

**Eixo Temático: Estratégia e Internacionalização de Empresas**

**ESTUDO COMPARATIVO SOBRE O ENSINO DE EMPREENDEDORISMO NO  
BRASIL E NO EXTERIOR**

Durval Correa Meirelles

**RESUMO**

O presente trabalho pretende comparar, as atividades e as intenções relativas ao empreendedorismo de estudantes universitários, comparando os diferentes níveis de estudo e dos mais variados cursos das Instituições de Ensino Superior (IES) no Brasil, bem como as condições de ensino e apoio a atividades empreendedoras aos estudantes em numerosas regiões do país, com as atividades desenvolvidas em outras IES estrangeiras. Nesse sentido, o estudo busca gerar conhecimentos sobre: Quais seriam as principais ofertas de disciplinas ligadas ao empreendedorismo nas IES; Qual seria o seu nível de satisfação e sua demanda; Quais seriam os interesses dos estudantes em terem negócios e as atividades que já realizaram; A taxa de interesse pelo empreendedorismo (ou índice de empreendedorismo) dos estudantes;- O estudo utilizará a metodologia do Estudo GUESSS a nível internacional. Em seu original em Inglês, a sigla GUESSS refere-se a *Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey*, ou seja, levantamento mundial sobre o espírito empreendedor de estudantes universitários. No contexto brasileiro, a designação adotada para fins de simplificação é Estudo GUESSS Brasil significando Estudo Mundial sobre Empreendedorismo junto aos Estudantes Universitários do Brasil. O Estudo GUESSS Brasil oferece bases para se avaliar as condições do ensino ligado ao empreendedorismo em variadas áreas de formação superior com comparativos nacionais e internacionais, inclusive propiciando o *benchmarking*. Contribui para a geração de recomendações de melhoria de práticas e políticas – inclusive políticas públicas – visando o aperfeiçoamento das atividades e recursos das IES que são voltados à preparação dos estudantes para tomarem iniciativas empreendedoras, como a abertura de empresas. O referencial teórico será elaborado com base em bibliografia nacional e internacional, especialmente nos autores considerados neo-schumpeterianos, que estão analisando o momento empresarial à luz dos novos paradigmas tecnológicos e seus impactos nas organizações. Destacam-se autores que trabalhem os aspectos ligados à parceria universidade/empresa, incubadoras, inovação tecnológica, e empreendedorismo.

**ABSTRACT**

The present work you want to compare, the activities and intentions concerning the entrepreneurship of university students, comparing the different levels of study and of the most varied courses of Higher Education Institutions in Brazil, as well as the conditions of education and support for entrepreneurial activities to students in many regions of the country, with the activities developed in other foreign universities. In this sense, the study seeks to generate knowledge about: What would be the main offerings of disciplines related to entrepreneurship in universities; what would be your level of satisfaction and their demand; what would be the interests of students in having business and the activities they have already done; the rate of interest for entrepreneurship (or index of entrepreneurship) of students; The study will use the methodology of the Study GUESSS to international level. In its original English, the abbreviation GUESSS refers to the overall

University Entrepreneurial Spirit Students' Survey, global survey on the entrepreneurial spirit of university students. In the Brazilian context, the name adopted for purposes of simplification and Study GUESSS Brazil meaning Global Study on Entrepreneurship together with university students of Brazil. The Study GUESSS Brazil offers databases to evaluate the conditions of teaching connected to entrepreneurship in varied areas of training top with comparative national and international, including providing the benchmarking. Contributes to the generation of recommendations for improving policies and practices - including public policies - aiming to the improvement of the activities and resources of species that are focused on preparing the students to take entrepreneurial initiatives, such as the opening of firms. The theoretical framework will be developed on the basis of national bibliography and international, especially in the evolutionary authors, which are analyzing the moment business in light of new technological paradigms and their impact on organizations. Include authors who work the aspects related to the partnership university/company, technological innovation, business incubators and entrepreneurship.

**Keywords:** entrepreneurship, innovation, incubators and partnership university-company.

## INTRODUÇÃO

O presente trabalho compara as atividades e as intenções relativas ao empreendedorismo de estudantes universitários, entre os mais variados cursos das Instituições de Ensino Superior (IES) no Brasil, bem como as condições de ensino e apoio a atividades empreendedoras aos estudantes em numerosas regiões do país, com as atividades desenvolvidas em outras IES estrangeiras. Assim busca valorizar a necessidade de políticas de modernização do ensino nas universidades o que vem ao encontro da atual condição de sociedade pós-moderna, caracterizada, sobretudo, pela complexidade das relações econômicas e no entendimento das grandes transformações econômicas globais, tais como: a reforma do papel do Estado; a desregulamentação dos mercados; a reestruturação produtiva internacional; a velocidade da informação; a revolução do conhecimento; pelas mudanças das relações de trabalho; pelo aumento do desemprego global, dentre outras.

Neste contexto de elevada incerteza, risco e competição, as grandes empresas têm procurado novos mercados e para isso procuram pesquisar os hábitos e costumes em outros países adequando seus investimentos de P&D ao atendimento das necessidades locais e globais, sobretudo na produção de bens e serviços que de fato venham a contribuir para o contínuo desenvolvimento tecnológico, cada vez mais requisitado pela sociedade pós-moderna.

Por sua vez, as pequenas e médias empresas procuram se inserir aos novos mercados buscando soluções criativas como por exemplo as iniciativas de aprendizado coletivo e processos associativos, que visam em última análise a produção de conhecimentos novos, os quais possam se transformar em novos produtos, processos ou serviços, desejados pelos consumidores/mercados.

Nesse sentido, há um grande interesse nos estudos relacionados a uma visão mais abrangente do ensino do empreendedorismo, uma vez que a criação de novas empresas e a associação com redes de conhecimento torna-se fundamental para o crescimento e desenvolvimento econômico de qualquer sistema econômico.

Assim sendo, esse artigo procurará identificar a contribuição das universidades ao estudo do empreendedorismo e das atividades de apoio aos novos alunos empreendedores. O referencial utilizado será a contribuição dos neo-schumpeterianos e de outras correntes que buscam dentre outras coisas, identificar o empreendedorismo como forma de acesso à inovação, a inclusão social e desenvolvimento econômico.

## O ESTUDO GUESS

Um dos mais recentes estudos feito no mundo é o Estudo Mundial sobre Empreendedorismo, feito em vários países<sup>1</sup>. A sigla GUESS — *Global University Entrepreneurial Spirit Students'* — é um levantamento mundial sobre o espírito empreendedor de estudantes universitários.

O objetivo preponderante do GUESS BRASIL é o estudo das características, das atividades e das intenções dos estudantes universitários brasileiros em diversos cursos em vários níveis de conhecimento e nas mais variadas instituições de ensino participantes, além de verificar como essas instituições têm apoiado tais atividades empreendedoras dos estudantes em todas as regiões do país, levando-se em consideração as condições do aprendizado. O estudo busca gerar conhecimentos sobre:

---

<sup>1</sup> Para melhor aprofundamento no assunto: site [www.guessbrasil.org.br-http://caestufmt.webnode.com.br/news/pesquisa-guess/](http://www.guessbrasil.org.br-http://caestufmt.webnode.com.br/news/pesquisa-guess/)

- O que estudantes entendem e conhecem sobre a oferta de disciplinas ligadas ao tema nas Instituições,
- O envolvimento dos estudantes e seu interesse pelo empreendedorismo (ou índice de empreendedorismo) dos estudantes,
- Comparações sobre os dados de 2011 a nível internacional.

O Estudo GUESS BRASIL tem como base a avaliação das condições de ensino sobre o tema em várias formações de profissionais do ensino superior com comparativos nacionais e internacionais. Contribui essencialmente para a preparação dos estudantes no que diz respeito a tomarem iniciativas empreendedoras. O estudo mundial foi realizado por pesquisadores de pequenas empresas da Universidade de St. Gallen na Suíça, em 2003. Os últimos dados do estudo em 2008 foram feitos em 19 países com cerca de 65.000 respondentes. Na edição recente 2011, foram 26 países e 93.265 respondentes em várias partes do mundo.

No Brasil, o estudo conta com dados de 37 Instituições de ensino de diferentes estados. Foram 29.186 estudantes que responderam à pesquisa através da internet e cerca de 250.000 alunos foram convidados.<sup>2</sup>

A partir de 1990, as práticas empreendedoras começaram a ser mais divulgadas no Brasil e a gerar mais competências nesse campo. Com a reestruturação econômica e a necessidade de desenvolvimento, o Brasil começa então a se preocupar em entrar na globalização com mais competitividade e empreendedorismo.

Nas tabelas abaixo, pode-se começar a entender o desenvolvimento das práticas pedagógicas até os dias atuais:

Tabela 1: Crescimento do número de Cursos de antes de 1960 até 2010 – É importante ressaltar que o estudo GUESS Brasil apresenta que 89% das IES criadas no país de 1997 a 2006 são privadas e passaram a responder por 74% dos alunos matriculados e em sua maioria são cursos noturnos.

**Tabela 1 - Aumento do número de cursos entre 1960 e 2000**

<b>Década</b>	<b>Número de Cursos</b>
Antes de 1960	2
1960	31
1970	247
1980	305
1990	823
2000	1.462
2010	1.805

Fonte: INEP (2010)

Na tabela 2, pode-se perceber a expansão no número de alunos por modalidade:

**Tabela 2 - Expansão no número de alunos por modalidade**

<b>Ano</b>	<b>Setor Público vagas</b>	<b>Setor Público %</b>	<b>Setor Privado vagas</b>	<b>Setor Privado %</b>	<b>Total</b>
1933	18.986	56,3	14.737	43,7	33.723
1945	21.307	51,6	19.969	48,4	41.275
1965	182.696	56,2	142.386	43,8	325.082
1985	556.680	40,7	810.929	59,3	1.367.609
2004	1.178.328	28,3	2.985.405	71,1	4.163.733

Fonte: INEP (2005)

<sup>2</sup> Para maiores informações e complementação das informações acessar o site [www.guessbrasil.org](http://www.guessbrasil.org)

Tabela 3 – Número de IES's em 2006 por organização e por categoria

Tabela 3 - Número de IESs em 2006 por organização acadêmica e categoria

Unidade da Federação/Categoria Administrativa		Instituições						
		Total	Universidades	Centros Universitários	Faculdades Integradas	Faculdades, Escolas e Institutos	CET/FAT	
Brasil	Públicas	Total	248	92	4	4	82	66
		Federal	105	53	-	-	5	47
		Estadual	83	34	-	-	30	19
		Municipal	60	5	4	4	47	-
	Privadas	Total	2.022	86	115	112	1.567	142
		Particulares	1.583	24	63	92	1.268	136
		Comunitárias/ Confessionais/ Filantrópicas	439	62	52	20	299	6
<b>TOTAL GERAL</b>		<b>2.270</b>	<b>178</b>	<b>119</b>	<b>116</b>	<b>1.649</b>	<b>208</b>	

Fonte: INEP (2006)

Dados do INEP indicaram na pesquisa que, em muitas regiões brasileiras, o aumento da quantidade de cursos superiores, mesmo sem controle governamental, foi de 20% em instituições públicas e 8% em IES's privadas.

Tabela 4 – Percebe-se que o número de cursos universitários presenciais em 2006 estava em torno de 14.541 cursos presenciais.

Tabela 4 - Número de cursos universitários presenciais por categoria e unidade da federação

Cursos de graduação presenciais por organização acadêmica

Unidade da Federação/categoria Administrativa		Número de Cursos de Graduação Presenciais			
		Total	Capital	Interior	
Brasil	Públicas	Total	6.549	1.793	4.756
		Federal	2.785	1.337	1.448
		Estadual	3.188	444	2.744
		Municipal	576	12	564
	Privadas	Total	15.552	5.767	9.785
		Particulares	9.079	3.817	5.262
		Comunitárias/ Confessionais/ Filantrópicas	6.473	1.950	4.523
<b>TOTAL GERAL</b>		<b>22.101</b>	<b>7.560</b>	<b>14.541</b>	

Fonte: INEP (2006)

Com a entrada no mercado de ensino de cursos à distância em 2008, mais de 10% dos alunos matriculados em cursos presenciais migraram para o ensino a distância, proporcionando uma expansão de 315% dessa modalidade de ensino, conforme estudo realizado pela Revista Ensino Superior em 2008.

Na tabela 5- verifica-se o levantamento feito nas modalidades de ensino no Brasil em 2008:

Tabela 5 - Quantidade de alunos por modalidade de ensino

Modalidade	Alunos
Presencial	4.676.646
A Distância	207.206
Tecnólogos	287.727

Fonte: Revista Ensino Superior (2008)

De maneira geral, de acordo com dados mais recentes da OCDE (2011), 12% dos brasileiros de 25 a 45 anos têm formação superior, sendo que o Brasil mostra o menor índice em termos percentuais dos 42 países estudados (GUESS BRASIL). Em contrapartida, de maneira geral, o cenário educacional no Brasil vem exigindo inovações, procurando metodologias mais atrativas, eficientes e eficazes, principalmente no que diz respeito à formação para um mercado de trabalho cada vez mais exigente e um mercado ávido por mais empreendimentos.

Tabela 6 – Mostra a oferta de disciplinas ligadas ao empreendedorismo nas IES's pesquisadas.

Tabela 6 - Oferta de disciplina de empreendedorismo nas IESs pesquisadas

Cursos	Privadas	Públicas	Total
Administração de Empresas	17	22	39
Habilitações em Administração	06	01	07
Outros Cursos	23	14	37
Total Geral	46	37	83

Fonte: Guerra e Grazziotin (2010, p. 80)

Em cenários turbulentos na economia brasileira, ao longo da história do país, as Instituições de ensino, principalmente as de nível superior, vêm sofrendo alterações profundas nos seus projetos pedagógicos, impulsionadas por uma maior exigência do mercado, da competitividade no segmento e das pressões do MEC em relação à qualidade.

A preocupação na preparação de jovens empreendedores tem sido condição fundamental para as IES's, por perceberem a importância do incentivo para uma educação empreendedora para o desenvolvimento do país. A crescente oferta de disciplinas que abrangem o empreendedorismo e a inovação vem em um crescente progresso.

Congressos e simpósios internacionais com o tema empreendedorismo realizados no Brasil indicam um amadurecimento do interesse no tema. Várias universidades como a Fundação Getúlio Vargas, o IBMEC RJ (Instituto Brasileiro de Mercados de Capitais do Rio de Janeiro) apoiaram eventos como:

- Internationalizing Entrepreneurship Education and Training Conference – IntEnt 2006,
- Roundtable on Entrepreneurship Education (REE) Latin America, evento realizado no Rio de Janeiro e coordenado pela Stanford Technology Ventures Program's em 2007. (Guess Brasil)

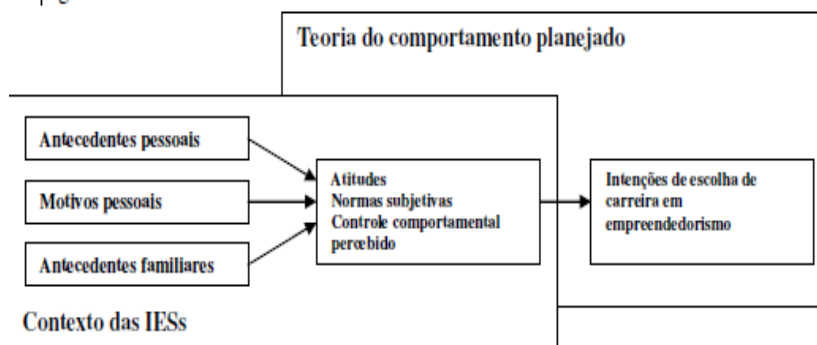
Com o tema em franco crescimento no Brasil, a ENDEVOR Brasil propõe à Universidade de Stanford que o Brasil tivesse sua própria REE, que foi realizada em 2010. Nessa data foi também foi criado o Prêmio Educação Empreendedora e tanto o Prêmio quanto a REE Brasil passaram a ser organizados anualmente em parceria com Instituições de Ensino, ENDEVOR, com apoio de entidades como SEBRAE e SENAC – Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial.

Em relação às atividades empreendedoras no Brasil, um estudo da GEM em 2010, apresentou a maior taxa de atividades empreendedoras no país, a maior da história e que ficou em 17,5%. A taxa significou no estudo que a partir da amostra considerada cerca de 21,1 milhões de brasileiros estavam envolvidos em atividades empreendedoras.

A partir de dados concretos sobre as Instituições Brasileiras, foi possível traçar fundamentos teóricos sobre o estudo GUESS Brasil, conforme se pode observar na figura 1.



Figura 1 - Fundamentos teóricos do Estudo GUESSS Brasil



Fonte: Adaptado de Ajzen (2002) e Fishbein e Ajzen (1975)

Assim, baseado nos fundamentos teóricos, foi possível contemplar as variáveis comportamentais e o contexto das IES's sobre a escolha da carreira do empreendedorismo.

O projeto Guess Brasil foi possível graças ao apoio financeiro da UNINOVE e da CAPES, órgão do Ministério da Educação. O projeto internacionalmente está sob a responsabilidade da Universidade de St, Gallen, Suíça e diretamente ligado a *Swiss Research Institute os Small Business and Entrepreneurship* e do *Center for family Business* dessa Universidade.

Após coleta de dados, a equipe de pesquisadores composta por estatísticos e especialistas em empreendedorismo pôde analisar todo seu conteúdo e fazer o relatório final contemplando os dados da tabela 7.

Tabela 7 – A amostra Brasileira e dos demais países:

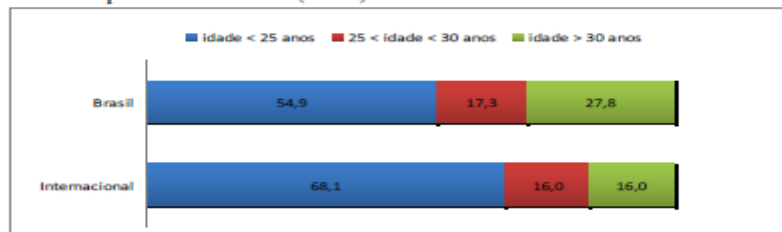
Tabela 7 - Amostra e número de respostas para cada país

País	Número de respostas	Porcentual do total	Respostas válidas do Brasil * dadas em 15 min. ou mais
<b>Brasil*</b>	<b>29 186</b>	<b>31,3</b>	<b>25 867</b>
Países Baixos*	13 121	14,1	
Alemanha	12 469	13,4	
Suíça	8 115	8,7	
Hungria	5 677	6,1	
Áustria	4 553	4,9	
Rússia*	2 882	3,1	
Estônia	1 874	2,0	
Singapura	2 391	2,6	
Argentina*	1 660	1,8	
França	1 498	1,6	
Finlândia	1 437	1,5	
Chile*	1 244	1,3	
Portugal	1 020	1,1	
China*	868	0,9	
Romênia*	849	0,9	
África do Sul	697	0,7	
Reino Unido *	648	0,7	
Japão*	561	0,6	
México	556	0,6	
Grécia	454	0,5	
Luxemburgo	444	0,5	
Irlanda	332	0,4	
Paquistão*	321	0,3	
Liechtenstein	220	0,2	
Bélgica	188	0,2	
<b>Total</b>	<b>93 265</b>	<b>100</b>	

\* Países que entraram no estudo no ano de 2011.

Figura 1 - Características dos respondentes – Idade

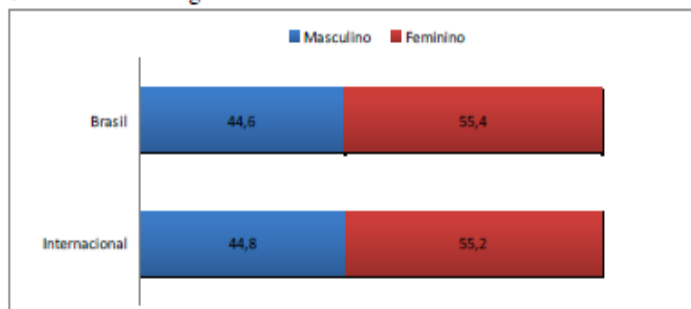
Figura 2 - Comparativo de idade (em%)



No Brasil, próximo a 50% dos respondentes está na faixa de 25 anos, enquanto que na faixa internacional corresponde a quase 70%.

Figura 3 – Gênero

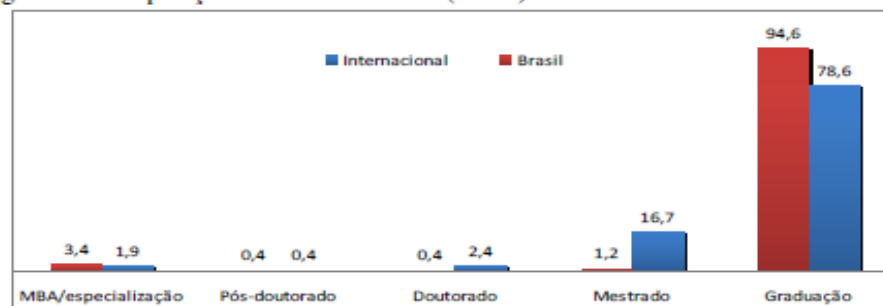
Figura 3 - Porcentuais de gênero



Destaca-se, na figura 3, a predominância do gênero feminino: 55,4% brasileiras.

Figura 4 – Nível de escolaridade

Figura 4 - Comparação do nível de estudo (em %)

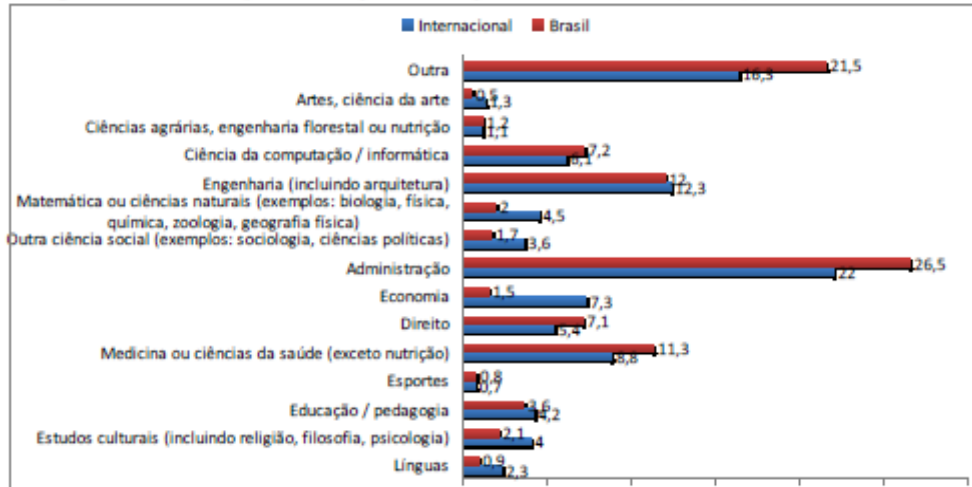


Percebe-se na figura 4 que o percentual de graduados no Brasil é mais alto do que na amostra internacional. No entanto, no mestrado, apenas 1,2% dos brasileiros possui essa titulação. Nota-se também que no Brasil o número de profissionais com MBA ou especialização é ligeiramente superior quando comparado ao doutorado.

Figura 5 – Áreas de estudo:



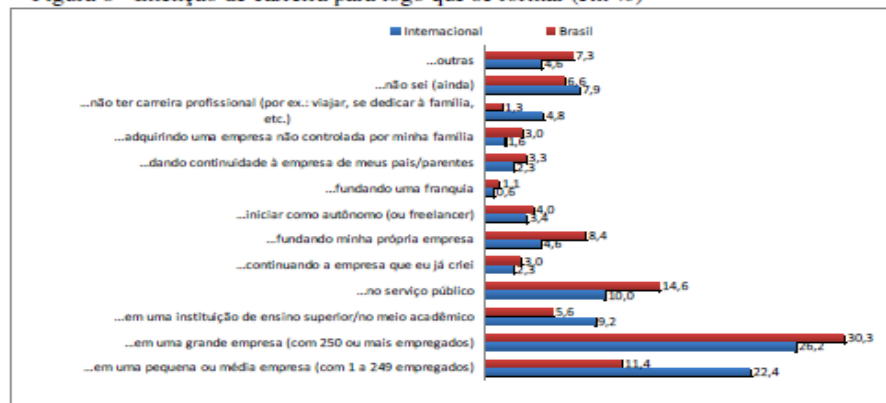
Figura 5 - Distribuição dos respondentes por área de estudo (em %)



Percebe-se na figura 5 que a área de administração corresponde a 26,5% em relação ao percentual internacional que está na faixa de 22%.

Figura 6 – Em relação à escolha pelo empreendedorismo:

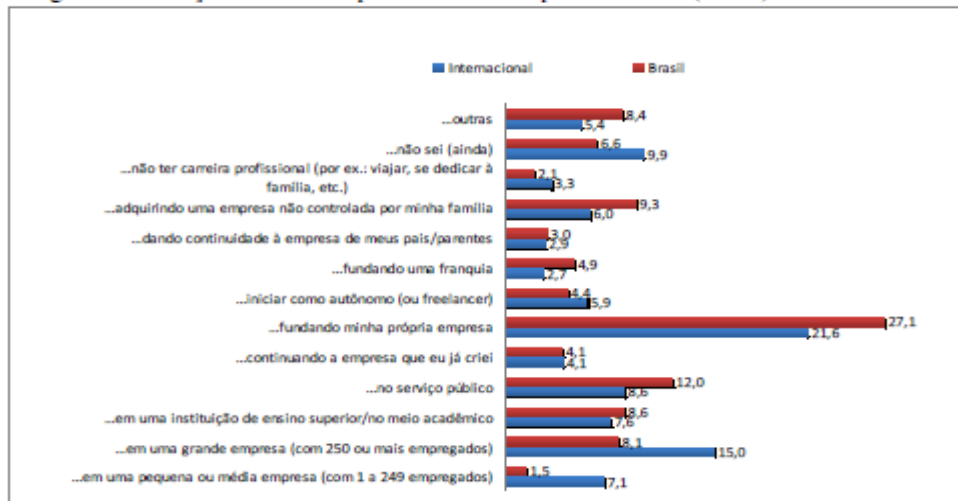
Figura 6 - Intenção de carreira para logo que se formar (em %)



A intenção dos brasileiros é, após sua formação, trabalhar em empresas com mais de 250 empregados (30,3%), ou no serviço público (14,6%), mais do que os estudantes internacionais. Em relação a abrir o próprio negócio são 8,4 contra apenas 4,6% dos estudantes internacionais.

Figura 7 – Sobre a intenção de carreira para 5 anos depois de formados:

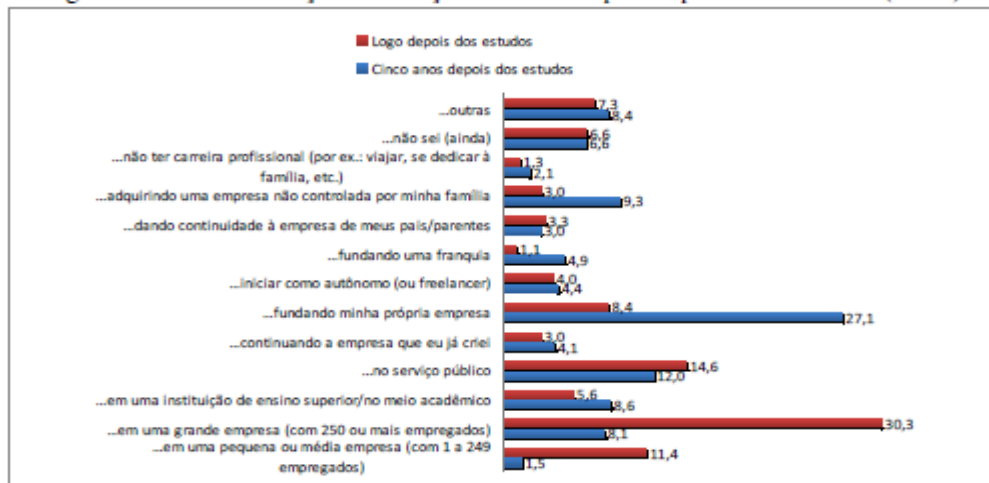
**Figura 7 - Intenção de carreira para cinco anos após se formar (em %)**



Nota-se, no questionamento em relação a 5 anos depois de formados, que 27,1% dos estudantes brasileiros pretendem ter sua própria empresa, contra 21,6% dos estudantes internacionais.

**Figura 8 – Brasil – Mudança das intenções após cinco anos de formação.**

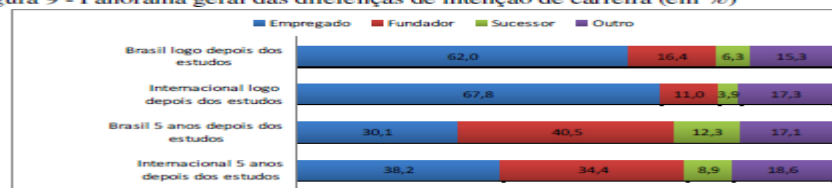
**Figura 8 - Brasil: mudança das intenções de carreira para depois de cinco anos (em %)**



Percebe-se, neste questionamento, em relação aos estudantes brasileiros, um crescimento expressivo logo depois de formados ( 8,4%) para depois de 5 anos de formados (27,1%).

**Figura 9 – Panorama geral das diferenças de intenção de carreira:**

**Figura 9 - Panorama geral das diferenças de intenção de carreira (em %)**

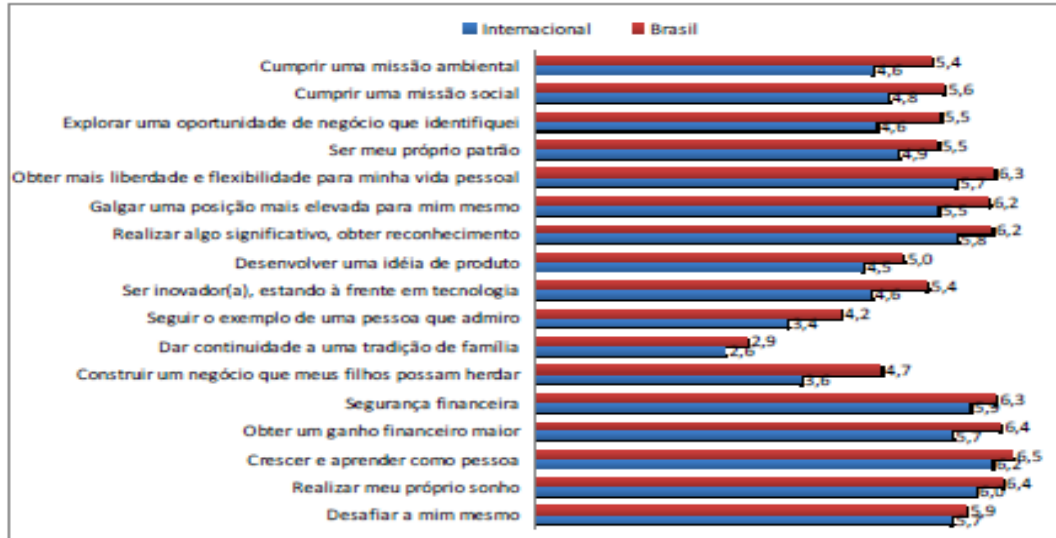


Para o Brasil, tanto quanto internacionalmente, há uma forte tendência para baixo na intenção em ser empregado após a formatura e depois de 5 anos de formados. No Brasil,

há maior interessados em abrir seu próprio negócio logo depois de formados, 16,4%, e 40,5% para após 5 anos de formados. Também se pode notar o interesse pela sucessão nos negócios familiares.

Figura 10 – A importância na escolha da carreira.

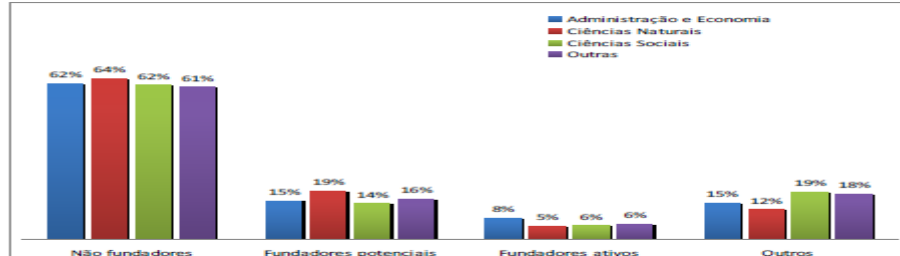
**Figura 10 - Importância dos motivos de escolha de carreira**



Numa escala de 1 a 7, as médias brasileiras são ligeiramente maiores e o item mais escolhido foi “construir um negócio para que meus filhos possam herdar”. Isso supõe uma motivação para o empreendedorismo familiar. Pode-se notar também, nas primeiras respostas, que existe um grau de idealismo maior nos estudantes estrangeiros. Conclui-se que, em ambos os casos, há uma necessidade de independência.

Figura 11 – Brasil – Intenções de carreira logo após os estudos, por área de formação:

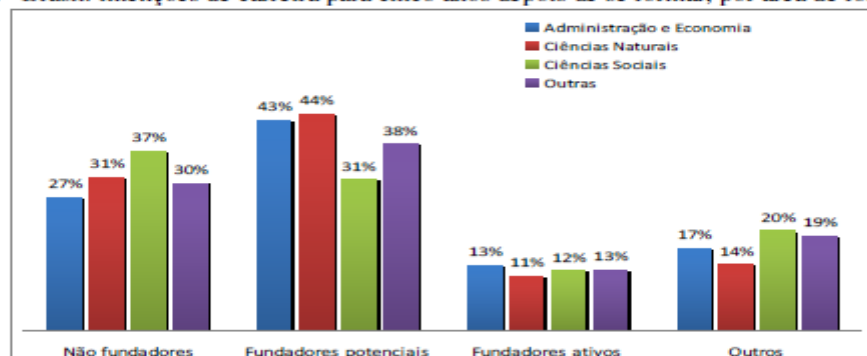
**Figura 11 - Brasil: intenções de carreira logo após os estudos, por área de formação**



No gráfico acima, reforça-se o aumento considerável do percentual de interessados em ter seu próprio negócio depois de formados.

Figura 12- Brasil – Intenções para carreira após 5 anos de formados, por área de formação:

**Figura 12 - Brasil: intenções de carreira para cinco anos depois de se formar, por área de formação**



Os estudantes de administração, economia e de ciências naturais (esta última incluindo áreas de exatas e engenharias entre outras) são mais entusiasmados em ter seus próprios negócios no Brasil.

Tabela 9 – Conhecimento sobre a oferta de disciplinas e atividades em IESs:

Tabela 9 - Conhecimento sobre a oferta de disciplinas e atividades nas IESs

Tipo de oferta	Item	Brasil (n = 25 867)			Internacional (n = 93 265)		
		Sim %	Não %	Não sei %	Sim %	Não %	Não sei %
Disciplinas	Empreendedorismo em geral	65,4	9,3	25,3	61,0	9,8	29,2
	Plano de negócios	62,3	8,4	29,3	53,8	9,9	36,3
	Marketing empreendedor	54,8	13,1	33,0	41,4	13,5	45,2
	Inovação e geração de ideias	58,9	10,6	30,4	47,7	11,9	40,4
	Financiamento para a criação de empresas	23,2	25,3	51,5	32,2	18,8	49,1
	Empreendedorismo social	19,2	13,7	37,1	34,4	15,5	50,0
	Empreendedorismo tecnológico	42,2	17,1	40,7	30,8	18,5	50,7
Atividades de apoio	Empresas familiares	22,4	26,1	51,5	14,9	29,2	55,9
	Workshops/networking com empreendedores experientes	40,1	18,5	41,5	45,7	15,8	38,5
	Programa de mentoria e coaching para empreendedores	19,6	22,4	58,0	25,5	19,3	55,2
	Concurso ou workshops de planos de negócios	62,3	8,4	29,3	39,1	17,1	43,9
	Serviço tira-dúvidas e de apoio em empreendedorismo	38,2	17,4	44,4	32,0	16,8	51,2
Oferta de recursos	Base para contato com investidores potenciais	19,6	25,8	54,6	22,7	22,9	54,4
	Recursos tecnológicos e de pesquisa (biblioteca, internet)	83,8	4,6	11,6	74,3	5,2	20,4
	Capital inicial ou apoio financeiro vindo da IES	19,7	29,7	50,6	19,4	23,6	57,0

Na oferta e demanda das atividades nas IESs, percebe-se que no Brasil (indicado em verde) enfatizam-se mais oficinas, competições e planos de negócios nas Universidades. Também nota-se o empreendedorismo social, a inovação, o empreendedorismo tecnológico.

Tabela 10 – Demanda por disciplina e atividades ainda não oferecidas nas IESs:

Tabela 10 - Demanda de disciplinas e atividades ainda não oferecidas nas IESs

Tipo de oferta	Item	Brasil				Internacional			
		n válido	% do n total	Gostaria (%)	Não precisa (%)	n válido	% do n total	Gostaria (%)	Não precisa (%)
Disciplinas	Empreendedorismo em geral	8 948	34,6	75,4	24,6	36 338	39,0	64,0	36,0
	Plano de negócios	9 749	37,7	81,4	18,6	43 107	46,2	65,6	34,4
	Marketing empreendedor	11 909	46,0	73,4	26,6	54 666	58,6	52,7	47,3
	Inovação e geração de ideias	10 623	41,1	85,4	14,6	48 753	52,3	69,5	30,5
	Financiamento para a criação de empresas	19 870	76,8	75,8	24,2	63 257	67,8	65,3	34,7
	Empreendedorismo social	10 623	41,1	85,4	14,6	61 146	65,6	54,3	45,7
	Empreendedorismo tecnológico	14 957	57,8	71,5	28,5	64 525	69,2	49,5	50,5
Atividades de apoio	Empresas familiares	20 067	77,6	60,7	39,3	79 353	85,1	42,4	57,6
	Workshops/networking com empreendedores experientes	15 500	59,9	75,9	24,1	50 654	54,3	70,7	29,3
	Programa de mentoria e coaching para empreendedores	20 797	80,4	70,9	29,1	69 487	74,5	64,2	35,8
	Concurso ou workshops de planos de negócios	17 947	69,4	73,8	26,2	56 834	60,9	59,5	40,5
	Serviço tira-dúvidas e de apoio em empreendedorismo	15 975	61,8	80,8	19,2	63 416	68,0	67,1	32,9
Oferta de recursos	Base para contato com investidores potenciais	20 788	80,4	76,1	23,9	72 064	77,3	66,1	33,9
	Recursos tecnológicos e de pesquisa (biblioteca, internet)	4 194	16,2	78,6	21,4	23 910	25,6	62,0	38,0
	Capital inicial ou apoio financeiro vindo da IES	20 771	80,3	80,7	19,3	75 158	80,6	70,6	29,4

Nota-se que os estudantes brasileiros estão mais motivados e sensíveis do que estudantes estrangeiros. Na coluna marcada em azul, verifica-se a diferença.

Tabela 11 – Oferta de disciplinas e atividades:

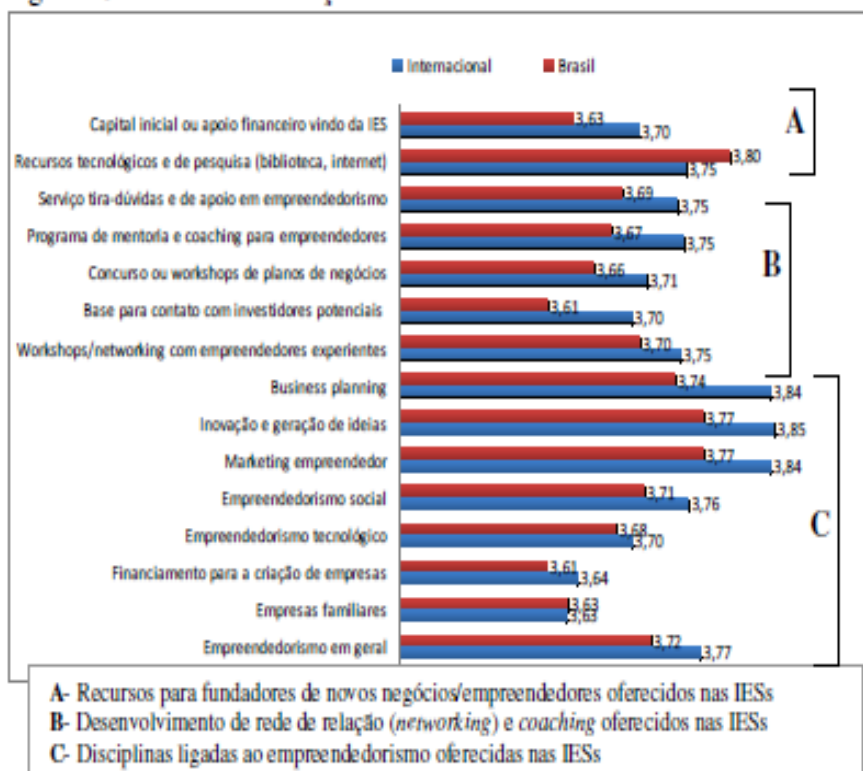
Tabela 11 - Utilização da oferta de disciplinas e atividades

Tipo de oferta	Item	Brasil			Internacional		
		n válido	Sim %	Não %	n válido	Sim %	Não %
Disciplinas	Empreendedorismo em geral	16 914	58,8	41,2	56 915	55,4	44,6
	Plano de negócios	16 112	62,3	37,7	50 146	53,1	46,1
	Marketing empreendedor	13 955	50,1	49,9	38 591	48,0	52,0
	Inovação e geração de ideias	15 239	58,0	42,0	44 501	53,9	46,9
	Financiamento para a criação de empresas	5 993	38,7	61,3	29 997	39,2	60,8
	Empreendedorismo social	12 733	48,2	51,8	32 107	45,8	54,2
	Empreendedorismo tecnológico	10 907	42,5	57,5	28 730	39,5	60,5
	Empresas familiares	5 797	45,1	54,9	13 905	43,9	56,1
Atividades de apoio	Workshops/networking com empreendedores experientes	10 361	45,7	54,3	42 601	44,1	55,9
	Programa de mentoria e coaching para empreendedores	5 066	35,8	64,2	23 768	30,1	69,9
	Concurso ou workshops de planos de negócios	7 918	39,3	60,7	36 425	34,4	65,6
	Serviço tira-dúvidas e de apoio em empreendedorismo	9 889	55,2	44,8	29 841	37,8	62,2
	Base para contato com investidores potenciais	5 075	39,4	60,6	21 192	32,9	67,1
Oferta de recursos	Recursos tecnológicos e de pesquisa (biblioteca, internet)	21 666	77,3	22,7	69 341	74,6	25,4
	Capital inicial ou apoio financeiro vindo da IES	5 092	48,6	51,4	18 101	41,8	58,2

O Brasil tem proporcionalmente mais estudantes fazendo atividades empreendedoras e disciplinas de empreendedorismo que os estudantes estrangeiros, a exceção se faz no quesito “financiamento para a criação de empresa”. Na cor amarelo, percebe-se mais igualdade com os estudantes estrangeiros.

Figura 13 – Nível de satisfação dos estudantes quanto à oferta das IESs:

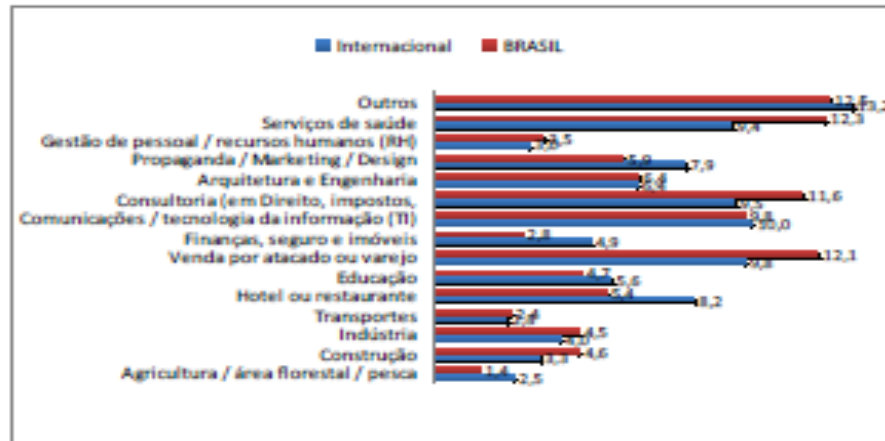
Figura 13 - Nível de satisfação dos estudantes com a oferta das IESs



Numa escala de 1 a 5, percebe-se que os estudantes brasileiros demandam mais em relação a ofertas das IESs. Vê-se uma exceção nos itens “empresas familiares”, “oferta de recursos tecnológicos e de pesquisa (biblioteca e internet)”. A inferioridade brasileira apresenta um nível de 0,09 ponto percentual para o item “base para contato com investidores potenciais”.

Figura 14 – Áreas com mais possibilidade de empreendimentos:

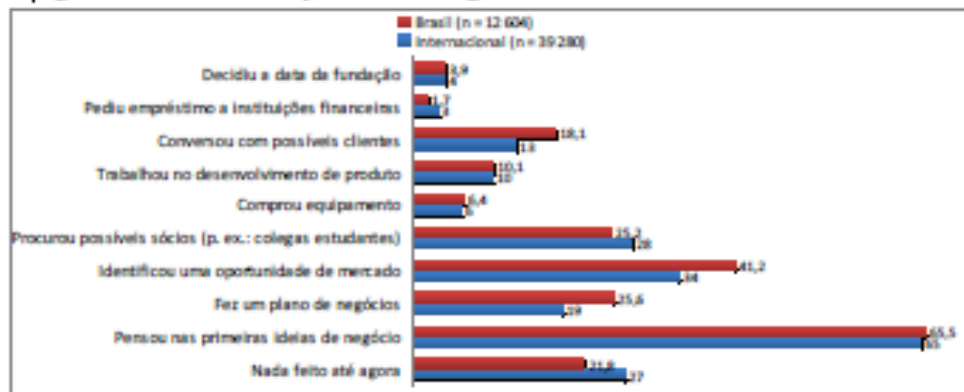
Figura 14 - Área de atividade em que se pretende empreender (em %)



A figura revela as atividades que são mais atraentes. Para brasileiros, a área de saúde (12,3%) é mais atrativa, venda atacado e varejo (12,1%).

Figura 15 – Passos para a abertura de um negócio:

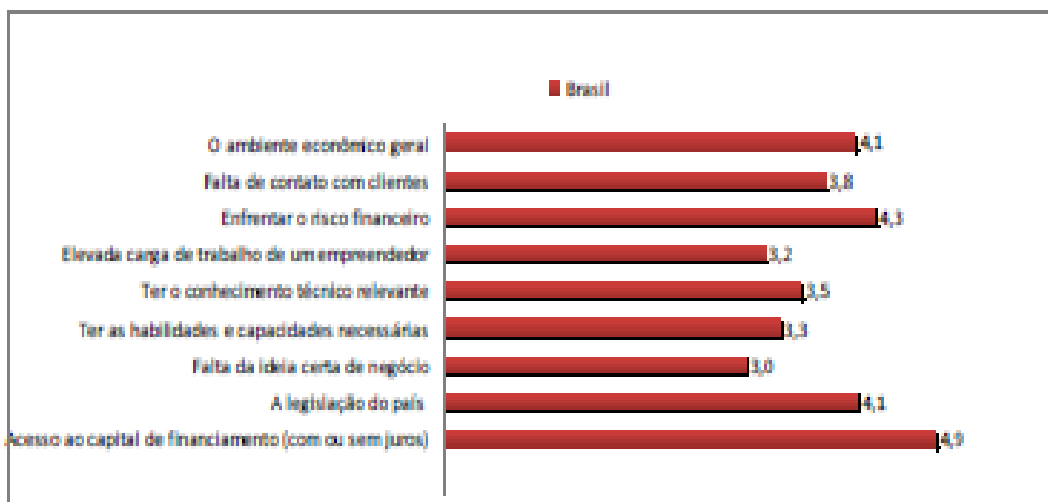
Figura 15 - Passos dados para abrir os negócios



A figura acima mostra que as pessoas para empreender tanto nacionalmente como internacionalmente (65%) pensam primeiramente na ideia do negócio.

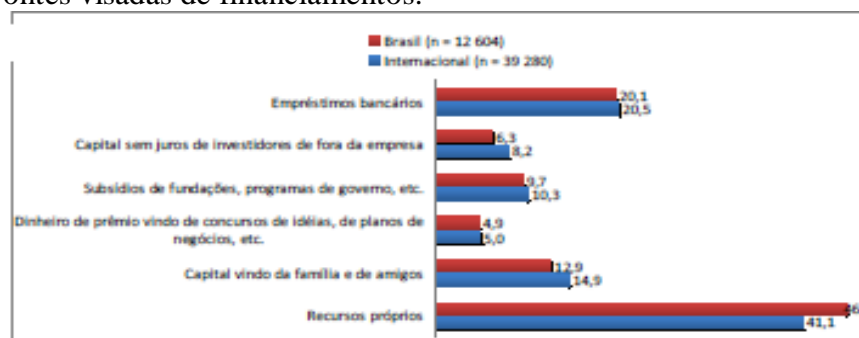
Figura 16 – Barreiras para abertura de novos negócios:





Numa média das respostas feitas em escala de 7 pontos por fundadores percentuais brasileiros, foram consideradas barreiras os seguintes pontos: Acesso a capital e financiamento (4,9), Riscos (4,3), Legislação desfavorável (4,1), ambiente econômico (4,1) e ter conhecimento técnico (3,5).

Figura 17 – Fontes visadas de financiamentos:



Empreendedores em potencial sentem-se mais atraídos por financiamentos com recursos próprios, seguido de empréstimos bancários.

## CONCLUSÃO

Não há ainda consenso sobre as recentes discussões ou teorias sobre a melhor forma de produção de tecnologia pelas empresas ou de melhores processos que levem a criação de novas empresas e a inovação. No entanto em um mundo cada vez mais complexo, as contribuições ao estudo do empreendedorismo e as formas de apoio às atitudes empreendedoras têm se mostrado as mais eficientes para um melhor aproveitamento das potencialidades econômicas e sociais.

A seguir são apresentados os principais resultados apresentados no estudo comparativo:

- No Brasil, 54,9% dos respondentes têm até 25 anos de idade, 17,3% têm entre 25 e 30 e 27,8% têm 30 ou mais, enquanto que, na amostra internacional, quase 70% encontram-se na faixa etária de até 25 anos;
- Os alunos brasileiros se concentram na graduação (94,6%). Comparativamente aos respondentes internacionais, a amostra brasileira tem muito menos alunos de mestrado e menos alunos de doutorado, mas apresenta mais alunos de MBA e especialização;
- A área de Administração e Gestão de Negócios é responsável por 26,5% da amostra brasileira, havendo relativamente menos alunos nas áreas de Economia, Matemática e Ciências Naturais, assim como outras áreas de estudo;



- Para o término dos seus estudos, os alunos brasileiros manifestam preferência principalmente por se empregar em grandes empresas (30,3%) ou mesmo no serviço público (14,6%), mais do que se vê no estudo internacional;
- Entre as diversas áreas de estudo, os alunos brasileiros de Administração e Economia e de Ciências Naturais (área que inclui as engenharias e exatas, entre outras) são, no geral, os mais entusiastas da criação de negócios. Os menos interessados são os de Ciências Sociais;
- Quanto a diferentes quesitos, a motivação dos alunos brasileiros para ter um negócio próprio é ligeiramente superior aos resultados internacionais. A maior superioridade é quanto ao quesito construir um negócio que meus filhos possam herdar o que parece revelar uma preocupação maior dos estudantes brasileiros com o futuro da família quando se trata de negócios;
- Os respondentes brasileiros percebem como mais atraentes para empreender os setores de serviços de saúde (12,3%), comércio de atacado e varejo (12,1%), consultoria em direito, impostos, administração ou outras (11,6%) e comunicações ou informações (9,8%). A área que menos suscita interesse nos respondentes brasileiros é a da agricultura, negócios florestais e pesca (1,4%). Um determinante desse resultado parece ser o fato de que a amostra brasileira é essencialmente urbana;
- A percepção de oferta de disciplinas e atividades relacionadas ao empreendedorismo é bem mais acentuada entre os alunos brasileiros quando se trata de: empreendedorismo em geral, plano de negócios e oferta de recursos tecnológicos e de pesquisa (biblioteca, internet);
- Comparativamente à amostra internacional, os respondentes brasileiros sinalizam que há menos oferta de financiamento para criação de empresas, programas de mentoria e de orientação para empreendedores, área ou pessoa de referência para tirar dúvidas e dar apoio em empreendedorismo, base de contato com investidores potenciais e oferta de capital inicial/apoio financeiro proveniente da instituição de ensino;
- Os brasileiros mostram-se menos conhecedores do que os alunos do estudo internacional sobre quatro tipos de oferta de atividades: financiamento para criação de empresas, *workshops/networking* com empreendedores experientes, programas de mentoria e *coaching* para empreendedores, base de contato com investidores potenciais;
- Comparativamente aos alunos internacionais, os brasileiros se mostram sensivelmente mais motivados a fazer todas as disciplinas e atividades que eles indicaram não serem oferecidas ou não saberem se são oferecidas em suas IESs;
- Embora se inclinem para a satisfação com as disciplinas e atividades ofertadas, os níveis de satisfação com elas são ligeiramente menores entre os estudantes brasileiros – com poucas exceções, como oferta de recursos tecnológicos e de pesquisa (biblioteca, internet);
- Quanto à avaliação de seu ambiente universitário e as contribuições de disciplinas e atividades em geral (não só ligadas ao empreendedorismo) para sua formação, os resultados brasileiros são superiores aos da amostra internacional.
- Relativamente aos passos dados para empreender, a maioria dos respondentes brasileiros, assim como na amostra internacional, já pensou em ideias de negócios que lhes interessam.
- Mas os brasileiros avançaram mais no que se refere à identificação de oportunidade e à elaboração do plano de negócios. Exceção se faz para o pedido de empréstimo a instituições financeiras e para a procura de possíveis sócios.
- Por outro lado, proporcionalmente mais brasileiros não tiveram qualquer experiência de trabalho relacionada à área em que pretendem empreender, ou têm menos do que 4 anos de experiência na área. Essa situação se inverte a favor do Brasil a partir de 4 anos de experiência na área.
- Entre os fundadores ativos brasileiros, o trabalho atual ou anterior (51,3%) e os membros da família (31,8%) foram as origens mais frequentes das ideias para iniciar seus

empreendimentos, sendo essas fontes cerca de 10 pontos percentuais superiores aos resultados da amostra internacional;

- Para os brasileiros, as origens estudos universitários, de si mesmo ou de colegas estudantes são menos relevantes do que para os seus pares do estudo internacional;
- Os *hobbies* inspiram bem menos os estudantes brasileiros (11,6%) do que a amostra internacional (29,3%);
- O índice de empreendedorismo dos alunos brasileiros (13,3) os situa acima do índice geral internacional (12,8). O Brasil está em décimo terceiro lugar do *ranking*, empatado com os Países Baixos e, com eles, encontra-se na posição imediatamente superior ao resultado geral internacional.

Ante este quadro geral de resultados, pode-se concluir e recomendar:

Ainda precisa melhorar a oferta de disciplinas e atividades empreendedoras, além do ambiente geral das IESs para facilitar o empreendedorismo e a preparação para colocá-lo em prática, sobretudo nas áreas de Ciências Sociais.

Deve-se fortalecer o preparo dos estudantes para a carreira ligada ao empreendedorismo e a

escolha esclarecida pela carreira daqueles que nela estiverem interessados. Disciplinas, atividades práticas e contato com empreendedores estabelecidos podem favorecer a exploração, a experimentação e o desenvolvimento de ideias próprias de cada estudante já interessado em empreender.

A maior parte estudantes universitários sabe que existe a oferta de disciplinas e atividades de empreendedorismo nas IESs; entretanto, a divulgação dessas oportunidades de aprendizagem precisa melhorar com intuito de atingir mais alunos. Assim, é recomendável que as IESs intensifiquem essa comunicação para favorecerem o conhecimento das ofertas relacionadas ao empreendedorismo e a possibilidade de que mais estudantes as aproveitem. O estudo recomenda fortemente ainda à implementação e ao aperfeiçoamento de disciplinas e atividades voltadas para a administração de novos negócios e ou de micro, pequenas e médias empresas nas IESs. Pois a grande maioria das novas empresas geradas como fruto de iniciativas empreendedoras é de porte modesto, representando de 90% de todo o conjunto de empresas brasileiras.

## **BIBLIOGRAFIA**

ANPROTEC. Panorama de 2004: **As Incubadoras de Empresas no Brasil**. Brasília: Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos de Tecnologias Avançadas, 2004.

BECK, U, GIDDENS, A e LASH, S. **Modernização Reflexiva: Política, tradição e estética na ordem social moderna**. São Paulo: Ed. Unesp, 1997.

MEIRELLES, Durval C. **As Incubadoras de Empresas: Um exemplo de parceria Universidade – Empresa como estimuladora no desenvolvimento de novos produtos**. Revista Científica e Cultural da Universidade Estácio de Sá. Ano 3, No 4 out/dez 2000. Pp125/136.

MEIRELLES, Durval C. **Programas de Inovação de Empresas como Aprendizado Coletivo em um Contexto Pós-Moderno. Gestão Estratégica da Informação e Inteligência Competitiva**. São Paulo: Saraiva 2005.

MEIRELLES, Durval C. **A Inovação e o Aprendizado Coletivo: Interação e Cooperação de Empresas de Base Tecnológica em Incubadoras de Empresas**. In: Claudio Starec. (Org.). **Gestão da Informação, Inovação e Inteligência Competitiva**. 1ed. São Paulo: Saraiva, 2012, v. 1, p. 78-89.

SCHUMPETER, J. A . **A Teoria do Desenvolvimento Econômico**. Trad. Maria Silvia Possas, São Paulo: Nova Cultural, 1985 (1911).