

Conexões Senac: Una Herramienta para la Enseñanza del Espíritu Empresarial

Ubiratam de Nazareth COSTA PEREIRA

upereira@sp.senac.br

Departamento de Hostelería, Centro Universitario Senac
Campos do Jordão, Av. Frei Orestes Girardi, 3549, São Paulo – 12460-000 - Brazil

RESUMEN

El Centro Universitario Senac, adopta el tema Emprendedorismo como eje transversal de su educación en su más elevado nivel. Además de su trabajo, pionero en diversas áreas del conocimiento, y al perseguir una formación más adherente al mercado de trabajo, el Centro Universitario Senac, promueve la competencia anual de planes de negocio conocido como Conexões Senac, abierto a todos los alumnos inscritos en sus cursos de pregrado. En su octava edición, el concurso Conexões Senac es una competencia que tiene por objetivo formar una cultura emprendedora entre los estudiantes universitarios. En cada edición, la participación de los alumnos es mayor. En un proceso de mejora continua, el analizar y el medir los beneficios de la participación de los alumnos en esa competencia empata con la misión de la institución que es "el desarrollo de personas y de organizaciones para la sociedad del conocimiento". Un evento que permite a sus participantes desarrollar habilidades de planificación, organización, trabajo en grupo, resolución de problemas, investigación y contacto con profesionales del mercado, que actúan en diferentes sectores de la economía (comercio, industria y servicios), entre otros. El objetivo de este artículo es presentar el concurso Conexões Senac, así como la participación de los alumnos de los cursos de pregrado y también los beneficios y habilidades desarrolladas derivadas de su participación en la disputa de una competencia de planes de negocio.

Palabras clave: Emprendedorismo, Educación emprendedora, Senac, Plan de negocio y Conexões Senac.

1. INTRODUCCIÓN

Después de China y de Estados Unidos, solamente Brasil posee 27 millones de personas involucradas en un negocio propio o en la creación de uno. En

cifras absolutas, aparece en tercer lugar en el ranking de 54 países analizados por la encuesta Global Entrepreneurship Monitor 2011 (GEM), realizada anualmente y fruto de una asociación entre el Servicio Brasileño de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas (SEBRAE) y el Instituto Brasileño de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas de Calidad y Productividad (IBQP).

El fenómeno del emprendedorismo surge con fuerza como un resorte maestro que impulsa la nueva economía, y Brasil se ve ante un gran desafío de cara a las nuevas oportunidades que surgen en esta fase a nivel nacional y/o global. La capacitación de los individuos se vuelve foco emergente de las organizaciones de fomento y desarrollo económico, públicas o del tercer sector.

Las Instituciones de Enseñanza Superior (IES) también se enfrentan a este nuevo desafío por superar, relacionado a la preparación de este nuevo perfil de profesional orientado hacia la economía del conocimiento. La reproducción de modelos pedagógicos a menudo importados de otros sistemas de enseñanza y económicos, incluso desactualizados, no es suficiente para moldear este profesional. [1]. Los autores argumentan que el tema del emprendedorismo debe ser tratado en todos los cursos y en todos los niveles, puesto que la dinámica ambiental en la que las organizaciones están insertas ya no permite que los emprendedores individuales administren de la forma como lo hacían en el pasado.

Los autores todavía sostienen que las IES deben crear las condiciones para que el alumno pueda desarrollar e incorporar las habilidades necesarias del complejo y disputado mundo de negocios en el que vivimos, al llevarlo a asumir el papel de agente transformador de una sociedad repleta de contradicciones e injusticias, conciliando las complejas relaciones entre lo racional y lo emocional para crear nuevos mecanismos de justicia social, así como nuevas alternativas de desarrollo económico.

La promoción de la interdisciplinariedad para cuestiones orientadas al emprendedorismo debe ser contemplada en todas las disciplinas y dentro del cuerpo docente, de forma que esta discusión se convierta en un tema transversal, pues poco ayuda el tener como propuesta pedagógica el desarrollo de emprendedores si no existen una fuerte, constante y duradera voluntad, así como la actuación de todos los involucrados, desde la cúpula de la institución hasta la sala de clase.

El objetivo de este trabajo es presentar el concurso de emprendedorismo Conexões Senac, así como la participación y la movilización de los alumnos de los cursos superiores del Centro Universitario Senac ocasionadas por el evento.

Este texto está estructurado de forma que inicialmente se presentan los conceptos de emprendedorismo, emprendedor y el monitoreo de la actividad emprendedora, con énfasis en sus características e importancia dentro del contexto social y económico. Después, se abordan los aspectos de la educación emprendedora, sus características más significativas, la institución de la enseñanza del emprendedorismo en los niveles superiores de enseñanza en Brasil, los concursos de planes de negocio y el concurso Conexões Senac. A continuación, se esboza la metodología científica utilizada, posteriormente se presenta la discusión de los resultados alcanzados, y finalmente se exponen las consideraciones finales.

2. EMPRENDEDORISMO

El emprendedorismo ha sido estudiado, con mucho énfasis, como un fenómeno económico y social en las últimas décadas. Bygraves y Zacharakis [2] resaltan que vivimos la edad del emprendedorismo y que, en el año 2006, cerca de medio millón de personas estaban activamente involucradas la apertura de un negocio propio o eran propietarias de su negocio. El emprendedorismo, continúan los autores, "es la esencia de la libre empresa, porque el surgimiento de nuevos negocios revitaliza la economía de mercado".

El papel del emprendedorismo en el desarrollo económico implica más que únicamente el aumento de la producción y de renta per cápita; implica

iniciar y constituir cambios en la estructura del negocio y de la sociedad [3].

Para la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) [4] el emprendedorismo «es una manera de ver las cosas y un proceso para crear y desarrollar actividades económicas basadas en riesgos, creatividad e innovación de gestión, dentro de una organización nueva o ya existente».

Julien [5] destaca que para hablar de emprendedorismo:

[...] es necesario adoptar una visión amplia, ya que para comprenderlo es imprescindible considerar diferentes tipos de individuos (de acuerdo edad, sexo, orígenes, formación), diferentes formas de organización (de acuerdo con el mismo el sector, lazos con las otras empresas, etcétera), diferentes ambientes socioeconómicos –ceranos (el medio) o más lejanos (el mercado, la economía)– y diversas épocas (el tiempo).

La innovación, la osadía y concreción, la capacidad de crear oportunidades, así como el hecho de correr riesgos calculados, están asociados al emprendedorismo. También la creación de un nuevo negocio o el implantar innovaciones están asociados a los conceptos de emprendedorismo [6].

Este enfoque conversa con la argumentación de Baron y Shane [7] que comprende el emprendedorismo como un proceso, al ser fundamental considerar:

1. Las condiciones económicas, tecnológicas y sociales de las que surgen las oportunidades;
2. Las personas que reconocen estas oportunidades (los emprendedores);
3. Las técnicas de negocios y las estructuras jurídicas que utilizan para desarrollarlas;
4. Los efectos sociales y económicos producidos por tal desarrollo.

Sin embargo, el proceso emprendedor sólo puede ser desencadenado por el reconocimiento de una oportunidad, por una o más personas, el emprendedor.

Dornelas [8] destaca que en cualquier definición de emprendedorismo, se encuentran al menos los siguientes aspectos referentes al emprendedor:

1. Iniciativa para constituir un nuevo emprendimiento y pasión por lo que hace.
2. Utiliza los recursos disponibles de forma creativa, al transformar el ambiente social y económico donde vive.
3. Acepta asumir riesgos y la posibilidad de fracasar.

En resumen, el emprendedor es una persona que tiene una motivación que lo lleva a realizar una tarea. Para Trias de Bes [9] la motivación, es decir, la voluntad, la esperanza y el profundo deseo de emprender se constituyen como uno de los principales elementos para alcanzar el éxito.

3. EDUCACIÓN EMPRENDEDORA (EE).

¿Enseñar el emprendedorismo es posible? Peter Drucker abogaba por el emprendedorismo como una disciplina que podría aprenderse. El hecho es que interesa a los países en general incentivar la cultura emprendedora en todos sus niveles, como un instrumento para el desarrollo económico y social [10].

Lopes [10] muestra en su artículo el resultado de investigaciones hechas en Europa con participantes de programas formales de la enseñanza de emprendedorismo en IES, en el que se puede destacar:

- La mayoría creyó que el programa ayudó a desarrollar las habilidades emprendedoras, sobre todo trabajar en equipo, resolver problemas, tomar decisiones y pensar persiguiendo el éxito económico;
- El 55% de los exalumnos identificaron una mayor capacidad para dirigir un negocio y el 44% ha incrementado su voluntad para establecer un negocio.

La EE puede tener varios significados según los niveles educativos, o en su caso, de escuelas vocacionales, sin embargo, el objetivo general es desarrollar la especialidad/pericia del emprendedor. La autora también muestra las consideraciones del informe de la Unión Europea (UE, 2002), donde se recomienda a la IES que estas desarrollen habilidades técnicas para la identificación y la evaluación de oportunidades de negocios, con enfoque en el desarrollo de un plan de negocio real, así como en la creación y en la gestión de un

negocio. Así también, reconocen que es papel de la IES viabilizar la implementación de los proyectos bien analizados y fundamentados, por medio de orientación, consultoría, préstamos especiales y facilidades para el negocio.

El fenómeno del emprendedorismo, en el cambio del siglo, adquirió una posición destacada en el medio empresarial, en las instituciones de enseñanza y en la sociedad, como un todo. Al analizar el escenario económico mundial actual de recesión, es fundamental destacar la importancia del emprendedor en su papel para el desarrollo de los países y como un generador de empleos. Aunque no es un tema reciente, este "fenómeno" es un elemento de gran impacto positivo en la economía, el cual debe ser difundido [11].

Los autores Op. cit., también destacan que, por diversos motivos, la emprendología —que analiza las actividades, características, efectos sociales y económicos, así como sus métodos de soporte utilizados para facilitar la expresión de la actividad emprendedora— está siendo cada vez más estudiada y difundida. Enumeran varios factores explicativos para el alto crecimiento del interés por el emprendedorismo, al destacar como principales, entre otros, los "que se derivan de las grandes transformaciones sociales, económicas, políticas y tecnológicas de la sociedad contemporánea", a saber:

- Necesidad por parte de las universidades en desarrollar competencias y habilidades en los estudiantes —al hacer posible su inserción en el mundo del trabajo—, es decir, la capacidad de supervivencia en una sociedad altamente competitiva;
- Crecimiento del sector de servicios en detrimento de otros sectores tanto en la economía brasileña como en la economía mundial;
- Aumento global en el nivel de desempleo;
- Alto grado de mortalidad de las nuevas empresas;
- Globalización e internacionalización de la economía, al exigir un aumento de la competitividad de las empresas;
- Transformaciones en el mundo del empleo y del trabajo;

- Necesidad de implantación de sistemas de gestión que faciliten y favorezcan la implantación del intraemprendedorismo en las organizaciones;
- El aumento de la participación de las pequeñas y medianas empresas en la producción global.

Dolabella [12] destaca la importancia de la diseminación de la enseñanza de emprendedorismo en todos los niveles educativos, en la cual la universidad es su punto de partida, pues se constituye como una fuerte formadora de opinión y multiplicadora del saber. Sin embargo, diseminar la cultura emprendedora desde la educación infantil, que es la primera etapa del sistema educativo, puede constituirse en una importante herramienta en la modificación de las estructuras culturales de la sociedad contemporánea, orientada hacia la generación de valores emprendedores positivos que priorizan la distribución de la riqueza, la ciudadanía, la ética y la libertad en todos sus niveles, con respeto al hombre y al medio ambiente, en lugar de elementos tradicionales como la valorización del empleo, la aversión al riesgo y la dependencia de los gobiernos.

Lavieri [13] expone que la enseñanza de emprendedorismo no se inició en las escuelas regulares como una habilidad que debía ser desarrollada en los alumnos y tampoco en las discusiones filosóficas de los educadores. Su génesis está ligada a los cursos de administración de empresas, casi como una necesidad práctica. Nació y se desarrolló dentro de las facultades de administración, y es allí donde se elaboran las investigaciones sobre los emprendedores.

El autor también destaca el curioso distanciamiento entre los profesionales que se preocupan por la educación y los dirigidos a la formación de emprendedores y hace notar la escasez de estudios orientados al tema.

Tanto Dolabella [12] y Lavieri [13] se remontan a la historia de la enseñanza de emprendedorismo, la cual surgió primeramente en los Estados Unidos, en escuelas de administración y luego se extendió por diversos países. La Harvard Business School, creó en 1947, a través de Myles Mace, un curso sobre administración de pequeñas empresas. En 1953, Peter Drucker, en la Universidad de Nueva York, inicia un curso de emprendedorismo, no únicamente

orientado a la gestión de pequeñas empresas, sino también al abordaje de la temática de la innovación. En el año 1948, la Universidad de St. Gallen, en Suiza, promueve la primera conferencia sobre pequeñas empresas y sus problemas. En 1956, la Universidad de Colorado, promueve una conferencia sobre el desarrollo de pequeños negocios, de la cual, se originaría el International Council of Small Business (ICBS), hoy, la mayor asociación orientada a las investigaciones de espíritu emprendedor.

En Brasil, el primer curso del que se tiene noticia en el área surgió en 1981, en la Escuela de Administración de Empresas de la Fundación Getúlio Vargas, en São Paulo, por iniciativa del profesor Ronald Degen, y la disciplina tenía como título "Nuevos Negocios" [12].

Competencias de Planes de negocio

El plan de negocio es un documento que contiene la motivación, la caracterización, la forma de operar, las estrategias, así como el plan para viabilizar las proyecciones de gastos, los ingresos, los resultados financieros y sociales del emprendimiento [14].

En la última década, hubo un significativo crecimiento en el número de competencias de planes de negocio en el ámbito de las escuelas de administración, que transformaron estos concursos en herramientas de EE. Las competencias se alían a la enseñanza de la metodología de desarrollo del plan de negocio [15].

Los autores citan como la primera la competencia de plan de negocio a Moot Corp, promovida por la Universidad de Texas, en Austin (EE.UU.), en 1984 y que se realiza hasta el día de hoy.

Entre las numerosas justificaciones para la realización de este tipo de competencia, los autores destacan:

- La importancia de que los alumnos formulen sus ideas sobre nuevas empresas y experimenten el mundo empresarial en un ambiente seguro y libre de riesgos;
- La oportunidad de aprender desde la etapa inicial de la creación de un nuevo negocio, pasando por el diseño de la compañía hasta el lanzamiento de la empresa.
- El fomento de la actividad emprendedora y la conexión entre emprendedores y fuentes de financiamiento;

- Mientras que los alumnos están acostumbrados a exámenes escritos, esta es una oportunidad para defender oralmente sus ideas ante un panel de jueces, al darles un mejor entrenamiento para colaborar con sus pares de diferentes disciplinas, transmitir ideas, venderse mejor a sí mismos y a sus productos, características que se buscan en el mundo real de negocios.

La metodología de la organización varía mucho de institución a institución, pero de manera general se divide en inscripción (individual o en grupo), la identificación de una oportunidad de negocio, sea producto o servicio, y finalmente la presentación del plan de negocio detallado. Clases, talleres y sesiones de asesoramiento permean las fases intermedias.

Conexões Senac: Empreendedorismo e Inovação

En su octava edición, el concurso Conexões Senac es una competencia que tiene por objetivo formar una cultura emprendedora entre los estudiantes universitarios del Senac São Paulo, estimulando la difusión y aplicación de los conceptos de emprendedorismo en sus vertientes de actitud y técnica, así como sus conexiones con las diversas áreas de conocimiento ofrecidas por los cursos del Senac São Paulo.

En esa competencia, los estudiantes participaban en actividades de capacitación sobre las habilidades relacionadas con el proceso emprendedor y, organizados en equipos, desarrollaban proyectos de emprendimientos, que eran evaluados por académicos y por especialistas de mercado. A lo largo de las siete ediciones anteriores, más de 2.400 alumnos se inscribieron en la competencia, formando 398 equipos. De ellos, 156 tuvieron sus proyectos evaluados. Estos equipos pasaron por un total de 85 capacitaciones, lo que significa aproximadamente 340 horas de inmersión en asuntos relacionados al emprendedorismo [16].

En su primera edición, en el año 2005, Conexões Senac, se presentó únicamente en el Centro Universitario Senac campus Santo Amaro (CAS), ubicado en la ciudad de São Paulo (SP), y a partir de 2006, el concurso se expandió a los campus ubicados en las ciudades de Aguas de San Pedro (CAP) y Campos do Jordão (CAJ), ambas ciudades, también en el estado de São Paulo.

En general, la dinámica del concurso estaba compuesta por el período de divulgación del evento, el período de inscripciones, talleres de capacitaciones, entrega del plan de negocios, exposición del proyecto, panel de presentación oral, evaluación de los planes de negocio y premiación, esta siempre es realizada en el Auditorio del Centro Universitario campus Santo Amaro (CAS).

La cantidad de alumnos participantes estaba limitada a una determinada proporción para cada campus, y en función de esta limitación, era común el uso de una lista de espera, cuando se daba la renuncia de algún alumno inscrito.

En cada edición, esta dinámica recibía modificaciones con la intención de mejorar el desempeño, tanto de la organización como de los alumnos participantes.

Los criterios centrales del jurado se dividían entre:

- a) Evaluación técnica del plan de negocios, 60% de la nota final, que incluía:
 - Innovación de la idea central del proyecto;
 - Aplicabilidad del modelo de implementación de la oportunidad;
 - Comprensión de los conceptos de espíritu emprendedor;
 - Conexión entre las diferentes áreas del conocimiento
 - Creatividad en las soluciones presentadas;
 - Corrección gramatical y ortográfica;
 - Razonamiento lógico, y
 - Poder de síntesis de emprendedorismo.
- b) Evaluación del panel oral, 40%. En algunas ediciones, se optó que la presentación oral se realizara antes de la entrega del plan de negocio, con la finalidad de incluir más informaciones que pudieran contribuir al perfeccionamiento del proyecto escrito.
- c) Exposición del proyecto, en formato de paneles, que sucedió en algunas ediciones
- d) Exposición virtual, a partir de la edición de 2008, que concedía 0,5 puntos, para los equipos que publicaran un vídeo sobre su proyecto en el canal de Conexões Senac en YouTube.

Durante el período del concurso, se ofrecían a los alumnos, capacitaciones en el formato talleres sobre temas relacionados al emprendedorismo, como actitud emprendedora, creatividad e innovación; y, temas técnicos como marketing y planificación

financiera. Estas capacitaciones se realizaban en los tres campus, en fechas y en horarios variados, lo que hacía posible la participación de alumnos que estudia en períodos diferentes. La frecuencia era obligatoria de por lo menos un integrante de cada equipo por capacitación. Esto podría llevar a la desclasificación de un equipo, en función de la ausencia de todos sus participantes. En promedio, se realizaron de 6 a 8 capacitaciones por edición del concurso.

Para impartir esas capacitaciones, se contrataron profesionales con experiencia de mercado, en diversas áreas del conocimiento, o emprendedores ya consolidados en el mercado, a fin de que compartieran sus experiencias de vida personal y profesional, al relatar los obstáculos y las dificultades encontradas en su trayectoria de vida. El acompañamiento junto a los alumnos tenía el objetivo de hacer que los participantes continuaran sintiéndose acogidos por la Comisión Organizadora del concurso y que en consecuencia llegaran hasta el final [17]. Este seguimiento se daba por medio de contactos telefónicos, correos electrónicos o turnos de dudas, que se realizaban en cada uno de los campus.

A partir de la segunda edición, se estableció una premiación para los tres mejores proyectos, la cual contemplaba a todos los integrantes del equipo: un viaje internacional a un centro de referencia en estudios de emprendedorismo, ayuda de costo, cursos gratuitos en el Senac São Paulo, y en las últimas ediciones, los tres primeros colocados también recibían una asesoría para la implementación del proyecto.

4. METODOLOGÍA

En cuanto a los objetivos, el propósito de este trabajo es exploratorio, y sirve para familiarizarnos con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de realizar una investigación más completa relacionada con un contexto particular, investigar nuevos problemas, identificar conceptos o variables promisorias [18]. Un levantamiento bibliográfico fue hecho para la revisión de literatura, con la finalidad de estructurar los conceptos claves que sostienen la argumentación. La investigación documental fue elaborada sobre los informes de actividades de cada edición del concurso Conexões Senac, proporcionados por el Núcleo de Emprendedorismo,

para el levantamiento de datos sobre cada edición y su posterior consolidación del período analizado entre los años 2005 y 2012.

El enfoque de la investigación será tanto cuantitativa (ya que ese tipo de investigación pretende hacer mediciones y los fenómenos estudiados deben poder ser observados o referirse al "mundo real" [19]) como cualitativa (ya que puede ser accionada si existe la necesidad de datos profundos y relativos a motivaciones, percepciones, sentimientos y emociones [18]). Un cuestionario en línea fue puesto a disposición por medio de correo electrónico para alumnos dando la posibilidad de externalizar la importancia de su participación en la competencia.

En el período de 05/01/2015 a 05/02/015 se aplicó un cuestionario en formato en línea, enviado por correo electrónico, a través de la herramienta Survey Monkey. Se obtuvo un retorno del 3% de respondedores, indicando un error de muestreo del 12%, siendo el ideal del 5%.

5. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Análisis Cuantitativo

El período analizado comprende las ediciones de Conexões Senac de 2005 a 2012. Se refuerza el hecho de que en la edición de 2005 sólo los alumnos del CAS participaron en el evento, por lo que fue abierto a los demás campus a partir de la edición de 2006.

El principal objetivo aquí es el analizar la cantidad de alumnos inscritos por curso en cada edición, la cantidad de proyectos presentados y evasiones de la competencia.

De acuerdo con los datos identificados, participaron, en total, 2.483 alumnos, 1.388 mujeres, que representaron aproximadamente el 56% de los alumnos inscritos y 1.095 hombres, que representaron el 44% de los alumnos inscritos. Estas cifras, pueden sugerir un cambio del perfil sociodemográfico en el mercado de trabajo, actual y futuro, que integra cada vez más la participación de la mujer en el mercado de trabajo.

En las ediciones analizadas (2005 a 2012), el CAS tuvo el 75% de los alumnos inscritos, hecho esperado debido a su estructura y cantidad de cursos ofrecidos, El CAP contribuye con el 15% de los

alumnos participantes y el CAJ con el 10% de los alumnos, conforme se presenta en la FIGURA 1.

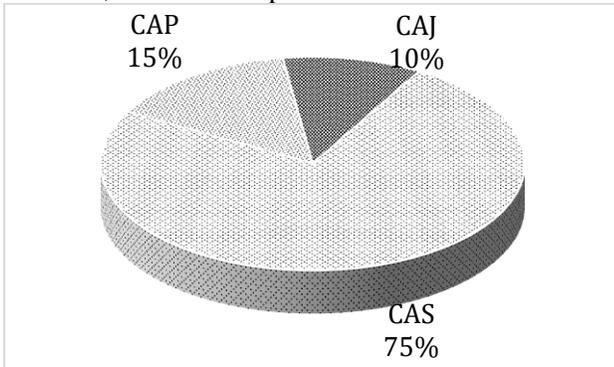


FIGURA 1 - Cantidad total de alumnos inscritos en las ediciones de 2005 a 2012, por campus.

A lo largo de las ocho ediciones analizadas, los alumnos que participaron del concurso Conexões Senac, provenían de un total de 37 cursos de pregrado. Se identifica que los cursos del área de hospitalidad, como los cursos de Tecnología en Gastronomía (18,2%), Tecnología en Hostelería (12,6%) y Licenciatura en Hostelería (12,3%), que son los cursos ofertados por más tiempo en la institución, suman juntos, más del 43% de los alumnos inscritos a lo largo de esas ocho ediciones. A esto se justifica también el hecho de que estos cursos de Tecnología cuentan con la participación de los alumnos de los campus de CAP y CAJ, que se desempeñan específicamente en esos segmentos. La FIGURA 2 ilustra una síntesis de los diez cursos que más contribuyeron a la inscripción de los alumnos en la competencia, en las ocho ediciones analizadas.

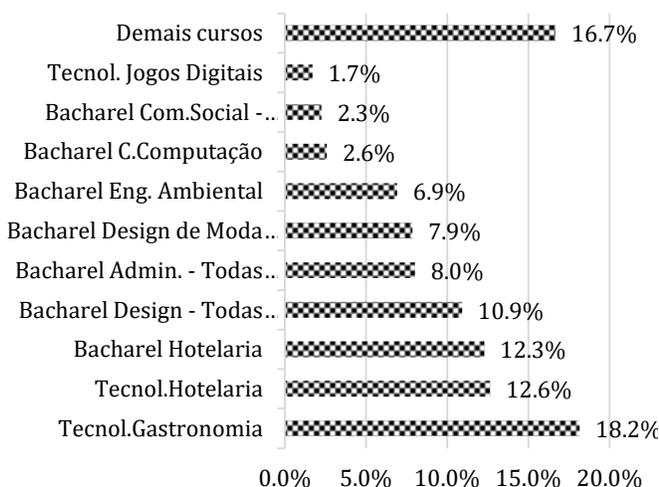


FIGURA 2 - Los diez cursos con más alumnos inscritos para el concurso Conexões Senac.

Análisis Cualitativo

Los respondedores presentaban un perfil compuesto de 44% del sexo masculino y 56% femenino; el 72% estaban en el rango de edad entre 22 y 25 años, los demás por encima de los 29 años.

En términos de empleabilidad, el 46% trabajaba como empleados en su área de formación; 20% trabajaban como empleados en otras áreas de formación; el 14% estaban desempleados; el 11% son propietarios/socios de emprendimientos dentro de su área de formación y el 9% son propietarios/socios de emprendimientos fuera de sus áreas de formación, en esos dos casos, las empresas se distribuían en un 57% en emprendimientos de servicios y en un 43% de emprendimientos del sector del comercio.

De los encuestados, el 64% participó una vez en la competencia, el 30% participó dos veces, el 4% participó 3 veces y sólo el 2% llegó a participar 4 veces.

Durante el proceso de capacitación, el 52% declaró haber participado en todas las capacitaciones, el 25% participó en alguna capacitación ofrecida por la organización del concurso, el 12% participó en alguna de las capacitaciones, pero abandonaron la competencia y sólo el 11% asumió que no participó en ninguna de las capacitaciones ofrecidas.

Entre los motivos que llevaron a los alumnos a abandonar la competencia, el 24% declaró la incompatibilidad de agenda académica con la agenda de las capacitaciones ofrecidas por la organización, 24% alegó dificultad o falta de afinidad con los temas abordados durante las capacitaciones; el 18% presentó dificultades para conciliar la agenda personal con la agenda de la competencia; el 18% no creía en su idea del proyecto, el 12% tenía dificultades para trabajar en equipo y el 6% alegaba dificultades de acceso a la organización de la competencia.

Entre los principales factores motivadores en participar en el Concurso Conexões Senac, el 43% declaró, como principal motivo, la posibilidad de aumentar el abanico de conocimientos más allá de la malla curricular de su curso, 40% vislumbraban la posibilidad de emprender un negocio propio, después o durante la facultad, el 6% estaba motivado por los premios ofrecidos, el 4% creía en

una "gran idea" de negocio y el 6% señalaba otros motivos.

Entre las mayores dificultades señaladas por los participantes, bajo la óptica individual, el 19% destacó la lectura con las proyecciones financieras, el 15% por la dificultad de planificación y cumplimiento de metas, el 13% por la investigación y la búsqueda de informaciones, el 12% por la redacción del texto, el 9% trabajar en equipo/personas, el 6% hablar en público y el 14% otras dificultades.

En cuanto a la óptica de trabajo en equipo, el 19% señaló que la dificultad principal encontrada fue de investigación de campo y levantamiento de informaciones, el 17% en lo referente al desarrollo de la planificación, el 16% en el dimensionamiento de los recursos necesarios para la ejecución del emprendimiento, el 13% en la definición del concepto del producto/servicio, el 8% en las fuentes de financiación, el 7% en la investigación bibliográfica sobre el tema, el 7% en el desarrollo del plan de marketing, el 7% en la elaboración de la planificación estratégica y el 6% otras dificultades. Después de la participación en el Concurso Conexões Senac, el 19% declaró estar apto a emprender, el 72% se sentía parcialmente preparado para emprender y el 9% demostró estar poco preparado para emprender. Así, el 53% de los encuestados cree que algún día abrirá su propio negocio, el 30% pretende, decididamente, abrir su propio negocio, el 11% tiene un negocio propio y pretende expandirlo, y el 6% prefiere trabajar como empleado y no pretende emprender un negocio propio.

Cuando se les preguntó cuál sería la principal motivación para emprender un negocio propio, el 36% apuntó a la realización personal; el 19% indicó la autonomía y la libertad personal, el 17% la conquista de la independencia financiera, el 13% el auxiliar a otras personas y crear valor para la sociedad, el 11% la ejecución de una excelente idea u oportunidad de negocio y el 4% otros factores. Entre los principales beneficios de haber participado en el Concurso Conexões Senac, de acuerdo con los encuestados, destacan:

- El 75% afirma que su participación contribuyó al desarrollo de competencias y madurez personal (autoconocimiento, reconocimiento de

ganancias y pérdidas, administración de sus emociones);

- El 75% afirma que su participación contribuyó al desarrollo de capacidades de gestión (planificación financiera y marketing, aspectos jurídicos y legales, alineación de la estrategia del negocio y la estructura del negocio desarrollado);
- El 80% habilidades para implementar nuevas ideas;
- El 86% declara que su participación contribuyó al desarrollo de competencias emprendedoras (habilidad para desarrollar el concepto del plan de negocios, entendimiento del ambiente de mercado, reconocimiento de oportunidades).

6. CONSIDERACIONES FINALES

Se puede concluir que el emprendedorismo es un fenómeno económico, cultural y social que propicia el desarrollo de nuevos negocios, acciones sociales o proyectos corporativos, que busca resolver problemas, promueve la creación de valor para la sociedad, la mejora de la calidad de vida y la satisfacción de los clientes, impulsado por una actitud proactiva y perseverante, aliada al conocimiento y enfocada en la obtención de resultados positivos.

Las actitudes y los conocimientos pueden ser enseñados y aprendidos. La universidad desempeña un papel fundamental como resorte propulsor en el desarrollo y la multiplicación del saber.

Nuevas necesidades y nuevos problemas exigen, en consecuencia, nuevas soluciones. Nuevas soluciones que están basadas en nuevos saberes y en nuevas prácticas, impulsadas por la creatividad, la investigación y la innovación.

El emprendedorismo es una práctica, que debe desarrollarse dentro y fuera de la sala de clase. Nuevas dinámicas se hacen necesarias. Experimentar es una de las posibilidades.

El concurso Conexões Senac propició, a lo largo de ocho ediciones, la posibilidad de experimentar el emprendedorismo. Muchos intentaron, pero solamente los perseverantes, concluyeron las etapas, y el número de evasiones fue bastante alto.

Por medio de capacitaciones, en diversas áreas del conocimiento, los alumnos fueron desafiados a buscar su mejoría y a encontrar soluciones para los más variados problemas y dificultades para alcanzar sus objetivos.

El concurso Conexões Senac se mostró como una herramienta efectiva en la transformación y evolución personal de los participantes que recorrieron todo el ciclo del evento. Movilizó a alumnos, profesores, empleados, además de crear una amplia red de relaciones entre instituciones de enseñanza, organizaciones empresariales, alumnos y emprendedores.

Fueron identificaron dos grandes desenvolvimientos por la organización del evento, desde la primera edición:

1. La posibilidad de crear una incubadora de empresas ya sea con recursos propios o por medio de alianzas con la iniciativa privada;
2. El desarrollo de un programa o de cursos libres de emprendedorismo, creatividad e innovación, elementos claves en la creación de nuevos negocios, empresas, acciones sociales o iniciativas corporativas.

Queda como sugerencia para trabajos futuros, investigar de forma semejante los desenvolvimientos de la nueva competencia de Emprendedorismo e Innovación que sustituyó a Conexões Senac, **¡Empreenda!**, que está estructurado en cuatro categorías distintas entre los cursos de pregrado, cursos de posgrado, cursos técnicos y programas de formación gratuita (menor aprendiz y educación para el trabajo). Esta nueva competencia viene con un formato distintivo, con capacitaciones vía *web*, y abarca el mayor número de cursos posibles de todo el Senac São Paulo y hace posible la participación de un número mayor de alumnos y un mayor acceso al conocimiento de prácticas emprendedoras.

7. REFERENCIAS

- [1] GUERRA, M. J.; GRAZZIOTIN, Z. J.; Educação empreendedora nas universidades brasileiras. En: LOPES, R. (org.). Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010. p. 67-91.
- [2] BYGRAVE, W.; ZACHARAKIS, A. Entrepreneurship. Hoboken, NJ (USA): John Wiley & Sons, 2008.
- [3] HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A.; Empreendedorismo. 7 ed. Traducción Teresa Felix de Souza. Porto Alegre: Bookman, 2009.
- [4] ORGANIZAÇÃO PARA COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO – OCDE (Organisation for Economic Co-operation and Development – OECD). Disponible en <<http://www.oecd.org/>>. Acceso en 20 jul 2013.
- [5] JULIEN, Pierre-André. Empreendedorismo Regional e Economia do Conhecimento. Traducción Márcia Freire Ferreira Salvador. São Paulo: Saraiva, 2010.
- [6] SOUZA, S. de; HOELTGEBAUM, M.; SILVEIRA, A. O ensino de empreendedorismo do Paraná e do Rio Grande do Sul. Dynamis - Revista Tecno-Científica. n 14. vol 1 (jan-mar/2008).
- [7] BARON, R. A.; SHANE, S. A.; Empreendedorismo. Uma visão do processo. Traducción All Tasks. São Paulo; Thomson Learning, 2007.
- [8] DORNELAS, J. C. A.; Empreendedorismo na prática. Mitos e verdades do empreendedor de sucesso. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.
- [9] TRÍAS de BES, F.; O livro negro do empreendedor. Depois não diga que não foi avisado. 4 ed. Traducción Luís Carlos Cabral. Rio de Janeiro: BestSeller, 2012.
- [10] LOPES, R. M. A.; Referenciais para a educação empreendedora. En: LOPES, Rose (Org.). Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010, p.17-44.
- [11] HOELTGEBAUM, M.; TOMIO, D.; DREHER, M.; Uma nova concepção do ensino do empreendedorismo, uma visão além dos *business plan*. En: EGEPE – Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas 3, 2003. Brasília. Anais...Brasília: UEM/UEL/UnB, 2003, p. 161-170.
- [12] DOLABELA, F.; Oficina do empreendedor. A metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.
- [13] LAVIERI, C.; Educação...empreendedora? En: LOPES, R. M. (Org.). Educação Empreendedora. Conceitos, modelo e práticas. Rio de Janeiro: Elsevier; São Paulo: Sebrae, 2010.

- [14] SALIM, C. S.; SILVA, N. C.; Introdução ao empreendedorismo. Despertando a atitude empreendedora. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
- [15] ANDREASSI, T.; FERNANDES, R. J. R.; O uso de competições de planos de negócios como ferramenta de ensino de empreendedorismo. En: LOPES, Rose (org.). Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010. P. 193-205.
- [16] CONEXÕES SENAC - Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial. Disponible en: <<http://www.sp.senac.br/conexoes>>. Acceso en 01 oct. 2012.
- [17] NEURÔNIO. Relatório Geral de Atividades. Conexões Senac. Empreendedorismo e Inovação. São Paulo: Núcleo de Empreendedorismo Sustentabilidade e Inovação do Senac, 2012.
- [18] SAMPIERI, R. H.; COLLADO, C. F.; LUCIO, M. del P. B.; Metodologia da Pesquisa. Traducción: Daisy Vaz de Moraes; revisión técnica: Ana Gracinda Queluz Garcia, Dirceu da Silva, Marcos Júlio. 5ª ed. Porto Alegre: Penso, 2013.
- [19] OLIVEIRA, D. M. T.; Introdução à pesquisa qualitativa. En: PERDIGÃO, D. M.; HERLINGER, M.; WHITE, O. M. (org.); Teoria e Prática da Pesquisa Aplicada. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.