

05/10/2015 - 05:00

Fora da caixa

Por **Katia Simões**



Koga, Alves Silva e Vilas Boas, da MVisia: empresa nasceu a partir de plano feito para as aulas de empreendedorismo

O ano era 1997. O endereço o Instituto de Ciências Matemáticas e de Computação da USP-São Carlos (ICMC), distante pouco mais de 200 km da capital paulista. Como dois peixes fora d'água, os professores Solange Rezende e André Carvalho tentavam chamar a atenção de um grupo de alunos para a disciplina optativa Empreendedorismo em informática, incluída naquele ano na grade do curso de ciência da computação.

Despertar o interesse dos estudantes para sua capacidade empreendedora naqueles anos 90 era uma tarefa árdua. Menos de duas décadas depois, a realidade é bem diferente. A disciplina, hoje chamada de empreendedorismo, ganhou dois braços optativos: projeto empreendedor I e II, oferecidos em três cursos de graduação da área de computação. A procura cresceu. Essa mudança, com maior interesse em empreender é visível em todo o país.

De acordo com a Pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM), de 2004 a 2014, a taxa de empreendedorismo saltou de 23% para 34,5% no país. Metade desse total é constituída por empreendedores novos, com menos de 3,3 anos de atividade. Entre os BRICS, o Brasil tem a maior taxa de empreendedorismo, quase oito pontos percentuais à frente da China, com taxa de 26,7%, Índia (10,2%), África do Sul (9,6%) e a Rússia (8,6%).

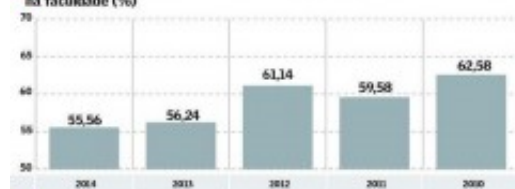
Outros indicadores também apontam o maior interesse dos brasileiros em desenvolver o próprio negócio. A pesquisa Empreendedorismo nas Universidades Brasileiras 2014, realizada pela Endeavor, em parceria com o Sebrae Nacional, registra que seis em cada dez estudantes querem montar suas empresas e que um em cada quatro já possui alguma experiência empreendedora.

Em 2012, na primeira edição do estudo, 54,8% dos universitários pesquisados pensavam em abrir um negócio. O número evoluiu para 57,9% em 2014. O interesse cresce conforme os alunos avançam na formação.

Boas intenções

Desejo de empreender no ensino superior

■ Alunos que pensam em abrir o próprio negócio - Segundo o ano de ingresso na faculdade (%)



■ Quando pretendem abrir o próprio negócio

Período: 2004-2014

"O que nos preocupa é que a demanda em cursar disciplinas de empreendedorismo, superior a 70% em vários cursos, de letras a ciências da saúde, não é atendida pela grande maioria das universidades brasileiras", afirma Heloisa Menezes, diretora técnica do Sebrae Nacional. Outro ponto que merece atenção na pesquisa, segundo ela, é a pouca ênfase em inovação. Dos 11% dos alunos de

ensino superior que já empreendem, apenas 18,9% acreditam que o seu negócio é novo ou desconhecido por todos os potenciais clientes e 23,5% dizem que seu negócio não apresenta nenhum tipo de inovação.

"Esse cenário está diretamente ligado à forma como as universidades operam hoje", afirma Sylvio Goulart Rosa Júnior, diretor-presidente do Parq Tec, de São Carlos. "É um crime deixar o conhecimento na prateleira dos laboratórios e centros de pesquisa." Segundo ele, é preciso transferir esse conhecimento para o setor produtivo. "A USP do século XX foi bem sucedida em sua missão e teve um papel fundamental para o Brasil. Mas, para continuar na vanguarda no século XXI, precisa espalhar disciplinas de empreendedorismo por todos os cursos, fertilizando todo mundo para a geração do conhecimento e da inovação", diz.

"Precisamos preparar nossos alunos para entender as demandas da sociedade, para um mercado onde as coisas envelhecem rapidamente. O jovem não pode se tornar obsoleto antes mesmo de concluir o curso", afirma Rosa Júnior.

Em departamentos em que esse conceito foi revisto, as empresas nascem naturalmente. Alunos de engenharia elétrica da Poli-USP, os jovens Marcelo Koga, Luiz Lamardo Silva e Laio Vilas Boas cursaram a disciplina de empreendedorismo. Na hora de elaborar o plano de negócios, decidiram levar a coisa a sério e preparar a abertura de uma empresa de controle de qualidade de produtos agrícolas, usando visão computacional e inteligência artificial. Assim nasceu, em 2012, a MVisia, cujo primeiro produto foi uma seletora de mudas, que hoje roda com sucesso em uma fazenda de produção de violetas em Holambra, São Paulo.

"O primeiro apoio veio da Empresa Júnior da Poli e, mais adiante, com o aval da universidade, a aprovação da liberação de verbas pela Fapesp", lembra Silva. A diferença de ter nascido dentro da academia não está apenas na maior facilidade de recebimento de recursos, diz, mas, principalmente, no uso de tecnologia de ponta e de laboratórios dirigidos por profissionais de alta capacitação. Com três anos de mercado, a MVisia lançou uma segunda máquina, uma calibradora eletrônica de tomates, que em breve será adaptada também para laranja e maçã.

"Empreendedorismo é esporte de contato", diz Juliano Seabra, diretor da Endeavor. "As universidades trouxeram a disciplina para dentro da sala de aula, mas, em sua maioria, ensinam apenas a criar um plano de negócios. Empreender exige prática, pede a interação com um ecossistema empreendedor e um olhar para fora." O que ele considera como um desafio é tanto para as grandes universidades públicas, que ainda não permitem que suas pesquisas se transformem em negócios de sucesso, resolvendo problemas da sociedade onde estão inseridas.

Para Seabra, existe uma clara demanda por empreender por parte dos universitários, mas que as universidades não sabem enxergar. "O ensino de empreendedorismo tem de ser transversal, permeando as mais diversas áreas. Poucas são as instituições de ensino superior que praticam esse modelo", afirma.

A opinião é compartilhada por Maurício Carvalho, coordenador de fomento do Porto Digital, um dos maiores parques tecnológicos do Brasil, que montou, em 2011, um centro de empreendedorismo dentro da Universidade Federal de Pernambuco. Um espaço de onde já saíram algumas das empresas incubadas no Porto.

"As universidades ainda são muito engessadas, mas quem rompe as barreiras promove um grande retorno para a sociedade", afirma Carvalho. "Os potenciais empreendedores dentro da academia têm uma capacidade enorme de buscar soluções criativas para os problemas do ambiente onde vivem e do país como um todo." Como exemplo, ele cita a criação de um aplicativo que ajuda os jovens a tirar dúvidas sobre diversidade sexual, um tema em alta na sociedade moderna. Quanto mais problemas aparecerem, maiores serão as chances de surgirem empresas inovadoras, que pensem fora da caixa.