

NOTÍCIA**Cenário Ensino Superior**

O renomado Massachusetts Institute of Technology (MIT) não é apenas uma das mais inovadoras universidades do mundo. Ela é também um dos principais celeiros de empreendedores do planeta. Os números são, de fato, impressionantes. De acordo com um estudo da Kauffman Foundation, os alunos do MIT já criaram mais de 25 mil companhias, que geraram 3,3 milhões de empregos. As vendas, anuais globais, dessas startups que surgiram dos bancos acadêmicos do MIT chegam a US\$ 2 trilhões. Se fosse um país, as empresas que surgiram do MIT seriam a décima economia mundial. Mas, de que forma o MIT criou essa cultura empreendedora em seus alunos? Desde seus primeiros dias, os estudantes são incentivados a pensar de forma diferente e a criar soluções de alto impacto para a sociedade. Incentivando essa mentalidade empreendedora, o MIT conseguiu 199 patentes, apenas em 2013. Por ano, só com o licenciamento dessas patentes, o instituto consegue uma receita de aproximadamente US\$ 80 milhões. Parece muito, mas é quase nada perto do orçamento anual de US\$ 2,6 bilhões da universidade. Praticamente a metade desses recursos são destinados a pesquisas e vem de fontes de financiamento estatais. Mais do que incentivar a inovação, o MIT não quer ser apropriar das pesquisas desenvolvidas por seus alunos. Ao contrário, ele incentiva a colaboração dos professores nos projetos e o empreendedorismo dos estudantes.

Fonte: [Uma nação empreendedora chamada MIT](#) (IstoÉ Dinheiro, 04 novembro 2014)

O Uncollege, nos Estados Unidos, utiliza um modelo de educação alternativo. Segundo Lucas Coelho, cofundador da unidade brasileira, inaugurada neste ano, a ideia é apresentar formas de aprender que não dependem de instituições. O método tem como base a experiência de seu criador, o americano Dale Stephens, que deixou a escola aos 12 anos. O programa, que dura um ano, tem intercâmbio, aulas de empreendedorismo, estágios ao redor do mundo e um projeto pessoal. Outro exemplo de educação alternativa é o curso Knowmads, que tem sede em Amsterdã e se concentra em empreendedorismo e inovação. Uma semana típica do curso inclui, orientação em grupo às segundas, workshops às terças e quintas, trabalho em projetos às quartas e palestras inspiradoras às sextas. No Brasil, há um novo projeto de educação alternativa, o GPX (Global Project Experience), que pretende abrir sua primeira turma em fevereiro de 2015. "É uma degustação de experiências para que o jovem que sai do colégio ou quer uma pausa da universidade descubra o que quer fazer", diz a coordenadora Daphne Baroukh. O programa de cinco meses e meio começa com uma viagem dentro do Brasil, passa por um mês de convivência dos alunos em uma casa em São Paulo, projeto pessoal, experiência em projetos sociais e intercâmbio.

Fonte: [Cursos organizam vida de quem quer 'largar tudo' por um ano](#) (Folha de São Paulo, 16 novembro 2014)

Conhecida como uma bússola da era digital, a Hyper Island oferece cursos sobre mídia online e inovação corporativa. A escola de negócios sueca tem escritórios em seis países (incluindo um em São Paulo, aberto em agosto) e aposta alto na troca de conhecimento entre alunos e professores para capturar inovações que surgem em ritmo avassalador. Segundo entrevista de Jonathan Briggs, um dos fundadores da escola, a metodologia prioriza o aprendizado por meio da prática. Em vez de formular teorias, reúne especialistas de diversas áreas para discutir as mudanças que estão acontecendo. Os alunos e os professores dos cursos trazem problemas reais das suas indústrias. Isso ajuda a tirar a discussão do campo das ideias e promover uma abordagem integrada. O objetivo é fornecer ferramentas para que as pessoas possam entender e acompanhar mudanças comportamentais e tecnológicas.

Fonte: *Quando a mudança é a regra* (Pequenas Empresas & Grandes Negócios, novembro 2014) Veja anexo.

EVENTOS

VIII Workshop EmpreendeSUR – Nessa edição do congresso internacional, que ocorreu no campus Consolação da Universidade Presbiteriana Mackenzie, nos dias 5, 6 e 7 de novembro de 2014, o professor Caio Flavio Stettiner, da Fatec SEBRAE, participou com os artigos 'Perfil empreendedor de professores: estudo de caso' e 'Análise da escalabilidade em novos negócios'. Este último também possui como autores os professores Roberto Padilha Moia e Mário Pereira Roque Filho e os alunos do curso de Gestão de Negócios e Inovação: Woody Alan Geraldi e Ville Victorazzo Silva do Carmo.

INAUGURAÇÃO

O Brasil ganhou o seu primeiro Centro de Referência em Educação Empreendedora. A unidade, que vai funcionar em Belo Horizonte (MG), é o terceiro centro de referência instalado pelo SEBRAE Nacional no país. O primeiro foi o Centro de Referência em Sustentabilidade, implantado em Cuiabá (MT), e o segundo, em construção no Rio de Janeiro, será referência do artesanato brasileiro. Com a missão de fomento do empreendedorismo, o SEBRAE vai concentrar na nova unidade a realização de estudos e mapeamentos dos comportamentos empreendedores do brasileiro, com análises comparativas, pesquisas e desenvolvimento de ferramentas e tecnologias voltadas para a excelência do empreendedorismo.

Fonte: [Brasil terá centro de referência em educação empreendedora](#) (Agência SEBRAE de Notícias, 13 novembro 2014)

ARTIGO

CRUZ JÚNIOR, João Benjamim; ARAÚJO, Pedro da Costa; WOLF, Sérgio Machado e RIBEIRO, Tatiana V. A. **Empreendedorismo e educação empreendedora: confrontação entre a teoria e prática.** *Revista de Ciências da Administração* [online]. Florianópolis, vol. 8, n. 15, jan./jun. 2006.

Resumo

A prática do empreendedorismo mostra-se cada vez mais frequente no Brasil como opção de carreira, frente às dificuldades socioeconômicas que assolam o país e reduzem as oportunidades para aqueles que querem ingressar no mercado de trabalho. No entanto, a prática do empreendedorismo convive com a falência de muitas organizações, em decorrência dos baixos níveis de educação e da desmotivação dos empresários para utilizarem ferramentas gerenciais capazes de profissionalizar suas atividades. Este artigo tem por objetivo identificar o grau de importância que os micros e pequenos empresários dão a essas ferramentas gerenciais, especificamente o plano de negócios, para a abertura e gestão de uma empresa. Considera-se que os conhecimentos relacionados com essas ferramentas gerenciais estão atrelados à formação acadêmica do empresário. Constata-se, ao final, a importância das instituições de ensino, principalmente dos cursos de administração, na capacitação dos estudantes para a atividade empreendedora. Além disso, verificou-se que, apesar de considerarem o plano de negócios uma ferramenta essencial para a gestão do empreendimento, ainda é grande a negligência dos empreendedores quanto à prática do planejamento.

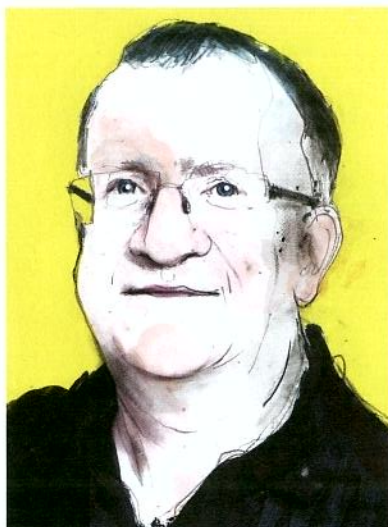
[Texto Completo - PDF](#)



QUANDO A MUDANÇA É A REGRA

Jonathan Briggs, cofundador da escola de negócios Hyper Island, fala sobre os desafios de startups em um mercado que se reinventa a todo momento

T Thomaz Gomes



“A adaptação constante é inevitável. Durante esse processo, todo mundo se sente burro ou inseguro. E isso é normal”

Conhecida como uma bússola da era digital, a Hyper Island oferece cursos sobre mídia online e inovação corporativa para gigantes como Unilever e Nestlé. A escola de negócios sueca tem escritórios em seis países (incluindo um em São Paulo, aberto em agosto) e aposta alto na troca de conhecimento entre alunos e professores para capturar inovações que surgem em ritmo avassalador. Na entrevista a seguir, o inglês Jonathan Briggs, um dos fundadores da Hyper Island, fala sobre as tendências que estão transformando o mundo dos negócios.

Em que a proposta da Hyper Island difere das outras escolas?

Nós priorizamos o aprendizado por meio da prática. Em vez de formular teorias, reunimos especialistas de diversas áreas para discutir as mudanças que estão acontecendo. Os alunos e os professores dos nossos cursos trazem problemas reais das suas indústrias. Isso ajuda a tirar a discussão do campo das ideias e promover uma abordagem integrada. O objetivo é dar ferramentas para que as pessoas possam entender e acompanhar mudanças comportamentais e tecnológicas.

Quais são essas mudanças e como o mercado está respondendo a elas?

As principais mudanças estão relacionadas às decisões de compra. Em termos gerais, os consumidores tornaram-se mais emocionais, priorizando marcas que apresentem valores com os quais se identificam. Ao mesmo tempo, surgem startups que reinventam setores inteiros, como o Uber e o Airbnb. Já tecnologias como a impressão 3D levam a customização para outro nível. Não basta adaptar produtos e serviços para acompanhar essas mudanças — é preciso lidar com essas questões de forma integrada. Isso tem sido um desafio enorme, especialmente para grandes corporações.

Como as empresas têm lidado com esse cenário de mudança constante?

Muitas companhias passaram a adotar a estrutura enxuta e flexível das startups. Algumas empresas fazem isso internamente. Outras se aliam a empreendedores para conectar as suas marcas a ambientes digitais. Há também quem crie incubadoras e fundos de investimento para negócios iniciantes. O relacionamento entre grandes e pequenos não é mais baseado na simples prestação de serviços: as corporações estão tentando trazer as startups para dentro de casa.

Quais são os obstáculos para que isso aconteça mais rápido?

Medo e falta de mão de obra. As pessoas tendem a defender modelos aos quais já estão acostumadas. Acontece que a adaptação constante é inevitável para sobreviver no mundo atual. Durante esse processo, todo mundo se sente um pouco burro ou inseguro. E isso é normal. O importante é desenvolver uma atitude de trabalho que permita lidar com esse sentimento estranho. A nova geração de profissionais deverá ser formada por especialistas com traços generalistas. Precisamos de pessoas que conheçam profundamente suas áreas de atuação, mas tenham flexibilidade para trabalhar com outros segmentos de forma aberta e criativa.

E o mercado brasileiro? Como ele se encaixa nesse contexto?

Assim como os demais países emergentes, o Brasil tem um potencial enorme para se destacar neste momento. Nos últimos anos, as empresas do país foram obrigadas a lidar com diversas mudanças econômicas e com expectativas de consumo extremamente distintas. É um cenário que abre espaço para o surgimento de soluções criativas e que vem influenciando o resto do mundo.