

**ENSINO DO EMPREENDEDORISMO: ANÁLISE COMPARATIVA DA
SITUAÇÃO EM UNIVERSIDADES ESTADO-UNIDENSES, EUROPEIAS E
CHINESAS**

Deolinda Maria Fonseca Alberto
Instituto Politécnico de Castelo Branco - Escola Superior Agrária
Quinta da Sra de Mércules
6000 Castelo Branco

deolinda@esa.ipcb.pt
Tel.: +351 272 33 99 00
fax: +351 272 33 99 01

Maria José Aguilar Madeira Silva, Professora Auxiliar
NECE – Núcleo de Estudos em Ciências Empresariais
Departamento de Gestão e Economia
Universidade da Beira Interior
Estrada do Sineiro
6200-209 Covilhã

msilva@ubi.pt
Tel: +351 275 319 651

Ricardo Gouveia Rodrigues, Professor Auxiliar
Grupo de Investigação em Educação para o Empreendedorismo
NECE – Núcleo de Estudos em Ciências Empresariais
Departamento de Gestão e Economia
Universidade da Beira Interior
Estrada do Sineiro
6200-209 Covilhã

rgrodrigues@ubi.pt
Skype: ricardogrodrigues
Tel: +351 275 319 648

ENSINO DO EMPREENDEDORISMO: ANÁLISE COMPARATIVA DA SITUAÇÃO EM UNIVERSIDADES ESTADO-UNIDENSES, EUROPEIAS E CHINESAS

RESUMO

O empreendedorismo é um factor de criação de emprego, de aumento de competitividade e de crescimento económico dos países. Cientes deste facto, as universidades têm vindo a delinear e a oferecer programas de ensino do empreendedorismo, através dos quais se pretende desenvolver nos alunos competências, habilidades e conhecimentos necessários à criação de novas empresas, bem como, promover o seu espírito empreendedor.

Este artigo visa analisar e descrever a importância do ensino do empreendedorismo, efectuando uma abordagem teórica sobre a temática. Paralelamente pretende identificar as vertentes do ensino do empreendedorismo, bem como analisar os problemas associados ao desenvolvimento de um currículo e as especificidades do processo de ensino/aprendizagem. Posteriormente, proceder-se-á a uma análise da situação nas universidades estado-unidenses, europeias e chinesas. O contributo deste artigo consiste em efectuar uma análise comparativa de três realidades muito distintas, atendendo aos níveis de implementação e de desenvolvimento de iniciativas em torno desta temática.

PALAVRAS – CHAVE: Empreendedorismo, Ensino, Educação, Ensino Superior.

ABSTRACT

Because entrepreneurship generates jobs, raises competitiveness and fosters economic growth, universities have and are developing entrepreneurship courses. With these courses, universities intend students to develop the required competencies, skills, and knowledge to start-up new firms, as well as promoting students entrepreneurial spirit.

This paper aims to analyse and describe the importance of entrepreneurial education through a literature review; to identify the issues on entrepreneurship education; to analyse the hurdles when developing curricula on entrepreneurial education, related to the idiosyncrasies of the learning process. A description is made of the situation of Entrepreneurial Education on the universities on the USA, Europe, and China. This paper's contribution is the comparison among three distinct realities.

KEYWORDS: Entrepreneurship, Teaching, Education, Higher Education

1 – INTRODUÇÃO

Atendendo a que “o empreendedorismo é uma competência de base susceptível de ser adquirida através de uma aprendizagem (Kirby, 2002: 8), às universidades coloca-se o desafio de dar resposta à crescente procura de formação nesta área. Neste sentido, o empreendedorismo deve ser visto como um processo que pode ser gerido e aprendido (Gartner, 1985; Morris, Kuratko e Schindehutte, 2001, Trigo, 2003). Este processo visa a criação de novas empresas ou o desenvolvimento de novas oportunidades empresariais no seio de empresas já existentes, sendo considerado como um factor de desenvolvimento e de competitividade das economias nacionais (Ussman, 1998; Comissão Europeia, 2004; Vyakarnam, 2005).

A criação de novas empresas gera postos de trabalho (facto particularmente importante, uma vez que as grandes companhias estão em processo de *downsizing*), difunde inovações e, conseqüentemente, permite o aparecimento de novos bens/serviços no mercado, incorpora novas técnicas de gestão e marketing, cria riqueza, facilita o ajustamento estrutural e promove o desenvolvimento local, regional e nacional.

O actual contexto de mudança acelerada e de fraco crescimento económico, leva a que o modelo empresarial dominante (baseado nas grandes empresas e corporações) esteja a ser re-equacionado e agora se privilegie empresas mais pequenas, de forte incorporação tecnológica, capazes, não só de se adaptarem à mudança, mas de a anteciparem e promoverem (Drucker, 1998).

Torna-se, assim, necessário criar as condições adequadas que propiciem o aparecimento de novas empresas: (1) os empresários devem saber agarrar as oportunidades que se desenham; (2) o governo deve tomar medidas legislativas que facilitem a tarefa do empreendedor, nomeadamente a simplificação do processo burocrático inerente à criação de uma nova empresa; (3) o sector bancário deve facilitar o acesso ao capital e (4) as universidades devem estimular o desenvolvimento do espírito empresarial dos seus alunos e ministrar-lhes um conjunto de conhecimentos que lhes permita criar, implementar e gerir com sucesso novas empresas, bem como, incentivar o desenvolvimento de novos projectos em empresas existentes.

Neste contexto que surge o ensino do empreendedorismo. As universidades, para além das suas tarefas clássicas de ensino e investigação, devem promover o crescimento económico (Laukkanen, 2003) o que se traduz, entre outros factores, em dar resposta à crescente procura de formação especializada na área do empreendedorismo.

As universidades dos Estados Unidos da América (EUA) oferecem, desde 1947, cursos de empreendedorismo, facto que se tem reflectido positivamente na capacidade empreendedora do país (Katz, 2003:1) ou seja, no número de novas empresas criadas. Na União Europeia o ensino do empreendedorismo é mais recente, mas o interesse com que este tema é encarado está bem patente num relatório aprovado pelo Conselho da Educação da União Europeia (UE). No referido relatório preconiza-se o desenvolvimento do espírito empresarial no seio dos sistemas de educação e de formação (Comissão Europeia, 2004: 6).

O presente trabalho visa analisar e descrever a importância do conceito de educação de empreendedorismo. Posteriormente, no ponto 2, analisam-se os problemas associados ao desenvolvimento de um *curriculum* apropriado e as especificidades do processo ensino/aprendizagem.

Seguidamente, no ponto 3, proceder-se-á a uma análise da situação actual nas universidades dos Estados Unidos da América, da União Europeia e da China. No último ponto, relativo à conclusão, elaboram-se as considerações finais.

2 – ENSINO DO EMPREENDEDORISMO

A contribuição das universidades para o fomento do empreendedorismo pode ser feita por via directa, ou indirecta. No primeiro caso, essa contribuição passa pela comercialização e/ou cedência de tecnologias desenvolvidas em meio universitário que constituem o ponto de partida para as chamadas *spin-offs*, que geralmente têm a sua sede em centros de incubação de empresas, ou em centros de inovação inseridos ou não em parques tecnológicos. No segundo caso, por via indirecta, a universidade contribui para o referido fomento através do ensino do empreendedorismo visando estimular o espírito empreendedor dos alunos, desenvolvendo as capacidades e competências necessárias para a constituição de novas empresas. Neste trabalho, analisaremos, exclusivamente esta segunda vertente.

O ensino do empreendedorismo pode ser abordada de duas formas distintas (Comissão Europeia, 2004; Rasmussen e Sorheim, 2005): uma primeira abordagem, mais específica, está orientada para a criação de empresas e, conseqüentemente nos *curricula* destes cursos/disciplinas, são enfatizadas as matérias relevantes para a constituição e gestão de novas firmas; a segunda abordagem, é mais centrada no indivíduo e pretende desenvolver atitudes e competências empreendedoras no aluno. Enquanto que a primeira abordagem está orientada para a empresa, a segunda encontra-se direccionada para o empresário.

Recentemente, alguns autores como Jones e English (2004) e Kirby (2002) têm defendido que ambas as vertentes devem ser consideradas no ensino do empreendedorismo, uma vez que empresa e empresário se completam. É necessário um empresário para criar uma empresa, mas o seu sucesso depende dos conhecimentos teóricos e práticos do empresário e não, apenas, das suas características pessoais. Será esta a perspectiva teórica seguida na subsequente discussão sobre o desenvolvimento curricular e o processo de ensino/aprendizagem aplicado ao ensino do empreendedorismo.

2.1 – Desenvolvimento curricular

Considerando que um dos objectivos do ensino do empreendedorismo consiste em incentivar o “desenvolvimento de qualidades pessoais relevantes para a iniciativa empresarial” (Comissão Europeia, 2004:2), torna-se necessário saber que qualidades, atributos e atitudes diferenciam um indivíduo empreendedor de um não empreendedor.

Numa primeira fase, esta diferenciação baseava-se nas características psicológicas dos indivíduos, que eram inatas e sendo assim, não podiam ser ensinadas. O conceito do ensino do empreendedorismo resumia-se, pois, aos aspectos relacionados com a criação da empresa, uma vez que se considerava o sistema de ensino incapaz de formar empresários.

Esta visão puramente psicológica foi abandonada e substituída por uma visão comportamental que considera a criação de empresas como uma resposta a situações externas. Aspectos como a cultura, a educação, as condições económicas e sociais, os recursos disponíveis, as oportunidades existentes e identificadas, podem contribuir para o empreendedorismo e para a decisão do indivíduo se tornar empresário.

A mudança do paradigma psicológico para o comportamental teve como principal consequência a aceitação da tese, segundo a qual o empreendedorismo pode ser estimulado através da educação e os comportamentos que um empresário de sucesso deve ter são, todos eles, susceptíveis de serem aprendidos e ensinados. Este paradigma foi reforçado por estudos empíricos (Collins, Hannon e Smith, 2004) que demonstraram que a taxa de criação de empresas era significativamente maior em alunos que tivessem seguido programas de ensino para o empreendedorismo.

Assim, o conceito tradicional de ensino do empreendedorismo que enfatizava a criação e gestão de novas empresas e apresentava as matérias teóricas na área de gestão como predominantes nos *curricula* foi substituído por um outro conceito em que, paralelamente aos conhecimentos teóricos, são introduzidas novas matérias e métodos que pretendem desenvolver nos alunos atitudes e comportamentos empreendedores.

Kirby (2002) refere como fundamentais os seguintes comportamentos:

- Total compromisso, determinação e perseverança;
- Orientação das acções para a realização e crescimento;
- Orientação por objectivos e oportunidades;
- Iniciativa e responsabilidade pessoal;
- *Locus* de controlo interno;
- Tolerância à ambiguidade, *stress* e incerteza;
- Autocontrolo, integridade e confiança;
- Poder de decisão, paciência e sentido de humor;
- Saber calcular e assumir riscos;
- Saber ouvir e saber usar o *feedback*;
- Trabalhar em equipa;
- Aprender com os erros.

De modo geral podemos dizer que os *curricula* devem ser delineados no sentido de garantir ao aluno o desenvolvimento das suas competências em gestão, das competências sociais (nomeadamente o estabelecimento de redes e parcerias), pessoais (autoconfiança, motivação, sentido crítico, por exemplo) e das qualidades empresariais, de que são exemplo uma atitude pró-activa e a capacidade de assumir riscos (Comissão Europeia, 2002).

De acordo com Kourilsky (1995) o *curriculum* de um curso de empreendedorismo deve agrupar três componentes principais: (1) o **reconhecimento de oportunidades**, que envolve a identificação de necessidades de mercado ainda não satisfeitas e a criação de novos bens/serviços que visem cobrir essas necessidades; (2) a **gestão de recursos**, que compreende também uma análise de mercado (mercado de factores), a capacidade de assumir riscos e os conhecimentos técnicos e tecnológicos que permitam combinar os factores da maneira mais eficiente possível; e (3) **a criação e gestão de um negócio**, que deve estar presente nos *curricula* através da simulação de casos (de preferência reais) de modo a proporcionar ao aluno uma aprendizagem num contexto real. Aqui o aluno deverá por em prática os conhecimentos em gestão, finanças e marketing, que lhe foram ministrados.

Uma abordagem semelhante é seguida por Roach (1999) que refere os seguintes objectivos, para um *curriculum* de empreendedorismo: (1) conhecimento das características do empresário, (2) identificação de oportunidades de mercado, (3) conhecimentos básicos que permitam ao aluno elaborar um plano de negócios, (4) conhecimento das várias estratégias de entrada em actividade e (5) elaboração e discussão do plano de negócios.

Vyakarnam (2005), apresentando um caso do “Centre for Entrepreneurial Learning” da Universidade de Cambridge, preconiza uma abordagem diferente na forma mas semelhante nos conteúdos. No referido caso, o ponto de partida consiste no processo de empreendedorismo, em si, e o *curriculum* do curso segue esse processo, fornecendo, em cada fase, os conhecimentos necessários e estimulando os comportamentos necessários à sua prossecução.

Considerando que o processo de criação de uma empresa se desenvolve em três fases: ideia, implementação e crescimento e que, em cada uma destas fases, são necessários comportamentos pessoais, organizacionais e ambientais, então o *curriculum* segue o esquema apresentado na Tabela 1.

Tabela 1 – Empreendedorismo: Fases, Comportamentos e Desenvolvimento curricular

Fases	Comportamentos	Elementos a desenvolver num <i>currículum</i>
Ideia	Pessoais	Criatividade Tolerância à ambiguidade Reconhecimento de oportunidades Existência de oportunidades
	Ambientais	Ambiente pessoal, económico e social.
Implementação	Pessoais	Assumir do risco Satisfação/insatisfação pessoal
	Organizacionais	Protecção do produto (patentes) Organização de equipas de trabalho Análise dos recursos necessários Pesquisa de recursos Fontes de financiamento
	Ambientais	Cultura Organizacional Incubadoras de empresas
Crescimento	Pessoais	Educação e experiência Capacidades de gestão
	Organizacionais	Práticas de gestão Características das organizações
	Ambientais	Concorrência Mudanças conjunturais e estruturais

Fonte: Vyakarnam (2005)

A revisão bibliográfica efectuada permite-nos concluir que não existem divergências significativas, entre os vários autores, relativamente aos temas que devem ser abordados num curso de empreendedorismo. As diferenças devem-se, fundamentalmente, ao tipo de curso, (livre ou obrigatório), à existência de disciplinas obrigatórias e de opção, ao semestre/ano curricular em que são leccionadas e às cargas lectivas.

Para além do aspecto formativo, o ensino do empreendedorismo também deverá sensibilizar os alunos para as potencialidades do trabalho independente e do estatuto de empresário que constituem válidas e aliciantes opções de carreira.

Outro aspecto que convém salientar prende-se com o facto de, tradicionalmente, o ensino do empreendedorismo se encontra ligado aos cursos de economia e gestão. Hoje em dia, esta situação alterou-se e são cada vez mais as universidades a oferecer cursos nesta área, bem como, a incorporar temáticas de empreendedorismo em disciplinas leccionadas em cursos de engenharia e ciências exactas. A referida mudança deve-se, simultaneamente, à crescente procura por parte dos alunos e ao reconhecimento da importância do empreendedorismo na incorporação de inovações e no crescimento económico.

2.2 – O Processo de Ensino-Aprendizagem

A metodologia de ensino deve ser consequente com os objectivos do ensino do empreendedorismo. Assim, torna-se necessário aliar conhecimentos teóricos sobre o modo de criar e gerir uma empresa com a sua aplicabilidade prática, saber analisar o meio envolvente para a detecção das oportunidades de negócio que eventualmente surjam e estimular nos alunos os comportamentos empreendedores acima referidos.

O processo de ensino-aprendizagem deverá, ainda, encorajar e apoiar ideias embrionárias de modo a pôr em prática projectos bem alicerçados em estudos prévios e, por fim, chegar ao mercado (Comissão Europeia, 2004). Para cumprir este objectivo, o processo de ensino-aprendizagem deve proporcionar ao aluno uma autonomia que, normalmente, não lhe é dada no processo de aprendizagem clássico. O aluno deve poder discutir os seus objectivos de aprendizagem, as actividades a pôr em prática, a pesquisar os recursos necessários para as realizar, e a definir, conjuntamente com o professor, a metodologia de avaliação. Esta abordagem estimula a motivação, a autonomia e a tomada de decisão.

As aulas expositivas devem ser reduzidas ao mínimo necessário e o ensino deve ser orientado para a resolução de casos práticos, de preferência casos reais, a serem resolvidos em equipa, de modo a envolver os alunos no contexto empresarial, a proporcionar-lhes uma visão do tipo de problemas que podem ocorrer e alertá-los para a sua natureza multidisciplinar. O trabalho em equipa permite estimular as capacidades de cooperação e de comunicação.

O ensino centrado na resolução de casos também estimula a capacidade de decisão e a tomada de risco uma vez que o aluno é chamado a decidir em situações de ambiguidade e de informação incompleta. Por último, esta metodologia de ensino permite ao aluno colocar em prática, simultaneamente, as suas capacidades intuitivas e os seus conhecimentos, ou seja, alia o racional ao intuitivo (Kirby, 2002; Comissão Europeia, 2004).

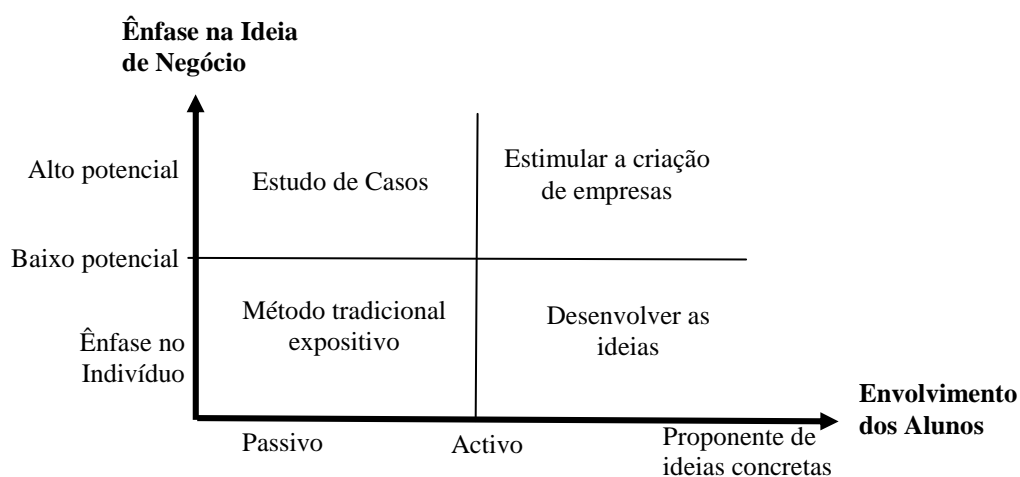
Normalmente um tipo de actividade exigida em todos os cursos de empreendedorismo consiste em investigar uma oportunidade de mercado e, posteriormente, em elaborar o plano de negócios relativo a essa actividade que explore e avalie essa oportunidade. Este tipo de actividade permite conjugar a teoria com a envolvente externa e posiciona os alunos num contexto real.

Alguns autores (Rae, 2004; Ussman, 1998) defendem a aplicação do conceito de “prática-teórica”, que se baseia na teoria do construtivismo social e consiste “numa análise comparativa entre o comportamento individual adoptado numa determinada situação e o que a teoria considera ser o comportamento standard nesse tipo de ocorrência” (Rae, 2004). Quer isto dizer que, a partir das “histórias de vida” de alguns empresários, é possível construir exemplos relativos à criação de uma

empresa, aos problemas encontrados e à sua resolução, às escolhas e ao processo de tomada de decisão. Estas “histórias de vida” podem ser obtidas por entrevista ou, então, convidando o empresário a participar numa sessão com os alunos e a partilhar com eles a sua experiência. O referido método ajuda os alunos a contextualizar o fenómeno do empreendedorismo e permite-lhes testar os pressupostos teóricos a partir de vários casos práticos.

A utilização dos vários métodos de ensino-aprendizagem atrás referidos depende quer do envolvimento dos alunos, quer da ênfase dada no curso ao indivíduo ou à ideia de negócio. Dependendo destes dois factores, Rasmussen e Sorheim (2005) consideram que no ensino do empreendedorismo se podem seguir as seguintes estratégias:

Figura 1 – Estratégias para Educação de Empreendedorismo



Fonte: Adaptado de Rasmussen e Sorheim, (2005:187)

Num curso ou programa muito centrado no indivíduo e com um baixo nível de envolvimento dos alunos, dificilmente se poderá fugir do método clássico de ensino-aprendizagem. No entanto, actualmente, a corrente dominante no ensino do empreendedorismo enfatiza a criação de novas empresas e exige um maior envolvimento por parte dos alunos. Assim, o método de estudos de caso é utilizado numa primeira abordagem, passando-se posteriormente para o desenvolvimento de ideias concretas com potencialidades empresariais.

Para ilustrar as temáticas desenvolvidas nos dois pontos anteriores, centremo-nos no exemplo do curso de empreendedorismo oferecido pela Universidade do Novo México (EUA). Esta escolha prende-se com o facto de se tratar de um curso inovador, dirigido a estudantes de engenharia onde são postos em prática todos os métodos de ensino-aprendizagem atrás referidos.

O curso tem a duração de quinze semanas com sessões semanais de 3 horas. Atendendo a que se destina a um público pouco familiarizado com a temática da criação de empresas, as primeiras sessões são dedicadas a “tecnologias de gestão”: tecnologia/ciência, produção, gestão, finanças, marketing e legislação. A ideia é proporcionar aos alunos uma visão integrada dos factores considerados críticos

para o sucesso de uma empresa; o método de ensino utilizado consiste numa exposição de introdução aos temas, leituras recomendadas e discussão activa na sessão seguinte (Gross, 2000).

Na segunda sessão, após saberem diferenciar uma ideia de uma oportunidade de negócio, os alunos, em grupo, começam a desenvolver um plano de negócios. Visando apoiar os alunos nesta tarefa, nas aulas, são analisados casos reais de empresas já em funcionamento (umas bem sucedidas, outras nem tanto) e são convidados empresários que partilham a sua experiência na criação de uma empresa. Nas últimas sessões, os vários grupos apresentam e discutem as suas propostas de planos de negócio (Gross, 2000). Trata-se, pois, de um curso que enfatiza o aprender fazendo e não o aprender lendo e ouvindo. O sucesso desta fórmula está patente no número de alunos inscritos no curso, assim como nas várias empresas, algumas delas internacionais, que a partir dele se desenvolveram.

3 – A SITUAÇÃO ACTUAL DO ENSINO DO EMPREENDEDORISMO

Neste ponto proceder-se-á a uma análise comparativa da situação do ensino do empreendedorismo em três realidades bem distintas: (1) nos EUA, onde se encontra consolidada, (2) na União Europeia onde está em fase de desenvolvimento e (3) na China que se encontra em fase embrionária.

3.1 – Nas Universidades Estado-unidenses

Os Estados Unidos foram um dos primeiros países a introduzir a educação para o empreendedorismo no seu sistema de ensino superior. Segundo Katz (2003), a primeira aula de empreendedorismo decorreu em Fevereiro de 1947, na Harvard's Business School. Actualmente e de acordo com os dados recolhidos pelo mesmo autor, existem 1600 estabelecimentos de ensino superior que oferecem um total de 2200 cursos. Outros indicadores ilustrativos do desenvolvimento da educação para o empreendedorismo são os 100 centros de apoio ao empreendedorismo e os 44 títulos de revistas científicas subordinadas a este tema (Katz, 2003). Vários motivos explicam este desenvolvimento: questões culturais e sociais, nomeadamente o papel e o *status* do empresário na sociedade, os mitos do *self-made-man* e do *american dream* poderão ser uma justificação possível; a orientação económica de cariz neo-liberal e minimizadora do papel do estado providencia também um factor que explica a importância do empreendedorismo e, conseqüentemente, da educação para o empreendedorismo na sociedade estado-unidense.

Apesar do ensino do empreendedorismo se ter iniciado em universidades que ofereciam cursos de gestão, posteriormente, diferenciou-se dos cursos clássicos de gestão pela utilização de uma abordagem mais prática e pela ênfase na problemática da criação de empresas; os conhecimentos teóricos de gestão eram sempre apresentados na perspectiva das novas empresas (pequenas e médias

empresas) e nos problemas relacionados com o acesso aos mercados. Assim, enquanto os cursos clássicos de gestão ofereciam uma preparação teórica aplicável a todas as empresas e em qualquer fase do seu ciclo de vida, o ensino do empreendedorismo focalizava-se, essencialmente, nas pequenas e médias empresas nas fases de concepção e lançamento. Este tipo de ensino coloca uma especial atenção num conjunto de aspectos que constituem os primeiros problemas a enfrentar pelos futuros empresários, nomeadamente: (1) o reconhecimento de oportunidades de mercado, (2) a protecção da propriedade intelectual e o registo de patentes e (3) a procura de financiamento.

Gartner, Bird e Starr (1992) salientam a importância da focalização na criação de novas empresas e na entrada no mercado. Deste modo, preconizam que, no ensino do empreendedorismo devem ser estimuladas as competências de negociação, liderança, tolerância à ambiguidade, persuasão e escrita criativa; todas estas valências serão pertinentes para futuros empresários de sucesso.

A análise dos dados resultantes de um inquérito nacional à educação para o empreendedorismo feita por Solomon, Duffy e Tarabishy (2002) revela que não existe uniformidade relativamente aos conteúdos programáticos mas que estes se podem agrupar em torno de dois paradigmas representativos da “velha” e da “nova” escola de educação de empreendedorismo. A “velha” escola parte do princípio de que o sucesso empresarial depende das características e dos traços pessoais do empresário, a aprendizagem centra-se na empresa e usa um método de ensino muito prático e vocacionado para actividades concretas, entre as quais a elaboração e discussão de um plano de negócios.

A “nova” escola usa um método de ensino-aprendizagem semelhante ou seja, um método orientado para a realização de tarefas. Contudo considera que o sucesso empresarial se deve a um conjunto de factores nos quais o ambiente social e económico, a experiência e o conhecimento de novas tecnologias são tão importantes quanto as próprias características do empresário. Segundo este novo paradigma, que tem vindo a ganhar terreno, o ensino do empreendedorismo deve aliar o rigor académico a um enfoque prático de modo a introduzir na aprendizagem o ambiente empresarial (Solomon *et al*, 2002). Assim, as matérias fundamentais da gestão (finanças, marketing, recursos humanos, entre outras) devem ser conjugadas com outros temas, nomeadamente: (1) planeamento estratégico, (2) identificação de oportunidades de mercado e estudo de viabilidade das mesmas, (3) técnicas de negociação e de exposição oral e (4) estabelecimento de redes de cooperação. Deste modo, são encorajados e estimulados os comportamentos empresariais que se pretende que os alunos venham a desenvolver.

Saliente-se, ainda, o facto dos alunos terem de desenvolver tarefas específicas em empresas para “aprenderem a incorporar valor em empresas já estabelecidas e assim se prepararem para criar valor nas suas novas empresas” (McMullan e Long, 1987, citados por Solomon *et al*, 2002:9).

A inovação introduzida no processo ensino-aprendizagem para o empreendedorismo encontra-se, igualmente patente nos métodos de avaliação. Existem diferentes fórmulas que vão desde a avaliação dos planos de negócio dos alunos por empresários, ou pelos próprios colegas, até aos métodos tradicionais como os exames. Como prática inovadora, mas discutível, temos o caso de alguns cursos em que os alunos recebem automaticamente a nota máxima se conseguirem, com a sua ideia empresarial e com o seu plano de negócio, angariar uma verba de 10 mil dólares (Solomon *et al*, 2002).

O extraordinário desenvolvimento do ensino do empreendedorismo tem tido um impacto muito positivo na sociedade norte-americana. Um bom exemplo desse facto é apresentado por Charney e Libecap (2005) que, ao avaliarem o impacto do “Berger Entrepreneurship Program” da Universidade do Arizona concluíram o seguinte: (1) a probabilidade de criação de uma nova empresa é três vezes maior num aluno que frequentou o programa; (2) as empresas geridas por empresários que frequentaram o programa apresentam um crescimento do volume de vendas e do emprego cinco vezes superior ao de outras empresas e (3) o rendimento médio dos alunos que frequentaram o programa é 27% superior ao rendimento dos outros alunos.

3.2 - Nas Universidades Europeias

O reconhecimento do papel das pequenas e médias empresas no crescimento económico e na promoção da competitividade europeia, veio realçar a importância do ensino do empreendedorismo. Assim se explica o crescente número de iniciativas que se têm vindo a desenvolver em torno desta temática.

Um exemplo bem ilustrativo deste interesse é a “Carta Europeia das Pequenas Empresas”, na qual a União Europeia se compromete a integrar o ensino de gestão de empresas e de desenvolvimento do espírito empresarial em todos os níveis de escolaridade, assim como a desenvolver programas para gestores (Comissão Europeia, 2004).

Posteriormente, e no contexto do Programa Plurianual para a Empresa e Espírito Empresarial (2001-2005), foram identificados os seguintes aspectos-chave para o desenvolvimento do ensino do empreendedorismo: (Comissão Europeia, 2002: 9)

- Criar actividades, ao nível dos ensinios básico e secundário, de modo a introduzir o conceito de empreendedorismo;
- Introduzir e implementar de disciplinas e outras actividades a nível universitário;
- Apoiar a formação de docentes nesta área;
- Fomentar a cooperação entre universidades e empresas.

Foi, também, adoptado o procedimento BEST para promover o intercâmbio das melhores práticas de educação de empreendedorismo e para criar sinergias entre as actividades existentes.

A actuação específica dos Estados- Membros deve estar enquadrada nestes princípios orientadores da União Europeia. De modo geral, em todos os Estados Membros, as Universidades têm vindo a desenvolver actividades de fomento ao espírito empreendedor como por exemplo: criação de cursos de formação inicial e de pós-graduação, criação de um observatório de práticas pedagógicas no âmbito de ensino empresarial (França), realização de concursos de planos de negócios desenvolvidos por estudantes (Bélgica, Irlanda), e estabelecimento de projectos de cooperação com empresas (Suécia, Irlanda e Reino Unido).

Em alguns países como a Dinamarca, a Suécia, a Finlândia, a França, o Reino Unido, a Irlanda e Portugal, houve um forte empenhamento político que se traduziu na implementação de planos nacionais para a promoção do espírito empresarial nas universidades. No caso finlandês, esta formação foi concebida para funcionar também no âmbito da universidade aberta e, como tal, é acessível a outros grupos populacionais e não exclusivamente aos estudantes do ensino superior. Estão, igualmente, a ser adoptadas medidas para comercializar as descobertas resultantes de projectos de investigação, a fim de acelerar a criação de novas empresas e de fomentar o ensino tecnológico e empresarial combinado.

O caso irlandês é particularmente interessante uma vez que “o envolvimento das universidades e institutos de tecnologia na criação de novas empresas com elevado potencial é feito no âmbito da Estratégia de Crescimento Regional que pressupõe financiamento e apoio, por parte do governo, para o estabelecimento de incubadoras de empresas, fundos de capital de risco e outros apoios no sentido de apoiar a criação de empresas nos *campus* universitários”(Comissão Europeia, 2002).

Em Portugal, algumas universidades têm vindo a trabalhar no ensino do empreendedorismo nomeadamente em oferta formativa; de modo geral esta oferta assume um carácter horizontal, muitas vezes extracurricular e ainda se encontra muito centrada em universidades/cursos nas áreas de gestão e economia. Contudo, este panorama tem vindo a ser alterado com a concepção e implementação de programas de empreendedorismo de base tecnológica que visam incentivar a criação de novas empresas, em função de tecnologias desenvolvidas por professores, investigadores ou alunos no âmbito da sua actividade profissional. Neste sentido, saliente-se o CEBT¹ Curso de Empreendedorismo de Base Tecnológica, que já vai na sua 4ª edição, e até à data contribuiu para a formação de mais de 300 alunos/formandos, das mais diversas áreas de actividade (alunos finalistas e de pós-graduação, quadros de empresas e investigadores). Além disso, contribui para a realização de

¹ Informação acedida através do site: «http://www.ubi.pt/CEBT/descricao_curso.php», em 01/07/07

41 conceitos de empresas de base tecnológica, e para a elaboração de 5 projectos NEOTEC, visando a formação efectiva de empresas de base tecnológica. Este curso surge da parceria estabelecida entre as Universidades de Coimbra, Aveiro e Beira Interior, com o CEC – Câmara de Comércio e Indústria do Centro.

Existem alguns exemplos positivos de associações com empresas e outras entidades (autarquias, banca, agências de inovação entre outras) na criação de parques de ciência e tecnologia, como o Tagus Park (Oeiras) e o Parkurbis (Tortosendo/Covilhã). Outros bons exemplos são os concursos de ideias, como o projecto “Poliempreende”², através dos quais se estimula a capacidade empreendedora dos alunos e se ajuda a concretizar ideias viáveis de negócio. Na actualidade, esta iniciativa encontra-se inserida no projecto Biinova e envolve a colaboração de todos os politécnicos nacionais.

No entanto, falta uma estratégia concertada no sentido de integrar estas e outras actividades no sistema de ensino. Apesar da existência de todas estas iniciativas há muito trabalho a desenvolver nesta área e, com base no parecer de um grupo de peritos, a Comissão Europeia, (2002: 9) propôs as seguintes recomendações para acções futuras:

- Organização de um “Dia Europeu da Educação para o Desenvolvimento do Espírito Empresarial”;
- Criação de redes permanentes de peritos desta área;
- Incremento dos esforços para a recolha de dados quantitativos, incluindo o estabelecimento de planos de acção a nível nacional;
- Aumento da oferta de formação específica para docentes;
- Continuação da promoção dos programas internacionais baseados na abordagem “aprender fazendo”;
- Criação de um enquadramento (a nível nacional ou regional) para o ensino orientado para o desenvolvimento do espírito empresarial;
- Tradução do empenhamento político em acções concretas.

3.3 - Nas Universidades Chinesas

Na China, a educação para o empreendedorismo é muito recente. Com efeito, foi apenas em 2001 que o governo chinês autorizou a leccionação destas matérias e, apenas, em determinadas universidades que se destacavam pelo seu carácter inovador. Esta autorização está directamente relacionada com as alterações políticas e económicas que se têm vindo a verificar naquele país. Desde 1984, com a possibilidade de abertura de empresas privadas e as consequentes alterações legislativas e de acesso ao crédito, o PIB chinês tem vindo a crescer a uma taxa de 8 a 10% ao ano (taxa substancialmente

² Informação acedida através do site: «<http://ceder.ipcb.pt/index.php?option=content&task=view&id=69&Itemid=2>», em 01/07/07

superior ao de outras economias); em termos cumulativos, entre 1980 e 2002 o PIB aumentou 12 vezes (Li, Zhang e Matlay, 2003: 2). Neste crescimento económico, as pequenas e médias empresas têm desempenhado um papel fundamental contribuindo em cerca de 60% do total de exportações chinesas e criando novos postos de trabalho: entre 1996 e 1999 foram criadas 1,3 milhões de pequenas e médias empresas e 5,2 milhões de novos postos de trabalho. (Li, Zhang e Matlay, 2003: 3).

No sentido de potenciar, ainda mais, o impacto das pequenas e médias empresas no desenvolvimento do país, as autoridades competentes decidiram criar cursos/disciplinas de empreendedorismo nalgumas universidades, a nível de graduação; contudo, estas actividades não fazem parte do plano curricular normal e são oferecidas como extracurriculares.

O primeiro grande evento do ensino do empreendedorismo foi o lançamento de um concurso de planos de negócio organizado pela Universidade de Tsinghua em Pequim. Este concurso, do qual já se realizaram 4 edições, pretende fomentar o empreendedorismo entre os estudantes e está organizado nos seguintes moldes: após um período de publicidade ao evento onde todos os alunos são convidados a participar (sobretudo aqueles que, no âmbito de projectos, desenvolveram tecnologias de interesse empresarial), segue-se um primeiro módulo onde se ensinam as matérias básicas relacionadas com a criação de empresas. No final desse módulo, os alunos devem apresentar os seus planos de negócio que serão sucessivamente avaliados por um júri, do qual fazem parte docentes da universidade, representantes dos empresários, da banca e das autoridades estatais (Li, Zhang e Matlay, 2003). Aos vencedores é oferecida a possibilidade de se instalarem no centro de incubação de empresas sediado no parque industrial da universidade. Desde 2001 já aí se instalaram 12 empresas, criadas por estudantes no âmbito deste concurso.

A Universidade criou, também, um Centro Nacional de Empreendedorismo que providencia o apoio necessário para a criação de novas empresas, nomeadamente no que se refere a acesso ao crédito e ao cumprimento das formalidades legislativas (Li, Zhang e Matlay, 2003). Para além deste evento, que já foi recriado à escala nacional, as Universidades Chinesas oferecem programas de empreendedorismo com abordagens diferenciadas, uns dando mais ênfase à questão da criação de empresas, outros ao desenvolvimento de competências específicas do empresário. Este facto reflecte a discussão académica, ainda inconclusiva, respeitante ao modelo que melhor se adapta ao país e que responde de uma maneira mais eficaz aos problemas que se colocam, nomeadamente a ineficiência do sector económico estatal e a sua previsível privatização, o desemprego e a necessidade de fomentar o auto-emprego, a incorporação tecnológica e a competitividade sustentável da economia chinesa.

Como perspectivas futuras, pretende-se que o ensino do empreendedorismo seja integrado de uma forma coerente nos programas curriculares universitários e não na perspectiva extracurricular, como ocorre actualmente (Li, Zhang e Matlay, 2003).

4- CONCLUSÕES

Encorajar o espírito empresarial constitui uma das chaves para a criação de emprego e para o aumento da competitividade e do crescimento económico (Comissão Europeia, 2004). Atendendo a que “o empreendedorismo é uma competência de base susceptível de ser adquirida através de uma aprendizagem” (Kirby, 2002: 8), as universidades, numa resposta à crescente procura, têm vindo a oferecer formação nesta área, ainda que nem sempre integrada nos programas curriculares.

A abordagem clássica da educação para o empreendedorismo encontrava-se vocacionada para os aspectos relacionados com a constituição de empresas. Hoje em dia, a par destes assuntos, pretende-se, também fomentar nos alunos comportamentos empreendedores. Para isso, no processo de ensino-aprendizagem devem ser adoptados métodos inovadores que promovam o “saber fazendo” e incutam, nos alunos, autonomia, responsabilidade e sentido crítico. A aproximação das universidades às empresas é fundamental, no sentido de situar a aprendizagem em contexto real e permitir o contacto com experiências de vida de empresários já estabelecidos. Continua a ser uma questão em aberto saber se é preferível incluir o empreendedorismo e o espírito empresarial nos programas curriculares ou considerá-los como uma actividade extracurricular (Comissão Europeia, 2002:26). Não existe consenso, mas predomina a ideia de que o empreendedorismo não deve ser mais uma disciplina a leccionar, mas sim deverá ser introduzido como uma temática de carácter horizontal e complementar aos programas em vigor.

Todavia, a não ser que estejam integradas numa estratégia global, nem mesmo as iniciativas mais interessantes e inovadoras se afirmarão como a solução ideal. O sistema de ensino deve estar preparado para assumir este desafio. Isto significa a criação de um enquadramento sólido para o ensino orientado no desenvolvimento do espírito empresarial, imprimindo-lhe uma perspectiva de longo prazo, formando maior número de docentes nesta área e, por último, assegurando que estes programas sejam acessíveis aos estudantes.

5 - REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Charney, A. e Libecap, G. (2005), “*Impact of the Entrepreneurship Education*”, Kauffman Research Series.
- Collins, L.; Hannon, P.; Smith, A. (2004), “Enacting entrepreneurial intent: the gap between students and higher education capability”, *Education & Training*, Vol. 46, n° 8/9, pp. 454 - 463.
- Comissão Europeia (2002), “*Relatório Final do Grupo de Peritos. Projecto sobre Educação e Formação para o Desenvolvimento do Espírito Empreendedor no Âmbito do Procedimento BEST*”, Serviço de Publicações Oficiais das Comunidades Europeias.

- Comissão Europeia (2004), “*Contribuir para a Criação de uma Cultura Empresarial. Um Guia de Boas Práticas para a Promoção de Atitudes e Competências Empresariais Através da Educação*”, Serviço de Publicações Oficiais das Comunidades Europeias.
- Drucker, P. (1998), “Management's new paradigms”, *Forbes*, Vol.162, Iss.7, 152-170, 5 October, New York.
- Gartner, W.B. (1985), “A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Capital”, *Academy of Management Review*, Vol. 10, nº4. pp. 696-706.
- Gartner, W.; Bird, B.; Starr, J. (1992) , Acting as if: differentiating entrepreneurial from organizational behavior, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol.16, Iss.3, 13-32, Waco.
- Gross, W. (2000), “Entrepreneurship education”, *Proceedings of the Technological Education and National Development Conference*, Abu Dhabi, 13p.
- Jones, C.; English, J. (2004), “A contemporary approach to entrepreneurship education”, *Education & Training*, Vol. 46, nº 8/9, pp. 416-423.
- Katz, J. (2003), “The chronology and intellectual trajectory of American entrepreneurship education”, *Journal of Business Venturing*. Vol.18, nº 2, pp. 283-300.
- Kirby, D. (2002), “Entrepreneurship education : can business schools meet the challenge?”, *47th World Conference, International Council for Small Business*, San Juan, Puerto Rico, 23 p.
- Kourilsky , M. (1995), “Entrepreneurship education: opportunity in search of curriculum”, *Business Education Forum*, October 1995, pp. 1-18.
- Laukkanen, M. (2003),”Exploring academic entrepreneurship: drivers and tensions of university based business”, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 10, nº 4, pp. 372-382.
- Li, J.; Zhang, Y.; Matlay, H. (2003), “Entrepreneurship education in China”, *Education & Training*, Vol. 45, nº 8/9, pp. 495-505.
- McMullan W. e Long W. (1987), “Long Entrepreneurship education in the nineties”, *Journal of Business Venturing*, Vol. 2, nº 3, Summer, pp. 261-275.
- Morris, M.H., Kuratko, D.F. e Schindehutte, M. (2001), “Towards Integration: Understanding Entrepreneurship through Frameworks”. The *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, Vol.2, nº1, pp. 35-49.
- Rae, D. (2004), “Practical theories from entrepreneurs’stories: discursive approaches to entrepreneurial learning”, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol.11, nº.2, pp. 195-202.
- Rasmussen, E. A. and Sorheim, R. (2006), “Action-based entrepreneurship education”, *Technovation*, Vol. 26 nº 2, pp. 185-194.
- Roach, K. (1999), “*Entrepreneurial Education Planning for Success Syllabus*”, North Georgia Technical Institute, Clarkesville, GA.
- Solomon, G.; Duffy, S.; Tarabishy, A. (2002), “The state of entrepreneurship education in the United States. A nation wide survey and analysis”, *International Journal of Entrepreneurship Education*, Vol.1, nº1, pp. 1-22.
- Trigo, V. (2003), “*Entre o Estado e o Mercado, Empreendedorismo e Condição do Empresário na China*” Ad Litteram, Lisboa.
- Ussman, A. (1998),”University and entrepreneurship development”, *International Conference, Academy of Business & Administrative Sciences*, Budapest, 12 p.
- Vyakarnam, S. (2005), “To inspire, inform and help implement. The role of entrepreneurship education”, *Second AGSE International – Entrepreneurship Teaching Exchange*, Melbourne, 20 p.