

# **Relato de uma experiência metodológica para a disciplina "Empreendedorismo" em um curso de Administração.**

**Marcio de Cassio Juliano**

Faculdade Zumbi dos Palmares – prof.mcj@hotmail.com

## **Resumo**

Este artigo relata a aplicação de uma metodologia de ensino, construída empiricamente, para a disciplina empreendedorismo. Inicialmente foi realizada uma breve fundamentação teórica sobre empreendedorismo, considerando as suas definições conceituais, os aspectos ligados ao seu ensino e a sua respectiva aprendizagem, e ainda, foram descritas as características dos comportamentos empreendedores. Em seguida, procurou-se descrever com detalhes a metodologia de ensino utilizada, considerando as formas de avaliação que foram adotadas e as atividades pedagógicas – teóricas e práticas – propostas dentro e fora da sala de aula que envolveu: a leitura obrigatória de um livro, a exposição dialógica do conteúdo e a atividade prática “feira de empreendedorismo” realizada com planejamento e execução dos próprios estudantes sob a coordenação do professor da disciplina e o apoio da instituição. Finalmente foram expostos e discutidos os resultados, onde, por meio de uma pesquisa, levantou-se um positivo nível de aceitação de parte da metodologia pelos estudantes. Ainda na seção de resultados e discussão, relatou-se o satisfatório grau de desempenho dos estudantes em relação ao aprendizado teórico e prático, assim como, se discutiu os aspectos relevantes para a aplicação efetiva da metodologia.

**Palavras chave:** Empreendedorismo. Empreendedor. Metodologia de Ensino. Administração. Ensino Superior.

# **Report of an experimental methodology for the subject "Entrepreneurship" in a Business Administration course.**

## **Abstract**

The present article aims to explain one kind of teaching methodology which was built empirically for a university subject called enterpreneuring. A brief explanation about enterpreneuring theory was carried out considering its definitions and all aspects related with teaching and learning, also the main enterpreneuring behavior characteristics were shown. Following these ideas the methodology was described considering assessment kinds used and activities proposed inside and outside the classrooms because of this the students were supposed to read a book, to make a speech about the subject and to prepare a practical activity consisting of a workshop. All these practices were organized by the students, and under the coordination of the teachers. The results were discussed and presented by a research which proved that great part of the students accepted this methodology. The results are discussed in the same section and the improvement of the students related with their learning about theory and practice can be important aspects for the application of this methodology.

**Key words:** Enterpreneuring. Enterpreneurs. Teaching Methodology. Business Administration. Higher Education.

## 1 Introdução

O empreendedorismo é um tema largamente discutido, tanto no meio acadêmico como no meio organizacional. O fomento ao empreendedorismo pode gerar inovação e desenvolvimento econômico a uma organização, região ou País que seja beneficiado por esse estímulo.

O grande desafio é ensinar o empreendedorismo. Existe a opção do ensino tradicional onde se fala sobre empreendedorismo, expondo aos estudantes as teorias e conceitos que o fundamentam e exigindo desses estudantes respostas verbais para verificar se eles sabem falar ou escrever sobre o tema. Porém, falar corretamente sobre empreendedorismo não significa que o estudante aprendeu a empreender, pois, empreender é muito mais que demonstrar conhecimento sobre conceitos e teorias, é colocar em prática o que foi aprendido e realmente edificar um empreendimento por iniciativa própria. Para tanto, se faz necessário um método de ensino que considere o exercício dos comportamentos empreendedores, além do ensino tradicional, como opção eficaz para ensinar empreendedorismo, em outras palavras, um método que também proporcione ao estudante a oportunidade de agir como um empreendedor.

Após quatro semestres ministrando a disciplina de empreendedorismo em duas instituições de ensino de nível superior diferentes, percebeu-se a maturação de uma metodologia, experimentalmente edificada, que poderia ser generalizada e formatada se houvesse a comprovação de que ela estivesse proporcionando a consecução dos objetivos de ensino propostos. Foi daí que surgiu a proposta de se relatar os resultados obtidos a partir do momento em que ela fosse estruturada e aplicada sistematicamente em uma próxima oportunidade.

O objetivo deste artigo é justamente relatar a aplicação mais recente dessa metodologia, considerando a sua estruturação e aplicação sistemática, que foi fundamentada no referencial teórico sobre empreendedorismo que se segue, considerando as definições conceituais sobre o tema e os aspectos ligados ao seu ensino e a respectiva aprendizagem.

## 2 Referencial Teórico

O empreendedor é aquele que resolve assumir o risco de iniciar uma organização (MAXIMIANO, 2006). Para Filion apud Dolabela (2008), o empreendedor é o indivíduo que imagina, desenvolve e realiza o que imaginou. Já para Dornelas apud Farah, Cavalcanti e Marcondes (2008), os empreendedores são indivíduos diferenciados, dotados de motivação única e apaixonados pelo que fazem, com o forte desejo de deixar a sua marca e serem reconhecidos.

Vários autores (DEGEN, 2008; DOLABELA, 2008; FARAH, CAVALCANTI E MARCONDES, 2008; MAXIMIANO, 2006 e SALIM, NASAJON, SALIM E MARIANO, 2004) se basearam em dicionários e em outros estudiosos para definirem o fenômeno do empreendedorismo; os mais citados foram Richard Cantillon, Jean-Baptiste Say, Joseph A. Schumpeter e Louis Jacques Filion. Não existe uma definição exata para o fenômeno do empreendedorismo, o que comumente se encontra é que ele é o resultado advindo da ação de empreender. A palavra empreender vem do latim e, de maneira geral, significa tomar a decisão de realizar uma tarefa difícil e laboriosa, ou ainda, colocar um plano em execução.

O empreendedorismo está diretamente ligado à inovação e criatividade e ao relacioná-lo às tendências que comparam a estratégia de sobrevivência empresarial com a teoria da seleção natural de Charles Darwin, onde, quanto mais variação uma

espécie apresentar, maior será a chance de sua perpetuação, transpõe-se ao empreendedorismo o fato de que variar (inovar) é uma necessidade constante para reduzir as chances de se igualar a seus competidores que dividem o mesmo mercado, aumentando as chances de se obter sucesso. (SALIM, NASAJON, SALIM E MARIANO, 2004)

Para Degen (2005) o desenvolvimento de um empreendimento próprio não é tarefa das mais difíceis e pode ser algo lucrativo e até divertido. Esse autor indica a falta de empreendedores e aponta para o empreendedorismo como uma opção de carreira profissional que pode substituir o emprego e ajudar na construção da riqueza do País. Por outro lado, esse mesmo autor

indica que empreender tem seu custo, como dedicar-se de 12 a 16 horas por dia, sete dias por semana para desenvolver e assegurar a sobrevivência do seu negócio, sacrificando o lazer e até mesmo a convivência com a família em troca de autonomia e independência financeira.

Já Maximiano (2006) levanta três vantagens e três desvantagens para o empreendedorismo. As vantagens são a autonomia, o desafio e o controle financeiro. As desvantagens são o sacrifício pessoal, a sobrecarga de responsabilidades e a pequena margem para a ocorrência de erros. Essas três vantagens e desvantagens estão resumidas no quadro 1.

VANTAGENS PARA O EMPREENDEDOR	DESVANTAGENS PARA O EMPREENDEDOR
<p>A <b>autonomia</b> está ligada à independência e liberdade para tomar decisões. “A satisfação de ser chefe de si mesmo é a melhor sensação que algumas pessoas podem experimentar.” (p. 5)</p> <p>O <b>desafio</b> gera entusiasmo para produzir o sentimento de realização e, quando realizado, o empreendedor se esforça mais ainda para enfrentar novos desafios, criando um círculo virtuoso saudável a ele e, conseqüentemente, ao seu empreendimento.</p> <p>O <b>controle financeiro</b> fornece segurança e visão da realidade. O empreendedor passa a dispor de importantes informações para tomar suas decisões.</p>	<p>O <b>sacrifício pessoal</b> vai ao encontro do custo enfatizado por Degen (2005), dedicação extrema e quase exclusiva ao negócio, podendo provocar afastamento familiar e falta de lazer.</p> <p>A <b>sobrecarga de responsabilidade</b> significa que o empreendedor é responsável, quase único, por tudo o que possa acontecer, afinal, foi ele quem apostou todas as fichas no empreendimento.</p> <p>A fase inicial dos empreendimentos emergentes e de pequeno porte não permite <b>erros</b>, sua ocorrência pode ser sinal de falência.</p>

Quadro 1: Vantagens e desvantagens para o empreendedor. Adaptada de Maximiano (2006).

## 2.1 Fatores que levam ao empreendedorismo e a importância do plano de negócios

De acordo com Degen (2008), entre os motivos mais comuns que estimulam a vontade de empreender está a vontade de ganhar muito dinheiro, a vontade de ser o seu próprio patrão e a necessidade de provar a si próprio e aos outros de que é

capaz de empreender. Para Salim *et al* (2004) a escolha de empreender pode ser tomada por jovens recém-formados com uma boa idéia ou o domínio de uma nova tecnologia, por profissionais que obtiveram sucesso em sua trajetória profissional, por profissionais que não conseguiram desenhar uma trajetória de sucesso que os satisfizessem por completo, por profissionais que perderam o seu emprego

e estão enfrentando dificuldade para recolocação e, ainda, por aposentados que não querem parar de trabalhar e resolvem assim fazê-lo de maneira independente.

Independentemente do motivo, é certo que o candidato a empreendedor deverá estar consciente que o sucesso do seu empreendimento dependerá, em grande parte, da elaboração de um plano de negócios. Um plano de negócios é uma metodologia utilizada para descrever, detalhadamente, como será o empreendimento que se pretende edificar, visando diminuir os riscos e as incertezas e servindo de base para a obtenção dos recursos necessários para a sua implantação. O plano de negócio também serve para orientar as relações do empreendedor com os seus sócios, com os seus empregados, com seus parceiros, órgãos governamentais, agentes financiadores, clientes e fornecedores. A elaboração de um plano de negócios ainda não é uma atividade considerada por grande parte dos empreendedores, fato que contribui significativamente para o alto número de mortalidade de novos empreendimentos. (DOLABELA, 2008).

Segundo Farah *et al* (2008) é essencial que o empreendedor elabore um plano de negócios antes de construir o seu empreendimento, pois tal elaboração o obriga a detalhar sua idéia de maneira clara, facilitando o seu entendimento por outras pessoas e criando a necessidade de buscar informações que influenciarão diretamente o seu empreendimento. Para esses autores um plano de negócios deverá responder perguntas ligadas às expectativas e objetivos pessoais do empreendedor, aos objetivos do empreendimento, à estruturação e organização, aos produtos ou serviços que serão oferecidos, aos fornecedores e clientes, ao mercado que se pretende atuar e atender, entre muitas outras questões.

Os empresários devem estar cientes de que o processo de formulação do plano de negócios, embora possa estar enfaticamente fundamentado em suas intuições, deve basear-se em uma série de conceitos e técnicas sistematizadas, que lhe são desconhecidos, sem o que poderão adotar estratégias com poucas possibilidades de êxito. (FARAH *et al*, 2008, p. 26)

## 2.2 O empreendedorismo como objeto de estudo e os aspectos ligados ao seu ensino

De acordo com o material disponibilizado pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE – para o programa de desenvolvimento de empreendedores – EMPRETEC – é comum ouvir que empreendedores já nasceram empreendedores, porém, eles podem ser formados. A Organização das Nações Unidas – ONU – após detectar grande insucesso das ações que tomou para fomentar o empreendedorismo após a 1ª Guerra Mundial, visando à reconstrução da economia europeia, realizou uma pesquisa entre empreendedores de sucesso e identificou 10 comportamentos chave, com três características cada, que são primordiais para se obter sucesso ao empreender. Ainda segundo o material do SEBRAE, o potencial empresarial pode e deve ser desenvolvido com o exercício desses 10 comportamentos empreendedores, os quais foram organizados em três conjuntos, a saber:

a) Conjunto Realização; b) Conjunto Planejamento e c) Conjunto Poder.

No quadro 2 estão descritos os 10 comportamentos com as suas três respectivas características de comportamento empreendedor (CCE).

---

a) Conjunto Realização

---

Comportamento: Busca de oportunidades e iniciativa.

CCE 1: Faz as coisas antes de ser solicitado ou antes de forçado pelas circunstâncias.

CCE 2: Age para expandir o negócio a novas áreas, produtos ou serviços.

CCE 3: Aproveita oportunidades fora do comum para começar um negócio, obter financiamentos, equipamentos, terrenos, local de trabalho ou assistência.

---

Comportamento: Correr riscos calculados.

CCE 1: Avalia alternativas e calcula riscos deliberadamente.

CCE 2: Age para reduzir os riscos deliberadamente.

CCE 3: Coloca-se em situações que implicam desafios ou riscos moderados.

---

Comportamento: Exigência de qualidade e eficiência.

CCE 1: Encontra maneiras de fazer as coisas melhores, mais rápidas, ou mais baratas.

CCE 2: Age de maneira a fazer as coisas que satisfazem ou excedem padrões de excelência.

CCE 3: Desenvolve ou utiliza procedimentos para assegurar que o trabalho seja terminado a tempo ou que o trabalho atenda a padrões de qualidade previamente combinados.

---

Comportamento: Persistência.

CCE 1: Age diante de um obstáculo significativo.

CCE 2: Age repetidamente ou muda de estratégia a fim de enfrentar um desafio ou superar um obstáculo.

CCE 3: Assume responsabilidade pessoal pelo desempenho necessário à consecução de metas e objetivos.

---

Comportamento: Comprometimento.

CCE 1: Faz um sacrifício pessoal ou despende um esforço extraordinário para completar uma tarefa.

CCE 2: Colabora com os empregados ou se coloca no lugar deles, se necessário, para terminar um trabalho.

CCE 3: Se esmera em manter os clientes satisfeitos e coloca em primeiro lugar a boa vontade a longo prazo, acima do lucro a curto prazo.

---

b) Conjunto Planejamento

---

Comportamento: Busca de informações.

CCE 1: Dedicar-se pessoalmente a obter informações de clientes, fornecedores ou concorrentes.

CCE 2: Investiga pessoalmente como fabricar um produto ou fornecer um serviço.

CCE 3: Consulta especialistas para obter assessoria técnica comercial.

---

Comportamento: Estabelecimento de metas.

CCE 1: Estabelece metas e objetivos que são desafiantes e que têm significado pessoal.

CCE 2: Tem visão de longo prazo, clara e específica.

CCE 3: Estabelece objetivos de curto prazo, mensuráveis.

---

Comportamento: Planejamento e monitoramento sistemáticos.

CCE 1: Planeja dividindo tarefas de grande porte em subtarefas com prazos definidos.

CCE 2: Constantemente revisa seus planos levando em conta os resultados obtidos e mudanças circunstanciais.

CCE 3: Mantém registros financeiros e utiliza-os para tomar decisões.

---

c) Conjunto Poder

---

Comportamento: Persuasão e rede de contatos.

CCE 1: Utiliza estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir os outros.

CCE 2: Utiliza pessoas-chave como agente para atingir seus próprios objetivos.

CCE 3: Age para desenvolver e manter relações comerciais.

---

Comportamento: Independência e autoconfiança.

CCE 1: Busca autonomia em relação a normas e controles de outros.

CCE 2: Mantém seu ponto de vista, mesmo diante da oposição ou de resultados inicialmente desanimadores.

CCE 3: Expressa confiança na sua própria capacidade de completar uma tarefa difícil ou de enfrentar um desafio.

---

Quadro 2: Características de Comportamentos Empreendedores (CCEs)

Adaptado do Manual do participante do seminário EMPRETEC 2005

Atualmente, o perfil profissional mais procurado pelas organizações engloba quase todas as características comportamentais empreendedoras descritas na literatura. Propensão para identificar e correr riscos, apresentar iniciativa, persistência, flexibilidade e comprometimento com o trabalho, além da capacidade de planejar e buscar informações, são características que certamente contribuirão para que qualquer profissional possa obter sucesso.

Acredita-se ser possível ensinar ou melhorar tais características por meio de uma metodologia de ensino diferente da tradicional, onde o professor é o centro do conhecimento e o estudante aprende de modo passivo. Esse é o paradigma que deve ser quebrado no ensino superior,

principalmente quando o conteúdo abrange o tema empreendedorismo. O foco do ensino deve ser na mudança de comportamento dos estudantes, requisitando um professor facilitador do processo de aprendizagem e atividades práticas que considerem a realidade desses estudantes. (MAYER, DAVID, GAUTHIER, 2001)

Bolzan apud Mayer *et al* (2001) caracterizou o ensino tradicional e o novo ensino, apontando para as diferenças entre eles. Este autor chamou o ensino tradicional de “ensino como reprodução de conhecimento” e o ensino novo de “ensino como produção do conhecimento”. No quadro 3 pode-se observar a diferença entre ambos.

ENSINO COMO REPRODUÇÃO DO CONHECIMENTO	ENSINO COMO PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO
Seu foco é no conhecimento "sem raízes", fornecendo-o pronto, acabado e inquestionável.	O foco é no conhecimento a partir da localização histórica de sua produção, entendendo-o como provisório e relativo.
Valoriza o imobilismo e a disciplina intelectual tomada como reprodução das palavras, textos e experiências do professor e do livro.	Valoriza a ação reflexiva e a disciplina tomada como a capacidade de estudar, refletir e sistematizar conhecimento.
Enfatiza a memória e a repetição do conhecimento socialmente acumulado.	Enfatiza a intervenção no conhecimento socialmente acumulado.
Utiliza a síntese já elaborada para melhor passar informações aos estudantes, muitas vezes reproduzidas de outras fontes.	Estimula a análise, a capacidade de compor e recompor dados, informações, argumentos e ideias.
Valoriza a precisão, a segurança, a certeza e o não-questionamento, premiando o pensamento convergente e a resposta única.	Valoriza e provoca o pensamento divergente, a ação, a reflexão crítica, a curiosidade, o questionamento exigente, a inquietação e a incerteza.
Concebe cada disciplina curricular como um espaço próprio de domínio de conteúdo e em geral dá a cada uma o status de mais significativa do currículo acadêmico.	Percebe o conhecimento de forma interdisciplinar, propondo pontes de relação entre eles e atribuindo significados próprios aos conteúdos, em função dos objetivos acadêmicos.
Valoriza a quantidade temporal de aula que ocupa para poder "ter a matéria dada" em toda a sua extensão.	Valoriza a qualidade dos encontros com os alunos e deixa este tempo disponível para o estudo sistemático e investigação orientada.
Concebe a pesquisa como atividade exclusiva de iniciados, onde o aparato metodológico e os instrumentos de certeza sobrepõem à capacidade intelectual de trabalhar com a dúvida.	Concebe a pesquisa como atividade inerente ao ser humano, um modo de aprender o mundo, acessível a todos e a qualquer nível de ensino, guardadas as devidas proporções.
Incompatibiliza o ensino com a pesquisa e com a extensão, dicotomizando o processo de aprender.	Entende a pesquisa como instrumento de ensino e a extensão como ponto de partida e de chegada da apreensão da realidade.
Requer um professor "erudito" que pensa deter com segurança os conteúdos de sua matéria de ensino.	Requer um professor inteligente e responsável, capaz de estimular a dúvida e orientar o estudo para a emancipação.
Coloca o professor como a principal fonte de informação que, pela palavra, repassa ao aluno o estoque que acumulou.	Entende o professor como mediador entre o conhecimento, a cultura sistematizada e a condição de aprendizado do aluno.

Quadro 3: Comparação entre o ensino tradicional e o ensino novo. Adaptada de Mayer, David, Gauthier, 2001

David, Roveda, Redivo, Gauthier, Colossi e Franzoni (2001) exploraram os aspectos pedagógicos para se ensinar empreendedorismo e indicaram que:

[...] para o desenvolvimento da cultura empreendedora há a necessidade da formação de estudantes que sejam mais autônomos, mais criativos, capazes de liderar e com visão ampla da sociedade. Programas de ensino que contemplem o desenvolvimento interpessoal e intrapessoal, além da geração de idéias, negociação, desenvolvimento estratégico, desenvolvimento de produtos, tomada de decisões e resolução de problemas. (DAVID *et al*, 2001, p. 4)

Ainda segundo esses autores, o conhecimento deve ser construído conjuntamente por professor e estudante, de modo que o professor seja orientador e facilitador, mediando o processo de aprendizagem, enquanto o estudante deve ter participação ativa nas aulas e nas atividades previstas. Uma proposta pedagógica para o ensino do empreendedorismo deve estar centrada em atividades práticas, que ofereçam oportunidade de participação ativa como os jogos, jogos de empresas, dinâmicas de grupo e vivências. Portanto, a didática empreendedora deve adotar e aplicar técnicas e métodos variados, com foco experimental centrado na mudança comportamental e no fortalecimento das atitudes pessoais que levem ao ato de empreender, bem diferentes dos tradicionais adotados atualmente, onde o estudante é tratado como uma “esponja” que pode ou não ter a capacidade de “absorver” passivamente o que o professor ensina.

Convém que o ensino da sala de aula seja o mais aproximado possível da realidade em que vive o aluno, a fim de que ele aprenda na prática e aprenda a refletir sobre sua própria

ação. O professor/facilitador estimula os alunos a não ficar na dependência dos livros, do professor ou de respostas de outros. (MAYER *et al*, 2001, p. 9)

De acordo com a classificação dos principais métodos e técnicas de ensino de Uris (1966) apud Mayer *et al* (2001), serão destacados quatro desses métodos que são comumente adotados e aplicados para o ensino do empreendedorismo.

Aprender pela experiência: é uma maneira de obter resultados rápidos por meio de atividades práticas, estabelecidas e ordenadas pelo professor onde se procura facilitar a aprendizagem, levando em consideração a individualidade do estudante e a repetição dos exercícios.

Método conceitual: é aquele que prioriza a exposição oral, ensinando conceitos sobre o conteúdo em questão. É responsabilidade do professor enriquecer a sua exposição com detalhes que chamem a atenção e despertem o interesse do estudante pelo conteúdo. Debates e discussões, assim como palestras, seminários e exposição de painéis também fazem parte desse método.

Método simulado: se cria situações arbitrárias muito análogas à realidade para que os estudantes possam resolvê-las, desenvolvendo habilidades que não seriam possíveis serem desenvolvidas em outros métodos. Estão inseridos aqui os jogos, as dramatizações e os estudos de casos.

Método de aprendizagem comportamental: está fundamentado nas técnicas desenvolvidas em grupo, visando mudança de atitudes. É nesse método que as vivências e dinâmicas de grupo estão incluídas.

Após essa fundamentação teórica sobre empreendedorismo e os aspectos que permeiam o processo do seu ensino e de sua aprendizagem, passar-se-á para a descrição da metodologia que deu origem a este artigo.

### 3 Metodologia

Segundo Salim *et al* (2004, p. 2) existe um processo pelo qual o empreendedor passará para criar o seu próprio empreendimento. O processo consiste nas seguintes etapas:

- a) Despertar da motivação para a criação do próprio negócio;
- b) Desenvolvimento da idéia ou processo visionário;
- c) Validação da idéia;
- d) Definição da escala de operação e identificação dos recursos necessários;
- e) Elaboração do plano de negócio, que apresenta a formatação do empreendimento para sua negociação interna e externa;
- f) Operacionalização do plano de negócio, dando-se início a empresa;
- g) Consolidação e sobrevivência.

Como a proposta da disciplina visava que os estudantes exercitassem os comportamentos empreendedores (SEBRAE / EMPRETEC) por meio da criação de um empreendimento esporádico, que funcionou apenas um dia, não foi possível dar andamento à etapa g) descrita acima por Salim *et al* (2004).

A questão da transposição da teoria para a prática é um aspecto fundamental para o ensino e o respectivo aprendizado dos comportamentos empreendedores. Para tanto, foi desenvolvida uma metodologia para fornecer subsídios teóricos e proporcionar experiência prática, propiciando aos estudantes a oportunidade de Identificar e avaliar oportunidades de negócio; Elaborar o plano de negócio; Prever e levantar recursos necessários; Executar o plano de negócio e Apurar o resultado do empreendimento.

A disciplina foi ministrada em uma faculdade estabelecida na cidade de São Paulo para duas turmas do 7º semestre do curso de administração de empresas

envolvendo 175 estudantes, com uma aula por semana (duas horas aula), numa carga horária total de 40 horas aula no semestre. O semestre letivo foi o primeiro de 2009.

Inicialmente o livro “O segredo de Luisa” (DOLABELA, 2008) foi adotado como bibliografia básica e a sua leitura foi considerada obrigatória no decorrer do semestre. Para organizar e dar ritmo à leitura dividiu-se o conteúdo do livro em dez partes.

A partir da ementa da disciplina e da divisão da leitura do livro, foi elaborado um plano de ensino considerando um cronograma de atividades (descrito no quadro 4) considerando a abrangência do conteúdo, um cronograma para a leitura do livro e a realização de uma atividade prática chamada de feira de empreendedorismo.

Para avaliar se o livro estava realmente sendo lido pelos estudantes, foram aplicadas dez verificações de leitura (VL), uma para cada parte do livro, com valor total de cinco pontos (meio ponto por VL). Para não prejudicar os estudantes que, eventualmente, estiveram ausentes e não realizaram uma ou mais verificações de leitura, foram previstos dois dias, um no meio e outro no final do semestre, como nova oportunidade para realizá-las.

As aulas expositivas envolveram conteúdo inerente ao tema “empreendedorismo” e tiveram o objetivo de fornecer conhecimento teórico e orientar os estudantes para a atividade prática. Essas aulas serviram de base para a avaliação final com valor de dois pontos.

Finalmente, se realizou uma feira de empreendedorismo na qual os estudantes puderam colocar em prática boa parte do conteúdo aprendido na disciplina e também durante o curso de administração de empresas. Tratou-se da criação sistemática de um empreendimento esporádico onde foram comercializados produtos ou serviços previamente definidos. O pré-projeto foi o ponto de

partida para a organização da feira, visto que, foi dele que se obteve o número de grupos participantes, o escopo de cada empreendimento e o cronograma de trabalho do grupo que descrevia as atividades necessárias para a execução do empreendimento no dia da feira. A obtenção dessas informações com a devida antecedência possibilitou a locação das tendas, a reserva do espaço, a previsão da infra estrutura (tomadas, ponto de luz) e a definição do *layout* (figura 1), bem como auxiliou no direcionamento e na organização do trabalho de cada grupo de estudantes.

A partir do pré-projeto, cada grupo desenvolveu seu plano de negócios, que previa, basicamente, a definição do empreendimento, a sistemática de trabalho, o capital de giro necessário, o investimento, a previsão de vendas, a divulgação do produto ou serviço, o levantamento do custo e a formação do preço, e ainda definia as responsabilidades de cada componente do grupo. Após a feira, os estudantes entregaram um Demonstrativo de Resultados (DRE) que apurou o desempenho financeiro do empreendimento. A realização da feira valeu três pontos, um pelo plano de negócio, um pela participação na feira e um pela entrega do DRE.

A feira foi realizada no sábado, dia 16 de maio de 2009, das 10h às 18h, nas dependências da instituição com a formação de 27 grupos. Cada estudante presente no dia da feira também foi contemplado com um certificado de 20 horas de atividades complementares.

Resumidamente, o critério para avaliação adotado para a disciplina foi:

- Dez verificações de leitura (VL) baseadas no livro “O segredo de Luisa”, com valor de meio ponto cada num total de cinco pontos;
- Entrega do plano de negócios com valor de um ponto;

- Participação na feira com valor de um ponto;
- Entrega do DRE com valor de um ponto;
- Avaliação final com valor de dois pontos.

Após seis dias da realização da feira, 93 alunos responderam uma pesquisa, aplicada em sala de aula, para levantar o nível de satisfação deles em relação à essa atividade prática. Os principais resultados dessa pesquisa estão descritos na seção 4 (resultados e discussão) deste artigo.

O cronograma de aulas previu as atividades da primeira à vigésima aula e está descrito a seguir no quadro 4.

1 <sup>a</sup>	Apresentação da disciplina, conteúdo programático, cronograma das atividades e os critérios de avaliação.
2 <sup>a</sup>	Empreendedorismo e administração empreendedora: conceitos e tendências do mercado globalizado.
3 <sup>a</sup>	Motivação e perfil empreendedor. Características de comportamentos empreendedores.
4 <sup>a</sup>	Responsabilidade social e ética empresarial. Validando uma idéia: origem e motivação.
5 <sup>a</sup>	Construindo a visão e projetando a organização. A importância de se definir a missão organizacional. Verificação de Leitura 1 (VL), prefácio, a motivação e o perfil empreendedor até a validação de uma idéia.
6 <sup>a</sup>	O mentor e os sistemas de suporte para ajudar o empreendedor. VL 2 do cap. II - A validação de uma idéia até projetando a organização da empresa.
7 <sup>a</sup>	Impactos da empresa na vida do empreendedor. Definindo sua opção de vida. VL 3 do cap. II - Projetando a organização da empresa até o empreendedor busca ajuda. Entrega do pré-projeto para a feira.
8 <sup>a</sup>	Marketing, produção, logística, finanças e recursos humanos para o empreendedor. VL 4 do cap. III - O empreendedor busca ajuda até o plano de negócios.
9 <sup>a</sup>	A necessidade de um plano de negócios para o sucesso do empreendimento. Características de um plano de negócios. VL 5 do cap. IV - O Plano de negócios até estratégia de marketing.
10 <sup>a</sup>	Reservado para quem não fez as Vls anteriores.
11 <sup>a</sup>	Forças atuantes em um mercado. Plano e estratégia de marketing: marketing operacional e estratégico (4 p's). VL 6 do cap. IV - Estratégia de marketing até a preparação do empreendedor.
12 <sup>a</sup>	Plano de negócios: seqüência de elaboração. A importância da divulgação para o sucesso de um empreendimento. VL 7 do cap. IV - A preparação do empreendedor até plano financeiro.
13 <sup>a</sup>	A preparação do empreendedor: valores, políticas e os credos organizacionais. VL 8 do cap. IV - Do plano financeiro até a busca de recursos para a implementação da empresa. Entrega do plano de negócios para a feira de empreendedorismo.
14 <sup>a</sup>	Feira de empreendedorismo - Atividade prática.
15 <sup>a</sup>	Micro e macroambientes. Organização e gerência do negócio. VL 9 do cap. V - Da busca de recursos para a implementação da empresa até a consolidação.
16 <sup>a</sup>	O plano financeiro e a busca de recursos para a implementação da empresa. Planos: despesas, investimento, compras, fluxo de caixa e orçamentário. VL do cap. VI - A consolidação.
17 <sup>a</sup>	Entrega do demonstrativo de resultados da feira de empreendedorismo. Reservado para quem não fez as Vls anteriores.
18 <sup>a</sup>	Avaliação Bimestral 2.
19 <sup>a</sup>	Prova Substitutiva.
20 <sup>a</sup>	Exame final.

Quadro 4: Cronograma de aulas para a disciplina “Empreendedorismo”.

A instituição contribuiu para a realização da feira fornecendo o espaço, a infra estrutura e o apoio do departamento de marketing, tomando para si as despesas do electricista, material elétrico,

desenvolvimento e confecção de material impresso para divulgação.

Cada grupo arcou com os investimentos necessários para a execução do seu próprio projeto mais a despesa de locação da tenda

(R\$ 50,00), que media 2m x 2m. Todas as tendas foram locadas em uma mesma empresa para manter a padronização. Não foi permitida a comercialização de produtos ilegais ou que contivessem álcool, ou ainda, que fossem piratas.

Para a definição do *layout* (figura 1), se considerou a formação de uma praça de alimentação e o afastamento das tendas que produziram fumaça, alocando-as ao ar livre.

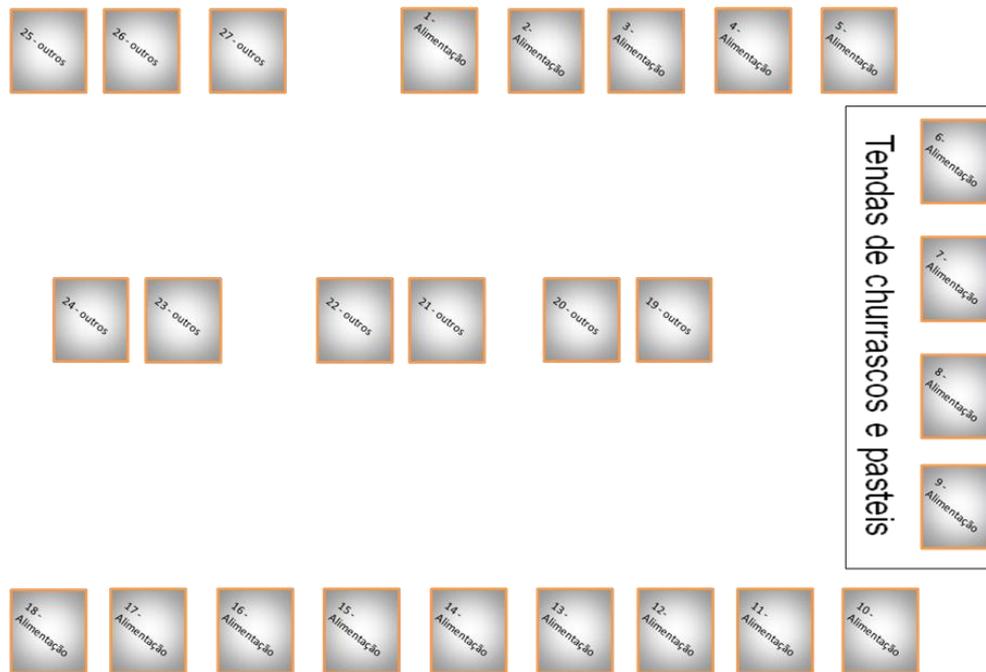


Figura 1: *Layout* da feira.

#### 4 Resultados e discussão

Com a aferição do desempenho dos estudantes frente às verificações de leitura, infere-se que a maioria leu o livro, pois os

dados da figura 2 demonstram que 148 estudantes obtiveram notas maiores ou iguais a quatro, o que equivale a 85% do total de estudantes.

Quantidade de alunos X Nota nas VLs

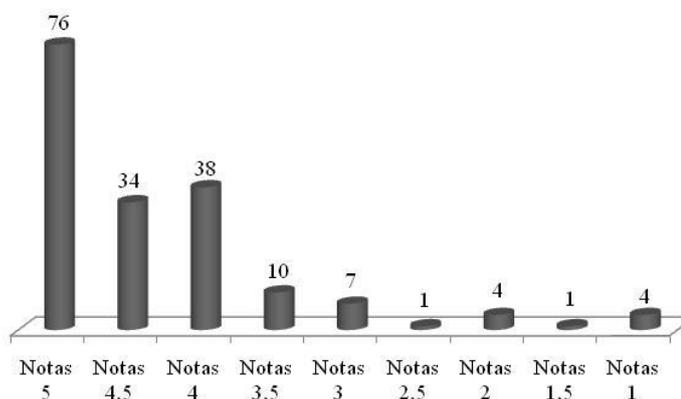


Figura 2: Alunos agrupados por nota obtida nas VLs

As notas da avaliação final, sobre o conteúdo, corroboraram para a inferência de que houve aprendizado do conteúdo por parte dos estudantes. Apenas três de uma sala e dois de outra necessitaram realizar o exame final para que fossem aprovados na disciplina, representando apenas 3% do total dos alunos.

A participação dos estudantes na feira foi maciça, apenas dois estudantes não compareceram ao evento. Todos os 27 grupos entregaram o pré-projeto, o plano de negócios e o DRE. O volume de dinheiro movimentado na feira, somando-se toda receita bruta informada em cada DRE, foi de aproximadamente R\$ 7.000,00. O resultado operacional (lucro ou prejuízo) obtido foi assumido integralmente por cada grupo.

Em relação à satisfação, 93 estudantes responderam à pesquisa que apresentou os seguintes resultados:

Apenas uma pequena parte dos estudantes (aproximadamente 17%) não ficou satisfeita com a feira.

A atividade foi importante para a formação acadêmica para mais de 80% dos respondentes, contribuindo de modo significativo para a aquisição de conhecimento teórico e prático para mais de 50% dos estudantes.

As atividades práticas, como a feira de empreendedorismo, deveriam ocorrer com mais frequência no curso para 98% dos respondentes e apenas 1% não aceitaria realizar novamente atividades semelhantes às da feira e perto de 10% só aceitaria se ela fosse obrigatória.

A maior dificuldade dos estudantes foi em divulgar o evento, seguido pela dificuldade em decidir sobre o que fazer e levantar os recursos financeiros para o empreendimento.

## 5 Conclusão

Com base nos dados acima se conclui que a atividade foi satisfatória, relevante e importante para os estudantes, proporcionando aprendizado teórico e prático sobre o conteúdo e contribuindo significativamente para a sua formação acadêmica. Vale ressaltar que a frequência de atividades práticas deve receber maior atenção no curso de graduação em Administração, visto que os estudantes demonstraram vontade de participar novamente de atividades semelhantes com entusiasmo, mesmo que elas não sejam obrigatórias.

A metodologia aqui descrita exige trabalho árduo do professor, que tem a responsabilidade de intermediar a locação das tendas, expor o conteúdo programado, aplicar e corrigir as VLS e a avaliação final. Para amenizar a sua carga de trabalho, a correção das VLS pode ser realizada por um pequeno grupo de alunos voluntários denominados de monitores (uma sugestão é utilizar um monitor para cada 20 alunos). O professor deve estar consciente de que é de fundamental importância obter o apoio da instituição e de que ele próprio é quem deve articular e coordenar as atividades junto a ela.

É válido lembrar que também é de suma importância o planejamento prévio de todas as atividades aqui descritas, assim como a comunicação eficaz das orientações, prazos e cronogramas para evitar surpresas desagradáveis que poderão prejudicar a realização da feira ou o desempenho da disciplina.

A disciplina “Empreendedorismo”, ministrada como aqui exposto, pode, além de cumprir com o seu papel na formação de administradores com perfil empreendedor, fortalecer a imagem da instituição frente aos estudantes e à comunidade, pois, atender os anseios do corpo discente eleva consideravelmente o seu grau de satisfação, provocando uma

propaganda “boca a boca” natural e muito bem vinda. Além desse fato, o impacto de uma melhor qualidade de ensino forma profissionais mais competentes e com maiores chances de sucesso, tanto em relação ao emprego como em relação à criação de novos empreendimentos. Contudo, forma-se um ciclo virtuoso que, provavelmente, se reverterá em um maior número de matrículas para a instituição de ensino e uma maior chance de sucesso dos estudantes no mundo corporativo.

## 6 Referências:

DAVID, D. E. H.; ROVEDA, M. V.; REDIVO, R. B.; GAUTHIER, F. A. O.; COLOSSI, N. e FRANZONI, A. M. B. **Aspectos Pedagógicos no Ensino do Empreendedorismo.** In: Terceiro Encontro Nacional de Empreendedorismo, Florianópolis, 2001. Terceiro ENEMPRE. Florianópolis: ENE-UFSC, 2001.

DEGEN, R. **O empreendedor.** São Paulo: Ed. Makron Books, 2005.

DOLABELA, F. **O segredo de Luisa.** São Paulo: Ed. Sextante, 2008.

FARAH, O. E.; CAVALCANTI, M. e MARCONDES, L. P. **Empreendedorismo estratégico.** São Paulo: Ed. Cengage, 2008.

MAXIMIANO, A. C. A. **Administração para empreendedores.** São Paulo: Ed. Prentice Hall, 2006.

MAYER, R.; DAVID, D. E. H. e GAUTHIER, F. A. O. **Métodos e técnicas de ensino para elaboração de uma disciplina de empreendedorismo.** In: Terceiro Encontro Nacional de Empreendedorismo, Florianópolis, 2001. 3 ENEMPRE. Florianópolis: ENE-UFSC, 2001.

SALIM, C. S.; NASAJON, C.; SALIM, H. e MARIANO S. **Administração empreendedora.** Rio de Janeiro: Ed. Campus Elsevier, 2004.