

O projeto Business Week – descrição e avaliação da 11ª edição do Programa Internacional Intensivo em Empreendedorismo (PIIE)

Teresa Costa ¹, Pedro Mares ²

1) Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal

teresa.costa@esce.ips.pt

2) Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal

pedro.mares@esce.ips.pt

Resumo

A sociedade atual baseada no conhecimento valoriza o papel da inovação. Esta contribui para uma sociedade mais empreendedora e geradora de mais crescimento económico, de mais emprego e mais competitiva. Assim, a educação para o empreendedorismo ganha uma relevância cada vez maior, e a aquisição de atitudes e competências empreendedoras por parte dos estudantes, torna-se um fator diferenciador muito valorizado pelo mercado de trabalho.

Por outro lado, a educação internacional também é crucial hoje em dia, porque permite superar as barreiras culturais e linguísticas e promove o conhecimento e compreensão de outras culturas, línguas, comportamentos e realidades, preparando os alunos para serem líderes globais eficazes e empreendedores.

O projeto Business Week oferece um Programa Internacional Intensivo em Empreendedorismo (PIIE). O objetivo principal do PIIE é de apoiar os alunos a criarem uma ideia de negócio e desenvolverem um pequeno plano de negócios para apresentar aos restantes grupos.

Este estudo pretende descrever e avaliar o Programa Internacional Intensivo em Empreendedorismo (PIIE), que ocorre durante a Business Week no Instituto Politécnico de Setúbal (Escola Superior de Ciências Empresariais). O estudo foi dividido em duas partes. A primeira parte inclui uma abordagem conceptual baseada na revisão de literatura sobre educação do empreendedorismo e educação internacional e a segunda parte apresenta uma avaliação feita com base nas opiniões dos estudantes sobre a Business Week de Setúbal.

Os resultados do estudo permitiram concluir a utilidade do programa PIIE, em termos de competências adquiridas e satisfação relativa aos vários componentes do programa, assim como uma grande satisfação no que concerne à experiência em geral, não somente na componente pedagógica mas também social. Os professores também demonstraram interesse e satisfação em abordagens mistas, combinando a contribuição do conhecimento dos professores, assim como a experiência de empreendedores e de especialistas não académicos.

Palavras chave: Ensino superior, empreendedorismo, programa internacional.

1. Abordagem conceptual

1.1. Educação Internacional

A internacionalização das instituições de ensino superior (IES) tem crescido significativamente quer em volume, quer na abrangência e complexidade durante as últimas décadas. Desde meados do século XX, a internacionalização destas instituições tem vindo a aumentar o que evidencia uma forte preocupação e esforço para dar resposta à economia global e às forças culturais (Welch e Denman, 1997, p. 24; Goby, 2007, p. 425).

Primeiramente, nas IES, a internacionalização evoluiu entre o currículo contemporâneo de negócios, estratégias de ensino e de aprendizagem utilizando exemplos internacionais, estudos de caso e comparações interculturais (Marginson 2000, p. 27; Stohl 2001, p 325). Depois, estas instituições começaram a promover programas de intercâmbio ou de mobilidade internacional (Hermans 2007, p. 511). Ambas as estratégias de internacionalização contribuem para uma aprendizagem multi-cultural, assim como para uma melhoria das perspetivas internacionais e competências dos estudantes. Também para Crossman e Clarke (2010) a experiência internacional permite melhorar a aquisição de competências, o desenvolvimento de habilidades essenciais e potenciar a empregabilidade.

1.2. Educação para o empreendedorismo

Desde 2000 que a União Europeia (UE) tem como objetivo de transformar a sua economia numa economia do conhecimento mais competitiva e dinâmica a nível mundial. A criação de melhor emprego, bem como uma maior coesão social tem sido sempre uma ambição da UE. No entanto, esta economia sustentável, suportada no conhecimento, de acordo com a UE (Jornal Oficial da União Europeia, 2006), exige um grande enfoque em três grandes eixos de atuação: a educação, a formação inicial e contínua, e a qualificação do capital humano.

Na Europa, tem havido uma preocupação constante com a promoção de políticas que promovam o conhecimento, a inovação e a adoção de atitudes e valores culturais impulsionadores da capacidade e iniciativa empreendedora. E, nos últimos anos, os países europeus têm desenvolvido diferentes ações e projetos onde a educação surge como um meio essencial para esta transformação. Estes factos justificam a importância da educação empreendedora.

O tema tem ganho também um interesse crescente junto de investigadores, e vários estudos sobre a educação para o empreendedorismo com diferentes abordagens centradas em diferentes aspetos têm surgido. Alguns procuram entender de que forma a utilização pedagógica de uma simulação pode contribuir para o desenvolvimento da educação para o empreendedorismo social (Smith, et al, 2010), para ilustrar a importância da metodologia de casos na educação para o empreendedorismo e formação, particularmente nas indústrias criativas (Ó Cinnéide, 2010), para avaliar a importância da presença de empreendedores nas escolas como professores convidados e sua possível contribuição através das suas experiências (Blenker e Christensen, 2010), para avaliar a competência empreendedora na educação para o empreendedorismo e formação (Lans e Gulikers, 2010) para aprender com a experiência (Cope e Watts, 2000; Politis, 2008) e aprender com o fracasso (Shepherd, 2004).

Vários programas educacionais de empreendedorismo têm surgido, cujo principal foco tem sido o desenvolvimento de atitudes empreendedoras. E, o reconhecimento da importância deste tema na formação geral dos jovens (Carvalho et al, 2009; Costa e Carvalho, 2012) tem vindo a aumentar. A educação para o empreendedorismo entre os jovens pode contribuir para a aquisição de competências e o desenvolvimento de atitudes essenciais para o desenvolvimento de um novo negócio. Geralmente, os cursos de educação para o empreendedorismo incluem um conjunto de temas como gestão financeira, recursos humanos, desenvolvimento de novos produtos, criatividade, pesquisa de mercado, plano de negócios, etc. De acordo com o modelo de Heinonen

e Poikkijoki (2006) os resultados da educação para o empreendedorismo dos jovens pode ser medida tendo em consideração três dimensões:

- ✓ Atitudes (auto-confiança, iniciativa, assunção de riscos, criatividade, resolução de problemas);
- ✓ Conhecimento (literacia técnica, económica e financeira, conhecimentos de gestão);
- ✓ Competências (comunicação, apresentação e transmissão de ideias, trabalho em equipa, capacidade de explorar oportunidades nas várias fases do processo empreendedor, incluindo a avaliação da oportunidade, execução e plano de negócios).

Durante a Business Week, os alunos tiveram a oportunidade de desenvolver este tipo de competências, assim como as competências internacionais/multiculturais mencionadas anteriormente.

2. Business Week - Programa Internacional Intensivo em Empreendedorismo (PIIE)

A Business Week Setúbal foi organizada por professores e alunos. Na 11ª edição (2016-2017), o evento contou com a participação de 44 estudantes, provenientes da Alemanha, Bélgica, Brasil, França, Holanda, República Checa e Portugal e oito professores, cinco estrangeiros e três portugueses.

Os estudantes estrangeiros foram acompanhados por professores que também participaram nas atividades pedagógicas e culturais. Os professores estrangeiros partilharam a tutoria dos grupos de trabalho com os professores portugueses. Além das atividades de tutoria, os professores tiveram a possibilidade de discutir sobre os futuros programas para decidirem a estratégia para a melhoria da rede internacional da Business Week e discutir a avaliação das edições da Business Week.

O projeto Business Week inclui um programa internacional intensivo em Empreendedorismo (PIIE). Este programa é composto por um fórum internacional, um seminário internacional com empreendedores e especialistas no assunto, um *workshop* relacionado com o empreendedorismo e uma visita de estudo a empreendedores locais.

O principal objetivo do PIIE é apoiar os alunos a criarem uma ideia de negócio e desenvolverem um pequeno plano de negócios para apresentarem aos restantes grupos. A fim de alcançar as competências listadas, este programa intensivo segue um conjunto de atividades pedagógicas:

- a. Fórum Internacional – durante esta atividade, os alunos apresentaram o seu país e a sua escola. Após as apresentações decorreu um piquenique internacional, onde os alunos e professores partilharam a gastronomia tradicional dos seus países.
- b. Seminário Internacional – durante o seminário foram apresentados por empreendedores vários projetos empreendedores, com o objetivo de inspirar os alunos em possíveis ideias de negócio. De seguida, foram explicadas as várias etapas do *workshop*.
- c. Brainstorming – de modo a desenvolver uma ideia de negócio, cada grupo teve de apresentar em 20 minutos, pelo menos, 20 ideias de negócio.
- d. Processo de seleção de ideias – cada grupo teve de escolher a melhor ideia dos restantes grupos. Esta atividade permite que todos participem na seleção de cada ideia de negócio, envolvendo todos os participantes.
- e. Visitas de estudo a projetos empreendedores – os alunos tiveram a oportunidade de visitar e ter contacto com os empreendedores locais.

- f. Realização do Plano de Negócios¹ - os alunos tiveram de elaborar um "Plano de Negócios de uma página (*One Page Business Plan* – OPBP)". O OPBP é uma ferramenta muito simples, versátil, consistente, flexível e pode ser usado para uma grande variedade de fins. A utilização de palavras-chave e frases curtas indica ao leitor ou ao público que só a essência do conceito de negócio está a ser apresentado para a revisão. Nesta atividade de empreendedorismo, o OPBP foi utilizado como um exercício de síntese de um plano de negócios tradicional.
- g. Apresentação das ideias de negócio - cada grupo apresentou o seu Plano de Negócios num auditório. As apresentações foram avaliadas por um júri constituído pelos professores estrangeiros e pela coordenadora pedagógica e científica da Business Week que escolheram o melhor plano de negócios.
- h. Encerramento da Business Week – encerramento formal do programa e anúncio do melhor plano de negócios e entrega dos prémios.

3. Metodologia

A estratégia de pesquisa para o presente estudo é a de estudo de caso. Esta opção prende-se com a necessidade de se compreender o fenómeno como um todo, com um grau de profundidade elevado. De acordo com Yin (2005, p. 32), o estudo de caso “é uma investigação empírica que investiga um fenómeno contemporâneo dentro do seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenómeno e o contexto não estão claramente definidos”. Yin (2009) refere ainda que um estudo de caso pode focar tanto um caso único quanto casos múltiplos. Neste trabalho será realizado o estudo de caso único.

O objetivo geral deste estudo pretende descrever e avaliar o Programa Internacional Intensivo em Empreendedorismo (PIIE), que ocorre durante a Business Week no Instituto Politécnico de Setúbal (Escola Superior de Ciências Empresariais). Os objetivos específicos referem-se ao 1) relato das várias conjunto de atividades pedagógicas no PIIE, 2) compreensão das atitudes, conhecimentos e competências empreendedoras desenvolvidas no PIIE e 3) compreensão dos sentimentos e emoções envolvidas no PIIE.

Os dados foram recolhidos através de perguntas diretas efetuadas a todos os participantes estudantes da Business Week (portugueses e estrangeiros). Foi solicitado a todos os participantes que descrevessem a experiência pedagógica com três palavras. Foram ainda feitas entrevistas aos professores e tutores, onde foi colocadas duas questões:

Questão 1: Qual a sua opinião sobre o programa pedagógico e social da Business Week?

Questão 2: Descreva a experiência pedagógica numa palavra

Para o tratamento da informação recolhida recorreu-se à análise de conteúdo, com a finalidade principal de efetuar deduções lógicas e justificadas, referentes à origem das mensagens tomadas em consideração.

4. Análise de resultados

A análise à questão dirigida aos estudantes onde se solicitou que estes descrevessem a Business Weeke o PIIE em três palavras permitiu uma identificação das atitudes, conhecimentos e competências empreendedoras desenvolvidas no PIIE, assim como dos sentimentos e emoções

¹ Hackbert (2000)

envolvidas no PIIE. Cerca de 29% das palavras adotadas pelos estudantes referiam-se a atitudes adquiridas e/ou aplicadas ao longo da atividade, 11% a conhecimentos adquiridos e/ou aplicadas ao longo da atividade e 20% a competências adquiridas e/ou aplicadas ao longo da atividade. Relativamente às palavras que se referiam a sentimentos e emoções envolvidas perfizeram 40% do total das respostas. O quadro 1 e 2 apresentam uma compilação das palavras utilizadas pelos estudantes a esta questão. O quadro 1 apresenta as respostas relacionadas com o desenvolvimento de atitudes, conhecimento e competências empreendedoras, e o quadro 2 com as respostas relacionadas com a experiência social, multicultural e com um conjunto de emoções que tornam este evento uma experiência inesquecível na vida académica destes estudantes.

Resultados da aprendizagem	Feedback dos estudantes
Atitudes adquiridas e/ou aplicadas ao longo da atividade	. Autoconfiança
	. Iniciativa
	. Assunção de riscos
	. Criatividade / inovação
	. Resolução de problemas
Conhecimentos adquiridos e/ou aplicadas ao longo da atividade	. Técnicos
	. Financeiros
	. Estratégia
	. Marketing
	. Gestão (planeamento, organização, liderança e controlo)
Competências adquiridas e/ou aplicadas ao longo da atividade	. Comunicação
	. Trabalho de equipa
	. Flexibilidade/adaptabilidade
	. Multiculturalidade

Quadro 1- atitudes, conhecimento e competências empreendedoras no PIIE

Sentimentos e Emoções
Divertido
Emocionante
Fantástico
Amizade
Companheirismo
Inclusivo
Inesquecível
Inspirador
Calor humano
Hospitalidade

Quadro 2- Sentimentos e emoções que tornam a Business Week e o PIIE uma experiência inesquecível

A análise às questões dirigida aos professores permitiu compreender a satisfação dos inquiridos no que concerne ao programa pedagógico e social da Business Week e sentimentos e emoções

igualmente experienciados pelos professores. Todos os professores mostraram um grande interesse pelo programa pedagógico salientando a riqueza das abordagens mistas envolvidas, que combinaram a contribuição do conhecimento dos professores, assim como a experiência de empreendedores e de especialistas não académicos. Salientaram o envolvimento, proximidade e orientação dada aos estudantes. As palavras mais utilizadas pelos professores para descrever a experiência pedagógica foi desafiadora, competitiva mas colaborativa, inclusiva, promotora de competências empreendedoras e de aplicação de conhecimentos de gestão.

Assim, os dados recolhidos permitiram confirmar que a atividade pedagógica desenvolvida durante a Business Week, o PIIIE, contribuiu para o fortalecimento de atitudes como autoconfiança, iniciativa, assunção de riscos, criatividade e inovação, predisposição e participação na resolução de problemas, junto dos estudantes. Relativamente ao conhecimento, estes aplicam todo um conjunto de conhecimentos, nomeadamente ao nível do planeamento, organização, liderança, controlo, mas também relacionados com aspetos financeiros, marketing e estratégia. Finalmente, relativamente às competências, a foram desenvolvidas quer *hard skills*, quer *soft skills*, em particular ao nível do trabalho de equipa e comunicação. Assim, os resultados desta atividade parecem ir ao encontro do modelo de Heinonen e Poikkijoki (2006) apresentado no enquadramento teórico.

No que concerne aos sentimentos e emoções listados pelos estudantes e professores confirmam as expectativas que este evento pedagógico e social seja um momento único, enriquecedor e inesquecível nas suas vidas académicas e profissionais.

5. Considerações finais

Os estudantes enfrentam novos desafios do processo de globalização. O mercado de trabalho exige novas habilidades, competências e capacidade de adaptação em ambientes multiculturais. Consequentemente é importante que as instituições de ensino superior possam fornecer programas internacionais aos estudantes, onde eles possam melhorar as suas competências empreendedoras e interculturais.

As motivações e expectativas dos estudantes durante a participação na Business Week - PIIIE foram cumpridas, uma vez que tiveram a oportunidade de trabalhar num ambiente multicultural e, simultaneamente, a oportunidade de melhorar as suas atitudes, conhecimentos e competências através deste programa. Toda a componente social e emoções que o programa proporcionou permitiram a persecução de um objetivo importante deste evento que foi proporcionar uma experiência inesquecível aos estudantes.

Finalmente esta avaliação permitiu concluir a utilidade do programa PIIIE, assim como o interesse dos professores e estudantes em abordagens mistas, combinando a contribuição dos professores, assim como dos empreendedores e especialistas não-académicos, que também transmitiram um conhecimento importante e uma experiência que são determinantes para o desenvolvimento das competências empreendedoras dos participantes.

6. Referências bibliográficas

Blenker, P. & Christensen, P. R. (2010). *Hunting the entrepreneurial expertise: entrepreneurs in education. Handbook of research in entrepreneurship education*, Vol. 3, Edited by Alain Fayolle, Edward Elgar, Northampton, MA, USA, 43-53.

Carvalho, L., Costa, T. e Dominginhos, P. (2009). *Creating an entrepreneurship ecosystem in higher education*. Technology, Education and Development, Austria: I-TECH Education and

Publishing.

Comissão Europeia (2002). Relatório Final do Grupo de Peritos – Projecto sobre Educação e Formação para o Desenvolvimento do Espírito Empresarial no Âmbito do Procedimento Best. Publicações DG Empresa. Bruxelas.

Comissão Europeia (2012), Resíduos – uma via para criação de emprego e redução de custos, Comunicado de imprensa, Reference: IP/12/18 Event Date: 13/01/2012, disponível em : http://www.europedirect.uac.pt/index.php?option=com_content&view=article&id=1216:sector-dos-residuos-pode-representar-400-mil-postos-de-trabalho-ate-2020&catid=37:ce&Itemid=94.

Cope, J. & Watts, G. (2000). Learning by doing. An exploration of experience, critical incidents and reflection in entrepreneurial learning. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 6(3), 104–24.

Costa, T. e Carvalho, L. (2012). A educação para o empreendedorismo como facilitador da inclusão social. *Revista Lusófona de Educação, Centro de Estudos e Intervenção em Educação e Formação (CEIEF) e Instituto de Educação – Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias*, 19, 103-118.

Crossman, E. J. & Clarke, M. (2010). International experience and graduate employability: stakeholder perceptions on the connection, *Higher Education*, 59, 599–613.

Goby, V. (2007). Business communication needs. *Journal of Business and Technical Communication*, 21(4), 425–437.

Heinone, J. & Poikkijoki, S. (2006). An entrepreneurial-directed approach to entrepreneurship education: mission impossible?. *Journal of Management Development*, 25(1), 80-94.

Hermans, J. (2007). High potentials: A CEO perspective. *Journal of Studies in International Education*, 11(3/4), 510–521.

Lans, T. & Gulikers, J. (2010). *Assessing entrepreneurial competence in entrepreneurship education and training*. Handbook of research in entrepreneurship education, Vol. 3, Edited by Alain Fayolle, Edward Elgar, Northampton, MA, USA, 54-70.

Marginson, S. (2000). Rethinking academic work in the global era. *Journal of Higher Education Policy and Management*, 22(1), 23–35.

Ministério da Educação. Direção Geral de Inovação e Desenvolvimento Curricular (2009). Relatório síntese Projecto Nacional de Educação para o Empreendedorismo 2006/2009, disponível em <http://www.dgicd.min-edu.pt/educacaocidadania/index.php?s=directorio&pid=48>.

Ó Cinnéide, B. (2010). *The creative industries and entrepreneurship education: the potential contribution of student-oriented case studies*, Handbook of research in entrepreneurship education, Vol. 3, Edited by Alain Fayolle, Edward Elgar, Northampton, MA, USA, 25-42.

Politis, D. (2008). *The process of entrepreneurial learning*. A conceptual framework, in R.T. Harrison and C.M. Leitch (eds), *Entrepreneurial Learning*, Abingdon: Routledge, 44–71.

Shepherd, D. A. (2004). Educating entrepreneurship students about emotion and learning from failure. *Academy of Management Learning & Education*, 3(3), 274–87.

Stohl, C. (2001). Globalizing organizational communication, In F. Jablin & L. Putnam (Eds.), *The new handbook of organizational communication, accessing theory, research and methods*. Thousand Oaks: Sage.

Welch, A. & Denman, B. (1997). Internationalization of higher education: Retrospect and prospect, *Forum of Education*, 52, 14–29.

Yin, R. K. (2009). *Case study research: Design and methods* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.

Yin, R.K. (2005). *Estudo de Caso. Planejamento e Métodos*. Porto Alegre: Bookman.