

APLICABILIDADE DO EMPREENDEDORISMO NOS CURSOS DE ADMINISTRAÇÃO

Roselis N. Mazzuchetti¹

Universidade Estadual do Paraná
profbibi01@gmail.com

Gelson Luiz Uecker²

Universidade Paranaense
gelson@unipar.br

Adriane D. Uecker³

Universidade Paranaense
aeucker@unipar.br

Sebastião Cavalcanti Neto⁴

Universidade Estadual do Paraná
sebastião.cavalcanti@unespar.edu.br

RESUMO

O objetivo deste artigo é demonstrar que o ensino superior em Administração tem um papel importante na formação de empreendedores. Empreendedores e administradores são tomadores de decisão e suas atividades complementam-se. Um Administrador sem os conceitos de empreender dificilmente conseguir entender um negócio, ao tempo que o empreendedor que não utiliza os conceitos básicos de administração, provavelmente não será bem-sucedido em seu empreendimento. A união das características inerentes ao empreendedor e ao administrador pode se tornar uma “química perfeita” para o alcance do sucesso de ambos. No entanto, entende-se que o empreendedorismo não deve ser colocado como obrigatório, já que se entendeu que o ato de empreender não é vontade de toda e qualquer pessoa. Assim, o curso de Administração pode formar empreendedores, porém, não exclusivamente, já que diversas áreas do conhecimento também podem formar esse perfil profissional.

Palavras Chave: Ensino em Administração. Empreendedorismo.

INTRODUÇÃO

Dado o aumento da complexidade da gestão das organizações, advinda do crescimento de fatores incontrolláveis como o econômico, político, legal, social, natural, competitivo e tecnológico, o curso de administração ganha ênfase por preparar pessoas capazes de contribuir para a manutenção e desenvolvimento das empresas neste ambiente turbulento. A indicação é por um profissional moderno, capaz de romper conceitos e práticas ultrapassadas, caracterizado pela criação, pró-atividade, dinamismo e capacidade de interagir com incertezas. Outro fator que contribui como atrativo dos cursos de administração é a necessidade das pessoas em desenvolver a capacitação para diagnosticar oportunidades de negócios para empresas ou para si próprias. Essas características definem o perfil denominado de empreendedor.

¹ Pós doutora em Administração. Docente na Universidade Estadual do Paraná- UNESPAR-CM/Pr/Brazil

² Mestre em Administração. Docente na Universidade Paranaense – UNIPAR – Cascavel/Pr/Brazil

³ Mestre em Engenharia da Produção. Docente na Universidade Paranaense – UNIPAR – Cascavel/Pr/Brazil

⁴ Doutor em Administração. Docente na Universidade Estadual do Paraná- UNESPAR- Paranaguá/Pr/Brazil

A Administração no Brasil é destaque e se confirma pelo número de alunos e cursos ofertados, além da quantidade de instituições que o oferecem. Em contrapartida é alvo de críticas quanto à formação dos profissionais por não atender as necessidades das organizações, como também dos próprios profissionais em formação ou já formados.

Quando se aborda um conceito de Administração, tomando por base Aktouf (1996, p. 25), que a conceitua como “uma série de atividades integradas e interdependentes, destinadas a permitir que certa combinação e meios (financeiros, humanos, materiais, etc.) possa gerar uma produção de bens ou serviços economicamente e socialmente úteis e, se possível para a empresa, com finalidade lucrativa, rentáveis”. Parece ser uma profissão embasada em técnicas. Bernardes e Marcondes (2003, p. 32) definem a figura do novo administrador como “um profissional com visão dirigida para o mundo exterior, que se acostuma com a variabilidade das coisas como fato normal e esperado e aprende a influenciar pessoas”.

Diante disso e da necessidade de desenvolver um profissional criativo, capaz de assumir riscos e iniciar novos negócios, a Administração, pela afinidade que apresenta com o mundo organizacional, por vezes, assume a responsabilidade de formar o profissional empreendedor.

O objetivo geral deste estudo foi o de analisar as definições e aplicabilidade do Empreendedorismo com a Administração, baseando-se nos conceitos destes termos, das pessoas que o empregam (administrador e empreendedor) e das bases do ensino superior, principalmente atrelado à composição da disciplina nos cursos de graduação em Administração do Brasil.

A metodologia desta pesquisa se caracterizou como abordagem qualitativa, classificada como descritiva, do tipo bibliográfico, realizado nas principais publicações brasileiras sobre Empreendedorismo e Administração.

EMPREENDEDORISMO

O termo empreendedorismo foi originado a partir do *entrepreneur*, utilizado pela primeira vez na história francesa no século XVII. Referia-se a pessoas que se conduziam às expedições militares. No meio empresarial, o termo foi empregado pela primeira vez no século XVIII por Richard Cantillon (1697-1734). Referia-se a alguém que compra bens e serviços a certos preços com vistas de vendê-los a preços incertos no futuro, correndo riscos não assegurados. Outro nome importante no empreendedorismo foi Jean Baptiste Say (1768-1832), que distinguiu empreendedores e capitalistas e os lucros de cada um. Os empreendedores foram associados à inovação e definidos como agentes de mudança. Say foi o primeiro a lançar os alicerces desse campo de estudo e nomeado como o “pai” do empreendedorismo. Mas as principais concepções sobre o tema atual foram apresentadas por Joseph Schumpeter (1883-1950).

São vários os conceitos de empreendedorismo, mas todos convergem para alguns pontos comuns, porém, não dispõe de um conceito consolidado que define por completo o tema. Isso é confirmado por Lucas (2001), ao dizer que o empreendedorismo é um campo emergente, mas sem uma teoria consolidada, estando tudo em criação, inclusive a conceituação e metodologia. Jim e Carland citados por Ferreira e Mattos (2003, p. 2) definem que “o empreendedorismo é primordialmente função de quatro elementos: traços de personalidade (necessidade de realização e criatividade), propensão à inovação, risco e postura estratégica”.

Ferreira e Mattos (2003, p. 2) complementam que “o empreendedorismo é a busca de novas direções, novas conquistas”. Dão ainda uma visão mais ampliada do empreendedorismo, definindo o mesmo como:

a busca por resultado tangível ou intangível de uma pessoa com habilidades criativas, sendo uma complexa função de experiências de vida, oportunidades, habilidades e capacidades individuais e que no seu exercício está inerente à variável risco, tanto em sua vida como em sua carreira.

Percebe-se na conceituação de empreendedorismo que o mesmo envereda por dois caminhos diferentes, mas que acabam se complementando na abrangência total do tema. Trata-se das duas grandes correntes do empreendedorismo definidas como Teoria Schumpeteriana e Comportamentalista, explanadas a seguir.

TEORIAS DO EMPREENDEDORISMO: SCHUMPETERIANA E COMPORTAMENTAL

A Teoria Schumpeteriana trabalha a questão econômica, tratando da riqueza produzida pela abertura de empresas e seu impacto na economia. A teoria Comportamental ou comportamentalista aborda, como o nome define, a questão comportamental do empreendedor, procurando definir o que levava a pessoa a empreender, assumir riscos, dentre outras. Na sua teoria, Schumpeter, citado por Filion (1991, p. 7), afirma que,

A essência do empreendedorismo está na percepção e no aproveitamento das novas oportunidades no âmbito dos negócios (...) sempre tem a ver com criar uma nova forma de uso dos recursos nacionais, em que eles sejam deslocados de seu emprego tradicional e sujeitos a novas combinações.

Para Souza Neto (2001), a trajetória econômica do capitalismo é descrita como um “fluxo circular” cuja tendência é o equilíbrio. Sendo assim, o desenvolvimento econômico só ocorre no momento em que há uma mudança espontânea e descontínua nos canais do fluxo, perturbação do equilíbrio que altera e desloca para sempre o estado de equilíbrio previamente existente. Schumpeter defendia que o equilíbrio estacionário deve dar lugar ao desequilíbrio dinâmico provocado pelo empreendedor. A contribuição dos empreendedores para o desenvolvimento da economia capitalista, segundo a teoria schumpeteriana, envolve a capacidade de promoção do que se denominou “destruição criativa”, um processo capaz de introduzir o novo e gerar riquezas para um país.

Alguns espaços passíveis de inovação considerados por Schumpeter foram: o produto, a produção, a comercialização/distribuição, o mercado, os componentes/suprimentos e o espaço da gestão organizacional. Portanto, o empreendedor tem a função de realizar novas combinações nos canais de produção, constituindo um novo empreendimento.

Como o ramo da economia se recusava aceitar modelos não quantificáveis para a análise do comportamento dos empreendedores, entram em cena os psicólogos e psicanalistas, chamados de comportamentalistas. As contribuições iniciais aos estudos do comportamento do empreendedor foram de David C. McClelland, que estabelece uma relação entre o progresso econômico e a existência de uma cultura da necessidade generalizada de realização que ele definiu como o desejo de fazer algo por fazê-lo, mais que com fins de poder, amor, reconhecimento ou se desejar, lucro. McClelland foi o pioneiro na capacitação de adultos para comportamentos empreendedores. A partir daí, o empreendedorismo torna-se disponível para todas as atividades humanas, como artes, esporte, música e outras. Mesmo assim, nos negócios a Administração continua sendo o destaque pela capacitação que seus profissionais têm na área.

Souza Neto (2001, p. 3) ressalta um ponto em comum tratado pelos comportamentalistas: “a capacidade de assumir riscos é a principal característica do empreendedor e este possui uma posição de centralidade no desenvolvimento das economias nacionais”. Acrescenta nas características dos empreendedores a capacidade de reagir às mudanças, transformando-as em oportunidades e fazer coisas diferentes, buscando a inovação em diversas esferas da sociedade. Filion (1991, p. 4) acrescenta outra característica importante: a “visão”. Ele a conceitua como “uma projeção, uma imagem projetada no futuro, do lugar que o empreendedor deseja que seu produto venha a ocupar no mercado, assim como uma imagem do tipo da empresa necessária para alcançar esse objetivo”.

O EMPREENDEDOR

No dicionário de Administração, Lacombe (2004, p. 128) define o empreendedor como “pessoa que percebe oportunidades de oferecer no mercado novos produtos, serviços ou processos e tem coragem de assumir riscos e habilidades para aproveitar essas oportunidades”. Drucker (1986, p. 33), define que,

O empreendedor é aquele que busca a mudança, reage a ela e vislumbra uma oportunidade, nem sempre vista pelos demais. É o empreendedor que cria algo novo, diferente, inovando ou transformando valores e conseguindo conviver com as incertezas e riscos inerentes ao negócio.

Oliveira (1995, p. 22) faz uma definição mais ampla, afirmando que, Empreendedor é todo indivíduo que, estando na qualidade de principal tomador de decisões envolvidas, conseguiu formar um novo negócio ou desenvolver negócios já existentes, elevando substancialmente seu valor patrimonial, várias vezes acima da média esperada das empresas congêneres no mesmo período e no mesmo contexto sócio-político-econômico, tendo granjeado com isso alto prestígio perante a maioria das pessoas que conhecem essa empresa ou tem relacionamentos com ela.

McClelland, citado por Ferreira e Mattos (2003, p.5), apresenta o perfil empreendedor, destacando a necessidade de realização:

A necessidade de realização como característica do empreendedor, que o leva a nunca parar de trabalhar, sempre motivado pela vontade de fazer aquilo de que gosta. Essa necessidade de realização dirige a atenção do indivíduo, para que execute, da melhor maneira possível, suas tarefas, de forma a poder atingir os seus objetivos e a ser eficaz naquilo a que se propõe fazer. Este autor enfatiza os aspectos de atitudes como criatividade e intuição.

Drucker (1986, p. 21) mostra o perfil empreendedor focando a inovação e mudança:

Os empreendedores criam algo novo, algo diferente; eles mudam ou transformam valores. O empreendedor vê a mudança como norma; ele sempre está buscando a mudança, reage a ela, e a explora como sendo uma oportunidade. A inovação sistemática, característica específica do espírito empreendedor, é a busca das mudanças e oportunidades que podem resultar na inovação para a sociedade. O desenvolvimento tecnológico gera mudanças fornecendo o estímulo para a criação do espírito empreendedor e a inovação na sociedade.

Filion (1991, p. 3) define o empreendedor como “alguém que concebe, desenvolve e realiza visões”. Na literatura referente ao tema, estudiosos separam os conceitos de empreendedor e empresário. Bernardes e Marcondes (2003, p. 24) conceituam empreendedor como “toda pessoa que identifica necessidades de clientes potenciais e, como oportunidades de negócio para satisfazê-las, cria uma empresa ou modifica a já existente”. Acrescentam dizendo que “empresário é aquele ou aquela que mantém e expande um negócio existente, garantindo que seja rentável e perdure no tempo”. Exemplificando, pode diferenciar o empreendedor e empresário, afirmando que o primeiro é o fundador de uma empresa, ou então, o que amplia os negócios de uma já existente e de sua propriedade a partir de visões de oportunidades, enquanto o empresário apenas cria, gerencia e mantém rentável uma firma, sem inovar e fazê-la crescer. Outros comparam os conceitos ao argumentar que o empreendedor tem o mérito de iniciar um empreendimento empresarial, de lançar-se no mercado em busca de novas oportunidades de negócios. O empresário surge a partir de sua decisão de transformar seu negócio numa obra a ser perpetuada.

A ADMINISTRAÇÃO NO BRASIL

Segundo relatório do Conselho Federal de Administração - CFA, o Brasil conta com 2.929 cursos de Administração, incluindo as habilitações. Este número de cursos, divide-se em diversas habilitações, as quais são demonstradas na Tabela 1.

Tabela 1 – Habilitação da área de administração no Brasil – 2005

Habilitações do Curso de Administração	Quantidade
--	------------

Administração	416
Comércio Exterior	353
Marketing	332
Administração de Empresas	324
Administração Geral	254
Recursos Humanos	119
Gestão de Negócios	96
Gestão de Sistemas de Informação	93
Análise de Sistemas	80
Gestão Hoteleira	54
Administração Pública	44
Agronegócios	41
Finanças	39
Administração Rural	39
Administração Hospitalar	35

FONTE: MEC (2005) Os números representam o total de habilitações autorizadas que foram consideradas como um curso independente, atestado pelo ato legal da publicação da Portaria no Diário Oficial de União.

Ressalta-se, que as habilitações foram adaptadas desde 2007 atendendo a Resolução CNE/CES nº 4/2005, que dispõe sobre as Diretrizes Curriculares Nacionais para os cursos de Bacharelado em Administração. Hoje, as habilitações estão concentradas nos cursos de Tecnologias em Gestão e o bacharelado de administração se divide em Administração e Administração Pública. Os cursos de Tecnologia em Gestão cresceram mais de 13000% entre 2000 e 2015 e agrega o maior número de alunos matriculados no ensino superior brasileiro.

Segundo o CFA (2016) em pesquisa realizada em 2012, “as empresas buscam por profissionais que tenham uma visão voltada para o segmento de seus negócios, que conheçam todas as áreas da organização, que tenham capacidade de exercer liderança e trabalhar o clima motivacional das equipes”.

Esta visão ampla das áreas de empresas proporciona aos egressos desta área a navegar pelos canais do empreendedorismo com maior tranquilidade pois já possuem a base deste conhecimento.

Da mesma maneira que o empreendedorismo, a palavra Administração é muito utilizada no bojo social, como se fosse uma atividade comum de toda e qualquer pessoa. Também não é difícil verificar o emprego do termo de forma errada pelos meios de comunicação do país. Esses pontos podem representar algo negativo e positivo ao mesmo tempo. Se por um lado torna a profissão popular em meio à sociedade, por outro pode levá-la ao descrédito por pessoas desqualificadas e não habilitadas ao exercício da profissão de Administrador.

Buscando apresentar a dimensão da atividade, Aktouf (1996) conceitua Administração como uma integração e interdependência de atividades, com uma combinação de recursos financeiros, humanos e materiais, produzindo bens ou serviços que sejam aceitos pelo consumidor, gerando lucros. Hampton (1992, p. 9) apresenta uma definição muito próxima, argumentando que “o trabalho envolvendo a combinação e direção da utilização dos recursos necessários para atingir objetivos específicos chama-se Administração”. Já Daft (1999, p. 5) escreve que a “Administração é a realização dos objetivos organizacionais de uma forma eficaz e eficiente, por meio do planejamento, organização, liderança e controle dos recursos organizacionais”. Bateman e Snell (1998, p. 27) afirmam que a “Administração é o processo que trabalha com pessoas e recursos para realizar objetivos organizacionais”. Dos autores citados percebe-se uma ênfase na correta utilização de recursos, meio ou pessoas e a realização dos objetivos organizacionais.

Os conceitos verificados são resultado de um desenvolvimento da Administração, que se deu tanto pelo melhoramento constante nas ações do administrador, como em atender as mudanças proporcionadas pelo ambiente. Bateman e Snell (1998) apresentam a evolução por meio das abordagens clássica e contemporânea. Nas clássicas são colocadas a Administração Sistemática, Científica, Burocracia, Gestão Administrativa e Relações Humanas. Nas contemporâneas estão a Administração Quantitativa, Comportamento Organizacional, Teoria dos Sistemas, Teoria da Contingência, Gestão da Qualidade Total, Organização Inteligente e Reengenharia.

A partir dos conceitos citados anteriormente verifica-se que o profissional de administração se

faz necessário em todos os tipos de organizações, níveis e áreas funcionais. Assim, Bateman e Snell (1998) classificam os administradores como Estratégicos, Táticos e Operacionais, considerando a atuação dos mesmos nos três níveis nas grandes organizações. Os Administradores Estratégicos são os altos executivos, responsáveis pelo desenvolvimento dos objetivos e planos, estando focados em longo prazo na sobrevivência, crescimento e eficácia geral da empresa. Os Administradores Táticos traduzem os planos desenvolvidos pelos administradores estratégicos em atividades específicas. Tomam decisões por prazos menores e coordenam a utilização de recursos. Já os Administradores Operacionais estão em níveis inferiores e supervisionam as operações da organização. São responsáveis pela implementação de planos desenvolvidos pelos Administradores Táticos.

A partir da classificação verificada, torna-se interessante buscar os papéis que o administrador desempenha. Daft (1999) enfoca o papel como um conjunto de expectativas em torno do comportamento do administrador. Mintzberg (1979) argumenta que as diversas atividades administrativas podem ser agrupadas em dez principais papéis, conforme segue:

- **Informacionais**
 - Monitor – procura e recebe informações, examina relatórios e mantém contatos pessoais;
 - Disseminador – responsável por repassar as informações dentro da organização, envia memorandos e relatórios;
 - Porta-voz – transmite informações fora da empresa.
- **Interpessoais**
 - Figura de proa – realiza tarefas em cerimônias especiais, recebe visita ilustres e assina documentos legais;
 - Líder – dirige e motiva os subordinados, treina e aconselha;
 - Ligação – mantém ligações informacionais dentro e fora da empresa.
- **Decisão**
 - Empreendedor – “Iniciar projetos de melhoria; identificar novas idéias, delegar responsabilidade de idéias para outros membros da organização” (p. 12);
 - Administrador de problemas – administra as crises com ações corretivas, resolve conflitos entre subordinados;
 - Administrador de recursos – decide pela destinação de recursos; faz programação, orçamentos, fixa prioridades;
 - Negociador – faz a negociação de contratos com sindicatos, representando interesses departamentais da organização.

Pode se perceber uma grande relação dos papéis do administrador com a atividade empreendedora, principalmente nos interpessoais e de decisão. Especificamente no papel de decisão, consta o papel de empreendedor, tratando de melhoria, novas idéias e a participação de outros membros da empresa na criação e desenvolvimento de novas idéias.

O ENSINO DO EMPREENDEDORISMO

É muito recente o entendimento que o processo empreendedor pode ser ensinado e entendido por pessoas que não nasceram com o “dom” empreendedor, ou seja, com a habilidade de empreender. Segundo Dornelas (2001, p. 38), “[...] o processo empreendedor pode ser ensinado e entendido por qualquer pessoa e que o sucesso é decorrente de uma gama de fatores internos e externos ao negócio, do perfil do empreendedor e de como ele administra as adversidades que encontra no dia a dia”.

Impulsionado pelas necessidades de mercado, o empreendedorismo como disciplina aos poucos foram inseridos nas escolas técnicas, profissionalizantes e de ensino superior. No entanto, a base teórica foi bastante dispersa e seguiu padrão diferente de outras disciplinas, conforme relata Filion (1999, p. 11):

Na verdade, grande número de pesquisadores, cada um usando sua cultura, lógica e metodologia estabelecidos em graus variados em seus próprios campos de estudo, começou a interessar-se e a trabalhar no campo do empreendedorismo e de pequenos negócios. Percebe-se, com isso, a

dificuldade em se adequar o ensino do empreendedorismo com o ensino de outras disciplinas da área de Administração.

Diversos autores entendem o empreendedorismo como uma prática, descartando-o como ciência ou arte, que deve ser apreendido por meio da práxis.

trabalho específico do empreendedorismo numa empresa de negócios é fazer os negócios de hoje serem capazes de fazer o futuro, transformando-se em um negócio diferente” [...]Empreendedorismo não é nem ciência, nem arte. É uma prática.(DRUKER, 1974, p. 25)

Dolabela (1999a, p. 31) entende que o empreendedores, além de ser aprendido pela experiência é cultural, ou seja,

[...] é fruto dos hábitos, práticas e valores das pessoas. Existem famílias mais empreendedoras do que outras, assim como cidades, regiões, países. Na verdade aprende-se a ser empreendedor pela convivência com outros empreendedores [...] o empreendedor aprende em um clima de emoção e é capaz de assimilar e experiência de terceiros.

Decorre daí a dificuldade das instituições de ensino em adequar o empreendedorismo ao seu currículo. A própria teoria também é escassa e observasse que as referências adotadas nos artigos científicos são poucas e se repetem de maneira padronizada. Observa-se também, que os pesquisadores da área não seguiram uma lógica ou metodologia em razão da diversidade de seus campos de estudos, não ocorrendo uma unicidade nas definições conceituais. É muito recente a adoção do empreendedorismo como linha de pesquisa nos programa de mestrados e doutorados, o que denota a raridade de docentes com esta qualificação específica. Além disso, não é raro que, docentes de cursos de administração definam empreendedorismo de diversas maneiras, às vezes até contraditórias, o que pode levar o acadêmico a uma confusão mental. Na realidade, é comum os docentes pautarem a educação empreendedora somente pela construção de um plano de negócio.

A literatura mostra que os cursos de administração no Brasil nem sempre colocam em seus currículos a disciplina de empreendedorismo, tampouco desdobram este conteúdo em outras disciplinas. Não é incomum que a disciplina seja optativa. O contrário dos EUA, cujo curso de administração é um dos mais concorridos, sendo a disciplina de empreendedorismo considerada como obrigatória e em outros cursos como eletivas. Na Escócia, a Glasgow Caledonian University, obriga os acadêmicos dos diversos cursos, principalmente de engenharia, a cursar 3 disciplinas específicas por semestre e uma na área de administração, sendo a de empreendedorismo obrigatória.

De acordo com Oliveira (2012, p. 11),

O empreendedorismo é uma área em pleno crescimento nas quais várias disciplinas estão inseridas, é um campo de pesquisa emergente aonde não existem ainda teorias estabelecidas. No empreendedorismo, é conveniente falar de configurações reflexivas ou cognitivas que podemos chamar mais comumente de "soluções mágicas". No entanto podem exigir boas técnicas de pesquisa, e um profundo conhecimento do campo e dos dados empíricos a serem pesquisados. Pois o empreendedorismo não é apenas a intuição, é uma maneira de pensar. Para muitos, é até mesmo uma forma de se relacionar e interagir com o universo.

O acadêmico, por sua vez, sofre as consequências da cultura brasileira, cujos pais estimulam seus filhos, desde criança para “serem empregados”, principalmente da importância em “passar” num concurso público, como se houvesse lugar para todos. O próprio regime escolar não auxilia para formar pessoas ativas e inovadoras.

O empreendedor é considerado uma pessoa que sabe identificar as oportunidades de negócios, os espaços no mercado e que se organiza para progredir. Mas, nosso sistema escolar é concebido para aprender a dominar as questões analíticas, o estudante passa anos, do primário à Universidade, numa

relação quase de passividade com o aprendizado. (OLIVEIRA, 2012, p.11)

Os cursos de graduação em Administração, invariavelmente organizam seus currículos de forma que seus discentes atuem como executivos ou gerentes em grandes organizações em detrimento da realidade das pequenas e médias empresas brasileiras.

Estes fatores inibem as habilidades em identificar oportunidades, avaliar negócios, lidar com riscos e incertezas e a aquisição de conhecimentos técnicos que permitem criar novos negócios, negligenciando o aprendizado empreendedor que é a “capacidade de inovar e de se adequar às tendências e oportunidades mundiais de negócios”. (VIEIRA *et alli*, 2011, p. 293)

Dolabela (1999b, p. 7) sugere que o ensino de empreendedorismo seja pautado em: i) Propagar o ensino de empreendedorismo para todos os níveis educacionais; ii) Estimular a pesquisa na área de empreendedorismo; iii) Estimular o empreendedor científico; iv) Estimular a criação de incubadoras e parques tecnológicos científicos.

Pode-se observar que as etapas de aprendizado vão além da construção de um plano de negócio. É necessário que a inovação seja o ápice destas etapas e o plano de negócio como uma etapa conclusiva. É notório que, formar uma sociedade orientada ao empreendedorismo é uma tarefa árdua e necessária na busca do desenvolvimento do mercado de trabalho, econômico e social.

CONCLUSÃO

Apesar de existir desde o século XVII, o empreendedorismo é um tema novo para a Administração. Ainda incipiente, apresenta um amplo conceito, em que são citados aspectos relacionados ao início de empresas, tais como riscos e oportunidades do negócio, inovação, estratégia, uso de recursos e novas combinações, assim como questões comportamentais, envolvendo ações inovadoras, capacidades, competências, criatividade, visão, dentre outras.

Denominada como cultura da renovação, a atitude empreendedora recebe destaque na Administração contemporânea e por ser considerada ferramenta essencial para ajudar as organizações nas adaptações necessárias ao ambiente competitivo. Pelas constantes mudanças e incertezas do mundo dos negócios, as empresas necessitam de ações criativas por parte das pessoas que as compõem.

A figura do empreendedor não pode ser confundida com o empresário, porque é ele quem mantém e expande um negócio existente, o empreendedor tem como características a criação de algo novo e diferente, criatividade, intuição e visão, dentre outras. Desta forma, conclui-se que nem todo empresário é empreendedor, assim como nem todo empreendedor é empresário.

No entanto, administradores e empreendedores atuam em características comuns, como por exemplo, a tomada de decisão, pois ambos são “tomadores de decisões”. Suas atividades complementam-se, pois um Administrador sem os conceitos de empreender dificilmente conseguir entender um negócio, ao tempo que o empreendedor que não utiliza os conceitos básicos de administração, provavelmente não será bem sucedido em seu empreendimento. A união das características inerentes ao empreendedor e ao administrador pode se tornar uma “química perfeita” para o alcance do sucesso de ambos.

O ensino superior apresenta-se como ferramenta importante para o fomento do empreendedorismo, principalmente por meio da formação de profissionais com competências empreendedoras. Porém, isso só é possível por meio de um Projeto Político Pedagógico estruturado para tal, apresentando compatibilidade técnico-teórica para a eficiência do processo de ensino-aprendizagem, que devem ser constantemente monitorados. No curso de Administração, por exemplo, para direcioná-lo a essa formação, deve-se primeiro apresentar o contexto ambiental que justifique a iniciativa e o perfil profissional desejado. A partir daí, deverá ser elaborada uma estrutura curricular que atenda as diretrizes legais pertinentes ao curso e ao mesmo tempo possibilite a formação do empreendedor.

As disciplinas específicas sobre o tema podem ser inclusas nos conteúdos de formação complementar, objetivando dar um caráter transversal e de interdisciplinaridade nos demais conteúdos do curso. Com isso, há uma diminuição da fragmentação, problema já verificado e amplamente discutido

nos encontros de escolas de Administração. Como realce, aparecem os métodos que deverão ser adotados pelos professores, desenvolvendo nos alunos a ação, inovação, criatividade, visão, dentre outras. Além disso, as atividades complementares ajudam na difusão, assim como os projetos de extensão e pesquisa.

Especificamente quanto às disciplinas, por exemplo, aquelas de formação profissional, podem formar um administrador como também um empreendedor. A área de *Marketing* pode levar conhecimento quanto ao mercado, como também pode difundir o empreendedorismo por meio da visualização de oportunidades de negócios com o desenvolvimento de planejamentos estratégicos, análise do comportamento do consumidor, estudo dos fatores político, econômico, social, natural, competitivo e tecnológico, dentre outros. A mesma disciplina, mas com objetivos e métodos diferentes, levam a resultados diferenciados.

Apesar de ser um tema atrativo aos cursos de graduação, o empreendedorismo não deve ser colocado como obrigatório, já que foi verificado que o ato de empreender não é vontade de toda e qualquer pessoa. Desta forma, conclui-se que o curso de Administração pode formar empreendedores, porém, não exclusivamente, já que diversas áreas do conhecimento também podem formar esse perfil profissional.

REFERÊNCIAS

- AKTOUF, O. A **Administração entre a Tradição e a Renovação**. São Paulo: Atlas, 1996.
- BATEMAN, T. S.; SNELL, S. A. **Administração: construindo vantagem competitiva**. São Paulo: Atlas, 1998.
- BERNARDES, C.; MARCONDES, R. C. **Teoria Geral da Administração**. 3 ed. São Paulo: Saraiva, 2003.
- CFA. <http://www.cfa.org.br/servicos/formacao-profissional/censo-dos-cursos-de-bacharelado-em-administracao-e-dos-cursos-superiores-de-tecnologia-nas-diversas-areas-da-administracao>
- DAFT, R. I. **Administração**. Rio de Janeiro: LTC, 1999.
- DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Cultura, 1999a.
- DOLABELA, F. **O segredo de Luíza**. São Paulo: Cultura, 1999b.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- DRUCKER, Peter. F. **O Gerente Eficaz**. São Paulo: Zahar, 1974.
- DRUCKER, P.F. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios**. São Paulo: Pioneira Thomson, 1986.
- FERREIRA, G.G; MATTOS, P.L.C.L. DE. Empreendedorismo e Práticas Didáticas nos Cursos de Graduação em Administração: os Estudantes Levantam o Problema. **Anais do XXVII Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Administração - ENANPAD**, 2003.
- FILION, L. J. **O planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: Identifique uma visão e avalie seu sistema de relações**. Revista de Administração de Empresas - RAE, jul./set. 1991. n. 3, v. 33, pp. 63-7.

HAMPTON, D. R. **Administração contemporânea: teoria, prática e casos.** 3 ed. São Paulo: McGraw-Hill, 1992.

LACOMBE, F. J. M. **Dicionário de Administração.** São Paulo: Saraiva, 2004.

LUCAS, E. A disseminação da cultura empreendedora e a mudança na relação universidade-empresa. p. 241-252.

MICHAELIS. **Moderno Dicionário.** Disponível em: <http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/index.php?lingua=portugues-portugues&palavra=empreender>. Acesso em: 20 nov. 2014.

MINTZBERG, H. **The structuring organizations: a synthesis of the research.** Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1979.

OLIVEIRA, M A. **Valeu! Passos na trajetória de um empreendedor.** São Paulo: Nobel, 1995.

OLIVEIRA, F. M. **Empreendedorismo: teoria e prática.** Especialize Revista Online. Maio/2012. Disponível em: <http://especializandoce.com/uploads/arquivos/191322dcff82e06081272bf77fb3beae.pdf> Acesso em: 13 nov. 2014.

SANTOS, M. SILVEIRA, M.L. **O Ensino Superior Público e Particular e o território Brasileiro.** Brasília: ABMES, 2000.

SOUZA NETO, B. **Genealogia e Especificidades acerca de um tipo de empreendedor popular: o artesanato brasileiro.** In: Egepe – Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, 2, 2001, Londrina: Uem/Uel, 200, p. 106-116.

VEIGA, I. P. A. **Projeto Político-Pedagógico da Escola.** 14. edição. Campinas-SP: Papirus, 2002.

VIEIRA, S. F. A.; MELATTI, G. A.; RIBEIRO, P. R. **O ensino do empreendedorismo nos cursos de graduação em Administração:** Um estudo comparativo entre as universidades Estaduais de Londrina e Maringá. Revista Adm. UFSM, Santa Maria, v. 4, n.1, p. 288-301 mai./ago. 2011.