

O INCENTIVO AO EMPREENDEDORISMO EM ÂMBITO UNIVERSITÁRIO: PERSPECTIVAS NO BRASIL E NO MUNDO

José Vitor Dourado Monteiro – jvd.monteiro@gmail.com

Curso de Graduação em Engenharia Mecânica – UFSC

88.040-900 – Florianópolis – SC

Rodrigo Barbosa Costa – rbcosta.94@gmail.com

Curso de Graduação em Engenharia Mecânica – UFSC

88.040-900 – Florianópolis – SC

Resumo: *No decorrer dos últimos anos, Florianópolis tem sido avaliada como uma das cidades com melhores condições para o empreendedorismo no país. Algumas instituições (ACATE, CERTI e outras) e iniciativas (Startup weekend, Sinapse da Inovação e outras) têm fomentado o setor não só na Capital, mas em todo o estado. Apesar disso, poucas são as iniciativas desenvolvidas nesse sentido dentro do ambiente universitário, com o objetivo de capacitar os alunos e incentivar o desenvolvimento de ideias dentro de um ambiente inovador. Este artigo tem, portanto, como objetivo, estudar diferentes soluções para tal problema em diversos ambientes acadêmicos ao redor do mundo e analisar quais as medidas seriam interessantes de se aplicar em uma instituição de ensino pública de modo a alavancar a geração de negócios provenientes de ideias de alunos e professores.*

Palavras-chave: *Empreendedorismo, Inovação, Ensino em engenharia.*

1 INTRODUÇÃO

Empreendedorismo é cada vez mais uma palavra de destaque em nossa sociedade. A dinamicidade da economia em que estamos inseridos cria uma nova realidade para o profissional do século XXI, que está cada vez mais livre em suas escolhas de carreira e mais disposto a correr riscos que antes eram para poucos.

O empreendedorismo em si é um conceito bastante amplo. A palavra se origina do verbo francês *entreprendre*, que significa conseguir coisas concluídas. Já em 1942, Schumpeter, economista austríaco, associava a imagem do empreendedor com o que chamou de processo de destruição criativa, destruindo a velha realidade para criar a nova por meio de novos produtos, novos métodos de produção e novos mercados.

Num cenário em que cada vez mais jovens assumem para si esse ímpeto de criar seu próprio negócio e colocar em prática suas ideias, faz-se necessário pensar na preparação que estes recém-ingressos no mercado têm para atuar em um ambiente muitas vezes hostil e complexo. E é nesse contexto que se encaixa a Universidade como agente formador e transformador desta massa atuante.

Por isso o questionamento de como deve ser feito esse processo educativo e como ele se encaixa na realidade em que nos inserimos como graduandos de uma Universidade Federal tida como exemplo em âmbito nacional e localizada em uma cidade marcada pelo perfil empreendedor.

2 FLORIANÓPOLIS E O EMPREENDEDORISMO

Nos últimos anos, em se tratando de empreendedorismo, Florianópolis tem alcançado posições de destaque no cenário nacional. Como exemplo disso, a cidade alcançou o primeiro lugar em 2014 e segundo em 2015 (atrás apenas de São Paulo) no Índice de Cidades Empreendedoras (ICE). Elaborado pela empresa Endeavor, o índice expõe o cenário das principais cidades do país com potencial para um empreendimento, levando em conta sete fatores principais: ambiente regulatório, infraestrutura, mercado, acesso a capital, inovação, capital humano e cultura.

O destaque da Ilha no cenário de criação de negócios pode ser explicado por alguns fatores. O primeiro deles diz respeito a uma série políticas que ganharam força a partir de 1980. É muito provável que nesta época Florianópolis não atingisse um resultado tão expressivo quanto o apresentado nos últimos anos, o que

evidencia o papel fundamental das políticas públicas no projeto de uma cidade bem sucedida, alinhando economia, governo e sociedade. Outro fator de destaque é o nível de educação da população. Florianópolis se mostra referência em capital humano pelo amplo acesso e qualidade de escolas e universidades. Pode-se apontar a cidade como polo de mão de obra capacitada, com mais de 30% da população com diploma de graduação em cursos de alta qualidade (quase 60% dos universitários estudando em instituições com notas máximas (4 e 5) no ENADE – três vezes acima da média das outras 13 capitais analisadas no estudo de 2014). Por fim, válido também destacar que, segundo o mesmo estudo, a cidade tinha a maior proporção de pesquisadores trabalhando em empresas, com o dobro do número apresentado nas outras capitais.

Apesar dos pontos de destaque apresentados, o cenário em Florianópolis apresenta alguns pontos importantes de melhoria. O primeiro deles diz respeito à remuneração. Ainda que com uma mão de obra qualificada, a remuneração média na ilha está abaixo da média das outras cidades estudadas. Dirigentes de empresas chegam a ter um salário médio de cerca de 45% do oferecido em São Paulo, indica o estudo de 2014. Cabe ainda colocar que a cidade apresenta o menor PIB entre as 14 capitais. Por fim, Florianópolis também está abaixo da média quando o assunto é movimentação de crédito considerando bancos múltiplos e apresenta um ambiente regulatório em certos casos bastante lento, com quase 3 meses de média para regularização de uma empresa.

Os números indicam um cenário animador em relação ao empreendedorismo na cidade, entretanto há diversos pontos a se observar de modo a potencializar ainda mais a geração de negócios na ilha, como se discutirá mais a frente.

3 O EMPREENDEDORISMO NAS UNIVERSIDADES BRASILEIRAS

Em outro estudo desenvolvido no ano de 2014, a empresa Endeavor faz uma análise do cenário de empreendedorismo dentro das universidades brasileiras. A pesquisa traz uma observação bastante detalhada sobre as perspectivas do estudante brasileiro em relação ao tema e será aqui exposta com o intuito de se extrair algumas conclusões e propostas para o cenário em Florianópolis e no país.

Em termos de ímpeto do estudante brasileiro, a pesquisa traz uma primeira perspectiva positiva, onde 57,9% dos pesquisados pensavam em abrir o próprio negócio (aumento de 3,1% em relação à mesma pesquisa realizada em 2012).

Válido observar ainda que o interesse em empreender aumenta ao longo dos anos do curso, chegando até 62,6% para alunos ingressantes em 2010. Interessante destacar também que o número mais alto de potenciais empreendedores é encontrado nos cursos da área de TI (66,5%) enquanto que a área de mais baixa adesão se dá em artes e letras (47,9%).

A respeito da maneira através da qual os estudantes têm procurado se capacitar no assunto, a internet e os livros se mostram os meios mais efetivos para tal, com mais de 80% de citações para estes. Em seguida, vemos o meio acadêmico, segmentado em “curso”, “faculdade” e “professores”, que aparecem nesta ordem quanto à preferência dos alunos conforme expõe o gráfico abaixo.

QUANTO OS SEGUINTE FATORES AJUDAM VOCÊ A ESTAR MAIS PREPARADO PARA EMPREENDER? (%)

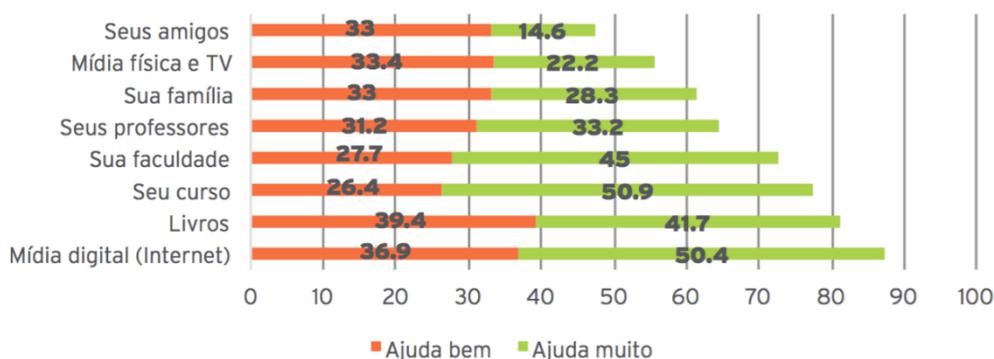


Figura 1 – Fatores de auxílio para o estudante empreendedor (ENDEAVOR, 2014)

Entrando na questão da participação do curso dos alunos em sua formação como empreendedores, a próxima pesquisa mostra um *gap* crítico em se tratando da vontade do aluno em cursar matérias na área e aquilo que a universidade oferece. Conforme expõe o gráfico, a vontade de cursar disciplinas na área de empreendedorismo é superior a 70% em todos os cursos analisados, entretanto a porcentagem dos alunos que realmente consegue cursar disciplinas na área chega a índices bastante baixos, próximos a 27% para alunos na área da saúde.

INTERESSE E PARTICIPAÇÃO EM DISCIPLINAS DE ENSINO DE EMPREENDEDORISMO (EE), POR CURSO (%)

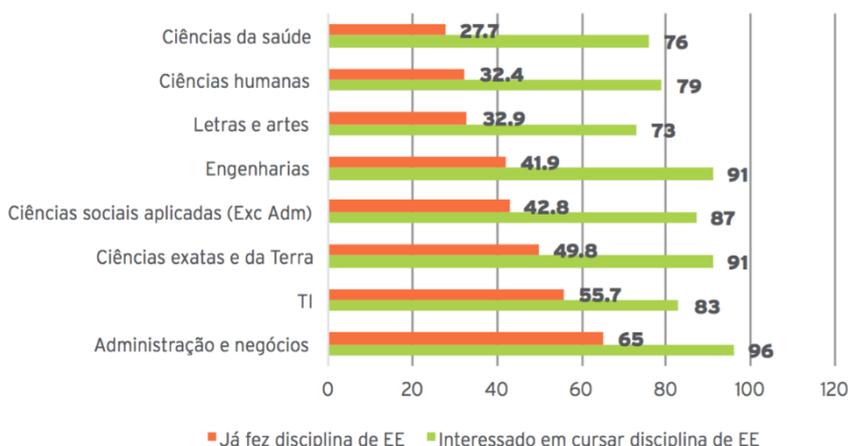


Figura 2 – Interesse e participação em disciplinas de empreendedorismo no Brasil (ENDEAVOR, 2014)

O próximo gráfico traz uma análise interessante em se tratando da segmentação de estudantes empreendedores da rede pública e privada. Visível aqui que para alunos da rede pública, a renda tem baixa influência no número de empreendedores, enquanto que na rede privada o aumento da quantidade de empreendedores conforme o aumento de renda é evidente. Uma das possíveis explicações para a disparidade observada é o maior interesse em alunos dos grupos de maior renda em estudar em escolas de negócios privadas.

ALUNOS QUE JÁ SÃO EMPREENDEDORES - REDE PÚBLICA E PRIVADA E RENDA EM SALÁRIOS MÍNIMOS (%)

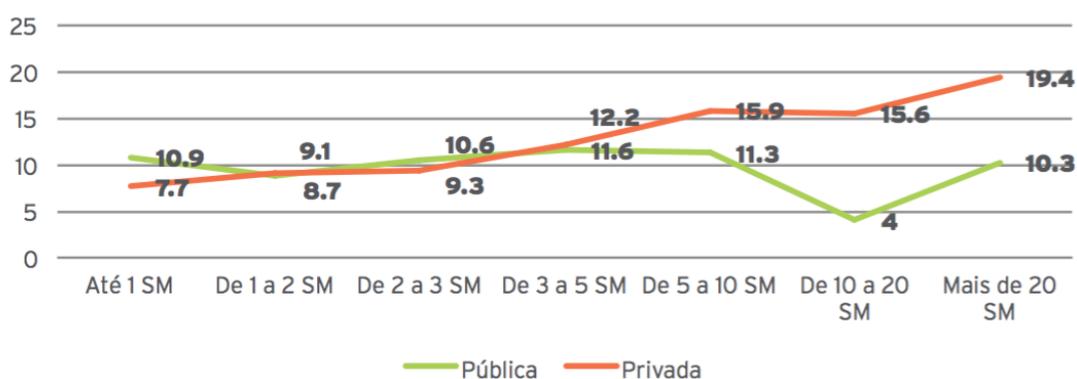


Figura 3 – Distribuição de alunos já empreendedores (ENDEAVOR, 2014)

Um último fator de análise interessante é a participação dos alunos em iniciativas como Empresa Júnior, Diretório Acadêmico ou AIESEC. O gráfico abaixo evidencia uma participação muito maior de alunos de universidades públicas no Movimento Empresa Júnior quando comparados a alunos da iniciativa privada. O mesmo é observado para as outras iniciativas citadas.

Apesar disto, pouco se pode inferir sobre a influência da participação em tais iniciativas para o ímpeto de empreender dos alunos, uma vez que, conforme já exibido aqui, alunos da rede privada apresentam números maiores de empreendimentos em relação aos alunos da rede pública.

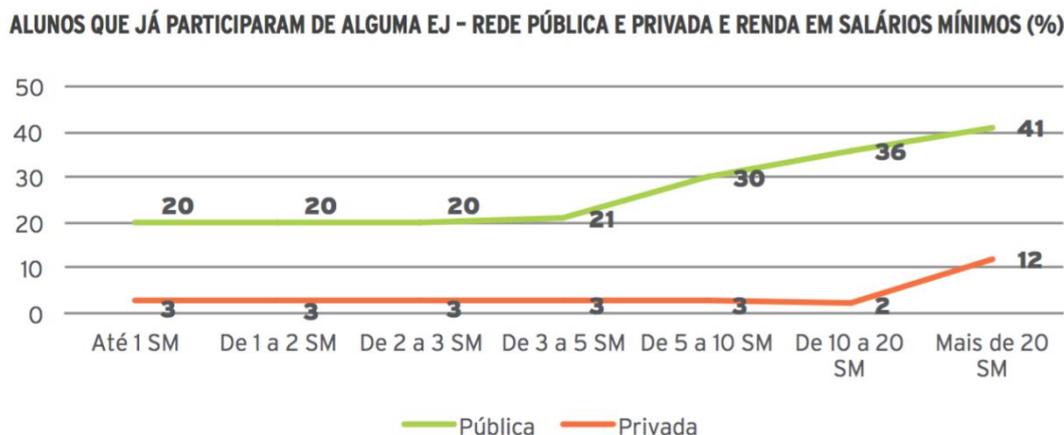


Figura 4 – Distribuição da participação em EJs (ENDEAVOR, 2014)

4 O EMPREENDEDORISMO NAS UNIVERSIDADES AO REDOR DO MUNDO

Num panorama global, o empreendedorismo vem ganhando espaço dentro das Universidades. Num cenário em que a tecnologia e a inovação surgem como fatores chave para o avanço econômico, tanto estudantes quanto a própria comunidade aparecem como motivadores para mudanças no ambiente de ensino, dado o papel da Universidade como formadora da massa pensante e atuante no âmbito produtivo.

Essa realidade é clara em países desenvolvidos, onde já há educação superior de alto nível, sendo o empreendedorismo uma nova faceta em Instituições já renomadas. Assim, são diversos os exemplos de Universidades que possuem programas focados para o futuro empreendedor em países como Estados Unidos, Inglaterra e demais potências mundiais. Nos Estados Unidos, inclusive, é feito um levantamento anual de programas voltados para o tema pela *Princeton Review*, ranqueados conforme sua competência em formar verdadeiros empreendedores.

Top 25 Undergraduate Schools

1. Babson College
2. Brigham Young University (UT)
3. University of Houston
4. Baylor University
5. Northeastern University
6. City University of New York, Baruch College
7. University of Michigan — Ann Arbor
8. Temple University
9. University of Oklahoma
10. University of Maryland — College Park
11. Miami University (OH)
12. DePaul University
13. Syracuse University
14. Loyola Marymount University
15. University of Dayton
16. Belmont University
17. Clarkson University
18. Washington University in St. Louis
19. University of Washington
20. Texas Christian University
21. University of North Carolina at Chapel Hill
22. Lehigh University
23. Monterrey Institute of Technology (Mexico)
24. University of Utah
25. University of Arizona

Top 25 Graduate Schools

1. Harvard University
2. Babson College
3. University of Chicago
4. University of Michigan — Ann Arbor
5. Northwestern University
6. Rice University
7. Brigham Young University (UT)
8. The University of Texas at Austin
9. City University of New York, Baruch College
10. Temple University
11. University of South Florida
12. University of Oklahoma
13. University of Virginia
14. University of North Carolina at Chapel Hill
15. DePaul University
16. University of Washington
17. University of Utah
18. University of Maryland — College Park
19. Saint Louis University
20. Syracuse University
21. Washington University in St. Louis
22. University of Rochester
23. Oklahoma State University
24. University of Arizona
25. Columbia University

Figura 5 - Melhores programas de graduação e pós-graduação voltados para o empreendedorismo (PRINCETON REVIEW, 2016)

Nesse contexto, é necessário avaliar, em especial, quais são as principais características que fazem com que programas deste caráter sejam bem sucedidos, bem como que dificuldades surgem quando da implantação de uma iniciativa empreendedora no ambiente estudantil e como é possível contorná-la.

Segundo GRAHAM (2014), em estudo desenvolvido para a *MIT Skoltech Initiative*, sete são os fatores citados por especialistas para o sucesso das Instituições de ensino em se tornarem propícias para o desenvolvimento de jovens empreendedores. O primeiro destes diz respeito ao caráter empreendedor e inovador da própria instituição, seja este proveniente de suas raízes quando da fundação ou tenha surgido por meio do contexto regional ao longo do tempo. O esforço em criar na universidade uma atmosfera de valores e cultura voltada para o empreendedorismo é um forte catalisador da capacitação dos estudantes, o que pode ser visto em muitas Instituições inglesas, como Cambridge, que depois de muito tempo de educação tradicional de alto nível conseguiu expandir seus horizontes para uma nova realidade e transformar o ambiente microeconômico que a

cerca. Tal aspecto é de suma importância e surge como uma das principais dificuldades em localidades mais tradicionais ou isoladas, que ainda vivem uma realidade econômica de reclusão ou de especialização em um setor específico.

E para atingir essa transformação pesa também outro fator importante, que diz respeito às lideranças universitárias que buscam criar essa mudança de paradigma, seja por meio da posição de reitor, professor ou mesmo estudante. São estes personagens atuantes que criam o embrião para o desenvolvimento da inovação.

Como base também para o desenvolvimento do ecossistema empreendedor, faz-se necessária uma estrutura adequada para o desenvolvimento inovador, por meio de outros dois elementos essenciais: capital físico e intelectual que permitam pesquisa e operação de alto nível de complexidade, como é comum em universidades de alto padrão; e incentivos externos de ordem governamental, por meio de subsídios e políticas de auxílio, que permitam que o ambiente de negócios a ser criado interaja de forma natural com seus arredores.

Tendo tal alicerce, o que resta a ser executado é um plano de ação para a implementação de iniciativas nesse sentido. Sem uma orientação estratégica clara da instituição há grandes chances de um desempenho muito aquém do esperado, dado que é preciso fazer-se atento às condições específicas de cada região – como aspectos geográficos, econômicos e culturais que podem ser de grande influência.

Por fim, o complemento para todos estes fatores se encontra no desejo dos estudantes de se envolver em práticas empreendedoras e se lançar ao mercado para colocar em prática aquilo que lhes é oferecido. Este é o último aspecto

É com base nesta realidade que surgem casos de sucesso como o da Universidade de Aalto, na Finlândia, onde uma região de alto potencial de pesquisa e desenvolvimento, com investimento maciço em inovação, se viu beneficiada por um movimento estudantil ativo que lutava na busca pelo conhecimento e atuação no mercado empreendedor. Com a criação de uma sociedade de mais de 5000 membros interessados em empreender, logo formou-se um novo polo tecnológico no Norte da Europa.

Com o incentivo da gestão universitária desde o início, oferecendo suporte financeiro e apoio, mesmo que não houvesse de fato uma política oficial voltada ao empreendedorismo e inovação, foi possível desenvolver toda uma região, que hoje impacta tanto na formação de profissionais altamente capacitados quanto em uma economia dinâmica e empolgante para os residentes.

Vale ressaltar que a situação inicial em que o movimento estudantil finlandês iniciou sua busca pela formação empreendedora é razoavelmente semelhante, guardadas as devidas proporções, da situação vivida em Florianópolis, dado o investimento em pesquisa feito na Ilha em comparação com o restante do país.

5 O EMPREENDEDORISMO NA UFSC

Ao tratar da situação na Universidade Federal de Santa Catarina, fica claro que há perspectivas de melhoria da postura da comunidade acadêmica em relação ao empreendedorismo. Muito disso vê-se pelos eventos e iniciativas extracurriculares que se fazem cada vez mais constantes, como rodas de discussão, palestras informativas, *workshops* e afins, organizados tanto por entidades competentes no tema, como o Sebrae, quanto pelos próprios estudantes organizados em agremiações e grupos de estudo.

Ainda é deficitária, porém, a inclusão do conteúdo na grade curricular de grande parte dos cursos de graduação. Atualmente, apenas o curso de administração dedica parte de sua carga horária obrigatória para tratar do tema, enquanto nos cursos do centro tecnológico, apenas os de Engenharia Mecânica e de Produção possuem uma disciplina optativa que aborda diretamente o assunto.

Assim, nota-se o claro contraste entre o interesse do corpo estudantil e a atuação do corpo docente, que parece ainda não compreender a abrangência e relevância deste componente na educação dos mais variados profissionais na realidade econômica e social vivida pelo país.

6 UMA PERSPECTIVA PARA O FUTURO

Como visto anteriormente, o processo de mudança no ambiente universitário de Florianópolis (e do Brasil como um todo) já começou, trazendo cada vez mais o estudante para a realidade empreendedora, mesmo que muitas vezes isso dependa do próprio graduando.

Algumas formas de catalisar este processo podem ser propostas. A primeira delas volta a tocar na identidade da Universidade, que deve ter um foco cada vez mais empreendedor. E isso é atingido agregando essa área de interesse à estratégia da gestão central da Universidade, que deve ser capaz de integrar e coordenar as ações voltadas para a área ao mesmo tempo em que mantém a liberdade daqueles que propõem novas formas de atacar o problema, criando uma atmosfera de

contribuição entre a graduação e a comunidade.

Além disso, é de vital importância que a Instituição saiba lidar com as mudanças trazidas por um perfil mais empreendedor, que vão desde contribuir financeiramente com iniciativas desse sentido, estar mais ligada ao mercado e aos potenciais investidores, adequar seu quadro funcional e de ensino à proposta, entre diversas outras mudanças que se fazem necessárias. No Brasil, a UNICAMP apresenta um exemplo bastante feliz relativo à geração de soluções que venham a impactar na identidade da Universidade. Criada em 2001, a Inova é uma incubadora de empresas dentro do Campus que funciona com sucesso de modo a impulsionar ideias de negócio advindas de dentro da Universidade.

E por fim, todas estas mudanças devem ser vistas não apenas como forma de agregar ao currículo dos graduandos, mas como uma ponte direta para oportunidades que a própria Universidade venha a oferecer ou fomentar por meio direto ou indireto. Os graduandos devem ter em mente que toda a construção trazida com a compreensão do empreendedorismo resulta em algo prático, podendo ser testado e comprovado em seu ambiente acadêmico, à medida que este se confunde com o próprio mercado. Tal experiência expande os conhecimentos do aluno, que passa a atuar com maior confiança e chances de sucesso em seu potencial empreendimento.

7 BIBLIOGRAFIA

GRAHAM, Ruth. **Creating university-based entrepreneurial ecosystems: evidence from emerging world leaders**. 2014. 154 p. Massachusetts Institute of Technology, Massachusetts, 2014.

OECD. **A Guiding Framework for Entrepreneurial Universities**. 54 p. European Commission, 2012.

ENDEAVOR. **Empreendedorismo nas Universidades Brasileiras 2014: Resultados Quantitativos**. 34 p. Endeavor Brasil, São Paulo, 2014.

ENDEAVOR. **Empreendedorismo nas Universidades Brasileiras 2012**. 51 p. Endeavor Brasil, São Paulo, 2012.

AUDY, Jorge Luis Nicolas. **Inovação e Empreendedorismo na Universidade**. 458 p. EDIPUCRS, Porto Alegre, 2006.

OECD. **Universities, innovation and entrepreneurship: criteria and examples of good practice**. 64 p. Organisation for Economic Co-operation and Development, Paris, 2009.