analise_das_oportunidades_de_carreira_para_recem_doutores.pdf> Acesso em: 02 fev 2020.

CALDAS, Cláudia. **Peculiaridades do ecossistema empreendedor do MIT**. Revista Conhecimento & Inovação v.6 n.1 Campinas, 2010. Versão impressa ISSN 1984-4395. Disponível em: <http://inovacao.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1984-43952010000100006&lng=pt&nrm=iso> Acesso em 04 mai. 2020

COLLIS, Jill; HUSSEY, Roger. **Pesquisa em administração**: Um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação. 2. ed. São Paulo: Bookman, 2005.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Plano de negócios**: exemplos práticos. 1. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

ENDEAVOR. **Empreendedorismo nas universidades brasileiras 2016**. 2017. Disponível em: <<https://endeavor.org.br/ambiente/pesquisa-universidades-empreendedorismo-2016/>>. Acesso em: 11 set. 2019.

FALLEIROS, Ivan Gilberto Sandoval. **A Educação Acadêmica do Futuro**. 2009. Disponível em: <http://glauciusoliva.com.br/area_restrita/artigos/editor/upload/usp_2034_planejando_o_futuro_livro_recentemente_publicado_pela_comissao_de_planejamento_da_usp.pdf#page=107>. Acesso em: 10 set. 2019.

GEM. **Relatório executivo 2019**: Empreendedorismo no Brasil 2019. 30 p. Disponível em: <<http://ibqp.org.br/PDF%20GEM/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20Empreendedorismo%20no%20Brasil%202019.pdf>>. Acesso em: 07 fev. 2020.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

HAIR, Joseph; BABIN, Barry; MONEY, Arthur; SAMUEL, Phillip. **Fundamentos de Métodos de Pesquisa em Administração**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de domicílios** (PNAD). Séries Históricas 1º trimestre 2020. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/trabalho/9173-pesquisa-nacional-por-amostra-de-domicilios-continua-trimestral.html?=&t=series-historicas&utm_source=landing&utm_medium=explica&utm_campaign=desemprego> Acesso em 17 jun. 2020.

ODA, Luciana Sayuri; SEBRAE. **Empreendedorismo e inovação: a moeda para o sucesso nos negócios**. 2017. Disponível em: <<https://blog.sebrae-sc.com.br/empreendedorismo-e-inovacao/>>. Acesso em: 08 fev. 2020.

PRODANOV, Cleber Cristiano. **Metodologia do trabalho científico** [recurso eletrônico]: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico / Cleber Cristiano Prodanov, Ernani Cesar de Freitas. – 2. ed. – Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

SERAPIONI, Mauro. (2000). Métodos qualitativos e quantitativos na pesquisa social em saúde: algumas estratégias para a integração. *Ciências da Saúde Coletiva*, 5(1), 187-192. Disponível em <http://www.scielo.br/pdf/csc/v5n1/7089.pdf> > Acesso em 21 de set 2019.