

**FACULDADES ALVES FARIA
MESTRADO PROFISSIONAL EM ADMINISTRAÇÃO**

Hamilton Lopes Loures

**ENSINO DO EMPREENDEDORISMO: uma análise comparativa
da abordagem do assunto por Instituições de Ensino Superior
no Distrito Federal**

**Goiânia
2016**

Hamilton Lopes Loures

**ENSINO DO EMPREENDEDORISMO: uma análise comparativa da abordagem
do assunto por Instituições de Ensino Superior no Distrito Federal**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração das Faculdades Alves Faria - ALFA, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Administração.

Área de concentração: Gestão Integrada de Mercados.

Orientador: Prof. Dr. Luiz Roberto Calado

**Goiânia
2016**

**FACULDADES ALVES FARIA
MESTRADO PROFISSIONAL EM ADMINISTRAÇÃO**

Hamilton Lopes Loures

**ENSINO DO EMPREENDEDORISMO: uma análise comparativa da abordagem
do assunto por Instituições de Ensino Superior no Distrito Federal**

BANCA AVALIADORA

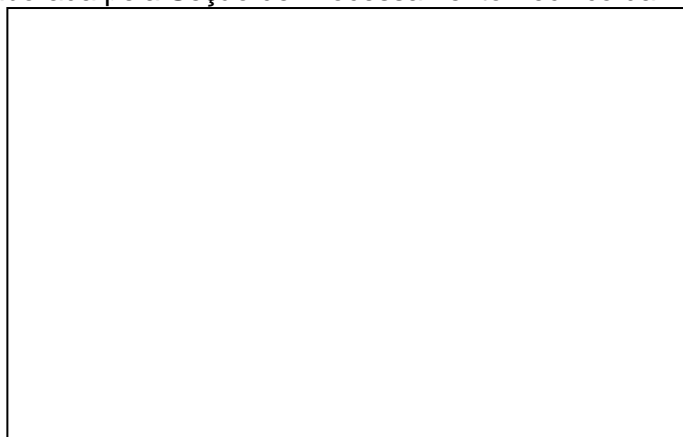
Prof. Dr. Luiz Roberto Calado - Orientador
Faculdades Alves Faria - ALFA

Prof. Dr. Paulo Cesar Bontempo - Membro
Faculdades Alves Faria – ALFA

Prof. Dr. José de Ribamar Sousa Pereira - Membro
Universidade Católica de Brasília - UCB

FICHA CATALOGRÁFICA

Elaborada pela Seção de Processamento Técnico da ALFA

A large empty rectangular box with a thin black border, intended for entering cataloging data. It is positioned centrally below the text.

DEDICATÓRIA

À minha família pela compreensão
às minhas ausências.
À Deus que me deu o dom da vida e
a oportunidade de estudar.

AGRADECIMENTOS

Ao meu orientador por acreditar na proposta deste trabalho.

À minha esposa e filhos por todo apoio, paciência e palavras de incentivo.

Ao Exército Brasileiro por patrocinar financeiramente a realização de um sonho.

A meu chefe e amigo Capitão Alonso que sempre me apoiou e me proporcionou condições para que pudesse iniciar e concluir esse mestrado.

Aos amigos de caserna e academia Marylwilson e Laércio por todo apoio acadêmico, fundamentais na elaboração da parte prática deste trabalho.

A todos que, direta ou indiretamente, apoiaram, contribuíram e acreditaram no meu sucesso.

RESUMO

O empreendedorismo é um fator promotor de desenvolvimento econômico e social e essa importância tem levado a uma proliferação de disciplinas em Instituições de Ensino Superior (IES). O estudo objetivou verificar como ocorre a abordagem do ensino do empreendedorismo em 6 (seis) IES do Distrito Federal. Utilizou a metodologia exploratória-descritiva que contou com levantamentos bibliográficos e aplicação de questionários estruturados, direcionados a coordenadores e professores de curso. Dos resultados apurados, destacaram-se a carência de apoio da IES ao docente quanto à capacitação; as dificuldades de lidar com assunto interdisciplinar; a preferência dos docentes por métodos teóricos e a pequena quantidade de estudos publicados sobre o tema com validação empírica. Foram sugeridos, dentre outros, um maior apoio das IES na capacitação dos docentes e uma maior participação destes nas decisões que envolvam assuntos pedagógicos, a fim de se evitar ruídos ocorridos nesse relacionamento.

Palavras-Chave: Empreendedorismo. Ensino. Educação. Conhecimento.

ABSTRACT

Entrepreneurship is a factor promoter of economic and social development and that importance has led to a proliferation of disciplines in Higher Education Institutions (HEI). The study aimed to check how occurs the approach to teaching of entrepreneurship training in 6 (six) HEI of the Federal District. It used the exploratory-descriptive methodology that counted with bibliographical surveys and application of structured questionnaires, directed the coordinators and teachers of courses. The results highlighted the lack of support of the HEI to capacitate the teacher; difficulties in dealing with interdisciplinary subject; the preference of teachers by theoretical methods and the small amount of studies published on the subject with empirical validation. Have been suggested, among others, a greater support of HEI in training of teachers and a greater participation of these in decisions involving educational matters, in order to avoid noise occurring in this relationship.

KEYWORDS: Entrepreneurship. Teaching. Education. Knowledge.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - A Visão Integrada: Weber, Schumpeter, Mclelland e Drucker	22
Figura 2 - Empreendedorismo e desempenho econômico	36
Figura 3 - O que ensinar em empreendedorismo	60
Figura 4 - Estrutura da pesquisa	62
Figura 5 - Fases de desenvolvimento da pesquisa	63

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Comparativo da visão sobre o empreendedor	23
Quadro 2 - Abordagens teóricas relacionadas ao ensino empreendedor	54
Quadro 3 - Modelos de aprendizagem empreendedora	56
Quadro 4 - Vinte e cinco parâmetros de Rabbior	57
Quadro 5 - Medindo eficiência de programas empreendedores	58
Quadro 6 - Participantes da pesquisa empírica	67
Quadro 7 - Perfil dos participantes	68
Quadro 8 - Experiência pessoal como empreendedor	69
Quadro 9 - Responsabilidade sobre aprimoramento didático	69
Quadro 10 - Influência dos custos logísticos na realização de visitas	70
Quadro 11 - Fomento das IES no envolvimento com a empresa-júnior	71
Quadro 12 - Participação nas atividades extraclasse	72
Quadro 13 - Didáticas utilizadas pelos professores em sala de aula	75

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Taxas segundo estágio dos empreendimentos – Brasil – 2015	28
Tabela 2 - Percentual da população de 18 a 64 anos segundo a mentalidade empreendedora	30

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Evolução da atividade empreendedora segundo estágio do empreendedorismo TEA, TEE, TTE – Brasil – 2002:2015	28
Gráfico 2 - Evolução da atividade empreendedora segundo estágio do empreendedorismo: taxas de nascentes e novos – Brasil - 2002:2015	28
Gráfico 3 - Especialistas avaliando o Brasil segundo os fatores limitantes e favoráveis à atividade empreendedora	31

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CNPq	Conselho Nacional de Pesquisa
DF	Distrito Federal
ENE	Escola de Novos Empreendedores
FIA	Fundação Instituto de Administração
FGV	Fundação Getúlio Vargas
GDF	Governo do Distrito Federal
GEM	Monitoramento Global do Empreendedorismo
IBQP	Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade
IES	Instituição de Ensino Superior
MACKENZIE	Universidade Presbiteriana Mackensie
MBA	Mestrado em Administração de Negócios
OEA	Organização dos Estados Americanos
OEI	Organização dos Estados Ibero-americanos
OREALC	Oficina Regional de Educação para a América latina e Caribe
PNAD	Programa Nacional de Educação Empreendedora
PRELAC	Projeto Regional de Educação para a América Latina e o Caribe
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SOFTEX	Associação para Formação da Excelência do Software Brasileiro
TEA	Taxa de Empreendedores Inicias
TEE	Taxa de Empreendedores Estabelecidos
TTE	Taxa Total de Empreendedores
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura
USP	Universidade de São Paulo
UFSC	Universidade Federal de Santa Catarina

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	12
Contextualização do estudo.....	13
Justificativa da pesquisa.....	15
Situação problema.....	15
Objetivos.....	16
1. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	17
1.1 Abordagens sobre empreendedorismo.....	18
1.1.1 Análise histórica.....	18
1.1.2 Conceituando empreendedor.....	22
1.2 Pesquisa GEM 2015.....	25
1.2.1 Principais conceitos e resultados.....	25
1.2.2 Mentalidade empreendedora no Brasil.....	29
1.2.3 Avaliação de especialistas sobre empreender no Brasil.....	30
1.3 O empreendedorismo no contexto econômico.....	33
1.3.1 O impacto do empreendedorismo na economia.....	33
1.3.2 Gestão empreendedora no Governo do Distrito Federal.....	37
1.4 O ensino do empreendedorismo.....	39
1.4.1 Pressupostos mercadológicos.....	42
1.4.2 Pressupostos pedagógicos.....	45
1.4.3 Considerações sobre as IES.....	48
1.4.4 Considerações sobre a docência.....	51
2. METODOLOGIA DA PESQUISA.....	61
2.1 Caracterização do estudo.....	61
2.2 Estruturação da pesquisa.....	62
2.3 Limitações da pesquisa.....	65
3. RESULTADOS DA PESQUISA DE CAMPO.....	67
3.1 Resultados obtidos com entrevistas a coordenadores e professores...	67
3.2 Discussão dos resultados.....	79
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	84
REFERÊNCIAS.....	86
APÊNDICES.....	95

INTRODUÇÃO

Segundo Casson (1982), a essência do empreendedorismo é a diferença de opiniões, enquanto a ênfase da educação formal é a conformidade das opiniões. Existe uma tendência na educação formal de propor somente questões cujas respostas são precisas e evitar questões para as quais não existe solução definitiva.

O Empreendedorismo está relacionado com situações as quais não podem ser facilmente definidas e, frequentemente, nem mesmo podem ser categorizadas porque não há situações precedentes similares.

Pode-se fundamentar tal afirmação no artigo de Kuratko (2004) que ressalta a emergência de se pesquisar o ensino em empreendedorismo, sobre maturidade e legitimidade do campo de pesquisa e no ensaio de Vanevenhoven (2013) que destaca a falta de metodologias específicas para o ensino de empreendedorismo.

Nesse sentido, a pesquisa bibliográfica teve a intenção de abordar, inicialmente, a evolução do Empreendedorismo; sua importância para a sociedade do Distrito Federal (DF); a participação do poder público local e, finalmente, a participação das Instituições de Ensino Superior (IES) na transmissão do conhecimento empreendedor.

Num segundo momento, foi observado, por amostragem, a forma como 6 (seis) IES no Distrito Federal e seus respectivos coordenadores e professores interagem o assunto com outras IES e instituições. Para isso, foram elaborados e enviados a cada um dos participantes da pesquisa questionários com perguntas abertas e de múltipla escolha tratando sobre perfil profissional; conhecimento prévio; questões institucionais e didáticas que influenciam na aplicação desse conhecimento.

No aspecto metodológico o estudo é considerado de abordagem exploratória-descritiva. A pesquisa exploratória é o primeiro passo para uma investigação mais abrangente e seu resultado final é uma questão mais compreensível capaz de apuração. Já a abordagem descritiva se revela numa verdadeira pesquisa de campo, identificando, registrando e descrevendo fatos ou dados, sem neles interferir.

Por fim, foram apresentadas nas considerações finais uma análise qualitativa das respostas recebidas que traduziram as dificuldades e expectativas dos envolvidos na temática.

Contextualização do estudo

As mudanças no cenário econômico ocorrem em uma velocidade cada vez mais intensa, e assim, o universo de competição empresarial passa a ser global. Dessa forma, as empresas buscarão a todo instante formas mais seguras para se manter no mercado e minimizar situações e expectativas pessimistas que surgirem.

Promover o crescimento econômico esperado resulta da extração das características e benefícios do potencial empreendedor brasileiro, aliando práticas inovadoras referentes ao uso de produtos/serviços à processos de gestão convergentes em sistemas inovadores.

Nessa análise, o conhecimento constitui-se em uma rica fonte de vantagem competitiva pessoal e organizacional na busca de novos saberes através de diferentes possibilidades de aprimorar seu desempenho.

Atualmente, nota-se um esforço no sentido de suprir a necessidade de ensinar tal temática, preparando o aluno para ser um profissional de alto potencial contributivo. Observa-se na literatura um maior número de instituições de ensino que buscam se adequar a essa realidade desenvolvendo centros de empreendedorismo ou ofertando disciplinas específicas que objetivam estimular uma postura diferenciada.

Embora o tema empreendedorismo, de forma geral, tenha tido destaque desde os anos de 1900 – com os trabalhos de Jean-Baptiste Say, Joseph Schumpeter e de outros pesquisadores que o abordaram com um enfoque mais econômico – apenas recentemente, após a década de 90, verifica-se a concentração de pesquisas que voltam seus esforços especificamente para o ensino do empreendedorismo (KLEIN, 2014 e KURATKO, 2003). Tais questionamentos possivelmente acompanham a evolução dos cursos de empreendedorismo sendo que o seu crescimento é destaque na pesquisa cronológica realizada por Katz (2003).

Apesar da propagação de disciplinas que abordam a temática e a importância que as competências possuem para o desenvolvimento profissional dos jovens, ainda não há uma consolidação na literatura acerca de uma metodologia específica para o ensino de empreendedorismo, ainda com alto grau de foco na abertura de pequenas empresas.

Nesse contexto, é importante destacar que o ensino de empreendedorismo está inserido, de uma forma mais recorrente, no campo da administração como uma

subárea e, recentemente, sendo estudado como campo específico de conhecimento. Porém, seus conceitos e metodologias ainda estão em fase de consolidação e formação, sem haver um consenso dentre os autores (HENRY, 2005 e HILL, 2011).

Isso ocorre, principalmente, pelos diferentes significados atribuídos ao empreendedorismo, pela variedade de cursos oferecidos e pelas diferentes formas com que o rótulo empreendedorismo é usado pelas Instituições de Ensino Superior na promoção de diferentes agendas.

Desse modo, encontrar um razoável caminho para padronizar programas e cursos de empreendedorismo é um verdadeiro desafio (VESPER, 1997).

Segundo Souza (2005), a criação de uma metodologia para o desenvolvimento dessa competência envolve bem mais que a aquisição de conhecimentos, mas o aprender a aprender, a ser, a fazer e, principalmente, a conviver.

A despeito do tempo de pesquisa, acredita-se pela existência de pontos não concordantes em sua abordagem, ser um tema de fronteira.

Justificativa da pesquisa

A disseminação do espírito empreendedor tem impacto direto na geração de emprego, na renda e no desenvolvimento econômico. A partir desta perspectiva, a educação empreendedora propaga-se pela sociedade. As responsáveis por esta difusão são, basicamente, as Instituições de Ensino Superior. Elas são capazes de oferecer importantes contribuições ao ensino do empreendedorismo.

O estudo pretendeu analisar diversas abordagens relacionadas ao assunto pensando na aprendizagem como uma oportunidade de preparar, com mais assertividade, os jovens graduandos. Considerou também que o ensino do empreendedorismo é muito focado na abertura de pequenas empresas, priorizando o uso de métodos teóricos em detrimento de atividades práticas.

Buscou-se tornar claras as opiniões dos principais pensadores a respeito do assunto - da distinção entre as abordagens didáticas puramente tradicionais e estáticas às mais contemporâneas e dinâmicas - e, com isso, reacender o senso crítico do corpo docente para a aplicação das propostas que estimulem uma maior interação IES-professor-aluno através de atividades extraclasse com um interesse e aproveitamento de conteúdo mais amplo.

A procura, identificação e análise de problemas institucionais e/ou didáticos buscaram tão somente gerar reflexões e mudanças dos principais envolvidos quanto à participação e modificação no processo de formação do conhecimento empreendedor.

Situação problema

Percebe-se que muitos autores abordam o empreendedorismo, mas poucos sobre o tema. Há urgência em se pesquisar mais sobre o ensino do empreendedorismo para que possamos entender os problemas que influenciam a formação empreendedora nos campos institucional, metodológicos e pedagógicos.

No Brasil, as diretrizes de ensino superior, determinadas pelo Ministério da Educação, orientam para um modelo pedagógico alicerçado não apenas em pilares teóricos, mas também na aplicação prática dos conceitos às atividades de mercado.

Para tal, entende-se que uma intensa interação entre instituições de ensino e instituições público-privadas não seja apenas interessante, mas extremamente necessária para sair do conhecimento puramente empírico e inerte para um prático e dinâmico.

Diante desta situação geral questiona-se: o ensino superior da disciplina Empreendedorismo consegue atingir o nível de excelência desejado, formando profissionais com competências empreendedoras?

Objetivos

Objetivo geral

Verificar como ocorre a abordagem do ensino do empreendedorismo em IES privadas do Distrito Federal.

Objetivos específicos

- a. Identificar as formas mais elegidas de abordagem do assunto pelos docentes das Instituições de Ensino Superior do DF;
- b. levantar interesses e dificuldades do corpo docente e das IES pesquisadas na aplicação prática dos conhecimentos sobre o assunto; e
- c. propor sugestões às IES e corpo docente que possam melhorar a qualidade de ensino do assunto.

1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O presente estudo foi desenvolvido com o intuito de estimular os debates quanto ao tema ensino do empreendedorismo em IES do Distrito Federal.

Buscou-se levantar as principais dificuldades do corpo docente na transmissão do assunto e analisar, de forma crítica e construtiva, sua abordagem didática, tudo para que fosse possível propor sugestões que pudessem salientar a importância do tema.

A fundamentação teórica foi estruturada em quatro subtópicos:

O primeiro apresenta abordagens teóricas sobre a origem, a evolução do empreendedorismo e as características do empreendedor. Nele, autores fazem os principais argumentos sedimentados em conhecimento que proporcionam condições de novas considerações e olhares a respeito dos fatos.

O segundo apresenta resultados recentes sobre a pesquisa GEM 2015, considerada fonte de informações sobre o nível nacional da atividade empreendedora. Esse capítulo apresenta diversas informações conceituais e técnicas, ainda, levantamentos qualitativos e quantitativos com validade empírica.

O terceiro situa o leitor quanto às relações e interações do empreendedorismo ao contexto econômico e às principais iniciativas do Governo do Distrito Federal (GDF) na promoção do tema, informando sobre projetos e investimentos financeiros já realizados.

O último subtópico dá início à abordagem didática do assunto empreendedorismo, elencando diversas vertentes de ensino sobre o assunto pelas IES e a importância que estas representam à sociedade.

No capítulo intitulado Metodologia da Pesquisa constam a estrutura do estudo, os métodos utilizados e as principais limitações da pesquisa.

O penúltimo capítulo apresenta e discute os resultados obtidos na pesquisa de campo. Possibilita comparações e análises proativas, sem a pretensão de esgotar o assunto.

As considerações finais encerram o estudo com posicionamentos do autor.

1.1 Abordagem sobre empreendedorismo

1.1.1 Análise histórica

A palavra empreendedorismo deriva do termo francês *entrepreneur*, traduzido para o inglês como *entrepreneurship*, e remonta ao século XV quando usado para referir-se aos “homens de negócios”. O termo ganhou maior visibilidade nas obras de Cantillon (2002) e Say (1983) que, a partir da consolidação da sociedade capitalista, relacionaram a figura do empreendedor ao empresário.

Richard Cantillon (1680-1734) - considerado o precursor do empreendedorismo, preocupava-se com os riscos e incertezas do processo de acumular riquezas.

Cantillon (2002) ressalta que os riscos e incertezas fazem parte da vida de todos os que precisam trabalhar para viver. O empreendedor deve suportar o jogo do mercado que é deveras incerto, no qual ele pode ganhar ou perder. Se for mal sucedido poderá passar necessidades e até ir à falência. Sua contribuição foi estabelecer os fundamentos do empreendedorismo, o papel do empreendedor e como se arriscam na compra e na venda em busca do lucro.

Outra definição para o empreendedorismo foi apresentada por Jean-Baptiste Say (1767-1832). Para ele, o empreendedor é o principal responsável pelo desenvolvimento econômico que resulta da criação de novos empreendimentos.

Árduo defensor do pensamento liberal entusiasmou-se com o progresso econômico trazido pela revolução industrial e por ver o Estado monárquico, preocupado em tributar e gerar moedas, ruir por meio de grandes convulsões abrindo espaços a um futuro melhor. Considerou que empreender capitais, na perspectiva da acumulação, era muito salutar e a ninguém deveria se amedrontar, uma vez que o próprio curso da natureza tenderia a reparti-los. Além disso, fazia crescer o conjunto de capitais de um país. Nessa perspectiva, o direito à propriedade precisava ser preservado como o mais poderoso encorajamento à multiplicação das riquezas (SAY, 1983, p. 133).

Além da fundamentação liberal, outro traço comum entre as concepções de Cantillon e Say - tomados como autores basilares do empreendedorismo, é que ambos consideravam os empreendedores como pessoas que corriam riscos, visto que investiam seus próprios recursos sempre na perspectiva de ganharem mais. Compravam matéria-prima por um determinado preço, transformavam-na em

produtos para depois revender. Esses autores formularam suas ideias no início do desenvolvimento da sociedade capitalista, entre os fins do século XVII e início do século XIX, momento em que a economia política ainda não havia recebido as críticas mais contundentes, o que aconteceu pouco tempo depois com Karl Marx (2003) e outros autores marxistas.

Na teoria econômica, o termo *entrepreneur* não tem uma definição homogênea, mas para Schumpeter (1982) - considerado o principal teórico clássico do empreendedorismo, ele retoma o termo associando-o à inovação para explicar o desenvolvimento econômico.

Schumpeter tem dois escritos sobre empreendedorismo: o primeiro e mais conhecido é o segundo capítulo de sua obra "*Teoria do Desenvolvimento Econômico*" e o segundo trabalho é um artigo preparado para um *handbook* em 1928.

Para Schumpeter, a principal característica do sistema capitalista era a destruição criativa, a qual definiu como um processo orgânico de permanente mutação industrial, assim, se um indivíduo inventa uma combinação de negócio que satisfaz melhor as necessidades existentes, isso leva à destruição criativa das velhas estruturas até que qualquer coisa nova surja para mudar a situação.

Este mecanismo de destruição é responsável pelo fenômeno de encerramento de empresas e eliminação de postos de trabalho, porém, é também capaz de orientar os agentes econômicos à adaptar-se às mudanças tecnológicas e preferências dos clientes.

Além da perspectiva econômica – que tem Schumpeter como principal representante, soma-se outra perspectiva chamada "*comportamentalismo*", para a qual se atribuiu o termo *entrepreneurship*:

Significa a atitude psicológica materializada pelo desejo de iniciar, desenvolver e concretizar um projeto, um sonho. Significa "ser empreendedor". Diante desta perspectiva, reafirmamos que o empreendedorismo é algo que transcende o campo dos negócios e da economia (SOUZA NETO, 2003, p.112).

Na perspectiva sociológica ou comportamentalista é nas características do *entrepreneurship* que se identifica quem é o *entrepreneur*. Aqui o termo não é traduzido por empresário, mas por empreendedor, e este, é entendido mais por seus atributos psicológicos e menos por sua ação econômica que na verdade, seria consequência dos primeiros.

O termo popularizou-se a partir do estudo do sociólogo alemão Max Weber (1864-1920) intitulado “*A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo*”, publicado em 1904-1905.

Numa tese oposta à de Karl Marx, Weber concluiu que a religião exerce uma profunda influência sobre a vida econômica. Mais especificamente, ele afirmou que a teologia e a ética do calvinismo foram fatores essenciais para o desenvolvimento do capitalismo do norte da Europa e dos Estados Unidos.

Weber propôs a tese de que a Reforma Protestante produziria uma verdadeira revolução, infundindo um espírito mais vigoroso em trabalhadores e empreendedores e que teria levado ao capitalismo industrial moderno. Dentro de uma ordem econômica totalmente capitalista uma empresa individual que não se orientasse por esse princípio estaria condenada a desaparecer.

David McClelland (1967), psicólogo, foi o primeiro a elaborar um método para medir a intensidade da motivação. Segundo ele, há pessoas que manifestam o desejo de realização enquanto outras vivem a obrigação da realização.

A partir de David McClelland, tem sido através de estratégias de mudanças de atitudes que muitos programas de formação de empreendedores são montados (...) a análise do processo de criação de empresas é normalmente baseada em estudos que envolvem atitudes. Determinar que atitudes e comportamentos sejam praticados pelos empreendedores tem sido uma variável relevante para os vários pesquisadores sobre o tema (Souza Neto, 2003, p.118).

Para o autor, a necessidade de afiliação traduz o desejo de se estar próximo de outras pessoas, compartilhar suas alegrias e construir sólidas amizades, obtendo um bom relacionamento interpessoal. McClelland concluiu que essa necessidade, conjuntamente com a necessidade de realização, proporciona um poderoso impulso para alcançar os objetivos com interação e cooperação. Além disso, uma forte motivação para a afiliação inviabilizaria o aparecimento de conflitos e confrontações.

A necessidade de poder, por outro lado, traduz a tendência para dominar ou influenciar outras pessoas. Essa necessidade, quando acentuada, pode dificultar a tarefa de formar uma equipe empreendedora para impulsionar um negócio.

Peter Ferdinand Drucker - escritor, professor e consultor administrativo de origem austríaca. Foi considerado o “pai da administração moderna” e o mais reconhecido dos pensadores dos efeitos da globalização na economia em geral e, particularmente nas organizações. Entende a administração moderna como a

ciência que trata das pessoas nas organizações. Segundo ele, o empreendedor segue a perspectiva da gestão.

Para Drucker (1986, apud SOUZA, 2006) os empreendedores buscam constantemente a mudança e a inovação. Concentra-se em explorar oportunidades que nem sempre são vistas pelos demais.

Segundo o autor, preocupam-se em mensurar os riscos, lidar com as incertezas e explorar todo o seu conhecimento em prol da criação de novos produtos e novas maneiras de utilizar os recursos disponíveis, descobrindo assim novas maneiras de gerar riquezas.

Na introdução de *“Inovação e Espírito Empreendedor”*, Drucker argumenta que os empreendedores são maravilhosos criadores de empregos. Observa que o emprego nas 500 maiores empresas americanas tem diminuído continuamente desde 1970 e, no entanto, a economia do país apresentou um acréscimo líquido de 40 milhões de empregos em apenas sete anos, muitos deles criados por companhias que não existiam há vinte anos.

Para Drucker a inovação é o instrumento específico dos empreendedores, o meio pelo qual eles exploram as mudanças como uma oportunidade para um negócio diferenciado.

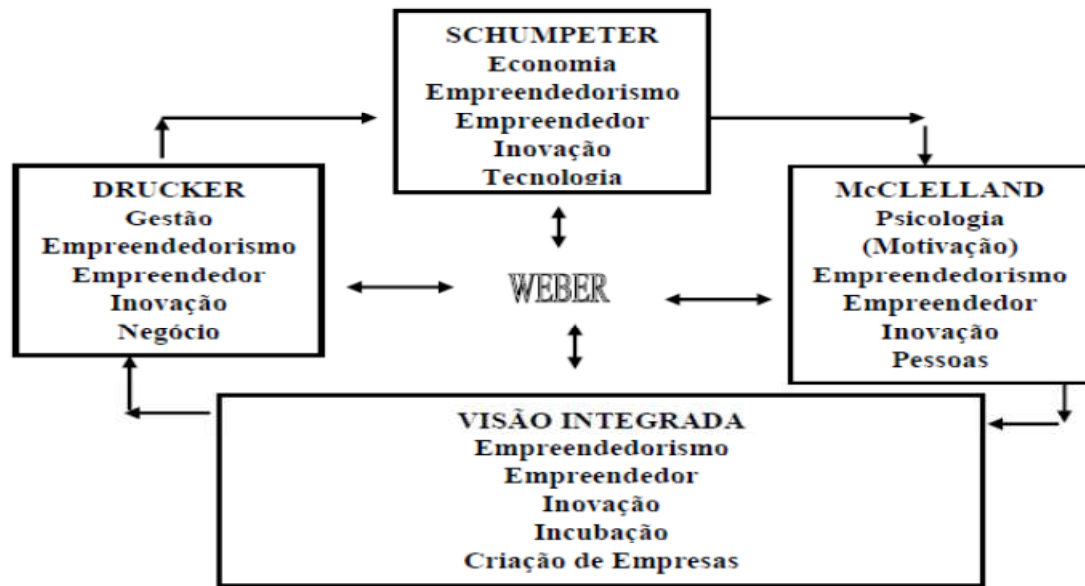
O autor salienta ainda que os empreendedores não devem limitar seus talentos pessoais e intelectuais no ato de empreender, mas mobilizar recursos externos, valorizando a interdisciplinaridade do conhecimento e da experiência para alcançar seus objetivos.

Esta realidade tem implicações profundas para indivíduos que criam empresas, especialmente de base tecnológica. Faz-se sentir uma crescente necessidade de quadros especializados, o que tem estreitado as relações entre as empresas e o sistema educacional.

De acordo com Leite (2000), estabelecendo uma visão integrada a partir de quatro teóricos acerca do empreendedorismo: Weber, na sociológica; Drucker, na administrativa; McClelland, na psicológica; e Schumpeter, na econômica, podemos analisar e identificar se em determinado procedimento ou negócio está ou não presente o fenômeno do empreendedorismo.

Graficamente, o espírito empreendedor é resultante de uma visão integrada da percepção da atitude e do comportamento que pode ser visualizada na Figura 1.

Figura 1. A Visão Integrada: Weber, Schumpeter, Mclelland e Drucker



Fonte: Leite (2000)

1.1.2 Conceituando “empreendedor”

A palavra empreendedor designa principalmente atividades de quem se dedica à geração de riquezas, seja na transformação de conhecimento em produtos ou serviços, na geração do próprio conhecimento ou na inovação em áreas como: marketing, produção, organização, etc.

Muitos autores voltam seus esforços no sentido de definir e entender o empreendedorismo apenas voltado à abertura de uma nova empresa, porém, tal perspectiva não foi aqui considerada, mas a busca da conceituação do tema de modo mais holístico.

Para Filion (1999) o empreendedor é alguém que imagina, desenvolve e realiza suas visões. Dessa forma, a visão é um conjunto de ideias e objetivos que se quer atingir no futuro e está dividida em três categorias:

_ Visões emergentes: resulta das ideias acerca dos produtos/serviços imaginados pelo empreendedor antes do empreendimento.

_ Visão central: surge das visões emergentes e torna-se o escopo da atuação do empreendedor. Essa visão é composta de dois elementos: 1) externo - o espaço que o produto irá ocupar no mercado e; 2) interno - a empresa capaz de viabilizar o produto/serviço.

_ Visões complementares: são informações gerenciais adquiridas pelo empreendedor e que irão dar suporte à visão central.

Apesar dos estudos terem tido origem na economia, atualmente ganharam magnitude em outras áreas, com visões diferenciadas que muito influenciaram a conceituação do tema. Como pode ser verificado no Quadro 1, houve um interesse maior das ciências humanas e administrativas.

Quadro 1: Comparativo da visão sobre o empreendedor

Área de estudo	Visão
Economistas	Os empreendedores estão associados à inovação e são forças direcionadoras de desenvolvimento.
Comportamentalistas	Atribuem aos empreendedores características como criatividade, persistência, internalidade e liderança.
Engenheiros e afins	Empreendedores são bons distribuidores e coordenadores de recursos.
Especialistas em Finanças	Empreendedores são pessoas capazes de calcular e medir riscos.
Especialistas em Gerenciamento	Empreendedores são organizadores competentes e visionários que se destacam em organizar e fazer uso de recursos.
Área de Marketing	Pessoas que identificam oportunidades se diferenciam dos outros e possuem o pensamento voltado para o consumidor.

Fonte: Filion (1999)

Ao analisar as definições, observa-se a relação com a inovação através da criação de algo que seja valoroso, mas não necessariamente um negócio. O retorno é a satisfação não apenas financeira, mas também pessoal. Normalmente se corre riscos nesse processo, sendo citados três tipos: financeiros, psicológicos e sociais.

Sobre o empreendedor, Filion (1999) acredita que a definição do termo será uma busca perpétua e define o empreendedor como:

[...] uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios. Um empreendedor que continua a aprender a respeito de possíveis oportunidades de negócios e a tomar decisões moderadamente arriscadas que objetivam a inovação continuará a desempenhar um papel empreendedor (FILION, 1999, p.19).

Mintzberg (1975), Boyatzis (1982), Kotter (1982) e Hill (1992), relacionados por Filion (2000), estudaram o trabalho dos gerentes e empreendedores, revelando consideráveis diferenças nos métodos operacionais. Os gerentes trabalham na eficiência e no uso efetivo dos recursos para atingir metas e objetivos; a chave é adaptar-se às mudanças; o padrão de trabalho implica análise racional e operam dentro da estrutura de trabalho existente. Já os empreendedores estabelecem uma

visão e identificam os recursos para torná-los realidade; a chave é iniciar as mudanças; o padrão de trabalho implica imaginação e criatividade.

Dornelas (2005) relata que em qualquer definição de empreendedorismo encontram-se, pelo menos, os seguintes aspectos referentes ao empreendedor:

- a) Iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz;
- b) Utiliza os recursos disponíveis de forma criativa transformando o ambiente social e econômico onde vive; e
- c) Aceita assumir riscos calculados e a possibilidade de fracassar.

Segundo Degen (1989), o empreendedor precisa ter visão pessoal - que vem de dentro. Metas e objetivos não são visão. Ser visionário é imaginar cenários futuros, utilizando-se de imagens mentais. Ter visão é perceber possibilidades dentro do que parece ser impossível. É ser alguém que anda, caminha ou viaja para inspirar pensamentos inovadores.

A riqueza de uma nação é medida por sua capacidade de produzir, em quantidade suficiente, os bens e serviços necessários ao bem-estar da população. Por este motivo, acreditamos que o melhor recurso de que dispomos para solucionar os graves problemas sócio-econômicos pelos quais o Brasil passa é a liberação da criatividade dos empreendedores, através da livre iniciativa, para produzir esses bens e serviços. (DEGEN, 1989, p.9).

O enfoque se dá à disposição de assumir riscos, porém, nem todas as pessoas têm a mesma disposição. Não se identifica um empreendedor naquele que precisa de uma vida regrada, horários certos e salário garantido no fim do mês. O empreendedor assume riscos e seu sucesso está na capacidade de conviver com eles e sobreviver a eles (DEGEN, 1989).

Importante ressaltar que é comum a relação feita entre empreendedorismo e proprietários de pequenas empresas, contudo, no presente estudo o empreendedorismo está relacionado a uma forma de pensar empreendedora (NECK; GREENE, 2011), voltada para as atitudes e competências empreendedoras.

Dornelas (2005) avalia que empreender tem a ver com fazer diferente, antecipar-se aos fatos, implementar ideias, buscar oportunidades e assumir riscos calculados. É algo maior, está relacionado à busca da auto realização.

É notório o espírito empreendedor do brasileiro, mas preocupante o fato de muitos, por possuírem iniciativa, tentam empreender esperando que sorte e vontade e sejam os únicos ingredientes necessários para a geração de grandes negócios.

De acordo com o autor, é possível tornar-se empreendedor espelhando-se em exemplos de pessoas bem-sucedidas.

No Brasil, ser bem-sucedido como empreendedor não é tarefa fácil, mas aqueles que conseguem tornam-se referência pela ousadia, criatividade, inovação e persistência, que geralmente acompanham estes indivíduos diferenciados. E o melhor de tudo é que todos podem aprender com estes exemplos e utilizar esse aprendizado de forma a melhorar as suas chances de sucesso (DORNELAS, 2005, p.13).

Maximiano (2004) estabelece os seguintes pressupostos para o empreendedor: estímulo à iniciativa, responsabilidade e tomada de decisão; condescendência a falhas e falta de êxito; flexibilidade no uso dos recursos e tempo organizacionais; formação de equipes multifuncionais capazes de detectar oportunidades no ambiente; capacidade de explorar e transformar tais oportunidades em negócios reais (ANDREASSI, 2010).

O trabalho não é encarado como dever e sim como prazer (HISRICH e PETERS, 2004). É, segundo Drucker (2008), diferente da administração tradicional - uma estrutura burocrática mecanicista (KAST e ROSENZWIEG, 1980), com seus sistemas de compensações e estímulos conservadores. Uma estrutura onde prevalece a espera e o apego às instruções; não tentar; não errar; não fracassar. Essa tem caráter hierárquico, procedimentos, relatórios e instruções pré-determinadas.

1.2 Pesquisa GEM 2015

1.2.1 Principais conceitos e resultados

O programa de pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor* ou Monitoramento Global do Empreendedorismo (GEM), de abrangência mundial, é uma avaliação anual do nível nacional da atividade empreendedora. Teve início em 1999, com a participação de 10 países, por meio de uma parceria entre a *London Business School*, da Inglaterra, e o *Babson College*, dos Estados Unidos. Desde então, quase 100 países se associaram ao projeto que constitui o maior estudo em andamento sobre o empreendedorismo no mundo. Em 2015, foram incluídos 60 países cobrindo 70% da população global e 83% do PIB mundial.

O Brasil participa deste esforço desde 2000. A pesquisa é conduzida pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP) e conta com o apoio técnico e financeiro do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

(SEBRAE). Desde 2011, o Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios da Fundação Getúlio Vargas tornou-se parceiro acadêmico do projeto.

As principais informações produzidas pelo GEM são organizadas em dois grupos. O primeiro refere-se às atitudes, atividades e aspirações da população com relação ao empreendedorismo, sendo os dados obtidos a partir da “Pesquisa com a População Adulta”. O segundo refere-se a avaliações sobre o ambiente para iniciar novos negócios no país, realizadas junto a profissionais dos vários setores da sociedade por meio da chamada “Pesquisa com Especialistas”.

De maneira diversa da maioria das pesquisas e bancos de informações que tratam da temática do empreendedorismo verificando diretamente a criação de pequenas empresas, o GEM estuda o comportamento dos indivíduos no que diz respeito à criação e gestão de um negócio. Portanto, o GEM observa as ações dos empreendedores que estão em diferentes fases do processo de criação e desenvolvimento de um negócio.

Na metodologia da pesquisa GEM, os empreendedores são englobados na população adulta e classificados como iniciais (nascentes e novos) e estabelecidos:

- Os empreendedores nascentes estão envolvidos na estruturação de um negócio do qual são proprietários, mas que ainda não pagou salários, pró-labores ou qualquer outra forma de remuneração aos proprietários por mais de três meses.

- Já os empreendedores novos administram e são proprietários de um negócio que pagou salários, gerou pró-labores ou qualquer outra forma de remuneração aos proprietários por mais de três e menos de 42 meses (3,5 anos).

- Os empreendedores estabelecidos administram e são proprietários de um negócio tido como consolidado, que pagou salários, gerou pró-labores ou qualquer outra forma de remuneração aos proprietários por mais de 42 meses.

A Pesquisa com especialistas tem como objetivo identificar os fatores que auxiliam ou dificultam a atividade empreendedora no País. É realizada por meio de entrevistas com pessoas escolhidas por seu perfil profissional. O especialista é alguém diretamente envolvido com algum aspecto importante relacionado às condições que interferem na atividade empreendedora, com conhecimento ou experiência expressiva para opinar sobre alguma dessas condições.

Em 2015, foram entrevistados 74 especialistas no Brasil.

Os Especialistas Nacionais ligados ao empreendedorismo podem ser políticos, acadêmicos, empresários, agentes do governo ou qualquer outro

profissional ligado ao empreendedorismo com conhecimento resultante de diferentes experiências ou estudos.

Os resultados da pesquisa com especialistas, além de contribuírem para a compreensão da dinâmica do empreendedorismo, fornecem recomendações relativas ao fomento e melhoria das condições para o desenvolvimento de novos negócios no país.

Em 2015, a taxa total de empreendedorismo para o Brasil (TTE) foi de 39,3%.

Estima-se, portanto, que em 2015, 52 milhões de brasileiros com idade entre 18 e 64 anos estavam envolvidos na criação ou manutenção de algum negócio, na condição de empreendedor em estágio inicial ou estabelecido.

Quando comparada à TTE de 2014 (34,4%), observa-se que essa taxa sofreu um aumento significativo, intensificando a trajetória de crescimento observada desde 2011. A variação na taxa de empreendedores estabelecidos (TEE), de 2014 (17,5%) para 2015 (18,9%), foi importante, mas exerceu pouca influência no aumento da taxa total (TTE).

O aumento da TTE de 2014 para 2015 foi determinado pelo aumento significativo na taxa de empreendedores iniciais (TEA), que foi de 17,2% em 2014 e de 21% em 2015.

Por sua vez, o aumento na taxa de empreendedores iniciais (TEA), foi determinado, principalmente, pelo aumento na taxa de empreendedores nascentes, que passou de 3,7% em 2014 para 6,7% em 2015.

A variação na taxa de empreendedores novos, de 2014 (13,8%) para 2015 (14,9%), exerceu menor influência no aumento da taxa de empreendedores iniciais (TEA). Os dados sugerem que o fator determinante para o crescimento da taxa total de empreendedorismo (TTE) de 2014 para 2015 no Brasil foi o significativo aumento na taxa de empreendedores nascentes.

Quando avaliada a proporção de empreendedores motivados por oportunidade em relação ao total de empreendedores iniciais, observou-se, em 2015, uma alteração em relação aos anos de 2012 a 2014. Enquanto nesses três anos a proporção manteve-se próxima dos 70%, em 2015 ocorreu uma significativa redução chegando a 56,5%.

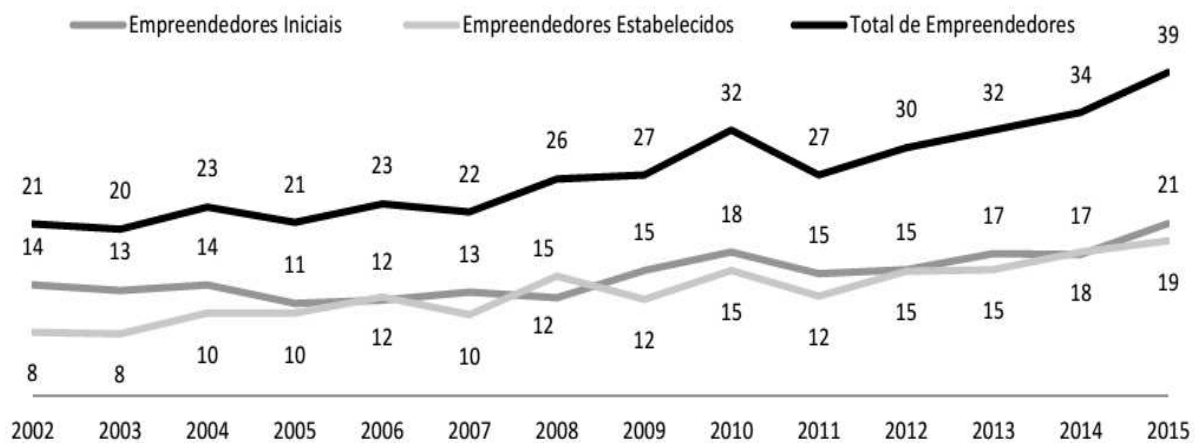
A demonstração das variações mais recentes em taxas e atividades do empreendedorismo realizadas pelo GEM pode ser conferida nas ilustrações a seguir:

Tabela 1 – Taxas* segundo estágio dos empreendimentos – Brasil - 2015

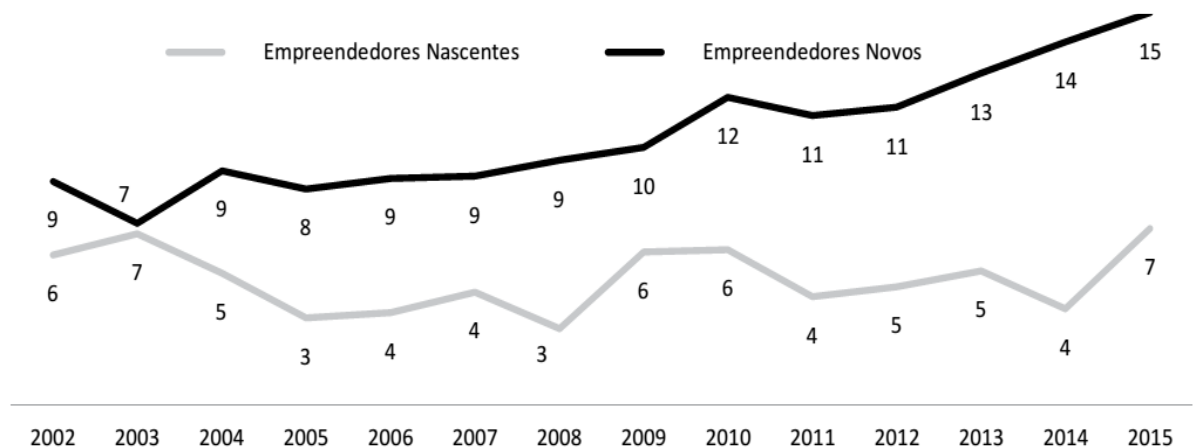
Estágio do empreendedorismo	2014	2015
Empreendedores Iniciais	17,2	21,0
Empreendedores Nascentes	3,7	6,7
Empreendedores Novos	13,8	14,9
Empreendedores Estabelecidos	17,5	18,9
Taxa total de empreendedores	34,4	39,3

Fonte: GEM Brasil (2015)

* Percentual da população de 18-64 anos

Gráfico 1 – Evolução da atividade empreendedora segundo estágio do empreendedorismo (TEA, TEE, TTE) – Brasil - 2002:2015

Fonte: GEM Brasil (2015)

Gráfico 2 – Evolução da atividade empreendedora segundo estágio do empreendedorismo (taxas de Nascentes e Novos) – Brasil - 2002:2015

Fonte: GEM Brasil (2015)

Investigando separadamente a motivação dos empreendedores iniciais para cada estágio dos empreendimentos, observou-se que a proporção de empreendedores por necessidade aumentou tanto para os novos quanto para os nascentes, porém, no grupo dos nascentes esse crescimento foi de 23% entre 2014 e 2015, significando um aumento atípico de dois pontos percentuais na taxa de empreendedores nascentes.

As análises apresentadas nos itens anteriores conduzem à conclusão de que, embora as taxas de empreendedorismo no Brasil tenham aumentado entre 2014 e 2015, se comparadas aos últimos anos da pesquisa no Brasil, estas foram mais impactadas pelo empreendedorismo por necessidade, principalmente, entre os empreendedores nascentes.

1.2.2 Mentalidade empreendedora no Brasil

Em geral, os brasileiros são favoráveis à atividade empreendedora e tem uma visão positiva a respeito dos indivíduos envolvidos com negócios próprios. Isso pode ser constatado pelo fato de que, em 2015, entre 70% e 80% dos brasileiros concordam que abrir um negócio é uma opção desejável de carreira, valorizam o sucesso dos empreendedores e acompanham na mídia histórias sobre empreendedores bem sucedidos. Ter o próprio negócio continua figurando entre os principais sonhos dos brasileiros, sendo que a proporção observada em 2015 (34%) foi superior à de 2014 (31%).

Em relação a 2014, também aumentou a proporção de brasileiros que conhecem alguém que abriu algum negócio nos últimos dois anos (38% em 2014 e 52% em 2015). Por outro lado, os dados indicam que os brasileiros tornaram-se mais receosos com relação a se envolver na abertura de um novo negócio.

Observa-se uma redução na proporção daqueles que enxergam oportunidades no ambiente em que atuam (56% em 2014 e 42% em 2015), assim como entre os que afirmam não ter medo de fracassar (61% em 2014 e 50% em 2015).

Em última análise, como o Brasil tornou-se um país de grandes oportunidades de negócios em todos os setores, tudo leva a crer que hoje e nas próximas décadas, continuará sendo um campo fértil para investimentos não especulativos de capitalistas nacionais e estrangeiros, bem como para empreendedores de pequeno, médio e grande porte.

Tabela 2 - Percentual da população de 18 a 64 anos segundo a mentalidade empreendedora

Mentalidade	Brasil		Variação
	2014	2015	
Afirmam que desejam ter seu próprio negócio.	31,4	34,5	∧
Afirmam conhecer pessoalmente alguém que começou um novo negócio nos últimos 2 anos.	37,7	51,7	∧
Afirmam perceber, para os próximos seis meses, boas oportunidades para se começar um novo negócio nas proximidades onde vivem.	55,5	42,4	∨
Afirmam ter o conhecimento, a habilidade e a experiência necessários para iniciar um novo negócio.	50,0	58,3	∧
Afirmam que o medo de fracassar não impediria que começassem um novo negócio.	60,9	50,5	∨
Concordam que no Brasil a maioria das pessoas preferiria que todos tivessem um padrão de vida parecido.	...	76,4	–
Concordam que no Brasil a maioria das pessoas considera que abrir um negócio é uma opção desejável de carreira.	...	77,7	–
Concordam que no Brasil aqueles que alcançam sucesso ao iniciar um novo negócio têm status perante a sociedade.	...	80,1	–
Concordam que no Brasil, a mídia apresenta, com frequência, histórias sobre novos negócios bem sucedidos.	...	69,6	–

Fonte: GEM Brasil (2015)

1.2.3 Avaliação dos especialistas sobre empreender no Brasil

Na avaliação dos especialistas sobre as condições que favorecem a atividade empreendedora no Brasil, as citações estão relacionadas à capacidade empreendedora do povo brasileiro (54%), ao acesso a informações sobre empreendedorismo em canais multimídia (31%) e às políticas governamentais de estímulo à atividade empreendedora (19%).

A criatividade e a resiliência são citadas como características dos brasileiros que favorecem o empreendedorismo, mesmo em uma conjuntura marcada pela incerteza.

Na opinião dos especialistas, há no Brasil amplo acesso a informação sobre negócios e empreendedorismo. Há conteúdo de qualidade gratuito disponível na internet, além de variados eventos e organizações de fomento e apoio ao

empreendedorismo, o que tem contribuído para a disseminação do conhecimento, favorecendo a minimização de riscos do negócio.

Os especialistas também citam como condição favorável para empreender as políticas governamentais implementadas na última década, que compreendem a instituição do SIMPLES, do MEI e, mais recentemente, do Programa Bem Mais Simples. O objetivo principal desses programas é reduzir a burocracia, principalmente para abertura e fechamento de empresas e simplificar o sistema de arrecadação de tributos.

Os especialistas convidados também citam o aumento significativo de iniciativas relacionadas ao empreendedorismo e o surgimento de incubadoras, aceleradoras, organizações não governamentais e outras organizações que fortalecem o ecossistema empreendedor.

Por outro lado, políticas governamentais (54%), educação e capacitação (49%), custos do trabalho, acesso e regulamentação (34%) e apoio financeiro (28%), dentre outros, são as condições proporcionalmente mais citadas como limitantes à atividade empreendedora, conforme demonstrado no Gráfico 3.

Gráfico 3 – Especialistas avaliando o Brasil segundo os fatores limitantes e favoráveis à atividade empreendedora



Fonte: GEM Brasil (2015)

No caso das políticas públicas, que é citada tanto como condição favorável (19%), quanto limitante (54%), os especialistas apontam melhoras consistentes nos últimos anos, mas ainda é considerada a principal condição limitante ao empreendedorismo no Brasil.

De acordo com os especialistas faltam políticas públicas adequadas às necessidades dos empreendedores e há excesso de burocracia para abertura, funcionamento e encerramento dos negócios.

Os negócios também enfrentam problemas como a alta carga tributária e complexidade da legislação brasileira que aumentam os custos de operação e tornam os negócios menos competitivos.

Por sua vez, o apoio financeiro é citado como condição limitante em função do alto custo do capital e inadequação das linhas de crédito disponíveis, a exemplo da exigência de garantia real para obtenção de empréstimos e da burocracia.

Também mencionam a necessidade de desenvolvimento de formas alternativas de financiamento como as associações de investidores anjo, instituições de microcrédito e financiamento público.

Quanto às propostas dos especialistas para a melhoria das condições para empreender no Brasil, os temas se concentram em aspectos relacionados à educação e capacitação (49%), seguidos das políticas governamentais (41%) e apoio financeiro (24%).

As recomendações para educação e capacitação propõem que o empreendedorismo seja disciplina transversal e esteja presente em todos os níveis educacionais, do básico ao superior, fazendo uso das tecnologias da informação.

A melhora na educação e capacitação passa, segundo as recomendações dos especialistas, pelo fortalecimento do ecossistema empreendedor, que é formado por incubadoras, aceleradoras, laboratórios de empresas, dentre outros.

Para a melhoria das condições relacionadas a políticas governamentais, os especialistas listam iniciativas como a simplificação da legislação trabalhista e tributária, desburocratização de procedimentos administrativos e desenvolvimento de iniciativas (programas) de estímulo ao empreendedor nos primeiros anos de vida.

No que se refere ao apoio financeiro, as propostas focaram a necessidade de adequação das linhas de crédito à realidade dos empreendedores, principalmente pela flexibilização da exigência de garantias reais, concessão de crédito pela análise do perfil do empreendedor e potencial do negócio e desburocratização.

Também foi sugerido o desenvolvimento do mercado de capital de risco, incentivos fiscais para investimentos privados em novos negócios e o desenvolvimento de micro finanças, como alternativas aos canais tradicionais.

1.3 O Empreendedorismo no contexto econômico

1.3.1 O impacto do empreendedorismo na economia

THORNTON (1999) divide a literatura em empreendedorismo em duas escolas: a perspectiva da demanda e a da oferta. Nas suas palavras:

"A escola da oferta focaliza a disponibilidade de indivíduos para desempenhar papéis de empreendedores; enquanto que o lado da demanda, o número e a natureza dos papéis empresariais disponíveis para serem preenchidos. [...] A escola da perspectiva da oferta examina empreendedorismo através da análise das características individuais dos empreendedores, especificando mecanismos potenciais para mudança, enquanto a perspectiva da demanda enfatiza o puxa/empurra do contexto" (THORNTON, 1999, p. 2).

O empreendedorismo como um modelo de gestão orgânico e adaptativo favorece a criatividade, a flexibilidade e a independência. Um modelo onde prevalece o desenvolvimento de expectativas, de metas e planos de ação; a sugestão, a tentativa, a experimentação e a criação; e a recompensa pelos atos empreendidos (KAST; ROSENZWIEG, 1980).

Kwasnicka (1995) o resume como um processo no qual um indivíduo cria, dirige, mantém, opera e controla um empreendimento buscando a obtenção de resultados específicos, desenvolvendo ou adquirindo competências que levem à geração de valor para os clientes, os funcionários e os acionistas.

Ferreira; Reis e Pereira (2002) interpretam o empreendedorismo como a disposição de instituir negócios que geram empregos; de satisfazer alguma necessidade com a exploração de oportunidades e de manter a inovação sistemática no negócio, diferenciando-o e mantendo-o competitivo.

Drucker (2002) ressalta a diferença entre a administração empreendedora e a tradicional enfatizando que a primeira necessita se especializar em administrar os novos negócios criados; a segunda já sabe como administrar o seu ramo de negócio, contudo, precisa aprender a ser empreendedora e estar constantemente inovando visando a sua sobrevivência e prosperidade num período de mudança. Reconhece que o foco nas oportunidades cria uma receptividade para o empreendedorismo.

O empreendedorismo fornece condições para que as pessoas busquem as oportunidades estimulando o trabalho em equipes polivalentes, quebrando algumas normas e regulamentos e estimulando a capacidade criativa. Identificar, capturar, desenvolver e implantar novas oportunidades (DRUCKER, 2008).

A ênfase do empreendedorismo é na inovação e; a sua matéria prima, a oportunidade. O novo antecipa a obsolescência de bens e serviços e é oriundo das transformações tecnológicas de um cenário volátil e dinâmico. A inovação é o ato que contempla os recursos com a nova capacidade de criar riquezas. Não existe algo chamado de recurso até que o homem encontre um uso para alguma coisa na natureza e assim o dote de valor econômico (DRUCKER, 2008, p. 39).

Tornar-se receptiva, desejar e conquistar a inovação resguarda a empresa do envelhecimento e do declínio. Todo organismo precisa eliminar seus produtos residuais ou se envenena. Ter ciência de que os produtos atuais são substituídos dentro de um prazo programável deixa as pessoas focadas na inovação e ávidas por coisas novas, reconhece Drucker (2008, p. 211-212).

Nesse contexto, para Dornelas (2008) o empreendedorismo adota a inovação como parte essencial da rotina; e a norma, como base para a segurança de todo empreendimento ficando todos envolvidos no esforço da inovação. Esta, tida como o melhor caminho para defender e perpetuar o empreendimento. A inovação demanda alterações em como aplicar os recursos e orienta a criação de novas habilidades empresariais.

O referencial teórico para analisar o impacto do empreendedorismo no crescimento econômico fundamenta-se em Schumpeter (1961) e na teoria do crescimento endógeno (WENNEKERS; THURIK, 1999).

Nas primeiras décadas do século 20, havia intensa atividade empreendedora de pequenos negócios no capitalismo europeu e norte-americano, quando Schumpeter publicou em 1911 a sua *Teoria do Desenvolvimento Econômico*.

A teoria do crescimento endógeno destaca o papel do capital humano e da inovação na determinação do crescimento econômico, sem, todavia, explicitar o papel do agente empreendedor. É o que procuram fazer Audretsch et al. (2006) ao formalizar uma *Teoria do Empreendedorismo pelo Transbordamento do Conhecimento (Knowledge Spillover Theory of Entrepreneurship)*.

Esta teoria pressupõe que o novo conhecimento e as novas idéias criadas nos laboratórios de pesquisa de uma grande empresa ou de uma universidade, mas não aproveitadas comercialmente pela instituição que as criou, geram oportunidades empreendedoras. Portanto, o empreendedorismo é uma resposta endógena aos investimentos em conhecimento que não foram completamente apropriados pelas empresas estabelecidas.

Desta teoria, Audretsch et al. (2006) formularam a sua hipótese de crescimento econômico: níveis mais altos de crescimento econômico devem resultar de maior atividade empreendedora, uma vez que o empreendedorismo serve como mecanismo para facilitar o transbordamento e a comercialização do conhecimento.

A hipótese recebeu apoio empírico em teste aplicado no universo de 327 condados da Alemanha: o empreendedorismo – medido pelo número de empresas nascentes numa região em relação à sua população, é um fator chave para explicar o desempenho econômico regional. Nas regiões onde há mais empreendedorismo, o produto interno bruto e sua variação são maiores.

O argumento de que a importância do empreendedorismo pode ser diferente, dependendo do estágio de desenvolvimento do país, recebeu uma contribuição recente num modelo schumpeteriano elaborado e testado por Aghion e Howitt (2005).

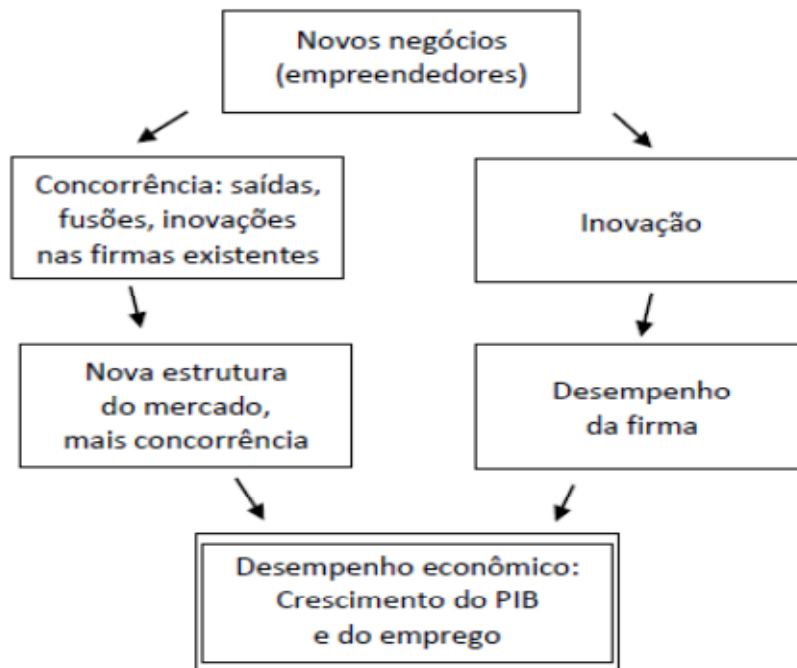
A ideia é que mais entradas ou ameaças de entrada no mercado levam a mais inovação e aumento de produtividade, não somente porque estes são resultados diretos de inovações de qualidade dos novos entrantes, mas também porque a ameaça de serem desalojadas por um potencial entrante dá às empresas estabelecidas um incentivo para inovar e impedir a entrada de concorrentes.

Uma conclusão empírica do modelo é que a entrada tem efeito positivo maior sobre o crescimento em setores ou países que estão mais perto da fronteira tecnológica, mas um efeito positivo menor em setores ou países que estejam bem abaixo da fronteira, como é o caso do Brasil.

Os empreendedores iniciam seus negócios no mercado, introduzindo uma inovação na definição mais ampla de Schumpeter (1961), a qual inclui um novo bem ou nova qualidade de bem, novo método de produção, a abertura de novo mercado, nova fonte de suprimento de matérias primas e nova organização de qualquer setor de atividade.

Barros e Pereira (2008) abordam a relação entre a atividade empreendedora e o desempenho econômico de países ou regiões, mas destacam que é preciso buscar definições operacionais dessas variáveis nas bases de dados disponíveis.

A Figura 2 apresenta um referencial analítico sobre as relações entre empreendedorismo e desempenho econômico.

Figura 2: Empreendedorismo e desempenho econômico

Fonte: Barros e Pereira (2008)

É a capacidade, o ímpeto e a inovação dos empreendedores que, conjuntamente, ampliam o impacto do setor privado amplamente constituído. As ações do empresariado abrangem as diretivas de gestores que operam em todos os tipos de empresas e essas impactam diretamente na vida da comunidade.

Segundo os autores, há pelo menos, quatro medidas de empreendedorismo:

- a primeira considera o número de trabalhadores por conta própria ou de proprietários de empresas;
- a segunda focaliza somente os novos negócios;
- a terceira incorpora à segunda medida os empreendedores no processo de criação do novo negócio: o empreendedorismo nascente na definição do GEM; e
- a quarta medida de empreendedorismo é a participação das pequenas empresas na produção ou no emprego.

Com ou sem inovação, a criação de um novo negócio aumenta a concorrência e pode provocar a saída de empresas do mercado ou a reação das empresas existentes através de fusões ou outras novidades.

Uma nova estrutura do mercado emerge resultando em maior eficiência e dinamismo econômico, traduzidos nos indicadores de valor adicionado (produto interno bruto) e de níveis de emprego.

1.3.2 Gestão empreendedora no Governo do Distrito Federal

De acordo com Viana; Oliveira e Martins (1995), a consolidação da cidade de Brasília até sua constituição como metrópole regional deve ser entendida no contexto da dinâmica da ocupação do território do Distrito Federal e das peculiaridades desse processo.

A forma urbana concreta que emerge apresenta-se como resultado não apenas do projeto inicial de Lúcio Costa - posteriormente tombado como Patrimônio Cultural da Humanidade, mas também, das políticas públicas, do planejamento urbano e dos impactos que esses provocam sobre a reprodução da sociedade e do espaço.

Assim, a cidade define-se tanto como um produto resultante de um processo político, social e historicamente construído no âmbito da nação brasileira quanto da história do lugar, especializando seus conflitos, contradições e lutas sociais.

Ainda segundo os autores, a Cidade de Brasília constitui-se na totalidade do conjunto dos núcleos urbanos que formam o Distrito Federal: uma área central - o Plano Piloto; cercado pelas cidades periféricas (núcleos urbanos), atualmente denominadas Regiões Administrativas (RAs). Para avaliar os impactos sociais e territoriais gerados pelas mudanças oriundas do novo modelo tecnológico-empresarial, é preciso compreender a sua evolução.

A Capital com fama de cidade dos concursos públicos está sendo tomada pelo potencial de novos empreendedores. Dois fatores contribuem para esse cenário em Brasília: o alto PIB *per capita* e a taxa de sobrevivência das micro e pequenas empresas – taxa de continuidade da empresa após os dois primeiros anos de abertura, que é de 75% superando a média nacional, de 73,1%. Essas características reforçam uma mudança no perfil empreendedor do Distrito Federal e mostram uma maior segurança para as empresas.

O cenário das instituições de ensino superior da cidade mostra uma tendência em relação aos cursos mais procurados por aqueles que se preparam para entrar no mercado de trabalho. De acordo com especialistas em planejamento estratégico, empreendedorismo e globalização, Brasília vive um momento de grandes perspectivas de crescimento com destaque para os segmentos de Tecnologia, Construção Civil, Gestão de Negócios e Saúde.

Na opinião de Penna (2000, p.131), o governo acertou quando desenvolveu estratégias fundamentais para o envolvimento e a co-responsabilidade da

sociedade. Tal circunstância fez emergir o vínculo entre a elaboração da política urbana de Brasília e a socialização contraditória das forças produtivas e das relações de produção. Se as formas e conteúdos da urbanização foram antes formas da divisão socioespacial do trabalho, o processo urbano evidencia a contradição entre as necessidades exigidas pelo modo capitalista de reprodução para a cidade – por exemplo: qualidade de vida, inovação e coesão social; e leis de acumulação do capital.

Em 2015, podemos elencar ao menos duas ações governamentais que se destacaram positivamente para o estímulo e crescimento do empreendedorismo na região:

a) Criação do Comitê Gestor de Empreendedorismo:

O grupo é coordenado pela Secretaria do Trabalho e do Empreendedorismo e tem o objetivo de planejar e promover uma política pública de empreendedorismo mais abrangente. A finalidade do colegiado é criar condições igualitárias para estimular o crescimento das empresas e promover políticas públicas que complementem ações existentes e interajam com elas.

Entre suas competências estão a busca de mecanismos que identifiquem os potenciais empreendedores no DF e o incentivo ao empreendedorismo por meio do microcrédito.

A Universidade de Brasília (UnB) e o SEBRAE foram convidados a participar do comitê indicando membros representantes.

b) Parceria entre IES e SEBRAE:

O SEBRAE promulga anualmente um edital de chamada pública para apoiar a oferta de educação empreendedora em Instituições de Ensino Superior (IES). Por meio do edital é possível a oferta de soluções educacionais do SEBRAE aos estudantes, além do uso de metodologias e atividades das próprias IES na área.

Já foram atendidos mais de 115 mil estudantes em diversas atividades de promoção da cultura empreendedora com 95 projetos aprovados que receberam do SEBRAE recursos na ordem de dez milhões de reais.

O Programa Nacional de Educação Empreendedora (PNAD) disponibiliza também uma metodologia já sistematizada para a oferta da disciplina empreendedorismo, que pode ser repassada às IES por meio da capacitação de professores e concessão de materiais.

1.4 O Ensino do empreendedorismo

A origem do ensino do empreendedorismo está associada aos cursos de administração de empresas como uma necessidade prática (LAVIERI, 2010).

No século XX o empreendedor passou a ser alvo de estudos de outros campos do saber, de modo especial, de administradores, psicólogos e sociólogos que atribuíram outros significados ao empreendedorismo e enalteceram o comportamento empreendedor dos indivíduos.

Em 1947, o professor Myles Mace, em *Harvard Business School*, oferece o primeiro curso de empreendedorismo chamado de *Management of New Enterprises* para 600 alunos do segundo ano do MBA em Administração. Em fevereiro de 1947, 188 estudantes começam o curso. Um pouco mais tarde, em 1953, Peter Drucker agrega ao ensino de empreendedorismo o conceito de inovação e inicia o curso *Entrepreneurship and Innovation*, na *New York University* (KATZ, 2003).

A partir dos anos de 1980, houve grande expansão do empreendedorismo no campo educacional com o desenvolvimento de várias pesquisas (DRUCKER, 1986; FILION, 1999) em diversos países (Estados Unidos, Canadá, França), principalmente nas áreas das ciências humanas e gerenciais. Essas pesquisas trataram de temas como: características comportamentais de empreendedores, educação empreendedora, pesquisa empreendedora, pedagogia e cultura empreendedora, empreendedorismo e sociedade, empreendedorismo e pequenos negócios, novas oportunidades, desenvolvimento e gerenciamento de negócios, intraempreendedorismo, autoemprego, entre outros. Eram estudos direcionados à busca de estratégias para garantir o sucesso dos novos empreendimentos, acentuando a relevância da articulação entre escola/universidade e empresas.

Os cursos de administração no Brasil são ainda recentes se comparados com os europeus e americanos, sendo um reflexo da industrialização tardia que, mesmo ocupando 43% da mão-de-obra nacional em 1943, somente apresentou um rápido crescimento a partir da década de 50 do século passado (GORENDER, 1988). Naquela década, com a abertura do Brasil ao capital estrangeiro acentuou-se a necessidade de mão-de-obra especializada e, conseqüentemente, a profissionalização do ensino de administração.

No Brasil, o primeiro curso de empreendedorismo aconteceu em 1981 na Fundação Getúlio Vargas como disciplina – Novos Negócios – na especialização em Administração para Graduados, ministrada pelo professor Ronald Degen.

Em 1984, a Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da USP também ofereceu a disciplina. Ainda nesse ano, foi ministrado o primeiro curso de empreendedorismo no Departamento de Ciência da Computação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

No ano 1990, pôde-se notar uma grande expansão dos cursos de administração existindo, no final do ano 2000, mais de 1940 cursos com 110 habilitações, representando cerca de 10% do total de alunos de graduação do Brasil. Uma das conseqüências possíveis desse significativo aumento é a maior discussão sobre empreendedorismo, que era entendido como uma subárea da administração e vem sendo estruturado como um campo específico do conhecimento, porém ainda em construção dos seus conceitos (SHANE e VENKATARAMAN, 2000).

Em maio de 1992, a Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) criou a Escola de Novos Empreendedores (ENE) com a missão de promover ações de intercâmbio com a sociedade que resultassem na criação, desenvolvimento e consolidação de uma cultura empreendedora. No mesmo ano, o professor Sílvio foi responsável pelo desenvolvimento do curso de formação de empreendedores na Fundação Instituto de Administração (FIA). Foram formados 152 empreendedores com o apoio do SEBRAE que subsidiou as vagas dos participantes.

Em 1993, foi criada uma rede de ensino de empreendedorismo por meio do programa SOFTEX/CNPq (Associação para Promoção da Excelência do Software Brasileiro/) com o desenvolvimento de uma metodologia de ensino de empreendedorismo que atingiu mais de 100 departamentos de ensino de informática em 23 estados brasileiros e no Distrito Federal (ARAÚJO et al 2005).

Em 1995, com o apoio do SEBRAE e da USP, o professor Sílvio Santos, da FIA, elaborou uma coletânea denominada *“Criando o seu próprio negócio”*, considerada um marco na divulgação do empreendedorismo.

Em 1998, a ENE lançou o Programa de Empreendedorismo em Educação, direcionado ao ensino fundamental, reunindo profissionais e pesquisadores de múltiplas áreas de conhecimento, docentes e alunos do Curso de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, tendo por foco o empreendedorismo para as crianças.

Em 1999, foi criado na UFSC o Programa Engenheiro Empreendedor com o objetivo de oferecer cursos na área de empreendedorismo e de organizar concursos de planos de negócios para alunos das engenharias.

A partir de então, houve expressivo crescimento do ensino do empreendedorismo em diversas universidades e cursos.

Em 2011, na FGV de São Paulo, a disciplina chamada “Vivência Empreendedora” entrou na grade do Curso de Administração de Empresas após verificar, em pesquisa realizada pela instituição, que 25% de seus alunos formados em tal área abriam um negócio próprio. Essa disciplina eletiva foi voltada para o desenvolvimento de um plano de negócios.

Na Universidade Presbiteriana Mackenzie, a disciplina “Empreendedorismo e Inovação” é ministrada na Faculdade de Administração e possui em seu conteúdo programático: o empreendedorismo no Brasil e no mundo, o processo empreendedor, reconhecimento de oportunidades, inovação, plano de negócios, incubadoras, captação de recursos, parcerias, administração de um negócio, internet e intraempreendedorismo (MACKENZIE, 2012).

Em 2013, na USP, vale destacar duas disciplinas entre várias que foram oferecidas: a ministrada na Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade e a oferecida pela Agência USP, em parceria com o Instituto de Física, para todos os alunos da graduação (USP INOVAÇÃO, 2013).

Em 2014, o assunto foi estendido ao mestrado profissional com um curso específico na Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da FEA/USP.

Atualmente, é possível encontrar na base de dados SciELO inúmeros artigos sobre empreendedorismo ou empreendedor. Porém, quando se trata da educação empreendedora ou do ensino do empreendedorismo a produção ainda é ínfima. Este resultado evidencia a opinião de Novaes e Gil (2009), Nicolini (2000), Lavieri (2010), Dolabela (2000), Filion (2000), Hisrich e Peters (2004), Guerra e Grazziotin (2010) e Lopes (2010). Embora a atenção a respeito do assunto tenha crescido, a produção de conhecimento e, conseqüentemente sua discussão por parte dos personagens em torno dos quais se desenvolve toda a massa crítica - as IES, está longe de atender às demandas da sociedade como um todo.

O fenômeno da educação empreendedora tem sido objeto de estudo de diversos pesquisadores (VESPER e GARTNER, 1987; GIBB, 1993; CARLAND, 1998; GORMAN; HANLON; KING, 1997; ANDRADE e TORKOMIAN, 2001) e seus resultados formam um conhecimento parcial sobre sua relevância, métodos e conseqüências, sem no entanto, constituir um referencial delimitado sobre a melhor maneira de formar empreendedores.

1.4.1 Pressupostos mercadológicos

Os autores que estudam e defendem o empreendedorismo, principalmente no campo educacional, justificam sua importância na sociedade brasileira, notadamente em relação à geração de novos empregos; até porque, segundo dados oficiais, as microempresas são as responsáveis pela geração do maior número de empregos.

Um aspecto especialmente importante é que o empreendedorismo tecnológico vem levando à criação de empresas inovadoras, que tem sido o motor propulsor por trás das economias mais fortes do mundo. Todavia, existem algumas barreiras, conforme observa Araújo et al. (2005), tanto na macro, como na microesfera, que vem dificultando a expansão do empreendedorismo, tais como:

- políticas governamentais que impõem alta carga tributária;
- alto custo e dificuldade de acesso ao capital;
- elevados encargos trabalhistas e excesso burocrático-regulatório;
- sistema educacional insuficiente tanto para preparação de mão-de-obra quanto para desenvolvimento do espírito e das habilidades do empreendedorismo entre os estudantes;
- forte cultura de buscar um emprego na esfera pública e nas grandes empresas privadas;
- ausência de programas de apoio ao empreendedorismo;
- fraca integração entre as iniciativas empreendedoras existentes; e
- poucas informações sobre o tema.

A ideia de empreender, associada a auto-realização, é posta por Dolabela (2000) como forma de bem-estar de toda a sociedade. Empreender é apresentado como sinônimo de produção e distribuição de riquezas, sem nenhuma análise crítica a respeito das relações capitalistas de produção.

Para Melo (2012), quanto maior a hipercompetição entre a atividade manufatureira nacional e a indústria internacional, maior a urgência em aprimorar as variáveis que aumentam a competitividade da manufatura brasileira, principalmente a educação. Este cenário promove a convergência entre espírito empreendedor e educação e, no centro do palco, como protagonistas, as IES.

Romano (2000) destaca a necessidade de uma maior responsabilidade do setor educacional no sentido de dar respostas às mudanças que vem ocorrendo numa velocidade acelerada na sociedade atual.

Nesse sentido, deve formar profissionais não apenas contemporâneos com o conhecimento estabelecido, mas além deste paradigma, com competências para antecipar-se às demandas tecnológicas e sociais. O autor ainda afirma ser necessária e urgente a alteração da postura universitária em sua atuação na cooperação universidade-empresa, assim como, dos modelos pedagógicos adotados.

Santos (2002) propõe um modelo de apoio ao desenvolvimento dos reais empreendedores. Seu estudo aponta para o exercício da criatividade por parte dos estudantes para que possam inserir-se no mercado de trabalho.

Miranda (2002) procura enfatizar que a crise do mercado de trabalho leva muitas pessoas a empreender, no entanto, por não terem competências empreendedoras, logo vão ao fracasso. Neste sentido, se propõe a elaborar uma metodologia de ensino que auxilie o professor em sala de aula e que contribua para o surgimento de uma cultura empreendedora entre os alunos das escolas de educação profissional.

Calado (2008) defende que a educação incorpore os princípios do pensamento sistêmico e do Pacto Global das Nações Unidas, que derivam para a educação integral. Esse Pacto, por si só, é uma iniciativa voluntária que procura fornecer diretrizes para a promoção do crescimento sustentável e da cidadania através de lideranças corporativas comprometidas e inovadoras.

Segundo o autor, a sociedade está passando por transformações fundamentais, mais facilmente identificadas no local de trabalho. Mudanças nas carreiras, planos de cargos, introdução de novas tecnologias e serviços de terceirização são exemplos que constituem desafios ao modelo ultrapassado de educação superior para um novo ensino focado em negócios, particularmente nas áreas de Administração, Ciências Contábeis e Ciências Econômicas. Envolver nos debates todas as partes interessadas: empresas e organizações, governos, acadêmicos e jovens, também são iniciativas determinantes para superar antigos paradigmas, mesmo que gradualmente.

Calado (2008) entende que a profissão docente também enfrenta o desafio de oferecer educação de qualidade nos novos modelos do século XXI. Incluir nas atividades acadêmicas e currículos os valores da responsabilidade social e global apresentados em iniciativas internacionais é apenas parte da estratégia maior de mudança para que se possa atingir o objetivo principal, qual seja: desenvolver as

habilidades dos alunos para serem futuros geradores de valor sustentável para as empresas e a sociedade em geral e trabalhar para uma economia global inclusiva e sustentável.

Para isso, as instituições devem adotar a auto-regulação, onde as mais qualificadas (com selo de qualidade) sugerem as melhores práticas a serem adotadas e, os professores, por sua vez, sejam motivados com remuneração variável ao desempenho, maior treinamento e capacitação.

Também na educação profissional pode-se dizer que o empreendedorismo é um dos assuntos mais ressaltados nos últimos anos. Nela, o empreendedor é apresentado com possibilidade de ascender socialmente e superar a crise do mundo do trabalho, particularmente do emprego, o que desafia os educadores a compreenderem melhor os seus pressupostos.

Henrique e Cunha (2008, p. 121) enfatizam que a dificuldade de obter um emprego formal de qualidade no presente ambiente socioeconômico do país é uma estratégia de guerra para sua população.

Os autores acrescentam que o ensino do empreendedorismo se multiplica, abandona sua fase original, revigora-se nas diversas áreas do conhecimento e nos mais relevantes centros de graduação e pós-graduação do país e está em franco processo de valorização, conclui Lavieri (2010, p. 12).

Segundo Andreassi e Fernandes (2010), a diminuição da quantidade de oportunidades de trabalho ofertadas pelas grandes organizações; o crescimento das horas trabalhadas; a migração de pessoas em busca de qualidade de vida das grandes cidades para as pequenas e médias cidades do interior e a inspiração nos modelos de indivíduos que constroem empreendimentos a partir de ideias inovadoras despertou o interesse das escolas para o ensino do empreendedorismo como método de atração e retenção de aluno.

Da mesma forma, Hisrich e Peters (2004) responsabilizam o reconhecimento da função essencial das micro e pequenas empresas na geração de empregos e na inovação e a percepção de que as grandes empresas não proporcionam um espaço para a realização pessoal.

Percebe-se que a educação empreendedora pode focar a formação do indivíduo ou naquele que se interessa por uma oportunidade e que estaria numa fase anterior à criação de um negócio; pode, ainda, voltar-se para os que já estariam na fase de criação de um empreendimento e, até mesmo, para aqueles que estão

em fases posteriores à criação e que estão preocupados com as estratégias para permanecer ativo ou expandir o negócio (LOPES, 2010, p. 25).

Segundo Guerra e Grazziotin (2010) essa valorização acontece no curso de Administração e, fundamentalmente, nos cursos referidos às novas tecnologias pressionados pelas mudanças em todos os setores do mercado de trabalho e pelo crescimento da relevância da micro e da pequena empresa no panorama mundial.

Diante disso, órgãos governamentais e não governamentais, universidades e escolas, entidades de classe e demais instituições estão se aproximando para incentivar o comportamento empreendedor em face, essencialmente, da sua relação com o desenvolvimento regional, relatam Schmidt e Bohnenberger (2009).

Estas diversas movimentações acerca do empreendedorismo, bem como o volume de recursos investidos neste sentido, direcionam o olhar acadêmico para a exploração da educação empreendedora.

Novaes e Gil (2009, p.151) advertem que as múltiplas manifestações de empreendedorismo indicam a necessidade de novas abordagens acerca do fenômeno empreendedor que possibilitem o entendimento do processo empreendedor com base na experiência de vida e nas representações das pessoas.

A pesquisa no Brasil aponta barreiras para o desenvolvimento da atividade empreendedora, descreve a falta de fatores favoráveis à abertura de pequenos negócios e sugere uma série de propostas para dinamizar o empreendedorismo nacional.

Desse elenco de propostas constam a redução da burocracia, acesso ao crédito, diminuição dos custos tributários e trabalhistas, melhoria do sistema de informações relativas à abertura e condução dos negócios e educação voltada para o empreendedorismo.

1.4.2 Pressupostos pedagógicos

Confrontando-se com o ideário de Dolabela, Mészáros (2005), destaca que a educação não é um negócio; não é uma mercadoria, é criação. Nesse sentido, a qualificação não deve ser voltada estritamente para o mercado, mas para a vida. Deve ajudar na superação da lógica desumanizadora do capital, que tem no individualismo - essência do empreendedorismo, o lucro e na competição, os seus fundamentos. O essencial é, portanto, que os processos de internalização dos indivíduos os impeçam de internalizar como suas as metas de reprodução

objetivamente possível do capital, sustentadas na proposta da pedagogia empreendedora, mas que a educação vá para além do capital.

Segundo Delors (1998), a prática pedagógica deve preocupar-se em desenvolver quatro aprendizagens fundamentais, que serão para cada indivíduo, os pilares do conhecimento: **aprender a conhecer** indica o interesse, a abertura para o conhecimento que verdadeiramente liberta da ignorância; **aprender a fazer** mostra a coragem de executar, de correr riscos, de errar mesmo na busca de acertar; **aprender a conviver** traz o desafio da convivência que apresenta o respeito a todos e o exercício de fraternidade como caminho do entendimento e; finalmente, **aprender a ser**, que talvez, seja o mais importante por explicitar o papel do cidadão e o objetivo de viver.

Os pilares são quatro e os saberes e competências a se adquirir são apresentados aparentemente divididos. Essas quatro vias não podem, no entanto, dissociar-se por estarem comprometidas com a formação holística do indivíduo.

O autor aponta como principal consequência da sociedade do conhecimento a necessidade de uma aprendizagem continuada (por toda a vida), fundamentada nesses quatro pilares.

A seguir, é apresentada uma síntese dos quatro pilares para a educação no século XXI:

Aprender a conhecer – É necessário tornar prazeroso o ato de compreender, descobrir, construir e reconstruir o conhecimento para que não seja efêmero, para que se mantenha ao longo do tempo e para que valorize a curiosidade, a autonomia e a atenção permanentemente. É preciso também pensar o novo, reconstruir o velho e reinventar o pensar.

Aprender a fazer – Não basta preparar-se com cuidados para inserir-se no campo do trabalho. A rápida evolução por que passam as profissões pede que o indivíduo esteja apto a enfrentar novas situações de emprego e a trabalhar em equipe, desenvolvendo espírito cooperativo e de humildade na reelaboração conceitual e nas trocas, valores necessários ao trabalho coletivo. Ainda, ter iniciativa e intuição, gostar de certa dose de risco, saber comunicar-se e resolver conflitos e ser flexível. Aprender a fazer envolve uma série de técnicas a serem trabalhadas.

Aprender a conviver – No cenário atual, é valorizado quem aprende a viver com os outros, a compreendê-los, a desenvolver a percepção de interdependência,

de administrar conflitos, participar de projetos em equipe, a ter satisfação no esforço comum.

Aprender a ser – É importante desenvolver sensibilidade, sentido ético e estético, responsabilidade pessoal, pensamento autônomo e crítico, imaginação, criatividade, iniciativa e crescimento integral da pessoa em relação à inteligência. A aprendizagem precisa ser integral, não negligenciando nenhuma das potencialidades de cada indivíduo.

Com base nessa visão dos quatro pilares do conhecimento, pode-se prever grandes consequências na educação. O ensino-aprendizagem voltado apenas para a absorção de conhecimento e que tem sido objeto de preocupação constante de quem ensina deverá dar lugar ao ensinar a pensar, saber comunicar-se e pesquisar, ter raciocínio lógico, fazer sínteses e elaborações teóricas, ser independente e autônomo; enfim, ser socialmente competente.

Uma educação fundamentada nos quatro pilares acima elencados sugere alguns procedimentos didáticos que lhe seja condizente, como:

- relacionar o tema com a experiência do estudante e de outros personagens do contexto social;
- desenvolver a pedagogia da pergunta;
- proporcionar uma relação dialógica com o estudante;
- envolver o estudante num processo que conduz a resultados, conclusões ou compromissos com a prática;
- oferecer um processo de auto-aprendizagem e co-responsabilidade no processo de aprendizagem; e
- utilizar o jogo pedagógico com o princípio de construir o texto.

O Discurso sobre o empreendedorismo se tornou lugar comum e permeia as propostas e políticas para a formação dos trabalhadores, principalmente da juventude em diversos continentes.

Na América Latina, a manifestação de maior abrangência em prol do empreendedorismo na educação foi feita pela Oficina Regional de Educação para América Latina e o Caribe (OREALC) da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), anunciada no Projeto Regional de Educação para a América Latina e o Caribe – PRELAC, que incluiu o **aprender a empreender** como um quinto pilar aos quatro anteriormente estabelecidos em 1996, pelo Relatório Delors da Comissão para a Educação no século XXI da Organização

das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (DELORS, 1999). Esse pilar visa fornecer conhecimentos sobre o perfil empreendedor por meio da transmissão de conceitos sobre mercado, finanças e empreendedorismo. Entende-se que o indivíduo na escola tem que aprender a empreender e tornar-se um empreendedor em consonância com o mercado. Seu acréscimo justifica-se no fato de que o mundo do futuro exigirá cada vez mais dos graduados universitários a capacidade de gerar empregos e riqueza, retribuindo assim à sociedade que lhes proporcionou educação e lhes permitiu acesso aos postos que ocupam.

Discussões sobre o ensino de adultos são permeadas de questionamentos acerca do perfil do empreendedor. Dornelas (2007), a partir de uma pesquisa com 400 empreendedores, destaca que existem vários tipos de empreendedores, entre eles o nato e o que aprende quando adulto.

Outros autores como Honig (2004), Kuratko (2004), Politis (2005), Rae (2004) e Vanevenhoven (2013) também acreditam na possibilidade de se ensinar o empreendedorismo, voltando seus esforços de pesquisa para o entendimento de como se ensina. Kuratko (2004, p.12) também concorda com a possibilidade de ensino. Inclusive, considera obsoleto esse questionamento.

Ronstadt (1987) colocou a questão mais relevante em matéria de educação empreendedora: o que deve ser ensinado e como deve ser ensinado.

1.4.3 Considerações sobre as IES

O conceito de empreendedorismo convive com qualquer sistema econômico porque diz respeito à natureza humana (DOLABELA, 1999c). Nesse contexto, o empreendedor se encaixa em qualquer campo, na pesquisa, no ensino, no emprego ou na empresa. A universidade assume papel fundamental em virtude de seus paradoxos, que a faz ao mesmo tempo criar o germe da mudança e resistir a si mesma.

Corroborando com o ponto de vista de Dolabela (1999a), Volker (2001) afirma que capacitar uma pessoa para produzir conhecimento, pesquisá-lo, acumulá-lo e manejá-lo é dar condições a essa pessoa de participar efetivamente da riqueza mundial, é um modo de torná-la rica.

O mesmo autor reforça o seu pensamento quando diz que capacitar uma pessoa para a comunicação, para as interações, para as inter-relações, para as redes e para serem inovadoras é uma forma de capacitá-las para a riqueza.

Continuando, afirma que empreender é a capacidade de uma pessoa de gerar riquezas. Assim, ser empreendedor ganha vários sentidos se entendermos riqueza como conhecimento, comunicação, inovação, ética, caráter, entre outros.

Hashimoto (2013) lista quatro aspectos que traduzem motivos para desenvolver centros de empreendedorismo dentro de instituições de ensino e que possuem importância para a aprendizagem empreendedora como um todo:

- 1) não se aprende empreendedorismo somente em sala de aula, muitas competências empreendedoras precisam ser vivenciadas para serem adquiridas;
- 2) o empreendedorismo não se limita mais à criação de novas empresas, passou a ser uma competência cada vez mais valorizada pelo mercado de trabalho;
- 3) possibilita um envolvimento maior da comunidade local com a academia, pelas empresas geradas ou pelo relacionamento no ecossistema empreendedor;
- 4) ex-alunos de empreendedorismo que se tornaram empreendedores bem sucedidos são mais suscetíveis e favoráveis a apoiar o desenvolvimento de novos empreendedores.

Pelo apresentado por Hashimoto (2013), pode-se inferir que atualmente o ensino de empreendedorismo não busca apenas o conhecimento necessário para a abertura de um novo negócio, mas de forma mais holística e indo ao encontro da abordagem cognitivista defendida por Neck e Greene (2011) - voltar-se ao pensamento empreendedor com o desenvolvimento de determinadas competências.

Nicolini (2000, p. 96) sustenta que o cenário ainda não é satisfatório. Para o autor, a lógica do ensino atual segue a mesma lógica do ensino da administração: a visão de sistema fechado. As instituições compartimentam o estudo das áreas e matérias que compõe a formação, instalando divisórias entre elas e impedindo a todos observar a integração e a interdisciplinaridade do assunto.

Segundo Lavieri (2010), os egressos, principalmente dos cursos de Administração, têm pouca capacidade de raciocinar a organização como um todo e são despossuídos da flexibilidade hoje requerida. Saem informados e não formados, completa Nicolini (2000).

Para que as faculdades não entreguem seus egressos a um mercado implacável como este, Henrique e Cunha (2008, p. 21) defendem a criação de uma metodologia de ensino do empreendedorismo em que os envolvidos não se sintam intimidados em ultrapassar os limites das salas de aula em virtude de tais adversidades.

O caminho para a inovação e para enfrentar a redução de empregos proveniente da nova realidade global passa, obrigatoriamente, pelas micro e pequenas empresas. Entretanto, as IES brasileiras precisam se preparar para o ensino do empreendedorismo.

Nesse cenário de imprecisão, de ausência de padrões e de soluções definitivas para os problemas e dificuldades pertinentes ao processo de empreender, as recomendações assinalam a necessidade de adoção de métodos de ensino que possam ser classificados como ativos e vivenciais, em que a participação do discente no processo de ensino/aprendizagem seja permanentemente exigida para que resultados de formação de competências para iniciativas autônomas, criatividade, persistência e inovação possam ser desenvolvidas.

Para Thorton (1999), dentro da sua tipologia, a perspectiva da oferta privilegia estudar e avaliar os traços e características individuais que compõem o perfil empreendedor, enquanto o lado da oferta contempla elementos do contexto que possam atuar como propulsores ou restritivos ao processo de criação de empresas. Na sua visão, a abordagem pelo lado da demanda compõe-se de muitas alternativas de análise tais como a geração de novas empresas através do estímulo de grandes e maduras organizações (*spin-offs*), políticas públicas de incentivo ao empreendedorismo, mudanças tecnológicas, desenvolvimento de novos mercados, para citar os principais.

É nessa segunda vertente que o ensino na universidade pública pode contribuir para mapear o contexto e desenvolver capacidades empreendedoras.

Cooper (1993) compartilha da mesma opinião e acrescenta que a diversidade e pluralidade de negócios, bem como as amplitudes dos objetivos empresariais, dificultam a construção de molduras teóricas mais normativas e prescritivas para o sucesso empresarial.

Volker (2001) defende uma universidade que valorize a importância de ensinar aos alunos a gerar riquezas no sentido plural, desde a monetária até a ambiental, passando pela comunicacional, a inovativa, a do conhecimento e, evidentemente, a dos valores éticos.

Assim, os autores apontam que a educação deve ter um destaque especial, deve se preocupar com a melhoria geral no sistema de ensino e introduzir disciplinas e conteúdos específicos de empreendedorismo principalmente na educação superior.

Diversos estudos tentam propor ou avaliar práticas adequadas para este tipo de educação. Nesta linha, pode-se destacar o trabalho de Gorman, Hanlon e King (1997) que, ao fazerem uma revisão da literatura, notam a necessidade de distinção entre educação empreendedora, empresa e gestão de pequenos negócios, diferenciando-os da abordagem tradicional.

No Brasil, de acordo com Filion (2000), apesar das grandes dificuldades de se desenvolver o empreendedorismo, o movimento para o ensino dessa disciplina, iniciado há alguns anos, é um passo a caminho da criação de uma cultura empreendedora que dará suporte ao processo de desenvolvimento econômico.

Ramos e Ferreira (2004), em pesquisa comparativa sobre as práticas de 3 IES americanas e 21 brasileiras concluíram que o empreendedorismo, como campo de conhecimento, ainda apresenta-se em fase de construção de seus pressupostos, sendo necessários estudos empíricos que legitimem e validem seus conceitos.

Pode-se afirmar que o conceito de empreendedorismo está, atualmente, em processo de expansão para quase todas as disciplinas das Ciências Humanas (FILION, 1999).

Essa disseminação pode ser entendida, principalmente, como um processo de formação de atitudes e características e não apenas como uma forma de transmissão de conhecimento teórico (DOLABELA, 1999a).

De certo, o sucesso do empreendedorismo está relacionado à educação que, por sua vez, promove progresso e desenvolvimento para o conjunto da sociedade brasileira. Assim, para se compreender totalmente o fenômeno do empreendedorismo, é necessário que se conheça o processo de formação dos empreendedores, a fim de identificar e promover a melhor metodologia para esse tipo de educação.

1.4.4 Considerações sobre a docência

O ensino do empreendedorismo trata de um campo que envolve o conhecimento de várias disciplinas. Ser multidisciplinar envolve várias dificuldades, mas também pode ser um aliado do docente e da instituição de ensino.

Filion (1999) já vislumbrava que o empreendedorismo seria um aglutinador das ciências humanas, por ser um dos poucos assuntos que consegue atrair uma gama de especialistas variados. Por isso, uma das dificuldades é com relação à forma de se ensinar um conteúdo tão abrangente.

Um importante aspecto discutido por Hannon (2006) é o papel do docente de empreendedorismo que muitas vezes não direciona seus esforços no sentido de entender a arte e o propósito do ensino a adultos, em especial de empreendedorismo, por ser um tema multidisciplinar não estático, influenciado pelos valores tanto da cultura do país quanto dos docentes e discentes. Além disso, o professor deve estar preparado para discutir temas diversos de interesse de cada grupo, mutável a cada semestre, o que demanda um maior esforço quanto ao planejamento instrucional da disciplina.

Lopes (2010) reconhece que a metodologia precisa unir métodos tradicionais - a exemplo, o plano de negócios; e modernos - experimentação na efetiva criação de pequenas empresas, assessoramento a empreendedores e intercâmbio com a comunidade de negócios locais. Enfim, práticas que possibilitem os estudantes aprender vivendo situações mais próximas da realidade das empresas.

Filion (2000) alerta que os projetos pedagógicos do ensino fundamental ao superior são desenvolvidos apenas em função dos empregos existentes sem considerar a vontade de empreender do estudante. Para o autor, todo o sistema de educação é concebido como se os empregos esperassem pelas pessoas no fim do percurso (FILION, 2000, p.39).

Evangelista (2005, p.2) enfatiza a proposta da pedagogia empreendedora a partir dos pressupostos dos organismos internacionais.

Parece ficar claro que o que interessa é preparar uma nova mentalidade nos estudantes com um acréscimo, a de que com o uso da tecnologia e da comunicação eles poderão ingressar no mercado de trabalho. Isto, contudo, não significa necessariamente ter emprego, ou seja, que ele poderá participar como empreendedor.

Guerra e Grazziotin (2010, p. 72) criticam este sentido da educação acadêmica do país de formar reprodutores de tecnologia importada, fruto do legado do funcionalismo norte-americano, onde tudo está dirigido para a inclusão do ingressante como um dos elementos que fazem parte de um mecanismo.

Segundo Lavieri (2010, p.10), este panorama onde estão inseridas as IES brasileiras não corresponde às expectativas do empreendedorismo.

Para Lopes (2010), as práticas ofertadas ao aluno envolvido no desenvolvimento pessoal são mais cruciais do que os tópicos das matérias.

Do mesmo modo, Hisrich e Peters (2004) apontam que os atributos e os modelos de educação ofertados não promovem as habilidades específicas vitais à geração de um novo negócio.

Para os autores, as faculdades ensinam disciplinas e ferramentas gerenciais fragmentadas próprias àqueles que procuram emprego nas grandes empresas.

Argumentam, ainda, que os instrumentos próprios para enfrentar as circunstâncias que operam as pequenas e microempresas - meio ambiente dos empreendedores, são preteridos em favor dos instrumentos da administração corporativa, o plano de negócios e de conceitos gerenciais básicos.

Interessante notar que a definição anterior ainda volta-se ao desenvolvimento de novos negócios, mas não o direciona para um novo negócio.

Novos negócios, nesse caso, podem também ser em grandes corporações. Contudo, não há a preocupação no desenvolvimento de competências que preparem o jovem para a concorrência de uma boa posição no mundo empresarial, conforme destacado na pesquisa de Hill, Conger e Reader (2011).

Vesper (1987) propõe novos modelos conceituais englobando:

- a) incluir o agir como experiência didática, além do falar, ler e escrever;
- b) incentivar o contato com empreendedores;
- c) ter medições de resultados ligados a projetos que resultem em novos negócios;
- d) criar uma escola empreendedora;
- e) não limitar as experiências empreendedoras ao calendário escolar;
- f) contemplar a produção de projetos e sub-projetos de criação de empresas ao avaliar a instituição de ensino.

Para Jones e English (2004), o ensino do empreendedorismo volta-se para o aprendizado de habilidades que podem ser ensinadas e de comportamentos que devem ser desenvolvidos no indivíduo de forma a auxiliá-los na busca de negócios inovadores.

Após uma pesquisa de campo realizada na Tasmânia os autores concluem que os melhores estilos de ensino de empreendedorismo são aqueles que consideram a ação orientada, a experiência e a resolução de problemas.

Vale retomar também as perspectivas empreendedoras das abordagens teóricas apresentadas por Neck e Greene (2011).

Para os autores, a narrativa trabalha com a dialética entre o que é esperado e o que é produzido, por isso pode ser considerada como um instrumento de mudança

para entender o que ainda não é conhecido e ir ao encontro do que se promove com a educação. Essas abordagens do autor, constam no Quadro 2.

Quadro 2: Abordagens teóricas relacionadas ao ensino empreendedor

Abordagem	Descrição	Principal didática
Abordagem das características	- Foco nas características individuais. - Gera grupos disformes na sala de aula e deixa inúmeros aspectos relevantes sem explicação.	- aulas expositivas - empreendedores convidados
Abordagem processual	- Foco na relação do indivíduo com a oportunidade. - Apresenta várias possibilidades de contribuição teórica e na sala de aula é consistente e prática. Porém, ainda deixa algumas lacunas em aberto.	- estudos de caso - elaboração de plano de negócios
Abordagem cognitiva	- Foco no indivíduo que pode aprender de forma empreendedora voltando-se para as estruturas de conhecimento necessárias para que o indivíduo seja empreendedor.	- modelos mentais - estudos de caso - simulações - análise de oportunidades - pesquisas - narrativas

Fonte: Neck e Greene (2011)

Outro trabalho sobre o tema é o de Zampier e Takahashi (2011) que identifica três modelos de análise do processo de aprendizagem empreendedora, a saber: o de Moraes e Hoeltgebaum (2003), o de Politis (2005) e o de Rae (2004).

Moraes e Hoeltgebaum (2003) discutem um modelo que teve origem no ciclo de vida das organizações, dividido em três etapas: 1ª) aprendizagem para empreender, 2ª) aprendizagem gerencial e, 3ª) aprendizagem estratégica.

Na primeira etapa o aluno desenvolve habilidades para a criação de um novo negócio, na segunda o empreendedor aprende a gerenciar o negócio e na última etapa o aluno adquire conhecimento, habilidade e atitude que permitam agir estrategicamente em diferentes momentos de sua vida.

Politis (2005) ressalta a importância da experiência no aprendizado empreendedor em três fases:

- a) a experiência na carreira do empreendedor;
- b) o processo de transformação da experiência em conhecimento;
- c) o conhecimento adquirido, através do reconhecimento de oportunidades e responsabilidades de um novo negócio. O modelo possui validação empírica.

O autor apresenta uma adaptação da teoria kolbiana para o ensino de empreendedorismo, considerando a mesma de forma diferente, pois utiliza como experiência a carreira do empreendedor.

O modelo conceitual de Rae (2004) considera três aspectos: formação pessoal e social; o aprendizado relacionado ao contexto e o empreendimento negociável, sendo que o mesmo foi avaliado empiricamente em diferentes casos.

Rae e Carswell (2000) e Honig (2004) também ressaltam a importância da experiência no ensino de empreendedorismo, destacando a simulação de casos de sucesso e fracasso.

Os autores comentam sobre a importância da geração de significados a partir das experiências vivenciadas, sendo esta uma das formas como o ser humano adquire e processa informações de modo a alterar sua estrutura cognitiva.

No Brasil também são observados esforços isolados no sentido de entender a temática, contudo ainda incipientes.

Tal aspecto da não linearidade está presente na definição de Politis (2005) que traduz a aprendizagem empreendedora como um processo contínuo que facilita o desenvolvimento de conhecimentos necessários para criar e gerenciar novos negócios de modo eficaz, opinião compreendida também por Rae e Carswell (2000), que acrescentam a experiência como fundamental em tal processo.

Zampier e Takahashi (2011) ressaltam que dois aspectos podem ser evidenciados nos três modelos pesquisados: o processo de identificação de oportunidades e o processo de gestão da organização.

Vale destacar o ensaio de Salusse e Andreassi (2013) que ao discorrer sobre o estado da arte do ensino de empreendedorismo conclui que é necessário o desenvolvimento de pesquisas empíricas que retratem a realidade brasileira no que se refere a resultados alcançados com a educação empreendedora, uma vez que os estudos mais recentes voltam-se ao contexto de outros países.

Degen (2009) tem várias publicações sobre o tema e acredita que a graduação é o momento fértil para tais ensinamentos, pois o jovem tem maior propensão ao risco. Além disso, é interessante destacar o papel da experiência nos modelos analisados e privilegiar a história dos empreendedores como fontes ricas de conhecimento prático.

Krakauer (2014) sintetizou em tese de doutorado, alguns dos importantes modelos de aprendizagem empreendedora, conforme o Quadro 3.

Quadro 3: Modelos de aprendizagem empreendedora

Modelo	Descrição
Moraes e Hoeltgebaum (2003)	<p>Apresentam um modelo dividido em três etapas:</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) Aprendizagem para empreender: Aquisição de habilidades que permitam ao aprendiz empreender. (2) Aprendizagem gerencial: Voltada ao aprendizado da gestão de um negócio. (3) Aprendizagem estratégica: Aquisição de conhecimentos, habilidades e atitudes que lhe possibilitam agir estrategicamente no seu negócio.
Politis (2005)	<p>Apresenta um modelo em três fases, voltadas ao uso da experiência:</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) Conhecimento empreendedor: É o conhecimento estruturado pela prática e pela observação, ocorrendo ao longo do tempo. (2) Experiências da carreira do empreendedor: Os três tipos de experiências relevantes na carreira dos empreendedores são: experiência em criação de novas empresas, experiência em gestão e experiência no ramo específico em que se pretende atuar. (3) Processo de transformação da experiência em conhecimento: Processo de transformação de experiências, as quais são continuamente criadas e recriadas. Traz nessa fase dois conceitos: <i>exploitation</i> e <i>exploration</i>. O primeiro é explorar o que já é conhecido e o segundo é explorar o novo.
Rae (2004)	<p>Modelo que se foca em três aspectos:</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) Formação pessoal e social: A pessoa pode desenvolver a sua identidade empreendedora por meio da sua formação pessoal e social, ou seja, através de experiências de vida, da educação formal, das relações familiares e sociais. (2) Aprendizado relacionado ao contexto: Ocorre quando as pessoas relatam e comparam as suas experiências individuais com as de outras pessoas, criando e compartilhando significados. O aprendizado é intuitivo e teórico, possibilitando que a pessoa faça conexões entre os aspectos da sua vida e ações práticas. (3) Empreendimento negociável: Trocas interativas entre as pessoas envolvidas no processo de aprendizagem e é subdividido em: empreendimento conjunto e parcerias; significados compartilhados, estrutura e práticas; mudanças dos papéis ao longo do tempo; e inserção em redes de relacionamentos externas.

Fonte: Krakauer (2014)

Quando analisamos os parâmetros propostos por Rabbior (1990) para nortear a organização de cursos direcionados à formação de empreendedores percebemos que suas sugestões, na maioria das vezes, são úteis para a elaboração de qualquer programa educacional. Os conselhos são para que o professor estimule a participação do aluno; que utilize as mais variadas metodologias de ensino e que

promova adaptação ao programa conforme o perfil discente. Como o empreendedorismo não é uma técnica, mas uma experiência total de vida, a formação de uma pessoa empreendedora é o resultado de ações econômico-culturais e da escola.

Poder-se-ia pensar, além disso, num esforço conjunto, de cursos de graduação em administração, incubadoras de empresas, políticas públicas de criação de facilidades legais e ações articuladoras de outras organizações sociais com o objetivo de estimular a criação de novos empreendimentos.

Cavalcanti (2007), em seu artigo, sintetizou os parâmetros de ensino propostos por Rabbior (1990), conforme Quadro 4.

Quadro 4: Vinte e cinco parâmetros de Rabbior

1. Não exigir respostas certas	10. Desafio e bom humor	19. O professor deve ter comportamento empreendedor
2. Programa participativo	11. Feed-Back antecipado	20. Empreendedorismo x inovação
3. Objetivos e metas claras para os alunos	12. Estímulo à auto-confiança	21. Conviver com o desequilíbrio
4. Resultados a curto prazo	13. Aplicação de conhecimentos	22. Aprendizagem
5. Desafios e mudanças	14. Elementos que surpreendam	23. Estudo de casos
6. Diferentes estilos didáticos	15. Estimulo em um dado momento, para criar uma empresa	24. Análises de comportamento
7. Informação familiar para diferentes contextos	16. Atividades em grupo	25. Integração com a comunidade
8. Ajustes a critério do professor	17. Relembrar fracassos	
9. Iniciativas empreendedoras na criação de empresas	18. Identificar sucessos	

Fonte: Cavalcanti (2007)

Wyckham (1989), na fase anterior à criação da empresa, defende a idéia de que os componentes substantivos do programa devem privilegiar a reunião de informações sobre o processo, ao desenvolvimento de atitudes e valores, a adequação entre características pessoais e empreendedoras, e a análise de oportunidades e de viabilidade de negócios.

Aulas expositivas e leituras obrigatórias são as mais recomendadas pelo autor quando se tratar de prover os alunos de informações sobre o processo de criação de empresas e os valores e atitudes que devem permear a prática empresarial.

Quando se tratar de desenvolver comportamentos empreendedores, as estratégias que permitem reflexão sobre o próprio comportamento são consideradas mais adequadas.

Para identificar e avaliar oportunidades, o desenvolvimento de projetos com ação efetiva dos alunos deve ser a técnica de ensino mais utilizada.

Para isto, docentes devem empregar metodologias de ensino diversificadas, conforme descrito no Quadro 5.

Quadro 5 – Medindo eficiência de programas empreendedores

COMPONENTES SUBSTANTIVOS	PEDAGOGIA
<p>1. Fase anterior à criação do negócio:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Informações; b. Atitudes, valores c. Adequação das características pessoais com as características de empreendedores; d. Análise de oportunidades; e. Análise de viabilidade. 	<p>Itens a, b e c – aulas expositivas para grandes grupos, leituras obrigatórias e alguma interação entre professor e alunos;</p> <p>Item c – também desenvolvido em pequenos grupos com exercícios/vivências que promovam reflexão e avaliação individual;</p> <p>Itens d e e – seminários, workshops e ensino baseado em desenvolvimento de projetos.</p>
<p>2. Fase de criação do negócio:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Planejamento do negócio; b. Captação de recursos; c. Organização de recursos; d. Estabelecimento de rede de relacionamento; e. Desenvolvimento de estratégias. 	<p>A pedagogia deve ser totalmente baseada no desenvolvimento de projetos. Consultoria individual e interação e discussão entre os grupos sobre projetos de cada um. Os colegas de classe e seus respectivos contatos devem ser utilizados como o primeiro degrau na construção da rede de relacionamentos.</p>
<p>3. Fase posterior à criação:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Implementação do projeto; b. Reexame contínuo das estratégias; c. Utilização da rede de relacionamentos; d. Estratégias de crescimento; e. Profissionalização da gestão. 	<p>Itens a, b e c devem ser ministrados através de orientação/consultoria individual e participação ativa do aluno e do grupo, com alguma apresentação de teoria sobre os temas.</p> <p>Para os itens d e e prevê-se a utilização de aulas expositivas, leituras e, concomitantemente, desenvolvimento de projetos.</p>

Fonte: Wyckham (1989)

Sarasvathy (2001) discute a forma de pensar do empreendedor e apresenta argumentos acerca do processo de tomada de decisão de um gestor, de um estrategista e de um empreendedor.

Para a autora, a lógica causal está presente no pensamento do gestor e pode ser verificada nas decisões de estrategistas. O gestor parte de objetivos predeterminados e utiliza os meios que possui para atingi-los. O estrategista também almeja um objetivo específico, vislumbra os meios que irá utilizar, mas usa a criatividade para novas possibilidades. Finaliza destacando que ensino de empreendedorismo é ainda muito voltado ao processo causal através de pesquisas de mercado, projeções financeiras, entre outros, sendo, contudo, que o inesperado é o material principal da experiência empreendedora que busca transformar o imprevisível em algo mundano.

Para o empreendedor, o futuro pode ser moldado pelo ser humano e sua preocupação deve considerar três aspectos: quem ele é, o que ele sabe e quem ele conhece (SARAVASTHY, 2001).

Pode-se considerar que há uma dissonância entre o aprendizado teórico e a prática que os indivíduos irão vivenciar nas empresas, além da proeminente necessidade de o jovem ter competências adequadas às necessidades corporativas.

Honig (2004) também destaca o papel das contingências na aprendizagem do empreendedorismo.

Autores como Kiefer e Schlesinger (2010) e Mahoney e McGahan (2007) ressaltam que as empresas queixam-se ao receber jovens não preparados para a prática organizacional contemporânea.

Nesse sentido, a aprendizagem do empreendedorismo precisa ser repensada, muito pela falta de convergência na sua teoria e de resultados não conclusivos em pesquisas empíricas sobre o tema.

Em função de ser um processo contínuo e cíclico de se repensar as experiências e a teoria, a temática ainda tem o que evoluir em termos acadêmicos (HANNON, 2006; HONIG, 2004; JONES, ENGLISH, 2004; VANEVENHOVEN, 2013).

Uma das formas de se diminuir a dissonância existente entre a teoria e prática, tema não tão recente e já discutido amplamente na literatura e nos corredores das universidades, poderia ser a maior proximidade da realidade empresarial através da experiência vivenciada ou simulada e da maior significância do aprendizado.

Para Vanevenhoven (2013), o que ensinar também é uma problema existente dentro do contexto do ensino do tema, contudo, considera que o passo inicial no

sentido de entender essa questão já foi dado, o próximo será no sentido de entender as metodologias específicas para se ensinar a disciplina. O autor acrescenta que os achados dos estudos mais recentes ainda são contraditórios.

Dada tais contradições e pela necessidade de se entender como ensinar tal temática, vislumbrou-se uma lacuna teórica acerca de metodologias específicas para a aprendizagem de empreendedorismo.

Figura 3: O que ensinar em empreendedorismo



Fonte: Krakauer (2014)

Hazoff Júnior e Sauaia (2008) destacam que o aluno, quando colocado no centro do processo de forma participativa, trabalhando em grupo, torna-se agente do aprendizado junto com o professor e ambos somam esforços para construir conhecimentos. Percebe-se, assim, que o aluno quer participar do processo de aprendizagem, ser protagonista da sua história, enquanto as empresas buscam atores que tenham determinadas habilidades e atitudes, além do conhecimento.

Desse modo, para se compreender totalmente o fenômeno do empreendedorismo é necessário que se conheça melhor o processo de formação dos empreendedores, a fim de identificar e promover a melhor metodologia para esse tipo de educação.

2. METODOLOGIA DA PESQUISA

2.1 Caracterização do estudo

A metodologia é entendida como uma disciplina que se relaciona com a epistemologia - estudo científico que trata dos problemas relacionados com a crença e o conhecimento, sua natureza e limitações.

Consiste em estudar e avaliar os vários métodos disponíveis, identificando suas limitações ou não, em nível das implicações de suas utilizações (BARROS, 2000, p.1).

A metodologia utilizada na pesquisa foi a abordagem qualitativa, exploratória-descritiva.

A pesquisa qualitativa utiliza técnica bibliográfica com materiais já publicados em artigos, livros e teses de mestrado; a técnica de Levantamento – envolve um questionário estruturado elaborado pelo pesquisador a entrevistados de diferentes fontes formadoras de opinião.

Marconi e Lakatos (2010, p. 166) definem pesquisa bibliográfica ou fontes secundárias como:

Toda bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo, desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas, monografias, teses e material cartográficos. A pesquisa bibliográfica proporciona a análise de um assunto através de um novo olhar e não a simples reprodução de algo falado ou registrado sobre este tema.

Segundo Gil (2008, p. 27), as pesquisas exploratórias são desenvolvidas com o objetivo de proporcionar visão geral, do tipo aproximativo, acerca do fato estudado.

A abordagem qualitativa supõe um corte temporal-espacial de determinado fenômeno por parte do pesquisador. Esse corte define o campo e a dimensão em que trabalho foi desenvolvido, isto é, o território mapeado.

Desta forma, o método qualitativo é utilizado diante da necessidade de delimitação do objeto no qual será realizada uma pesquisa de campo que irá possibilitar novas leituras sobre a realidade, revelando a lógica e os desdobramentos de fatos inicialmente percebidos como fragmentados e sem lógica.

A abordagem descritiva exige do investigador uma série de informações sobre o que deseja pesquisar. Tem caráter fundamental em um estudo qualitativo, pois é por meio dele que os dados serão coletados (MANNING, 1979).

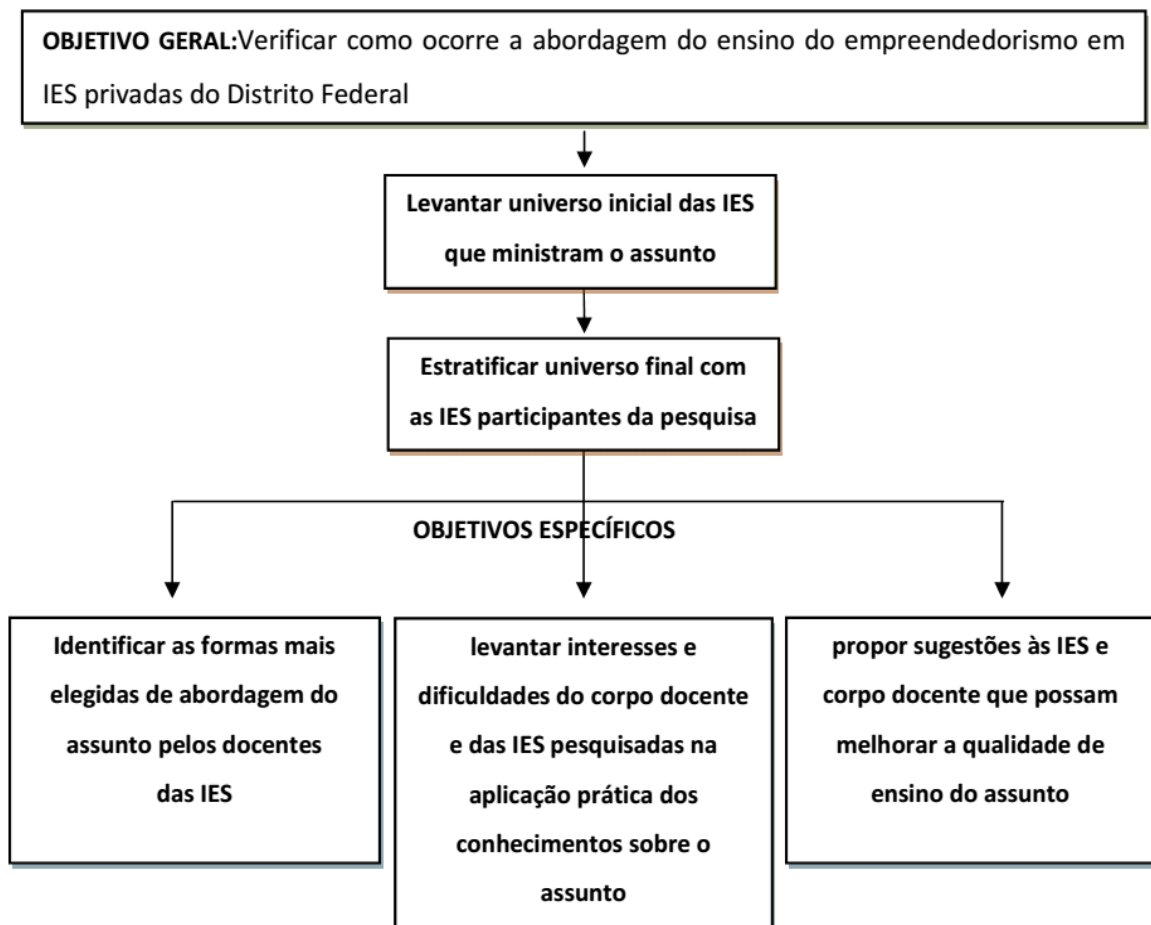
Esse tipo de estudo pretende descrever os fatos e fenômenos de determinada realidade (TRIVIÑOS, 1987).

Esse novo é possibilitado a partir do confronto entre pesquisador e pesquisados através da relação que se estabelece entre as partes envolvidas tornando-os interlocutores, sendo essa relação uma via de mão dupla. Uma relação em que ambos são dotados dos mesmos processos cognitivos que lhes permitem, numa instância mais profunda, uma comunhão para além das diferenças culturais (MAGNANI, 2002, p. 17). Assim, essa experiência permite a troca, o envolvimento e a transformação de ambos.

2.2 Estruturação da pesquisa

Após o levantamento bibliográfico preliminar, a metodologia do estudo foi baseada de acordo com os objetivos geral e específicos do estudo do tema, conforme Figura 4.

Figura 4: Estrutura da pesquisa



Fonte: do Autor (2016)

Neste capítulo estão apresentados os caminhos metodológicos percorridos na busca dos resultados e na sustentação da base teórica utilizada.

A dissertação foi dividida em quatro momentos distintos e subsequentes, denominados fases da pesquisa:

- Fase 1: Levantamento de dados secundários utilizando conteúdos bibliográficos para realizar a fundamentação teórica;
- Fase 2: Aplicação de um conjunto de perguntas, como pesquisa de campo, a vários coordenadores e professores atuantes no ensino do empreendedorismo em cursos de graduação de diversas IES privadas do Distrito Federal;
- Fase 3: Análise dos dados recebidos na fase 2 e transformação dos mesmos em informações que atendam os objetivos e propostas do estudo.
- Fase 4: Levantamento das considerações finais sobre as informações produzidas e sugestões às IES e corpo docente com o objetivo de melhorar a qualidade do ensino do empreendedorismo, especialmente no DF.

Observa-se, na Figura 5, o fluxo da metodologia com destaque para as fases da pesquisa que resultaram em achados empíricos discutidos no capítulo 3 da presente dissertação.

Figura 5: Fases de desenvolvimento da pesquisa



Fonte: do Autor (2016)

As informações coletadas pelo método exploratório são de origem secundária, pois são oriundas de pesquisa bibliográfica, em sua maioria, de publicações de teses, dissertações e artigos científicos.

As fundamentações teóricas são obras de autores renomados que trouxeram enfoques e entendimento quanto a conceitos e visões sobre o ensino do empreendedorismo.

Destacaram-se no estudo bibliográfico citações de uma tese para doutorado, duas dissertações de mestrado, quatro artigos científicos e dados da revista GEM - específica sobre empreendedorismo; todos publicados e disponíveis na rede mundial de computadores - internet.

Expondo de forma sintética os principais trabalhos que serviram de instrumentos para a formação do conteúdo teórico veremos que Leite (2008) trouxe um olhar com diferentes visões críticas, mas integradas, sobre o empreendedorismo.

O Relatório GEM (2015) discorre sobre como é medida a atividade empreendedora no Brasil e os mais recentes resultados. Barros & Pereira (2008) colaboraram com a análise econômica do assunto.

Sobre o ensino do empreendedorismo foram utilizados, com destaque, os trabalhos de Ribeiro; Araújo e Oliveira (2012) que deram mais foco na defesa de argumentos que incentivem as IES brasileiras a estimular os alunos a ultrapassar os limites de sala de aula.

Por sua vez, Lima (2008) ressalta que novas políticas educacionais podem proporcionar um “campo fértil” para a educação empreendedora e que o ambiente escolar tornou-se o novo espaço de difusão da mentalidade e comportamento empreendedor.

Cavalcanti (2007) sintetizou em um quadro os 25 parâmetros propostos por Rabbior (1990) para nortear a organização de cursos direcionados à formação de empreendedores e, por fim, Krakauer (2014) fez importante contribuição ao corpo docente expondo diversos modelos que propõem aumentar o interesse dos alunos, em sala de aula, sobre o assunto.

A estrutura da pesquisa de campo, de origem primária, teve início com uma amostra inicial de 10 (dez) IES localizadas no DF que ofereciam o ensino do empreendedorismo.

Foram enviados a esse universo de IES, por *e-mail*, três questionários (apêndices) para o preenchimento de perguntas abertas e de múltipla escolha,

versando sobre: a) perfil profissional dos coordenadores/professores, b) questões institucionais e c) questões pedagógicas sobre a abordagem do assunto empreendedorismo em sala de aula.

A estratificação do universo final foi formada por 6 (seis) IES que devolveram os questionários respondidos ao entrevistador, formando uma quantidade suficiente de informações para validar a amostra.

Por fim, após a análise dos dados, foram apresentadas as considerações finais.

2.3 Limitações da pesquisa

Como toda pesquisa acadêmica, esta possuiu algumas limitações que promoveram um recorte necessário na pesquisa de campo a fim de torna-la mais precisa possível. A finalidade de encontrar um universo de seleção que atendesse aos objetivos propostos.

Flick (2009) reflete sobre essa questão ao comentar que várias pesquisas são limitadas ao seu tempo e espaço e que, portanto, tal característica não é única de estudos que possuam abordagem qualitativa.

Acredita-se, dessa forma, que a despeito da profundidade alcançada com os métodos utilizados, os resultados obtidos estão relacionados à delimitação realizada pelo pesquisador na seleção dos procedimentos, dos entrevistados e das instituições para a aplicação empírica, sendo, portanto, um recorte que irá exemplificar uma realidade que pode ser diferente em outra situação.

Com relação à pesquisa exploratória (bibliográfica), houve a dificuldade em localizar material científico publicado sobre o tema “ensino do empreendedorismo”, principalmente aqueles com validade empírica, ou seja, com aplicações práticas comprovadas, especificamente no Distrito Federal. Dessa forma, foram utilizados trabalhos de outros Estados da federação.

A escolha da Capital Federal se deveu ao fato de o pesquisador ter sido docente em uma das IES pesquisadas e por visualizar a possibilidade de uma mudança de postura dos envolvidos no processo de ensino do tema, particularmente na região.

Em se tratando de cursos de graduação é importante ressaltar que se pretendeu entender apenas aspectos da aprendizagem formal, ou seja, daquela que acontece em um contexto estruturado, com planejamento e orientação, conforme

distinguem Colardyn e Bjornavold (2004) de outros tipos de aprendizagem, a saber, a não formal – como a que acontece em um ambiente de trabalho – e a informal ou não intencional.

A amostra envolveu IES selecionadas aleatoriamente. Foram investigadas IES do ensino particular, na cidade de Brasília, no Distrito Federal, assim como seus respectivos coordenadores de curso e professores.

Uma grande dificuldade encontrada nessa fase foi o difícil contato com as IES por telefone e *e-mail*. Dentre elas, 4 (quatro) IES foram retiradas por não confirmarem a participação. A demora para envio dos questionários também foi um fator prejudicial.

Em conversa prévia com três coordenadores de curso de IES que compuseram o universo final, esses expuseram que se os nomes dos coordenadores, de professores e/ou de IES viessem a ser publicados, geraria desconforto que poderia culminar na não participação na pesquisa. Motivo pelo qual, optou-se por ampliar o sigilo de identidade na pesquisa para todos os participantes (pessoas e instituições).

Quanto ao aspecto temporal, o recorte de pesquisa ocorreu no primeiro semestre de 2016 e, apesar da análise cronológica dos principais autores na referência bibliográfica diferirem, continuam plenamente pertinentes ao cenário atual, visto que pouco se tem publicado sobre mudanças desses paradigmas do ensino superior sobre o assunto.

3 RESULTADOS DA PESQUISA DE CAMPO

3.1 Resultados obtidos com entrevistas a coordenadores e professores

O universo final da pesquisa foi composto por 6 (seis) IES. Destas, 7 (sete) coordenadores de curso e 11 (onze) professores, todos voltados ao ensino empreendedorismo, constituíram os 18 (dezoito) participantes.

Estabeleceu-se que, tanto os professores quanto os coordenadores, poderiam responder os três apêndices, uma vez que os coordenadores de curso também poderiam estar exercendo ou terem exercido a função de professores da disciplina.

O Quadro 6, abaixo, demonstra a distribuição dos participantes da pesquisa.

Quadro 6: Participantes da pesquisa empírica

	IES1	IES2	IES3	IES4	IES5	IES6	Total
Coordenadores (C)	2	1	1	1	1	1	7
Professores (P)	4	1	0	1	3	2	11
Total	6	2	1	2	4	3	18

Fonte: do Autor (2016)

Para facilitar a demonstração dos resultados da pesquisa de campo e manter o sigilo das fontes, os respondentes foram codificados da seguinte forma: aos coordenadores e professores foram atribuídas as letras (C) e (P), respectivamente, ambos seguidos de numeração ordinária crescente apenas com o objetivo de diferenciá-los quanto ao momento de entrega dos questionários respondidos.

Exemplificando, o código (C1) corresponde ao primeiro Coordenador que respondeu e enviou a pesquisa ao pesquisador. Da mesma forma, (P3) corresponde ao terceiro Professor que enviou suas respostas para análise. Dessa forma, foi possível preservar a identidade de todos os participantes e ordená-los de forma cronológica para posterior tabelamento das informações.

O **Apêndice 1** abordou o perfil dos profissionais e envolveram aspectos pessoais e profissionais dos coordenadores e professores participantes.

Da análise, verificou-se que no cargo de coordenador há predominância do sexo masculino com 71% e 86% são de graduados em Administração.

Quanto à titulação máxima nesse cargo, 72% são mestres, 14% doutores e 14% especialistas. Apenas 1 (um) não ministrou aulas de empreendedorismo, mas

57% o fizeram por período igual ou maior que 24 meses, com publicação sobre o assunto. Parte das informações do Apêndice 1 foram dispostas no Quadro 7.

Quadro 7: Perfil profissional dos participantes

Entrevistado	M / F	Formação	Titulação Máxima	Ministrou aulas de Empreendedorismo? Quanto tempo?	Possui pesquisas em empreendedorismo?
Coordenadores					
C1	M	Administração	Especialização	Sim. 48 meses	2 artigos
C2	F	Pedagogia	Mestrado	Sim. 48 meses	Não
C3	M	Administração	Doutorado	Sim. 24 meses	10 artigos
C4	F	Administração e Desenho Industrial	Mestrado	Sim. 24 meses	2 artigos
C5	M	Administração, Ciências Contábeis e Teologia	Mestrado	Não	1 artigo
C6	M	Administração	Mestrado	Sim. 6 meses	Não
C7	M	Administração	Mestrado	Sim. 18 meses	Não
Professores					
P1	M	Administração	Mestrado	Sim. 24 meses	Não
P2	M	Economia	Doutorado	Sim. 12 meses	Não
P3	M	Administração	Mestrado	Sim. 12 meses	Não
P4	M	Administração	Especialização	Sim. 12 meses	Não
P5	M	Ciências Contábeis	Mestrado	Sim. 12 meses	Não
P6	M	Administração	Mestrado	Sim. 12 meses	1 artigo
P7	F	Administração	Especialização	Sim. 6 meses	Não
P8	M	Ciências Militares	Doutorado	Sim. 24 meses	2 artigos
P9	F	Turismo	Mestrado	Sim. 6 meses	Não
P10	F	Economia	Mestrado	Sim. 12 meses	Sim
P11	F	Administração	Especialização	Sim. 12 meses	Sim

Fonte: do Autor (2016)

No universo de professores foi verificada uma menor predominância do sexo masculino em relação aos coordenadores, com 64% e uma proporção de 45% de formações diferentes de Administração.

Quanto à titulação máxima, tivemos 2 (dois) doutores, 6 (seis) mestres e 3 (três) especialistas; entretanto, 82% não possui publicação sobre o assunto.

Nenhum dos coordenadores e professores entrevistados realizou cursos ou proferiu palestras sobre o assunto no exterior.

Quanto a ter vivenciado seu próprio projeto empreendedor, optou-se por uma questão aberta para que pudessem se expressar livremente. Apenas 28% tiveram essa experiência, conforme relatos no Quadro 8.

Quadro 8: Experiência pessoal como empreendedor

Questão proposta:	
Em algum momento da vida já vivenciou um projeto empreendedor seu?	
C1	Fatores de sucesso percebido: Rentabilidade, responsabilidade social e oferta de emprego para outras pessoas. Fatores frustrantes: Carga tributária exagerada; problemas trabalhistas e falta de segurança.
C3	Empreendi na área de transporte logístico na cidade do Rio de Janeiro, nos anos 90.
P6	Fui empreendedor na área do Agronegócio.
P7	Realizei um projeto social com aproximadamente 60 crianças.
P11	Sim.

Fonte: do Autor (2016)

O Professor (P8) relatou ter feito o planejamento completo para iniciar uma empresa, mas não o fez por receio do alto valor do financiamento bancário necessário. Dessa forma, não foi considerado no percentual.

O **Apêndice 2** foi intitulado “Sondagem sobre questões institucionais”. Buscou-se nas questões 1, 2 e 3 apurar dados sobre a participação das IES como co-responsável pelo aprimoramento didático dos professores.

Os dados foram distribuídos nos Quadros 9, 10 e 11.

Quadro 9: Responsabilidade sobre aprimoramento didático

Questão 1:			
A responsabilidade por buscar atualização constante do aprimoramento didático deve ser da IES e não dos professores.			
Comentários:			
	Concordo plenamente	Concordo parcialmente	Não concordo
Respostas	C6 P6	C1 - C2 - C3 - C5 - C7 P4 - P7 - P8	C4 P1 - P2 - P3 P5 - P9 - P10 - P11

Fonte: do Autor (2016)

Como resposta à questão 1, apenas 11% concordou plenamente com a afirmativa. O Coordenador (C6) e o Professor (P6) não justificaram as respostas. Todo o restante entendeu que a responsabilidade deve ser compartilhada. O Coordenador (C3) complementou dizendo que deve haver uma educação continuada dos docentes em projetos específicos da instituição e aprendizado contínuo e o Professor (P4) disse que a IES deve ser facilitadora para o docente nesse sentido.

A segunda questão buscou saber o custo logístico exerce influência negativa no ensino a ponto de representar um fator restritivo à realização de atividades extraclasse. A distribuição das respostas consta no Quadro 10.

Quadro 10: Influência dos custos logísticos na realização de visitas

Questão 2:			
O elevado custo logístico é uma restrição existente em minha IES para realizar visitas de professores e alunos à empresas público-privadas.			
Comentários:			
Respostas	Concordo plenamente	Concordo parcialmente	Não concordo
	C2 - C5 - C6 - C7 P2 - P8 - P11	C3 P1 - P3 - P4 - P5 - P6 - P7	C1 - C4 P9 - P10

Fonte: do Autor (2016)

Da resposta à questão, 78% concordou com a afirmativa.

Dos que optaram pela alternativa “Concordo plenamente”, o Coordenador (C2) citou como altos os gastos com aluguel de ônibus; o Professor (P8) alegou ter tentado realizar visitas técnicas a empresas mas a IES não concordou a pagar o transporte dos alunos nem na própria cidade-sede e o Professor (P11) mencionou ser esse custo o principal motivo de restrição às visitas. Dos que justificaram sua resposta com “Concordo parcialmente”, o Coordenador (C3) e os Professores (P3), (P4) e (P5) argumentaram que, apesar do elevado custo logístico representar uma restrição, se a IES fizesse um planejamento eficaz isso não representaria empecilho para a realização das visitas. O Professor (P1) justificou que a indisponibilidade de tempo do professor também influencia como restrição às visitas.

Do universo de 22% que não concordou com a afirmativa, somente o Professor (P4) alegou que os altos custos logísticos não comprometem a realização das visitas programadas pela IES.

A terceira questão quis saber se a IES apoia o envolvimento dos professores nos trabalhos da empresa-júnior¹.

A distribuição das respostas consta no Quadro 11.

Quadro 11: Fomento das IES no envolvimento com empresa-júnior

Questão 3:			
A IES fomenta fortemente o envolvimento direto de professores e empresa-júnior.			
Comentários:			
Respostas	Concordo plenamente	Concordo parcialmente	Não concordo
	C1 - C3 - C4 - C6 - C7 P3 - P4 - P9 - P11	C5 P2 - P5 - P6 - P7	C2 P1 - P8 - P10

Fonte: do Autor (2016)

Como resposta à questão 3, também 78% concordaram com a afirmativa.

Dos que responderam “Concordo plenamente”, o Coordenador (C1) elogiou a IES que executou bem esse envolvimento e o Coordenador (C3) enalteceu o trabalho de supervisão e apoio de um dos professores nos trabalhos de consultoria à empresa privada que o demandou. O Coordenador (C4) concordou que essa relação pode e deve ser melhorada. Dos que justificaram sua resposta com “Concordo parcialmente”, o Coordenador (C5) disse que entre os professores envolvidos com a empresa-júnior predominam aqueles que ministram disciplinas da área de gestão.

Os Professores (P2) e (P5) concordaram que o apoio da IES, mas alegaram que deveria ser maior. Segundo eles, faltam comunicação e incentivo nos trabalhos, respectivamente.

O universo que não concordou com a afirmativa da questão foi de 22%. Destes, o Coordenador (C2) argumentou que o fomento ao envolvimento é mais da coordenação de curso, a IES participa apenas com o apoio. O Professor (P1) reclamou que não há incentivo financeiro ao professor nessa atividade e o Professor (P8) foi enfático ao dizer que “não existe” empresa-júnior, deixando a entender que não há nenhum envolvimento por parte da IES.

¹ A empresa júnior constitui-se numa organização que está ligada a uma IES e é gerida inteiramente por alunos, em todos os seus aspectos. Os trabalhos efetuados em seu âmbito são supervisionados por professores e a finalidade principal é estabelecer uma relação entre a teoria e a prática no processo de ensino, além de uma melhor qualificação profissional. Essa organização não visa lucro e seu foco principal é preparar jovens profissionais para o mercado de trabalho (OLIVEIRA, 2004, p. 12).

A Questão 4 desejou saber com quais instituições a IES interage na realização de atividades extraclasse (trabalhos aplicados). A ordenação das respostas foi feita de acordo com a intensidade de escolha pelas alternativas oferecidas, conforme Quadro 12, abaixo.

Quadro 12: Participação nas atividades extraclasse

Instituição	Respondente	Total	(%)
Empresas privadas	C1 - C3 - C5 - C6 P1 - P2 - P3 - P4 - P5 - P6 - P9 - P10 - P11	13	72
Empresa Júnior	C1 - C2 - C3 - C4 - C5 - C6 P2 - P3 - P4 - P5 - P9 - P10	12	67
Outras IES	C1 - C6 - C7 P1 - P2 - P3 - P5 - P9 - P10	9	50
SEBRAE-DF	C2 - C3 - C4 - C6 - C7 P4 - P9 - P10	8	44
Órgãos do Governo	C2 - C3 - C7 P4 - P9 - P10 - P11	7	39
Laboratório de Empresas (Incubadoras)	C3 - C6 P4 - P9 - P10 - P11	6	33
Centros de Empreendedorismo	C3 - C6 P4 - P9 - P10 - P11	6	33
Cooperativas e Associações	C3 - C6 P4 - P9 - P10	5	28
Consultorias	C2 - C6 - C7 P10 - P11	5	28
Nenhuma opção	P7 - P8	2	11

Fonte: do Autor (2016)

Observa-se que as três maiores interações ficaram com as empresas privadas, empresa-júnior e outras IES. O SEBRAE-DF figurou na quarta posição de interação, com um percentual de 44% das opções.

A questão 5 foi aberta e buscou saber se as diversas dificuldades enfrentadas pelas IES, com relação a orçamento, remuneração, instalações, relacionamentos, etc, podem comprometer a qualidade do ensino do assunto Empreendedorismo.

Como resposta, 94% optaram por “Sim”. O Coordenador (C1) enfatizou a falta de meios ao professor; para o Coordenador (C3) e o Professor (P4) as IES tiveram alguns projetos limitados nos últimos anos devido à necessidade da instituição em se adaptar a atual conjuntura político-econômica; na concepção do Coordenador

(C4) e Professor (P5) a comunicação e relacionamento interpessoal foram aspectos fundamentais; o Professor (P1) acredita que a melhora nos salários dos professores pode aumentar o envolvimento nos projetos extraclasse da IES; o Professor (P2) atribuiu aos ruídos na comunicação um fator importante entre coordenação e professores e acredita que visitas técnicas a empresas e participação em convenções e atividades do SEBRAE (do tipo Semana do Empreendedor), financiadas pela IES, aumentariam a qualidade do ensino da disciplina. O Professor (P11) concordou, mas ressaltou que não deveria ser assim.

A alternativa “Não” representou 6% e foi composta apenas pelo Coordenador (C5). Este ressaltou que um corpo docente comprometido com a construção do conhecimento minimiza o risco das supracitadas dificuldades prejudicarem a qualidade do assunto empreendedorismo.

A sexta e última pergunta desse Apêndice foi direcionada somente aos coordenadores. A intenção foi saber quais sugestões dariam aos problemas citados na questão anterior, se colocados na função de administradores da IES e não de coordenadores.

Para o Coordenador (C1) é preciso um melhor planejamento financeiro e didático na IES. O Coordenador (C2) elencou três sugestões: a) fazer parcerias com empresários para redução dos custos internos; b) disponibilizar salas interativas para aprendizagem empreendedora e, c) disponibilizar espaço para outros cursos e reuniões sobre o assunto.

O Coordenador (C3) sugeriu: a) fazer parcerias com empresas e instituições públicas no intuito de oferecer formação superior “*in company*”; b) ajustar o valor das mensalidades à realidade do mercado, ao cenário de recessão e poder aquisitivo do aluno; c) prover projeto de financiamento próprio para alunos com poucos recursos financeiros e que enfrentam problemas no mercado de trabalho; d) diminuir gradativamente matrículas oriundas de projetos governamentais (FIES, PROUNI, entre outros) enquanto perdurarem o risco econômico desses projetos cujo cenário é o de desaceleração e diminuição de aporte financeiro por parte do governo federal; e) criar descontos especiais para familiares e amigos indicados a estudar na IES; f) manter política de qualidade no ensino e formação continuada de docentes, criando diferenciais em relação ao mercado de ensino local, regional e nacional.

Para o Coordenador (C4) o empreendedorismo valorizou iniciativas. Segundo ele, os alunos devem ser constantemente desafiados a buscar empresas para validarem os conteúdos acadêmicos.

O Coordenador (C5) propôs: a) desenvolver estratégias pedagógicas que despertem nos discentes iniciativas para implementar novas ideias e negócios; b) contribuir com inovações em empresas já existentes no mercado; c) fazer parcerias com empresas públicas e privadas, com objetivo de proporcionar aos discentes um ambiente organizacional que possam colocar em prática suas concepções empreendedoras e, d) criar, por meio da empresa-júnior, um Núcleo de Práticas Empreendedoras;

O Coordenador (C6) julgou necessário fortalecer as Agências de Empreendedorismo e de Comércio Exterior.

Por fim, o Coordenador (C7) achou crucial incrementar parcerias com entidades; colocar o tema na formação continuada do corpo docente e; premiar as iniciativas de sucesso.

O **Apêndice 3** foi intitulado “Sondagem sobre questões pedagógicas” e buscou captar, ao menos em parte, o sentimento do docente quanto a aceitação do conteúdo de aula e interesse dos alunos.

Observou-se que o assunto empreendedorismo está inserido nas grades curriculares das IES como disciplina independente. Somente o Professor (P9) afirmou que o assunto está distribuído em várias disciplinas.

A disciplina figurou com mais frequência entre o 7º e 8º período, aparecendo também, em menor frequência, entre o 5º e 6º período.

A quantidade média de alunos em sala de aula foi de 43.

Dos trabalhos realizados anualmente de forma individual, 58% informaram ser 2 (dois), 34% disseram 4 (quatro) e os 8% restante aplicam 1 (um) trabalho anual. Quanto à aplicação de trabalhos em grupo, 46% aplicam até 2 (dois) trabalhos anuais, 39% aplicam 4 (quatro) e somente 15% aplicam mais de 5 (cinco) anuais.

Outra questão afirmou que quando o aluno recebe um estímulo do ambiente externo ele responde melhor ao aprendizado em sala de aula.

Excluindo os Coordenadores (C5) e (C6) que não responderam a questão, todos concordaram com a afirmativa da questão. O Coordenador (C1) disse que os alunos sentem-se mais motivados e conectados à realidade. O Coordenador (C4) alegou que a vivência de desafios práticos dá sentido aos conteúdos acadêmicos,

que por sua vez também nasceram de práticas. O Professor (P4) percebeu que um palestrante, ao falar de sua história, ganhou mais atenção que um professor em sala de aula e o Professor (P8) disse que o estímulo deve vir de professores e da própria IES, pois o ambiente proporciona oportunidades e a necessidade de sobrevivência o estimula. Para o Professor (P11) despertar competências motiva o aluno e alavanca o aprendizado.

Outra questão buscou saber quais didáticas foram mais utilizadas pelos professores em sala de aula para ensino do assunto.

A questão foi aberta e as respostas foram escalonadas por intensidade de escolha. Dessa forma, os métodos foram dispostos de forma que os mais elididos encontram-se em posição superior aos demais. A ordenação pode ser vista no Quadro 13 abaixo.

Quadro 13: Didáticas utilizadas pelos professores em sala de aula

Didáticas mais utilizadas em sala de aula	
1) Plano de Negócios	9) Visitas técnicas
2) Livros	10) Visitas a feiras e workshops
3) Apostilas	11) Pequenos grupos
4) Visitas de empresários	12) Vídeo-aulas
5) Estudo de Casos	13) Investidores de Startups
6) Palestras	14) Atualidades
7) Slides	15) Exposição oral
8) Filmes	16) Laboratório de negócios

Fonte: do Autor (2016)

Outra pergunta quis saber se é percebido nos discentes o desejo por um modelo didático com mais aulas práticas.

Houve unanimidade na resposta positiva. O Coordenador (C4) disse que os alunos gostam mais de aulas práticas e de contato com a realidade. Para o Coordenador (C3) há uma impaciência generalizada por parte das novas gerações com relação a conteúdos didáticos que não conduzam à práticas, seja em grupos ou atividades de pesquisa. Segundo ele, todas as atividades que utilizam como ferramentas componentes de mídia social, internet e seus conexos serão muito bem aceitas. O grande desafio, portanto, é a utilização de “metodologias ativas” que congreguem estudo autônomo, intervenções breves do docente e conteúdos

teóricos rápidos que desaguem em uma atividade prática, complementados com visitas técnicas possibilitam ao estudante entremear a teoria com a prática corrente.

Para os Professores (P1), (P5) e (P8) os alunos ficam entusiasmados com aulas práticas por serem mais dinâmicas, tocantes e reais. De acordo com o Professor (P2) eles querem não apenas entender, mas realizar atividades que comprovem as teorias. Para o Professor (P3) eles anseiam por uma nova forma de aprender. Para o Professor (P4) esse modelo é mais interessantes ao jovem que gosta de desafios e mutações orgânicas mais rápidas.

Para o Professor (P8) o aprender fazendo será sempre atual e o Professor (P11) afirmou a necessidade de buscar a aplicabilidade dos conceitos. O professor (P10) foi o único a responder “Não”, entretanto, sua justificativa foi que, na IES, as aulas já são práticas. Apenas os Coordenadores (C5) e (C6) não responderam.

A penúltima questão desse Apêndice foi aberta e quis saber se os entrevistados julgam os professores preparados para conduzir trabalhos práticos em instituições público-privadas.

Na análise, 5 (cinco) coordenadores, ou seja, 71%, disseram “Sim” e 2 (dois) não responderam ao questionamento. Nesse sentido, os Coordenadores (C3) e (C4) enaltecem a qualidade de seus professores que se diferenciaram dos demais e o Coordenador (C7) observou que o fato do tempo de dedicação não ser exclusivo, dificulta a condução de trabalhos práticos.

Dentre os professores, houve uma parcela maior de “Não” à questão, com 6 (seis) respondentes, representando 55%. Para o Professor (P2) a instituição deve intervir de uma forma mais formadora junto aos docentes. O Professor (P5) argumentou que por não ser uma disciplina com habilidades inatas, os professores devem estar atentos para que os resultados não sejam opostos aos esperados. Os professores (P1), (P6), (P7) e (P10) não justificaram suas respostas negativas. Dos 4 (quatro) professores que responderam “Sim” (36%), o Professor (P4) ressaltou que a IES deveria ter uma preocupação maior com a capacitação. O Professor (P11) não se manifestou conclusivamente em uma resposta. Disse que não se pode generalizar, até por força de cada assunto ou matéria.

Finalizado os questionamentos, abriu-se espaço para aqueles que quisessem partilhar as principais percepções sobre interesse, conhecimento, expectativa e participação dos alunos, em sala de aula, sobre empreendedorismo.

Segue abaixo, a transcrição dos relatos:

Coordenador (C2)

O interesse e a expectativa são grandes, o conhecimento é razoável, a participação dos alunos depende do grau de envolvimento do professor.

Coordenador (C3)

Os alunos, no primeiro momento, percebem-se em uma disciplina que é de cunho obrigatório com prevalência da “pedagogia do exame”, ou seja, “tenho que cursar a disciplina como conteúdo obrigatório de minha grade e tenho que tirar a nota mínima, ao menos para passar”. No decorrer das aulas, entretanto, quando se vêem como empreendedores-investidores nos trabalhos práticos e em grupos cooperativos, essa percepção vai mudando. Começam a “entrar de cabeça” em projetos que realizam, por exemplo, a identificação de uma oportunidade de empreendimento no Distrito Federal (ou no país, no caso de um e-commerce), com o desenvolvimento do plano de negócios e defesa de projeto em banca de investidores. Observa-se, ao final do semestre, a imensa vontade de prosseguirem no projeto, juntamente com os colegas de grupo. Argumentam que assim que tiverem melhores condições, sobretudo financeiras, voltarão ao projeto. Creio que essa é a parte mais gratificante para os professores e os próprios estudantes.

Coordenador (C4)

Os alunos têm muito interesse em abrir o próprio negócio, mas sentem falta de espaço para conseguirem um “padrinho” que os ajudem nesse desafio. Eles têm muitas ideias, mas pouca vivência com pessoas empreendedoras capazes de compartilhar as experiências (alegrias e insucessos) que os colocaram na atual posição.

Coordenador (C7)

Os alunos se interessam pelo tema. Alguns conhecimentos adquiridos são fundamentais, a exemplo, a elaboração de um plano de negócios. Eles gostam de desafios. Buscam empreender, ter um negócio ou ascensão funcional nas empresas público-privadas. Aqueles que conseguem sucesso sentem a necessidade de apresentar os resultados em eventos.

Professor (P4)

O interesse dos alunos aumenta à medida que suas expectativas são atingidas. De início, o conhecimento multidisciplinar exigido assusta-os, mas com a aplicação das ferramentas de gestão certas, a participação nos projetos vai se tornando cada vez mais interessante.

Professor (P5)

Inicialmente os alunos chegam meio desinteressados, pois pensam ser apenas mais uma disciplina a cursar. Aos poucos, com as dinâmicas de sala, visitas e abordagens reais, aumentam o interesse e participação. A expectativa de alguns, particularmente aqueles já interessados no próprio negócio, rapidamente fica visível e passam a ter então, uma maior participação em sala, influenciando a atitude dos demais.

Professor (P6)

Sempre pergunto aos alunos sobre seus objetivos para o futuro, sobre o que desejam fazer após a graduação. Cerca de 40% tem por objetivo empreender, o restante pretende realizar concurso público; mas no decorrer dos semestres percebe-se que este percentual tende a se igualar. O interesse dos alunos sobre a possibilidade de empreender fica mais acentuado quando passo minhas experiências como empreendedor, estas experiências acabam gerando um desejo de empreender.

Professor (P7)

O aluno tem mais interesse por aulas práticas, ele vem com solicitações para montar seu próprio empreendimento, solicita trabalho em grupo e alguns pedem para fazer um projeto individual. Querem aproveitar a oportunidade para planejar seu sonho empreendedor. Trabalhamos com bastantes visitas técnicas, atualmente não temos tido retorno dos alunos, considerando que há custos e os mesmos alegam não ter condições. Na minha concepção, quando os alunos pagavam mensalidade eles conseguiam fazer visitas técnicas, depois do advento do FIES houve um declínio.

Professor (P8)

Em levantamento realizado no atual semestre, no primeiro dia de aula, somente 7 dos 50 alunos pretendiam ter seu próprio negócio e isso parece ter desmotivado a maioria da turma para o aprendizado da disciplina. Poucos alunos conheciam o assunto. Ao longo do semestre, vários alunos passaram a julgar a disciplina como “interessante”. Por conduzir o processo ensino-aprendizagem de uma maneira prática, a participação dos alunos foi muito boa. Um fato muito positivo da IES foi incluir esta disciplina no Curso de Graduação de Sistemas de Informação com o objetivo de incentivar os alunos a construir *startups*, no início ou final de curso, aproveitando seus próprios projetos executados.

Professor (P10)

Os alunos participam muito e gostam dos trabalhos que desenvolvem. A disciplina é dinâmica e com uma grande variedade de formatos de atividades. Não há dificuldade para engajar e envolver o aluno para que participe das atividades propostas.

Professor (P11)

Há interesse de alguns. Há casos de implantação de negócios inspirado na disciplina e trabalhos realizados em sala de aula.

3.2 Discussão dos resultados

Da análise do **Apêndice 1** a titulação máxima obtida foi muito boa, uma vez que no universo dos coordenadores houve predominância de mestres e doutores. Também no universo de professores houve muitos mestres e doutores, grande parte deles formados em Administração ou áreas afins que entendem a importância do ensino do Empreendedorismo e promovem resultados específicos.

O investimento em capacitação tende a elevar o clima organizacional impulsionando o fator motivacional. Ainda, abre maiores espaços de participação da IES em congressos, seminários e outros eventos científicos que agregam valor ao profissional e projeta a instituição perante a sociedade a qual está inserida.

Quanto à busca por mais conhecimento sobre o assunto, que resultou em publicações, percebeu-se na comparação que houve uma diferença expressiva entre os universos.

A julgar pelo número total de publicações o resultado pode ser considerado bom, mas pareceu ter havido um desinteresse maior por parte dos professores em pesquisar e publicar sobre o assunto.

Vale ressaltar a importância que a pesquisa científica exerce sobre o conhecimento do autor e à comunidade acadêmica. Dessa forma, a IES deve inserir-se como facilitadora e incentivadora da atividade, fornecendo temas e condições materiais e financeiras que estimulem a categoria a perseguirem esse caminho.

Nenhum dos professores e coordenadores teve a experiência de realizar cursos ou ministrar palestras no exterior.

Seguindo as considerações feitas na questão anterior, a IES deve, dentro do possível, incentivar, facilitar e patrocinar o envolvimento do docente. Os ganhos

finais tendem a ser mútuos, na medida em que a experiência vivida em outros costume e culturas seja repassada aos alunos pelo docente como conhecimentos.

Os respondentes que informaram ter tido experiência em empreendimentos pessoais alegaram que o fato influenciou de forma positiva na transmissão de assunto e que funcionou como um motivador, principalmente, àqueles alunos que se interessam em ter seu próprio negócio.

Logicamente, não nos caberia sugerir que cada docente devesse ter experiência empresarial pessoal para poder lecionar, entretanto, vale ressaltar a importância que a experiência pessoal exerce nos alunos. A experiência impulsiona. Ela pode ser o alicerce para o ensino da disciplina, dando-a significado. Ao transmitir algo que aconteceu no cotidiano a retenção da atenção se torna mais evidente e desperta maior curiosidade às atividades envolvidas.

Do **Apêndice 2** extraímos que a maioria dos respondentes concordou que a responsabilidade pelo aprimoramento profissional deve ser compartilhada.

As IES detém uma estrutura propícia à formação de várias redes de relacionamentos institucionais que podem abrir novos caminhos e oportunidades para o aperfeiçoamento. Os docentes, por sua vez, são agentes articuladores e implementadores dos projetos e os responsáveis por transmitir aos alunos todas as sensações e emoções que o empreendedorismo desperta nas pessoas.

Quanto aos custos logísticos, concluiu-se que podem influenciar, inclusive de forma restritiva, na realização das visitas à outras IES e empresas público-privadas.

As visitas revestem-se de fundamental importância. Sugere-se que as IES vejam suas despesas com olhar empreendedor transformando-as em oportunidade de melhoria, uma vez que a atividade proporciona contato com novas tecnologias, ideias, processos produtivos ou realização de serviços, situações ideais para estimular pensamentos inovadores para soluções impensadas.

Um dos respondentes destacou seu interesse em realizar visitas às empresas ou outras IES, mas não contou com o apoio da instituição e tal negativa o desmotivou a tentar alternativas.

Entende-se que esse tipo de acontecimento deve ser evitado. Muitas vezes, com diálogo e comprometimento das partes verifica-se que as visitas podem ser custeadas de forma integral pela própria empresa ou IES visitada, pois ambas são interessadas nesse processo de troca de informações e conhecimento.

Percebeu-se uma boa adesão às instituições externas na realização de atividades extraclasse. Foram expressivas as opções por empresas privadas, empresa-júnior e outras IES. O SEBRAE teve uma parcela menor de adesão.

O envolvimento dos docentes com as empresas juniores apesar do aparente equilíbrio numérico, apresentou os professores como mais descontentes. Um deles declarou sua indignação à fraca adesão do corpo docente aos projetos internos e os conflitos e ruídos gerados nessa comunicação.

Nesse caso, a coordenação e direção da IES devem atentar para que todos professores tenham oportunidades iguais em participar com críticas e sugestões nas questões que envolvam o ensino.

O desenvolvimento de projetos extraclasse envolvendo os centros de empreendedorismo, incubadoras, cooperativas e associações, empresas juniores e instituições público-privadas são importantes nessa interação com a IES, pois proporcionam aprimoramento profissional aos docentes, tornando-os mais seguros quanto ao conteúdo de conhecimento envolvido, valorizando-os pessoalmente e no mercado de trabalho. O SEBRAE também oferece experiências interessantes de cases locais que buscam estimular e desenvolver habilidades, atitudes e competências empreendedoras.

Dentre as dificuldades enfrentadas pelos entrevistados nas IES destacaram-se as questões de relacionamento interpessoal e remuneração insatisfatória.

Como essa última está intimamente ligada à capacidade de pagamento da IES, parece-nos ter um aspecto muito individual e ser mais uma questão de melhoria de gestão administrativa que passa, obrigatoriamente, por uma questão de valorização dos profissionais para que os mesmos possam retribuir com trabalho e dedicação e um planejamento financeiro adequado e eficiente.

A questão do relacionamento interpessoal não é menos importante, entretanto, carece de uma análise dos processos de comunicação. É preciso que as pessoas envolvidas no ensino sejam vistas como “sócias” do empreendimento. O uso eficiente dos recursos e utilização de recompensas pode maximizar os resultados do sistema proporcionando o alcance dos objetivos pessoais e organizacionais.

Foram dadas importantes sugestões pelos coordenadores aos problemas institucionais, a saber: a) melhorar o planejamento financeiro; b) aumentar a interação e parcerias da IES com outras instituições; c) manter uma política de

qualidade no ensino e formação continuada dos docentes; d) criar diferenciais em relação ao mercado de ensino local, regional e nacional; e) fortalecer a interação entre a IES e as empresas juniores; f) incentivar a criação de agências de empreendedorismo e de comércio exterior.

As questões pedagógicas abordadas no **Apêndice 3** mostraram que o assunto “Empreendedorismo” geralmente figura nas IES como disciplina independente e com maior frequência no curso de Administração, o que nos pareceu perfeitamente aceitável, dado sua aplicabilidade no mercado. Salienta-se que em uma das IES o assunto foi distribuído em outras disciplinas, mas isso não afetou o atendimento dos objetivos didáticos e institucionais.

Dentre as didáticas utilizadas pelos docentes podemos perceber que as de cunho teórico ainda dominam as primeiras posições e que a opção pelo plano de negócios figurou em primeira opção.

É preciso fugir da visão de ensino de sistema fechado e inovar com metodologias que unam métodos tradicionais e modernos, mais estimulantes, como por exemplo: a experimentação na efetiva criação de pequenas empresas; o assessoramento de empreendedores e empresas reais e o intercâmbio com a comunidade de negócios locais. Enfim, práticas que possibilitam os estudantes aprender vivendo situações mais próximas de sua realidade.

A quantidade média de 43 alunos em sala de aula não nos pareceu a mais adequada. É certo que esse número irá sempre variar em decorrência da estrutura do imóvel disponível na IES, entretanto, evitar turmas muito grandes certamente tornará mais fácil para o professor lidar com os problemas recorrentes de trabalhos em grupo: a) muitos grupos com poucos alunos demandam muito tempo para orientação; b) poucos grupos, com muitos alunos, geralmente dispersa a atenção e exclui a participação de alguns desses. Dessa forma, para que haja um maior envolvimento, o ideal é que sejam turmas com quantidades que facilitem a orientação, coordenação e controle dos trabalhos pelo professor.

A posição da disciplina nas grades curriculares pareceu-nos ideal entre o 7º e 8º período. Por ser uma disciplina de cunho interdisciplinar, nessa posição terá condições de revisar assuntos e colocar em prática conceitos já entronizados.

Os alunos declararam-se mais motivados quando receberam estímulo externo. Tanto coordenadores quanto professores concordaram que os alunos

desejam ser protagonistas de seu conhecimento e que a vivência de situações práticas torna mais interessante a adoção de novos métodos de ensino.

Na percepção dos docentes há unanimidade no desejo por aulas mais práticas. Nesse sentido, cabe a IES e docentes um planejamento curricular conjunto que contemple os diversos conteúdos, agregando-os.

Por fim, verificou-se que não houve consenso quanto a preparação dos professores para conduzir trabalhos práticos em instituições público-privadas.

Alguns respondentes ressaltaram seu descontentamento e atribuíram culpa às IES por não investirem em capacitação e na construção de um ambiente mais empreendedor.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Baseado no corpo teórico do estudo e nas respostas dos questionários-apêndices da amostra foi apresentado fatores que mostram, ao menos em parte, o relacionamento entre os principais envolvidos no processo de transmissão de conhecimento do tema, a saber: as Instituições de Ensino Superior (IES) do DF e seus respectivos coordenadores e professores.

Entende-se que a multidisciplinaridade do assunto e suas peculiaridades resultam em uma gestão complexa. Entretanto, é necessário que haja um esforço conjunto em entender a existência dessas dificuldades e busca por soluções que possam agregar conhecimento e oferecer resultados para melhorias na formação do jovem empreendedor.

Espera-se das IES uma maior adequação da disciplina Empreendedorismo às necessidades regionais a fim oferecer um conteúdo mais interessante aos olhos dos graduandos e aproveitável ao mercado. Para isso, fazem-se necessárias maiores interações com empresas juniores, outras IES, SEBRAE, cooperativas e associações, empresas privadas, consultorias e órgãos públicos locais. Certamente, cada uma dessas instituições tem importantes contribuições práticas para a formação do discente por vivenciarem projetos diferentes e reais.

Concordamos com Vesper (1987) que propõe novos modelos conceituais que inclui o agir como experiência didática e com Calado (2008) na necessidade de envolver nos debates todos os interessados no ensino a fim de incluir nos currículos atividades acadêmicas geradoras de valor sustentável para as empresas e sociedade.

Sugere-se que as IES adotem formas de auto-regulação na gestão de seus custos organizacionais para que isso não prejudique a realização de atividades que comprometam a qualidade da formação acadêmica.

A realização de visitas é muito importante para a formação, pois oferece ao docente e aluno a oportunidade de visualizar como ocorrem os processos e procedimentos organizacionais “in loco”, ou seja, no lugar e da forma que acontecem.

Na gestão do corpo docente sugere-se às IES incentivar a remuneração variável ao desempenho, por ser capaz de motivar o docente a conseguir melhores resultados e por criar um clima de competição salutar.

A existência de ruídos torna a comunicação entre as categorias e instituição ineficiente e, por vezes, impossível. Essa situação é prejudicial a todos e nesses casos parece-nos fundamental que as IES proporcionem aos professores e coordenadores as mesmas oportunidades de participação, com críticas e sugestões, nas decisões que envolvam questões.

A capacitação dos docentes deve ser entendida como investimento pela IES. Quanto mais qualificado for o quadro de profissionais melhor será a imagem da instituição quanto à excelência gerencial.

Dos coordenadores e professores espera-se que possam conjugar aos métodos teóricos, práticas inovadoras que proporcionem uma abordagem mais envolvente, capazes de estimular a criatividade e privilegiar a vontade do aluno, mesmo que em detrimento às ofertas de emprego no mercado. Noutro aspecto, soma-se a necessidade de especializar-se em fundamentos, aprender a lidar com novas tecnologias e a entender as nuances que envolvem as interações externas, requisitos fundamentais para fazer despertar as características empreendedoras.

Concluindo, espera-se que as análises desenvolvidas possam ter ajudado a identificar fatores obstruentes ao processo de ensino do empreendedorismo e que as considerações e sugestões possam contribuir na a formação de novos alunos/empreendedores ou, no mínimo, somar-se ao conhecimento cognitivo sobre o assunto.

REFERÊNCIAS

- AGHION, P.; HOWITT, P.. **Política de crescimento apropriado: a estrutura unificadora**. Amsterdã: Congresso Anual da Associação Econômica Européia, 2005.
- ANDRADE, R. F.; TORKOMIAN, A.. **Fatores de influência na estruturação de Programas de Educação Empreendedora em Instituições de Ensino Superior**. Londrina: Anais do II Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de pequenas empresas, 2001.
- ANDREASSI, T.; FERNANDES, R. J. R.. **O uso das competições de planos de negócios como ferramenta de ensino de empreendedorismo**. In: LOPES, R. M. A. (Org.). Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas. Cap. 9. Rio de Janeiro: Elsevier; São Paulo: Sebrae, 2010.
- ARAUJO, M. H.. **O estímulo ao empreendedorismo nos cursos de química: formando químicos empreendedores**. São Paulo: Química Nova, vol. 28, suplemento, s18-s25, 2005.
- AUDRETSCH, D. B.; Keilbach, M. C.; LEHMANN, E. E.. **Empreendedorismo e crescimento econômico**. Nova Iorque: Universidade de Oxford, 2006.
- BARROS, A. J. S.. **Fundamentos de metodologia científica: um guia para a iniciação científica**. 2. ed. São Paulo: Makron, 2000.
- BARROS, A. A.; PEREIRA, C. M. M.. **Empreendedorismo e Crescimento Econômico: uma Análise Empírica**. Artigo científico publicado na Revista RAC, Curitiba, v. 12, n. 4, 2008.
Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rac/v12n4/05.pdf>
- BIRLEY, S.; MUZYKA, D. F.. **Dominando os desafios do empreendedor**. São Paulo: Makron Books, 2001.
- CALADO, L. R.; BARONTINI, G.. **Madre Teresa de Calcutá usava batom? Lições da sustentabilidade integral**. In: Guevara, A. H. (Org.). Consciência e desenvolvimento sustentável nas organizações. Rio de Janeiro: Campus, 2008.
- CALADO, L. R.; NADAI, F.. **A espiritualidade e a gestão das organizações**. In: Guevara, A. H. (Org.). Consciência e desenvolvimento sustentável nas organizações. Rio de Janeiro: Campus, 2008.
- CARLAND, J. W.; HOY, F.; BOULTON, W. R.. **Diferenciando empresários de proprietários de pequenas empresas: a conceituação**. Escola de Revisão e Gerenciamento, v.9, n.2, 1984.
- CANTILLON, R.. **Ensaio sobre a natureza do comércio em geral**. Curitiba: Segesta, 2002.
- CARLAND, J. W.; CARLAND, J. A.; HOY, F. S.. **Quem é empreendedor? uma pergunta que vale fazer**. Nova Iorque: Jornal Americano de Pequenos Negócios, 1998.

CASSON, M. A.. Teoria econômica empresarial. Nova Jersey, 1982.

CAVALCANTI, M.. **O Ensino do Empreendedorismo no Brasil na Universidade Pública e o Apoio à Mulher Empreendedora:** algumas reflexões críticas. Artigo Científico publicado na Revista de Administração da UNIMEP, v. 5, n. 1, janeiro / Abril – 2007.

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=273720501005>

COOPER, A. C.. **Desafios na prevendo novo desempenho da empresa.** v.8. Jornal de Negócios Venturing, 1993.

COLARDYN, D.; BJORNAVOLD, J.. **Validação da aprendizagem formal, não-formal e informal:** políticas e práticas na União dos Estados Membros. Jornal Europeu de Educação, v.39, n. 1, 2004.

DEGEN, R. J.. **O empreendedor:** fundamentos da iniciativa empresarial. 8.ed. São Paulo: Pearson Educação do Brasil, 1989.

DEGEN, R. J.. **O Empreendedor:** empreender como opção de carreira. São Paulo: Pearson Educação do Brasil, 2009.

DELORS, J.. **Educação:** um tesouro a descobrir - Relatório para UNESCO da Comissão Internacional sobre Educação para o século XXI. 2. ed. São Paulo: Cortez; Brasília: MEC/UNESCO, 1999.

DOLABELA, F.. O ensino do Empreendedorismo: panorama brasileiro. **Seminário Internacional a Universidade formando Empreendedores.** Brasília, 1999a.

DOLABELA, F.. **Oficina do empreendedor:** a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. São Paulo: Cultura, 1999b.

DOLABELA, F.. **O segredo de Luísa:** uma idéia, uma paixão e um plano de negócios – como nasce o empreendedor e se cria uma empresa. São Paulo: Cultura, 1999c.

DOLABELA, F.. **O ensino do empreendedorismo:** panorama brasileiro. In: Empreendedorismo: ciência, técnica e arte / Instituto Evaldo Lodi. Cap. 4. Brasília: CNI. IEL Nacional, 2000.

DORNELAS, J. C. A.. **Empreendedorismo:** transformando idéias em negócios. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo na prática:** mitos e verdades do empreendedor de sucesso. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

DORNELAS, J. C. A.. **Empreendedorismo corporativo.** 2. reimp. da 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DRUCKER, P. F.. **Inovação e Espírito Empreendedor**. São Paulo: Thomson Pioneira, 2002.

DRUCKER, P. F.. **Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios**. 10. reimpr. da 1. ed. São Paulo: Cengage Aprendizagem, 2008.

EVANGELISTA, O.. **Formação docente no Brasil e interesses internacionais**. Congresso do SINTE, 2005.

FERREIRA, A. A.; REIS, A. C. F.; PEREIRA, M. I.. **Gestão Empresarial: de Taylor aos nossos dias**. São Paulo: Pioneira Thomson Learnig, 2002.

FILION, L. J.. **Empreendedorismo**: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. Revista de Administração. v. 34, n. 2, abril/junho. São Paulo: 1999.

FILION, L. J.. **O empreendedorismo como tema de estudos superiores: panorama brasileiro**. In: Empreendedorismo: ciência, técnica e arte / Instituto Evaldo Lodi. Cap. 4. Brasília: CNI. IEL Nacional, 2000.

FLICK, U.. **Introdução à pesquisa qualitativa**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS (FGV), 2010. Disponível em: <http://eaesp.fgvsp.br/sites/eaesp.fgvsp.br/files/ementas%20sem%20bibliografia%20DEZEMBRO%202010.pdf>. Acesso em 15/09/2014.

GIBB, A. A.. **A Cultura empresarial e educação**: a educação e suas ligações com a empresa de pequeno porte, empreendedorismo e objetivos educacionais mais amplos. Internacional Small Business Journal, v.11, n.3, 1993.

GIL, A. C.. **Métodos e Técnicas e Pesquisa Social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GORMAN, L; HANLON, D; KING, W.. **Algumas perspectivas de investigação sobre empreendedorismo, educação e educação empresarial para gestão de pequenos negócios**: uma revisão da literatura. Internacional Small Business revista. v.15, n.3, 1997.

GORENDER, J. **A Burguesia brasileira**. São Paulo: Brasiliense, 1988.

GUERRA, M. J.; GRAZZIOTIN, Z. J.. **Educação empreendedora nas universidades brasileiras**. In: LOPES, R. M. A. (Orga.). Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas. Cap. 4. Rio de Janeiro: Elsevier; São Paulo: Sebrae, 2010.

GUIMARÃES, T. A.. **Empreendedorismo além do plano de negócio**. 1 ed.- 2.reimpr.- São Paulo: Atlas, 2006.

HANNON, P. D.. **Sentido e significado na educação para o empreendedorismo**. Educação e Formação, v. 48, n. 5, 2006.

HASHIMOTO, M.. **Centro de Empreendedorismo no Brasil (e-book)**. São Paulo: Sebrae, 2013.

HAZOFF JÚNIOR, W.; SAUAIA, A. C. A.. **Aprendizagem centrada no participante ou no professor?** um estudo comparativo em Administração de Materiais. Revista de Administração Contemporânea, v.12, n. 3, Curitiba, 2008.
Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/S1415-65552008000300003>. Acesso em 24/02/2014

HENRIQUE, D. C.; CUNHA, S. K.. **Práticas didático-pedagógicas no ensino de empreendedorismo em cursos de graduação e pós-graduação nacionais e internacionais**. vol. 9, n. 5. São Paulo: Revista de Administração Mackenzie, 2008.
Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1678-69712008000500006&lng=pt&nrm=iso>.
Acesso em 16 out 2012. <http://dx.doi.org/10.1590/S1678-69712008000500006>.

HENRY, C.; HILL, F.; LEITH, C.. **Educação e formação empreendedorismo: o empreendedorismo pode ser ensinado?** parte 1. Educação e treinamento, v. 47, n. 2, 2005.

HILL, L. A.; CONGER, J. A.; READER, D. A.. **Você tem alto potencial?** Harvard Business Review, 2011.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.. **Empreendedorismo**. 5 ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

HONIG, B.. **Educação empreendedora: Rumo a um Modelo Baseado em Planos de Contingência de Negócios**. Academia de Gestão de Aprendizagem e Educação. v. 3, n. 3, 2004.

JONES, C.; ENGLISH, J.. **Uma abordagem contemporânea da educação para o empreendedorismo: Educação e formação**. v. 46, n. 8/9, 2004.

KAST, F. E.; ROSENZWIEG, J. E.. **Organização e administração: um enfoque sistêmico**. 4. ed. São Paulo: Pioneira, 1980.

KATZ, J. A. A.. **A Cronologia e trajetória intelectual do empreendedorismo na educação americana**. Jornal de Negócios Venturing, v 18. (2), 2003.

KIEFER, C.; SCHLESINGER, L. **Ação de tomar tudo: Criando o que você quer em um mundo incerto**. Duxbury: Black link Press, 2010.

KURATKO, D. F.. **Empreendedorismo Educação: Tendências e Desafios Emergentes para o século XXI**. Livro Branco. Associação dos Pequenos Estados Unidos Educação Empresarial, 2003. Disponível em: <http://labsel.pesarosviluppo.it/Modules/ContentManagment/Uploaded/CMItemAttachments/entrepreneurship%20education%20-%20emerging%20trends.pdf>. Acesso em: 22/04/2013.

KURATKO , D. F. **Educação Empreendedora no século 21: da legitimação à liderança.** Fundação Coleman Livro Branco, 2004. Disponível em: http://faculty.bus.olemiss.edu/dhawley/PMBA622%20SP07/Sloan/L3_M11_Entre_Education.pdf Acesso em 23/05/2013

KRAKAUER, P. V. C.. **Ensino de empreendedorismo:** estudo exploratório sobre a aplicação da teoria experiencial. São Paulo: Tese de doutorado em Ciências da Universidade de São Paulo, 2014.

KWASNICKA, E. L. **Introdução à administração.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 1995.

KLEIN, P. G.; BULLOCK, J. B.. **O empreendedorismo pode ser ensinado?** Jornal da Agricultura e economia aplicada, 2006. Disponível em: http://web.missouri.edu/~kleinp/papers/kb_2006.pdf: 2014

KISSIL, M.. **Gestão da Mudança Organizacional.** Instituto para Desenvolvimento da Saúde, Universidade Federal de São Paulo, Faculdade de Saúde Pública. Série Saúde e Cidadania, v. 4. São Paulo, 1998.

LAVIERI, C.. **Educação...empreendedora?** In: LOPES, R. M. A. (Org.). Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas. cap. 1. Rio de Janeiro: Elsevier; São Paulo: Sebrae, 2010.

LEITE, E. F.. **O Fenômeno do Empreendedorismo.** Recife: Bagaço, 2000.

LOPES, R. M. A.. **Referenciais para a Educação empreendedora.** In: LOPES, R. M. A. (Org.). Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas. cap. 1. Rio de Janeiro: Elsevier; São Paulo: Sebrae, 2010.

LIMA, Aguinaldo Luiz de. **Os riscos do empreendedorismo:** A proposta de educação e formação empreendedora. 2008. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo, 2008.

MAGNANI, J. G. C.. **De perto e de dentro:** nota para uma etnografia urbana. Revista Brasileira de Ciências Sociais, v. 17, n. 49, 2002.

MAHONEY, J. T.; MCGAHAN, A. M.. **O campo da gestão estratégica dentro da ciência evolutiva da organização estratégica.** Organização Estratégica, v 5 (1), 2007.

MANNING, P. K.. **Metáforas do campo:** variedades de discurso organizacional. Ciência Administrativa Trimestral, vol. 24, nº. 4, 1979.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M.. **Fundamentos de metodologia científica.** 7. ed. rev. São Paulo: Atlas, 2010.

MARX, K.. **O Capital.** Vol. I, Tomo I e II, Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.
MAXIMIANO, A. C. A.. **Introdução à administração.** 6. ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 2004.

MELO, A.. **A educação básica na proposta da Confederação Nacional da Indústria (CNI) nos anos 2000.** Educação e Pesquisa, vol. 38, n. 1, mar, São Paulo, 2012.

MÉSZÁROS, I.. **A Educação para além do Capital.** São Paulo: Boitempo, 2005.

MINAYO, M. C. S. (Org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade.** Petrópolis: Vozes, 2001.

MIRANDA, H. J.. **Elaboração de uma metodologia para introdução do ensino de empreendedorismo nos cursos técnicos de nível médio. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção)** – Departamento de Engenharia de Produção e Sistemas, Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2002.

MORAES, L. V. S; HOELTGEBAUM, M.. **Um modelo para a análise do processo de aprendizagem de empreendedores.** In: 3rd. Conferência Internacional da Academia Ibero-Americana de Gestão, São Paulo, 2003.

MUZYKA, D. F.. **Dominando os desafios do empreendedor: seu guia para se tornar um empreendedor.** São Paulo: Makron, 2001.

McCLELLAND, D. C.. **A Sociedade a alcançar.** Nova Iorque: Free Press, 1967.

NOVAES, M. B. C.; GIL, A. C.. **A pesquisa-ação participante como estratégia metodológica para o estudo do empreendedorismo social em administração de empresas.** RAM, Rev. Adm. Mackenzie (Online), São Paulo, vol. 10, n. 1, fev, 2009. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1678-69712009000100007&lng=pt&nrm=iso. Acesso em 15 set 2015.

NECK, H. M.; GREENE, P. G.. **Educação empreendedora: mundos conhecidos e novas fronteiras.** Jornal de Administração de pequenos negócios, v 49. (1), 2011.

NICOLINI, A. M.. **A graduação em administração no Brasil: uma análise das políticas públicas.** Rio de Janeiro, 2000. Dissertação. Escola Brasileira de Administração Pública, Fundação Getúlio Vargas. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/3628/000303976.pdf?sequence=1>. Acesso em: 15 set 2015.

OLIVEIRA, E. M. **Empreendedorismo Social no Brasil: fundamentos e estratégias.** Tese de Doutorado. UNESP. São Paulo: 2004.

PENNA, N. A.. **Brasília: do espaço concebido ao espaço produzido – a dinâmica de uma metrópole planejada.** Tese de doutoramento, Departamento de Geografia, Universidade de São Paulo. São Paulo, 2000.

POLITIS, D.. **O processo de aprendizagem empresarial: uma estrutura conceitual.** Teoria e Prática de Empreendedorismo, v. 29, edição 4, 2005.

RABBIOR, Y.. **Elementos de um programa de sucesso empresarial, econômico e educacional.** In: Kent, C. (Eds.) Educação empreendedora - A evolução atual em direção ao futuro. Nova Iorque Quorum Books, 1990.

RAE, D.; CARSWELL, M.. **Uma abordagem história de vida em pesquisar aprendizagem empresarial:** Educação e Formação, v. 42, n. 4/5, 2000.

RAE, D.. **Aprendizagem empresarial:** um modelo prático das indústrias criativas. Educação e Formação, 46 v., N 09/08, 2004.

RAMOS, S. C.; FERREIRA, J. M.. **Levantamento das práticas e conteúdos do ensino de empreendedorismo nos cursos de graduação em administração na cidade de Curitiba.** In: Encontro da Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Administração, Anais... Florianópolis: 2004.

RELATÓRIO GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil (Relatório Nacional).** Curitiba: Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade no Paraná, 2015.

RIBEIRO, R. L; ARAÚJO, E. A. S. de; OLIVEIRA, E. A. A.Q.. **A contribuição das instituições de ensino superior para a educação empreendedora.** 4º Congresso Internacional de Cooperação Universidade x Indústria (UNINDU). São Paulo, 2012.

ROMANO, C. A.. **O desafio de uma proposta para a graduação na educação profissional:** o caso do CEFET-PR. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Departamento de Engenharia de Produção e Sistemas, Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2000.

RONSTADT, R.. **Empresários Educados:** Uma Nova Era de Educação Empreendedora está começando. Jornal dos Pequenos negócios americanos, v. 11, n. 4, 1987.

SANTOS, J. R.. **Educação para atividade empreendedora:** um estudo de caso na Escola de Engenharia da Universidade Federal de Minas Gerais. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Departamento de Engenharia de Produção e Sistemas, Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2002.

SARASVATHY, S.. **Como ser um empreendedor?** Disponível em: http://www.effectuation.org/sites/default/files/research_papers/what-makes-entrepreneurs-entrepreneurial-sarasvathy_0.pdf. Acesso em: 12 set 2015

SALUSSE, M. A. Y.; ANDREASSI, T.. **O Estado da Arte do Ensino do Empreendedorismo:** Mapeamento e Evolução. In: VI Encontros de Estudos em Estratégia. ANPAD. Bento Gonçalves, 2013. Anais...

SAY, J. B.. **Tratado de economia política.** Tradução de Balthazar Barbosa Filho. Coleção Os Economistas, São Paulo: Abril Cultural, 1983.

SHANE, S.; VENKATARAMAN, S.. **A promessa de empreendedorismo como um campo de pesquisa.** Revista Academia de gestão, v.25, nº1, 2000.

SCHUMPETER, J. A.. **Teoria do desenvolvimento econômico**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1961.

SOUZA, E. C. L. et al.. **Métodos, técnicas e recursos didáticos de ensino de empreendedorismo em IES brasileiras**. Empreendedorismo além do plano de negócio. Sao Paulo: Atlas, 2005.

SOUZA NETO, B.. **Contribuição e Elementos para um Metamodelo Empreendedor Brasileiro: O Empreendedorismo de Necessidade do Virador**. (Tese - Universidade Federal do Rio de Janeiro). Rio de Janeiro: COPPE, 2003.

SOUZA, E. C. L. **Empreendedorismo: da gênese à contemporaneidade**. In: Souza, Ed. C. Lucas; 2006.

SCHMIDT, S.; BOHNENBERGER, M. C.. **Perfil empreendedor e desempenho organizacional**. Rev. adm. contemp., vol. 13, n. 3, set. Curitiba, 2009. Disponível em: < <http://www.scielo.br/pdf/rac/v13n3/v13n3a07.pdf>. Acesso em 12 set 2015.

TAYLOR, F. W.. **Princípios de administração científica**. 8. ed. 13. reimp. São Paulo: Atlas, 2008.

THORNTON, P.. **A Sociologia do empreendedorismo**. Revista Anual de Sociologia, v.25, 1999.

TRIVIÑOS, A. N. S.. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.

VANEVENHOVEN, J.. **Avanços e Desafios na Educação para o Empreendedorismo**. Jornal de gestão dos pequenos negócios, v 51. (3), 2013.

VESPER, K. H.. **Acadêmicos Empresariais: O quê dizer quando estiver chegando a algum lugar?** Jornal de Administração de Empresas, v.25, nº2, 1987.

VESPER, K. H.; GARTNER, W. B.. **Medir o progresso da educação para o empreendedorismo**. Jornal de Negócios Venturing, Nova Iorque, v. 13, n. 1, 1997.

VOLKER, P.. **O professor empreendedor**. In: **SEMINÁRIO EDUCAÇÃO SESI/SENAI**, 1., 2001, Belo Horizonte, Minas Gerais. Anais... Belo Horizonte: Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais/Rede SESIMINAS de Educação/SENAI Educação Profissional, 2001.

VIANA, R.; OLIVEIRA, G. JR.& MARTINS, A. M.. **O empreendedorismo urbano na cidade de Brasília: a subordinação das políticas urbanas ao mercado imobiliário**. UnB. Brasília, 1995.

WENNEKERS, A.; THURIK, A. R.. **Ligando o empreendedorismo e o crescimento econômico**. Economia de pequenos negócios, 13 (1), 1999.

WYCKHAM, R. G.. **Medir a eficácia dos programas de educação empreendedora**: Canadá e América Latina. In: WYCKHAM, R. G. (eds.). Educar os empresários. Simon Fraser University. Canadá, 1989.

ZAMPIER, M. A.; TAKAHASHI, A. R. W.. **Competências empreendedoras e processos de aprendizagem empreendedora**: modelo conceitual de pesquisa. Cadernos EBAPE BR, v.9, edição especial, Rio de Janeiro, 2011.

**ENSINO DO EMPREENDEDORISMO: UMA ANÁLISE COMPARATIVA
da abordagem do assunto por Instituições de Ensino Superior
no Distrito Federal**

APÊNDICES

APÊNDICE 1 – LEVANTAMENTO DO PERFIL PROFISSIONAL DOS *COORDENADORES E PROFESSORES* SOBRE O ASSUNTO.

APÊNDICE 2 – SONDAÇÃO SOBRE QUESTÕES INSTITUCIONAIS AOS *COORDENADORES E PROFESSORES* SOBRE A IES.

APÊNDICE 3 – SONDAÇÃO SOBRE QUESTÕES PEDAGÓGICAS AOS *PROFESSORES* SOBRE O ASSUNTO.

Esta pesquisa está sendo desenvolvida como parte de uma dissertação de mestrado em Administração, sob a orientação do Professor-Doutor Luiz Roberto Calado, realizada na Faculdade ALFA (Goiânia-GO). Tem como objetivos identificar possíveis diferenças nos conteúdos programáticos de Instituições de Ensino Superior do DF sobre empreendedorismo; levantar interesses e dificuldades do corpo docente das IES pesquisadas na aplicação prática dos conhecimentos sobre o assunto e propor sugestões às IES e corpo docente que possam melhorar a qualidade de ensino do assunto.

Para manter a confidencialidade das informações, não serão apresentados nomes de pessoas nem das instituições nas quais os respondentes estão afiliados. Os dados serão apresentados no estudo com fins unicamente acadêmicos. Ao responder essa pesquisa, o entrevistado autoriza a publicação dos dados de forma anônima.

Agradeceria a sua participação respondendo as perguntas a seguir.

Obrigado, Prof. Hamilton Lopes Loures

Nome da Instituição de Ensino Superior (IES) participante:

Nome do entrevistado:

APÊNDICE 1: LEVANTAMENTO DO PERFIL PROFISSIONAL

Marque com (X) a alternativa desejada.

1. Principal atividade: (assinale mais de uma, se for o caso)

- () Professor () Coordenador () Pesquisador
() Atuante em centro de empreendedorismo
() Outros:

2. Gênero: () Masculino () Feminino**3. Formação acadêmica:****4. Titulação máxima:****5. Já ministrou aulas sobre empreendedorismo?**

- () Sim () Não

Se sim, por quantos meses?

6. Possui pesquisas teórico-empíricas sobre empreendedorismo ou temas correlatos?

- () Sim () Não

Se sim, quantas foram?

7. Fez cursos sobre empreendedorismo no exterior?

- () Sim () Não

Se desejar, comente no quadro abaixo.

--

8. Ministrou cursos ou palestras sobre empreendedorismo no exterior?

- () Sim () Não

Se desejar, comente no quadro abaixo.

--

9. Em algum momento da vida já vivenciou um projeto empreendedor seu?

- () Sim () Não

Se desejar, comente no quadro abaixo.

--

APÊNDICE 2: SONDAÇÃO SOBRE QUESTÕES INSTITUCIONAIS

Marque com (X) a alternativa desejada.

1. A responsabilidade por buscar atualização constante do aprimoramento didático deve ser da IES e não dos professores.

- () Concordo plenamente
() Concordo parcialmente
() Não concordo

Se desejar, comente no quadro abaixo.

--

2. O elevado custo logístico é uma restrição existente em minha IES para realizar visitas de professores e alunos à empresas público-privadas.

- () Concordo plenamente
() Concordo parcialmente
() Não concordo

Se desejar, comente no quadro abaixo.

--

3. A IES fomenta fortemente o envolvimento direto de professores e Empresa-Júnior.

- () Concordo plenamente
() Concordo parcialmente
() Não concordo

Se desejar, comente no quadro abaixo.

--

(Apêndice 2 - Folha 2/2)

4. A IES interage com outras instituições na realização de atividades extraclasse (trabalhos aplicados).

- Empresa Júnior
- Outras IES
- Sebrae
- Consultorias
- Empresas privadas
- Cooperativas e Associações
- Laboratório de Empresas (Incubadoras)
- Centros de Empreendedorismo
- Órgãos do Governo

5. Você acredita que as dificuldades enfrentadas pelas IES envolvendo orçamento, remuneração, comunicação, instalações, relacionamentos interpessoal ou interdepartamental, etc, podem comprometer a qualidade do ensino do assunto empreendedorismo?

- Sim Não

Se desejar, comente no quadro abaixo.

--

6. Responda esta pergunta se for coordenador de curso. Com base na pergunta anterior, colocando-se na posição de administrador e não de docente, quais sugestões você daria às IES para minimizar as dificuldades e, ao mesmo tempo, criar um ambiente mais estimulante ao ensino do empreendedorismo?

Utilize o quadro abaixo para descrever as sugestões.

--

APÊNDICE 3: SONDAÇÃO SOBRE QUESTÕES PEDAGÓGICAS**Entrevistado: (X) PROFESSOR****Marque com (X) a alternativa desejada.****1. Como o assunto empreendedorismo está inserido no programa de curso da IES?** Como disciplina independente Como conteúdo da(s) disciplina(s): _____**2. O assunto empreendedorismo figura em qual período de curso da IES?****3. Na transmissão do assunto empreendedorismo qual a quantidade média de alunos em sua sala de aula?****4. Qual(is) didática(s) você já utilizou em sala de aula para a transmissão do assunto empreendedorismo?**

--

5. Anualmente, em torno de quantos trabalhos são realizados em sala de aula sobre empreendedorismo?

individual: _____ em grupo: _____

6. Você acredita ser válida para o empreendedorismo a afirmação de que quando o aluno recebe um estímulo do ambiente no qual está inserido ele responde melhor ao aprendizado em sala de aula? Sim Não**Se desejar, comente no quadro abaixo.**

--

7. Você percebe nos discentes o desejo por um modelo didático com mais aulas práticas? Sim Não**Se desejar, comente no quadro abaixo.**

--

8. Você acredita que, de maneira geral, os docentes estejam pedagogicamente preparados para conduzir trabalhos práticos em instituições público-privadas? Sim Não**Se desejar, comente no quadro abaixo.**

--

(Apêndice 3 - Folha 2/2)

9. Em sua percepção de docente de empreendedorismo, compartilhe algumas concepções adquiridas em sala de aula como: interesse, conhecimento, expectativa e participação dos alunos de graduação.

Obrigado pela atenção. Caso queira as respostas consolidadas, favor enviar a solicitação para o **email:** prof.hamilton@yahoo.com.br

Telefone: (92) 99969.4636