

1

O Empreendedorismo no Ensino Superior de Turismo

Nuno Alexandre Abranja

Resumo

O mundo precisa de empreendedores, principalmente nos países em desenvolvimento. Os pequenos empreendimentos que transitam do sonho para o mercado são fundamentais para o desenvolvimento económico e social de qualquer região. A criação de empreendedores pode ocorrer por meio das instituições de ensino superior e as dinâmicas pedagógicas determinam as características e competências desenvolvidas pelos estudantes, permitindo identificar o perfil alcançado. Procurámos, por via de uma pesquisa exploratória, identificar a presença do enfoque do empreendedorismo em estudantes de turismo. Com uma intervenção pedagógica baseada numa educação empreendedora, que consistia no estabelecimento das prioridades de actuação dos docentes e nas adaptações necessárias aos conteúdos programáticos do curso em análise, desenvolveu-se uma investigação-acção por via de leituras, inquéritos por questionário e observação. Apresenta-se aqui uma

Mestre em Gestão do
Desenvolvimento
Turístico;
Doutorando em
Ciências do Trabalho;
Docente do Curso de
Turismo da Universidade
Lusófona

pequena revisão bibliográfica dos principais autores que incidem os seus estudos neste tema, de forma a sustentar o nosso estudo.

Abstract

The world needs entrepreneurs, mainly in developing countries. The small businesses that transiting from the dream to the market is essential to the economic and social development of any region. The creation of entrepreneurs can occur through universities and teaching dynamics determine the characteristics and skills developed by students, allowing identify the profile achieved. We tried, through an exploratory research, identify the presence of the focus of entrepreneurship in students of tourism. With an educational intervention based on entrepreneurial education, which consisted in the establishment of priorities for teachers' activities and the necessary adjustments to the programmatic content of the course under review, it has developed a research-action through readings, surveys by questionnaire and observation.

O empreendedorismo

O mundo está em constante mutação e a mudança é uma passagem incontornável. As profundas transformações e incertezas em diversos campos do conhecimento, tais como organizacionais, tecnológicos, económicos, sociais e culturais, fazem com que alguns paradigmas sejam quebrados. Estas alterações provocam um modo de pensar e aprender inovadores, diferentes do tradicional, onde a necessidade de direccionar para a economia do conhecimento se tornou imperativa, sob a era da nova economia. A realidade conturbada que Portugal enfrenta neste momento faz com que a atitude empreendedora, mais do que uma necessidade, seja uma urgência. É neste campo de actuação que a formação em empreendedorismo, e em todas as áreas específicas inerentes, merece ser fomentada e levada ao incentivo. As instituições de ensino superior têm neste âmbito um papel fundamental (SEDES, 2007; Trigo, 2005a).

A importância da educação tem sido um assunto estudado por vários segmentos profissionais, que se preocupam com os desafios do presente e do futuro. A qualidade,

competitividade e empregabilidade têm sido as palavras de ordem que movem os intervenientes educativos, na preparação dos estudantes para a procura do mercado de trabalho, para prosseguirem numa constante educação contínua e na integração num espaço cada vez mais diversificado de cidadania (Mezomo, 1999).

O empreendedorismo é um conceito estudado desde a Revolução Industrial¹ e pode ser interpretado sob três visões. A primeira respeita à importância do empreendedorismo na economia e no seu contributo no desenvolvimento económico de qualquer região; a segunda, enquadrada no campo da psicologia, estuda as características e a personalidade do próprio empreendedor; e, por fim, a terceira visão aborda a questão da influência do ambiente social sob as características das pessoas (Deakins, 1996).

Herbert and Link (1989) identificaram três versões intelectuais distintas, no desenvolvimento do estudo do empreendedorismo. Estas três tradições podem ser caracterizadas por: versão alemã, baseada em Thuenen e Schumpeter; a versão de Chicago, com base nos autores Knight e Schultz; e ainda a versão austríaca, com incidência em Mises, Kirzner e Shackle. Entre estas, apenas a versão schumpeteriana teve continuidade e ganhou maior número de seguidores. Porém, muito recentemente, Audretsch e Thurik (2001) desenvolveram a explicação para a ressurgência do empreendedorismo na Europa e América do Norte, com base no incremento acentuado da globalização e do crescimento económico. Os países membros da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico - OCDE não assumem nenhuma versão no processo de formação de empresas, optando por um conceito multidimensional (OCDE, 1998).

O termo «empreendedor» foi aplicado pela primeira vez, nos inícios do século XIX, por Jean Baptiste Say, um economista francês, com a intenção de definir o indivíduo que conseguia recuperar recursos económicos de um sector com baixa produtividade para um outro com alta produtividade. O empreendedor é aquele que procura a mudança, reage-lhe e identifica uma oportunidade, nem sempre vista pelos demais. Este caracteriza-se à partida como alguém que cria algo novo, inovador, transforma valores e consegue conviver com os riscos inerentes ao seu negócio (Drucker, 1992). No entanto, o empreendedor não deve ser apenas alguém capaz de identificar oportunidades e performances

1- Séc. XVIII e XIX

de mercado mas, também, hábil o suficiente para assumir os riscos e procurar encontrar a resposta aos seus palpites (OCDE, 1998).

O empreendedorismo no Ensino do Turismo

O empreendedorismo tem como grande bandeira a possibilidade de criar estabilidade e continuidade ao desenvolvimento da região e, principalmente, proporcionar o aparecimento de empresas genuinamente nacionais. Neste contexto, a intervenção pedagógica assume uma participação nuclear no desenvolvimento de mentes empreendedoras capazes de operar melhor num mundo em constante mudança; despertar a atenção para a envolvente local e global; desenvolver atitudes e comportamentos virados para a solução de problemas (Trigo, 2005b); melhorar a sua empregabilidade encarando o auto-emprego e a criação de empresas como actividades alternativas e até desejáveis ao emprego tradicional.

Schumpeter (1984: 103-104) descreveu a contribuição dos empreendedores, na formação da riqueza do país, como o processo de "destruição criativa" (transformar o obsoleto em moderno). Na visão do autor, este processo *é o impulso fundamental que acciona e mantém em marcha o motor capitalista*", criando incessantemente novos produtos, métodos inovadores de produção e abre outros mercados revolucionando as estruturas económicas.

Filion (1991) atesta que o empreendedor detém um processo de aprendizagem próprio e utiliza a imaginação, a criatividade e a intuição para alcançar a tão desejada "visão do negócio". Este autor tem debruçado muito do seu estudo sobre a educação empreendedora, e defende que o professor tem necessidade de rever os seus métodos e técnicas de ensino e aprendizagem, de forma a proporcionar condições de inquirição, reflexão e pesquisa aos formandos. Este tipo de educação não deve ser no sentido do professor fornecer as respostas completas, mas sim preparar o aluno para ele próprio conquistar essas respostas, porque afinal aprender não é a recepção passiva das informações, mas um processo activo protagonizado pelo aluno. O ensino do empreendedorismo exige uma vocação muito específica e pouco convencional. Esta formação deve ser fundamentada no «aprender fazendo», com forte recurso à prática e à

investigação, onde cada professor deve actualizar os seus métodos de ensino, tornando-se mais incentivador e orientador de acções. O professor deve ser também um empreendedor (Malheiros, 2004). Não é possível ao docente avaliar se o perfil do estudante corresponde ou não ao de um empreendedor de sucesso. No entanto, é função dele analisar as características de qualquer aluno, informando-o se possui características semelhantes às encontradas nos empreendedores, a fim de contribuir para o seu desenvolvimento (Filion, 1993). Algumas dessas principais características são a elevada motivação para a autonomia e independência, autoconfiança, predisposição para o progresso e para correr riscos, percepção mais arrojada sobre o futuro e o meio onde se inserem. Em resumo, é a capacidade empreendedora, ou seja, aquele que imagina, desenvolve e realiza visões (Filion, 1991) e adquire um *esprit d'entreprise* (Trigo, 2005b). Idealmente, a formação destas características deve começar o mais cedo possível, altura em que os jovens tomam muitas vezes as opções de vida que definem o seu futuro profissional, e ser continuada ao longo dos diferentes níveis de ensino (SEDES, 2007; Trigo, 2005b).

Questionamo-nos, então, quem estará mais preparado para ensinar a disciplina empreendedorismo? O pesquisador? Ou quem pratica o empreendedorismo? Considera-se que a resposta certa é uma mistura dos dois, na medida em que os universitários tendem a privilegiar elementos de conceito e de abstracção, enquanto que os empreendedores preferem normalmente o concreto (Dolabela, 1999a).

O ensino de empreendedorismo em Portugal tem mudado significativamente nestes últimos anos. As universidades, que actuavam fortuitamente no fomento desta actividade, têm vindo a adoptar uma nova postura que passa por inclusão de disciplinas de índole empreendedora, estágios obrigatórios, criação de departamentos de apoio ao empreendedorismo, incubadoras de ideias, etc. Contudo, numa área de conhecimento eminentemente comportamental, que deveria contar com uma abordagem tridimensional, composta pela pessoa, empresa e meio ambiente, ainda persiste uma metodologia demasiado teórica. A concentração do esforço de ensino do empreendedorismo está fortemente direccionada para a elaboração de planos de negócios, remetendo para segundo plano as componentes comportamental e organizacional, factores determinantes no processo de empreendedorismo. Vesper (1992) frisa que

os conhecimentos sobre administração, empreendedorismo e identificação de oportunidade são mais facilmente aprendidos e ensinados, enquanto que aqueles relacionados com a acção, concretização e implantação efectiva do empreendimento estão ligados a aspectos pessoais, de tempo e às circunstâncias do indivíduo.

O empreendedorismo em Portugal tem estado afastado, desde sempre, dos 1^{os} ciclos do ensino superior. Ao nível da licenciatura, exceptuando dois ou três cursos de Gestão de Empresas, permanece inexistente. Em níveis mais avançados, como pós-graduações, mestrados ou outras formações mais especializadas, o empreendedorismo apresenta outra dinâmica e com tendência crescente. No entanto, a educação empreendedora apresenta, desde 2002, uma evolução acentuada no nosso país. Actualmente, existem 26 disciplinas ligadas a este enquadramento, em 21 instituições de ensino superior. Se compararmos esta situação com a dos Estados Unidos, em que a leccionação da maioria das disciplinas relacionadas com o empreendedorismo se iniciou em 1982, ou com outras realidades europeias vizinhas, concluímos que Portugal ainda tem muito para aprender e percorrer. Apesar deste avanço tímido no que toca à cultura empreendedora portuguesa, podemos afirmar que já estão a ser tomadas algumas medidas importantes na formação e consciencialização para o exercício desta actividade, onde o interesse pessoal dos professores se revela como uma ferramenta proactiva para influenciar a educação em empreendedorismo (SEDES, 2007).

Para um processo empreendedor eficaz é fundamental que o empreendedor defina correctamente o seu caminho e assuma o desafio de transformar ideias em oportunidades de produção, diferenciando-se dos demais através de decisões estratégicas. Os ingredientes fundamentais para tal são o talento, as ideias, o know-how, a tecnologia e o capital. Com base nestes indicadores definem-se objectivos específicos do ensino de empreendedorismo, que deverão passar por (i) identificar e perceber as capacidades do empreendedor; (ii) entender o desenvolvimento da inovação e do processo de empreendedorismo; (iii) reconhecer a importância da actividade para o desenvolvimento económico da região; (iv) saber como preparar e aplicar um plano de negócios; (v) identificar fontes de financiamento para o novo negócio; (vi) e adquirir domínios de gestão sustentável de novas empresas.

A metodologia eficaz implica que o empreendedor aprenda solucionando problemas, sob pressão, interagindo com os pares e outras pessoas através de trocas com o ambiente. Deve simular-se situações problemáticas, a fim de cada formando encontrar uma solução e aproveitar a oportunidade que existe em cada problema. Copiar outros empreendedores, aprender pelos próprios erros e ouvir os clientes são outras formas de aprendizagem eficientes (Gibb, 1991). Para a obtenção destes objectivos os meios utilizados devem suportar-se com base na compreensão, na utilização de *feedback*, na análise de casos/informações, na formulação de suposições. Estes elementos devem proporcionar ao formando a adopção de um novo método de aprendizagem, no qual serão as suas emoções, os seus valores e a sua personalidade que influenciarão o processo de aprendizagem (Bradford et al., 1994). As técnicas de ensino mais recomendáveis para a aplicação de uma educação empreendedora são as vivências; dinâmicas de grupo; estudos de caso, individual e/ou em grupo, com a identificação dos aspectos teóricos; instrumentos/testes para conhecimento de si mesmo; exposição dialogada (*brainstorming* e estímulo ao debate e reflexão); leitura, estudo e elaboração individual de artigos e textos; testemunhos de empreendedores locais; elaboração de relatórios de entrevistas com empreendedores de sucesso; e sessões de apresentação em sala de aula. Além da necessidade de se desenvolver modelos e sistemas que atinjam os objectivos pedagógicos definidos, é fundamental que as instituições e ensino forneçam à sociedade produtos e serviços educacionais que prevejam soluções para seus problemas (Amaral, 2000).

Estudar o empreendedorismo é tentar compreender o ser humano no seu processo de criação de riquezas e de realização pessoal. Sob esta visão, o empreendedorismo é encarado também como um campo fortemente relacionado com o processo de entendimento e construção da liberdade humana (Dolabela, 1999), e o empreendedor tem sido estudado por vários segmentos profissionais que procuram identificar as suas motivações, a sua personalidade, a sua forma de actuação e testar novas metodologias para o ensino desta actividade (Filion, 2000). O empreendedorismo deixou de ser considerado um dom inato, e, nos dias de hoje, assume-se como uma disciplina que apresenta modelos, processos, fundamentação teórica, estudos de caso e um alto nível de convergência interdisciplinar. Ensinar a

empreender permite que esta actividade seja aprendida noutras áreas científicas e de formação profissional, que exijam resposta pronta e capacidade de fazer frente às mudanças aceleradas do ambiente.

O ensino do empreendedorismo em turismo é um tema virgem em Portugal e muito pouco estudado no resto do mundo. Este tema é encarado como um desafio visto que poucas fontes se encontram disponíveis e acessíveis à nossa investigação. Esta tem sido o motor do desenvolvimento científico. Na actividade turística persiste ainda um desinteresse global pelo campo da pesquisa, sendo que na maior parte das situações a investigação aplicada ao turismo não tem quaisquer bases metodológicas e/ou teóricas, ou mesmo o espírito crítico necessário. A principal barreira ao desenvolvimento da investigação no turismo continua a ser a mentalidade retrógrada dos investidores e decisores do sector, que desconhecem por completo a sua importância e, como tal, não a integram nos seus processos (OMT, 1995). Como defende Albino Silva (2004) é difícil conhecer exactamente em que situação está a investigação turística em Portugal, pelo facto de não existirem bases de dados ou indicadores válidos que nos esclareçam nesse sentido. O ensino do empreendedorismo em turismo, a nível superior, encontra-se actualmente numa fase incipiente e de aprendizagem, já que diz respeito a uma actividade muito recente no nosso país, em geral, e nas instituições de ensino superior em particular.

Todavia, como defende Virgínia Trigo (2005b: 23) no excerto seguinte, o empreendedorismo pode e deve ser ensinado a partir de bem cedo, sempre com a consciência de que consiste no presente e no futuro das nossas empresas e de nós próprios.

O empreendedorismo pode ser ensinado; esse ensino deve ser inserido desde bem cedo no sistema e geralmente disponibilizado; o seu objectivo tem de ser muito mais vasto do que a criação imediata de empresas e ambicionar o desenvolvimento de pessoas empreendedoras. (...) o empreendedorismo diz respeito ao nosso presente e ao nosso futuro: está na moda, mas não é uma moda

O principal desafio de uma instituição de ensino superior

prende-se com a formação de seres sociais, com habilitações técnicas e científicas, conscientes do seu papel civil, e capazes de contribuir para a melhoria da qualidade de vida do homem em geral. Neste sentido, deve posicionar-se o estudante no centro nevrálgico do processo de ensino, devendo ser encarado como cliente e como produto e formado para intervir activamente num espaço de cidadania. Para além dos estudantes também podemos considerar as empresas empregadoras, os pais dos estudantes e a sociedade como clientes. Estes serão, garantidamente, consumidores do capital humano emanado das instituições de ensino superior. Neste conceito, é fundamental adequar-se a formação técnica à realidade local, reforçada pelo contacto com o mercado de trabalho e, simultaneamente, procurar retornos positivos a uma sociedade cada vez mais necessitada de vencer os desafios originados das acentuadas desigualdades sociais (Paim, 2001).

É legítimo pensar que pode surgir, ocasionalmente, um empreendedor sem qualquer formação superior. Basta para isso estar atento à sua envolvente e detectar de forma conveniente a oportunidade de mercado. Todavia, esta possibilidade não impede, ou tão pouco exclui, considerarmos que a dinâmica pedagógica é de crucial importância para aprimorar e desenvolver as características ideais que compõem o perfil do empreendedor. Segundo Dornelas (2001), um dos caminhos que as Instituições de Ensino Superior devem tomar para desenvolver o espírito empreendedor nos seus estudantes, passa por dar maior enfoque à identificação das competências do empreendedor. Para tal, é função de qualquer formador conhecer essas competências, permitindo direccionar os conhecimentos específicos não apenas para a formação científica ou técnica, mas também para o desenvolvimento de competências ligadas ao empreendedorismo, como sejam: o trabalho em equipa, a resolução de problemas, o planeamento atempado, entre outras. Segundo Dolabela (1999), a tese de que ser empreendedor é inato já não se aplica muito, nem ao mercado nem à academia. É perfeitamente possível aprender a ser empreendedor, mediante o uso de políticas diferenciadas do ensino tradicional.

Referências

- Albino Silva, João (2004). "A Investigação Científica e o Turismo", Revista *Turismo & Desenvolvimento*, Vol. 1, nº. 1. Lisboa: Editorial Notícias. Janeiro de 2004, 9-14.
- Almeida J. F. e Pinto J. M. (1995). *A Investigação nas Ciências Sociais*. Lisboa: Editorial Presença, 141-149.
- Amaral, Delano Chaves Gurgel (2000). *Educação e Formação de Empreendedores pelas Universidades*. Tese de Doutoramento. Lisboa: Universidade Lusíada de Portugal, 34
- Audretsch, D. B. (2003). *Entrepreneurship A survey of the literature*. Enterprise Papers Nº 14. Bruxelas: Enterprise Directorate-General European Commission; in http://www.ec.europa.eu-enterprise-library-enterprise-papers-pdf-enterprise_paper_14_2003. Retirado em 30 de Junho de 2007.
- Audretsch, D. B. e Roy T. (2001) "What's New about the New Economy? Sources of Growth in the Managed and Entrepreneurial Economies", *Industrial and Corporate Change*; in http://www.ec.europa.eu-enterprise-library-enterprise-papers-pdf-enterprise_paper_14_2003. Retirado em 30 de Junho de 2007.
- Bell, J. (1993). *Como Realizar um Projecto de Investigação: Trajectos*. Lisboa: Gradiva, 13-23.
- Bradford; Garavan, T. N. e Cinneide, B. (1994). Entrepreneurship Education and Training Programmes: a Review and Evaluation - Part 2. *Journal of European Industrial Training*, vol. 18, 13-24.
- Carmo, H. e Ferreira, M. M. (1998). *Metodologia da Investigação Guia para Auto-aprendizagem*. Lisboa: Universidade Aberta.
- Deakins, David (1996). *Entrepreneurship and Small Firms*. Londres: McGraw-Hill.
- Dolabela, Fernando (1999a). *Oficina do empreendedor*. São Paulo: Cultura, 49-67
- Dolabela, Fernando (1999b). O Ensino de Empreendedorismo: Panorama Brasileiro; conferência proferida no evento *A Universidade Formando Empreendedores*. Brasília, 27 de Maio, 57.
- Dornelas, J. C. A. (2001). *Empreendedorismo: Transformando Ideias em Negócios*. Rio de Janeiro: Campus.
- Drucker, Peter F. (1992). *Inovação e Espírito Empreendedor* *Entrepreneurship: Prática e Princípios*. São Paulo: Pioneira.
- Filion, Louis J. (2000). O Empreendedorismo como Tema de Estudos Superiores. Palestra proferida no seminário *A Universidade Formando Empreendedores*; in <http://www.iel.org.br/programa/empreend/discurs4html>. Retirado em 26 Junho de 2006.
- Filion, Louis J. (1993). Visão e Relações: Elementos para um Modelo Empreendedor. *Revista de Administração de Empresas*. São Paulo: Fundação Getúlio Vargas, nº 6, Volume 33, Nov/Dez.
- Filion, Luís J. (1991). O planeamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: Identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações - *Revista de Administração de Empresas*. São Paulo: Fundação Getúlio Vargas, nº 3, Volume 31, Jul/Set, 63-71.
- Gibb, A. (1991). Enterprise Culture-Its Meaning and Implications for

- Education in Training. *Journal of European na Industrial Training*. Vol. 11, nº 2.
- Honesko, Astrid (2001). *Empreendedorismo em Bibliotecas Universitárias: um Estudo do Cenário Paranaense*. Tese de Mestrado. Campinas: PUCAMP, 33.
- Malheiros, Rita C.C. (2004). Um Mundo de Idéias e Oportunidades. *Revista Empreendedor*. Ed. Fev-2004.
- Mezomo, J. C. (1999). *Educação e Qualidade Total*. 2ª.Edição. Petrópolis: RJ. Vozes.
- OCDE (1998). *Fostering Entrepreneurship*. Paris: Organisation for Economic Co-Operation and Development.
- Oliveira, D. C. (2003). *Ações de Apoio ao Empreendedorismo e Perfil Empreendedor*. Tese de Mestrado. Belo Horizonte: Universidade Católica de Minas Gerais, 15.
- OMT (1995). *Educando Educadores em Turismo*. Madrid: Organização Mundial do Turismo, 237-251
- Paim, L. R. C. (2001). *Estratégias Metodológicas na Formação de Empreendedores em Cursos de Graduação: Cultura Empreendedora*. Dissertação de Mestrado. Florianópolis: UFSC.
- Pardal, L. e Correia, E. (1995). *Métodos e Técnicas de Investigação Social*. Porto: Areal Editores, 50-75.
- Quivy, R. e Campenhoudt, L. V. (1992). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Paris: Gradiva, 27-91.
- Quivy, R. e Campenhoudt, L. V. (1988). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Gradiva.
- Schumpeter, J. A. (1984). *Capitalismo, Socialismo e Democracia*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 103-104.
- SEDES (2007). *Guia do Empreendedorismo*. Lisboa: Associação para o Desenvolvimento Económico e Social. Opúsculo da SEDES, 57-63.
- Small Business Association (2007). *Quizz*. In http://www.sba.gov/smallbusinessplanner/manage/makedecisions/serv_manage_q1.html. Retirado em 16 de Março de 2007.
- Trigo, Virgínia (2005a). Doze meses de Empreendedorismo (11) Confiar é Preciso. *Jornal Seminário Económico, Dinheiro & Management*, Dezembro de 2005, 23.
- Trigo, Virgínia (2005b). Doze meses de Empreendedorismo (7) - Empreendedorismo: Desaprender para Aprender. *Jornal Seminário Económico, Dinheiro & Management*, Agosto de 2005, 25.
- Vesper, K. H. (1992). *New Venture Experience*. Seattle: Vector Books, 13.
- Yin, Robert K. (1989). *Case Study Research - Design and Methods*. Sage Publications Inc., USA.

In O Ensino do Empreendedorismo nas Universidades". In Proceedings Revista Científica da Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias. Janeiro de 2008.

