

UMA NOVA FORMA DE APRENDER EMPREENDEDORISMO

ALÉM DE CRIAR PRODUTOS E SERVIÇOS, ALUNOS TESTAM A VIABILIDADE DO NEGÓCIO PARA SABER SE DARÁ CERTO

Por Aline Lilian dos Santos e Ana Paula Yokoyama

O Brasil é um país de empreendedores. De acordo com a pesquisa da Global Entrepreneurship Monitor (GEM), realizada em 2014 pelo Sebrae e pelo Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP), em dez anos, o país registrou aumento de 23% para 34,5% no número de empreendedores e segue na liderança mundial.

No entanto, não basta abrir uma empresa, é importante que ela cresça e prospere. Foi pensando nisso, que a FGV/EAESP lançou a disciplina "Experiência Empreendedora", na qual alunos do 2º semestre de graduação em Administração de Empresas devem criar uma ideia de negócio que se encaixe na categoria "empreendedorismo de alto impacto", ou seja, que tenha o potencial de crescer ao menos 20% ao ano, no período de três anos. A matéria também é eletiva para discentes do Mestrado Profissional em Administração (MPA).

Segundo Gilberto Sarfati, professor idealizador da disciplina, a intenção é oferecer aos estudantes uma experiência prática, de modo que sejam capazes de materializar um projeto de empreendimento, trabalhando em grupo e integrando conhecimentos de cursos como Marketing, Finanças e Operações: "Com a prática, mostramos a eles que é possível abrir um negócio a qualquer momento, inclusive durante a graduação. Ampliamos sua visão empreendedora, o que é muito positivo".

UM NOVO JEITO DE APRENDER

Nos últimos anos, o processo de desenvolvimento de startups passou por uma mudança significativa, surgindo empresas com uma lógica de maior controle sobre seus negócios. Elas foram chamadas de "startups de 2ª geração" e seu modelo de atuação ficou conhecido como "Lean Startup". "As startups de 1ª geração eram produtos de planos de negócios, em que os investidores apostavam mais na ideia do que no negócio em si. Nas de 2ª geração, a chance de o empreendimento dar certo é maior, pois passa por vários testes de validação em sua fase de concepção, resultando em mudanças e adaptações de sua estrutura", explica o professor.

Assim, no 1º semestre de 2015, Sarfati desenhou um piloto para reestruturar a disciplina de acordo com o novo modelo, que ganhou espaço nas aulas, substituiu o método tradicional de ensino e foi nomeado de "Lean Brasileiro": "Estudamos a metodologia e realizamos adaptações para que o Lean se encaixasse na realidade brasileira, abraçando todos os tipos de negócios. Assim, somos pioneiros em ensinar empreendedorismo no Brasil e em apresentar um modelo próprio na grade curricular". Com isso, o curso deixa de ser apenas teórico e o aluno, de fato, coloca a mão na massa.

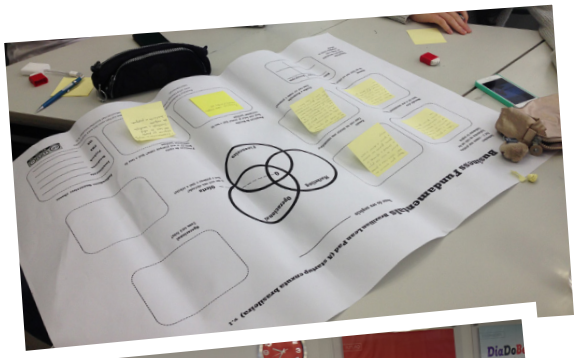
> "Os alunos estão mais engajados, propensos a rápidas mudanças de ideia e criam negócios mais factíveis, tangíveis e viáveis. Talvez tenhamos um aumento no número de empreendedores oriundos da FGV.
>
> *Gilberto Sarfati, idealizador da disciplina*

APLICANDO O LEAN EM SALA DE AULA

O Lean Brasileiro é focado na aceleração do desenvolvimento do modelo de negócio, tomando como ponto de partida o *Customer Development*, método que busca o alinhamento do produto ou serviço com o mercado. Para isso, são utilizados três tipos de ferramentas "Canvas" (*Idea Skecth Pad, Business Model Canvas* e *Business Fundamental Canvas*), espécies de pôsteres que mostram toda a estrutura do empreendimento, permitindo que o aluno tenha uma visão ampla, integrada e estratégica de seu negócio.

Primeiramente, os estudantes, divididos em grupos, montam um mapa de ideação com a proposta inicial. Em seguida, realizam uma apresentação para os demais colegas, que avaliam suas ideias de acordo com critérios estabelecidos pelo modelo. "O feedback criterioso e imediato contribui para que os alunos revejam suas ideias mais rapidamente. No método tradicional, eles eram resistentes a repensá-las, porque, no fundo, esperavam que o professor fizesse isso", diz Sarfati, ressaltando que, nessa metodologia, o docente sai de uma postura constantemente crítica, passando a ser o condutor, e não o árbitro.

FOTOS: ALINE SANTOS











Professor Gilberto Sarfati orienta grupos em sala

Depois, os estudantes partem para a validação do negócio por meio de um teste de hipótese, realizado a partir de entrevistas com potencias clientes. As respostas obtidas geralmente resultam em alterações no negócio e, em última instância, no abandono da ideia em execução e no desenvolvimento de uma nova. "Acontecem muitas alterações no processo de experimentação, podendo levar ao desmonte de algumas equipes e ao nascimento de outras, como na vida real das startups", conta Sarfati. "Inclusive, incentivamos que eles mudem de ideia a qualquer momento, porque o importante é buscar o que o cliente e o mercado querem, evitando desperdiçar dinheiro", completa Adriana Ventura, que também ministra a disciplina.

Posteriormente, as equipes prepararam o Produto Minimamente Viável (PMV), que é um protótipo do produto ou uma demonstração do serviço, para, então, executar-se uma nova rodada de testes com potenciais consumidores. "Eles devem elaborar um site ou um aplicativo para dar forma ao que é intangível e mostrar porque o negócio é inovador. É aí que eles percebem que nem sempre é possível concretizar tudo o que imaginam", revela Adriana.

A validação do protótipo e a realização de testes financeiros para apurar a viabilidade do empreendimento também costumam gerar alterações, fazendo com que os grupos promovam novas mudanças antes de sua finalização. "A intenção é: `Tem uma ideia e acha que o consumidor pagaria por ela? Vá testar´. Não se chega ao fim do processo para descobrir que ele não funciona, você vai adaptando a ideia desde o primeiro dia. É testar, cair e levantar. Por isso é um método muito dinâmico", ressalta a professora.

As aulas, que duram cerca de 4 horas, contam com uma parte expositiva (especialmente no início do curso), além de um espaço para os alunos falarem sobre os aprendizados da semana, apresentarem o andamento de seus projetos – que são acompanhados de perto pelo docente – e se reunirem para alinhar as próximas etapas do trabalho.

FOTOS: ALINE SANTOS



Alunos apresentam suas ideias na Feira de Empreendedorismo da FGV/EAESP

FEIRA DE EMPREENDEDORISMO

Depois de a ideia ser testada e validada, os alunos apresentam seus protótipos na Feira de Empreendedorismo da EAESP, que conta com investidores, pessoas do mercado e, principalmente, ex-alunos empreendedores, "porque eles têm uma experiência recente para compartilhar com os estudantes", explica Adriana.

Ao fim, professores da disciplina e jurados convidados escolhem os cinco melhores negócios (um de cada turma), os quais apresentam suas ideias no palco e recebem um certificado. Dentre esses, um é o vencedor. Neste semestre, o Grupo Gaia doou R$ 25,000 para a equipe campeã desenvolver sua ideia.



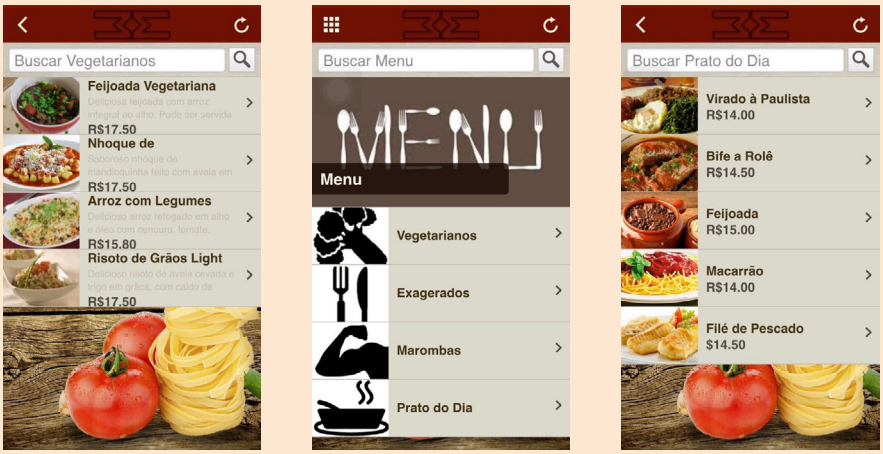


FEEDBACK DOS ALUNOS

O sinal positivo para seguir com a experiência veio dos próprios estudantes, que reconheceram as potencialidades da metodologia. "Ficar só na teoria não é suficiente. A prática é importante para provocar a reflexão do que estamos aprendendo, por isso essa disciplina é muito interessante. Não é fácil ter uma ideia e tornar o negócio viável. É um conhecimento que apenas a prática nos proporciona", afirma Ligia Tira, aluna de graduação em Administração de Empresas.

Fernando Tancredi, também aluno da disciplina, conta como os desafios ajudaram em seu aprendizado: "Tivemos dificuldade em definir a forma de gerar receita, o público-alvo, a maneira de cativar os clientes... Ouvir o professor falar sobre essas questões é uma coisa, correr atrás e descobrir é outra. Empreendedorismo se aprende fazendo".





"MyMita", aplicativo para entrega de refeições a universitários. Negócio criado pelos estudantes.

EXEMPLOS DE NEGÓCIOS CRIADOS NA DISCIPLINA

- Caá Polpas
- Recinto
- Weekly
- Beauty2go
- Checkmein

Já Isadora Pollo, colega de turma de Fernando, ressalta como a iniciativa estimula os estudantes a olharem para o empreendedorismo como uma possibilidade de futuro profissional: "Está nascendo uma sementinha que faz com que o público da GV esqueça um pouco o mercado financeiro e passe a considerar o empreendedorismo como uma opção de carreira".

BENEFÍCIOS

Os principais resultados positivos da disciplina decorrem de sua experiência prática, proporcionando novas perspectivas e desafios a serem superados. "Notamos que os alunos estão mais participativos, engajados, propensos a rápidas mudanças de ideia e, acima de tudo, criam negócios mais factíveis, tangíveis e viáveis. Talvez tenhamos um aumento no número de empreendedores oriundos da FGV", avalia Sarfati.

O fato de a sala ganhar um novo layout, reproduzindo ambientes de aceleradoras e *co-working spaces* – em que o foco não é o professor, mas sim a vivência do grupo –, contribui para deixar a experiência mais real. Além disso, entregar atividades periodicamente faz com que os alunos se sintam em um ambiente profissional. "É estimulante ter uma meta a cumprir a cada semana, porque faz com que estejamos sempre engajados com a matéria, ainda mais sabendo que apresentaremos o trabalho na Feira de Empreendedorismo", opina Fernando.

Segundo o professor, isso também se deve ao fato de os alunos ainda não desapegarem do modelo tradicional de avaliação, composto por trabalhos e provas: "Por isso, adaptamos essa liberdade de atuação a uma programação de entregas periódicas e detalhadas".

Outro ponto interessante é que a disciplina estimula a criatividade. Dentre os negócios sugeridos pelos estudantes, pode-se citar: site para a venda de polpas de sucos verdes e naturais; negócio especializado na entrega de refeições para universitários; serviço de compra de obras de arte expostas em lugares públicos (como bares e restaurantes); entre outros.

SAIBA MAIS:
Depoimento de aluna sobre a disciplina "Experiência Empreendedora": clique aqui

Aline Lilian dos Santos > Jornalista da revista *Ei! Ensino Inovativo* > aline.lilian.santos@gmail.com

Ana Paula Yokoyama > Jornalista da revista *Ei! Ensino Inovativo* > anapaula.yokoyama@gmail.com