

**CENTRO UNIVERSITÁRIO ALVES FARIA - UNIALFA**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO STRICTO SENSU**  
**MESTRADO PROFISSIONAL EM DESENVOLVIMENTO REGIONAL**

**ANA RITA BEZERRA DA SILVA**

**AVALIAÇÃO DO ENSINO DE EMPREENDEDORISMO ENTRE ESTUDANTES**  
**UNIVERSITÁRIOS DE AÇAILÂNDIA, MA POR MEIO DO PERFIL**  
**EMPREENDEDOR**

**Goiânia-GO**

**2020**

**ANA RITA BEZERRA DA SILVA**

**AVALIAÇÃO DO ENSINO DE EMPREENDEDORISMO ENTRE ESTUDANTES  
UNIVERSITÁRIOS DE AÇAILÂNDIA, MA POR MEIO DO PERFIL  
EMPREENDEDOR**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional do Centro Universitário Alves Faria - UNIALFA, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Desenvolvimento Regional.

Orientador: Prof. Dr. Marcelo Ladvoat

**Goiânia-GO**  
**PMMA - UNIALFA**  
**Agosto/2020**

Catálogo na fonte: Biblioteca UNIALFA

S586a

Silva, Ana Rita Bezerra da

Avaliação do ensino de empreendedorismo entre estudantes universitários de Açailândia, MA por meio do perfil empreendedor / Ana Rita Bezerra da Silva. – 2020.

55 f. : il.

Orientadora: Prof. Dr. Marcelo Ladvoat.

Dissertação (mestrado) – Centro Universitário Alves Faria (UNIALFA) - Mestrado em Desenvolvimento Regional – Goiânia, 2020.

1. Empreendedorismo. 2. Instituição de Ensino Superior. 3. Ensino. I. Silva, Ana Rita Bezerra da. II. UNIALFA – Centro Universitário Alves Faria. III. Título.

**CDU: 658.11(812.1)**

**CENTRO UNIVERSITÁRIO ALVES FARIA - UNIALFA**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**  
**MESTRADO PROFISSIONAL EM DESENVOLVIMENTO REGIONAL**

Folha de aprovação da dissertação apresentada ao curso de Mestrado Profissional em Desenvolvimento Regional do Centro Universitário Alves Faria - UNIALFA como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre.

Aprovado em \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2020.

BANCA EXAMINADORA:

---

Prof. Dr. Marcelo Ladvoat – ALFA – Orientador(a)

---

Prof. Dr. Paulo Cesar Bontempo – Avaliador ALFA e co-orientador

---

Prof. Dr. Mariano Yoshitake – Avaliador EXTERNO

GOIÂNIA  
2020

## **Dedicatória**

Dedico este trabalho primeiramente a Deus, pois sem Ele não sou nada. Dedico também à minha família, especialmente meus pais, que precisam ainda tanto de mim. A todos que direta e indiretamente contribuíram para a realização desse trabalho, um sonho, uma conquista.

## **Agradecimentos**

Ao encerrar esta Dissertação, chega o momento de agradecer a todos que contribuíram e se fazem presentes em minha vida e que me fortaleceram nesta caminhada. "Não se vence nada sozinho!" Início agradecendo a Deus, por me guiar, iluminar, dar tranquilidade nas horas em que preciso, e, principalmente, por me dar forças para seguir em frente, sem jamais me deixar abater, diante das dificuldades; por se fazer presente em minha vida, através das orações, das palavras amigas, das presenças que me tranquilizaram em momentos de inquietações, angústias e por ter colocado pessoas tão especiais ao meu lado, sem as quais, certamente não teria conseguido suportar tanto e ainda vencer. Aos meus pais, José Gomes da Silva e Cícera Bezerra da Silva, responsáveis por esta existência e que acreditando em minha capacidade e na pureza de seus gestos, me julgam, apesar das imperfeições, ser a MELHOR de todas. Mas, isso só me fortalece e me faz tentar, não ser a MELHOR, mas buscar sempre fazer e dar o MELHOR de mim. Obrigada, pelo amor incondicional! Aos demais familiares, a convicção de que cada um, tem participação especial em minha vida e terão meu constante carinho e respeito.

Ao meu orientador, professor Paulo Bomtempo, não há palavras que possa expressar meu sentimento. Abraçou-me desde o início e caminhou junto comigo, até a conclusão deste trabalho. Obrigada pela compreensão, diante de minhas falhas e limitações; pela paciência, disponibilidade e presteza em me ouvir, quando precisava. Assim, foi menos doloroso, alcançar este importante patamar. As observações, discussões e reflexões, foram fundamentais ao longo de todo o percurso e me mostravam sempre um caminho a seguir. Serei sempre grata e jamais esquecerei a grande contribuição, para elevar meu nível de conhecimento e amadurecimento profissional.

Meus agradecimentos à Universidade Estadual do Maranhão - UEMA e ao Magnífico Reitor, professor Gustavo Pereira da Costa, pelo apoio e confiança. Ao professor José Ribamar Ferreira Oliveira, meu mestre e incentivador, responsável pelo engrandecimento profissional, minha eterna gratidão, também extensiva à professora Francisca Núbia Silva Oliveira, professora Carmem Lucia Machado Maia e à administradora Carissa Barbosa Oliveira, pela efetiva colaboração, solidariedade, companheirismo e amizade. Agradeço à Instituição e todo o corpo docente que subsidiaram as ferramentas necessárias à realização da pesquisa. Agradeço aos diretores do curso de Administração da UFMA, UEMASUL e FAVALE que permitiram a realização da pesquisa de campo.

## RESUMO

Com o objetivo geral de avaliar o ensino do empreendedorismo através das diferenças no perfil empreendedor entre estudantes de nível superior que participaram ou não, da disciplina de empreendedorismo, a presente pesquisa tem como passos metodológicos, o caráter quantitativo-descritivo e de corte transversal, uma vez que os dados analisados foram coletados de uma única vez. O problema em análise diz respeito à didática do ensino do empreendedorismo em nível superior, visto que ainda na contemporaneidade não segue uma estrutura regular com objetivos nítidos e na grande maioria das vezes traz percepções duais entre a educação sobre o empreendedorismo ou para o empreendedorismo. O levantamento de dados da pesquisa versou sobre a disciplina empreendedorismo nas instituições de nível superior UFMA e UEMASUL, trazendo a percepção dos alunos que já cursaram e os que não cursaram a disciplina. Como resultado, o delineamento de análise centrou-se em seis dimensões: autorrealização, liderança, planejamento, capacidade inovadora, assumir riscos e sociabilidade. A análise dos resultados obtidos permite concluir que as dimensões em que foi possível perceber-se um maior perfil empreendedor entre os alunos que cursaram a disciplina de empreendedorismo, em relação aos alunos que não cursaram a disciplina, foram as dimensões capacidade inovadora, assumir riscos e sociabilidade.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo. Instituição de Ensino Superior. Ensino.

## **ABSTRACT**

With the general objective of evaluating the teaching of entrepreneurship through the differences in the entrepreneurial profile among undergraduate students who participated or not, in the entrepreneurship discipline, this research has as methodological steps, the quantitative-descriptive and cross-sectional character as the analyzed data were collected at one time. The problem under analysis concerns the didactics of entrepreneurship education at a higher level, since even today it does not follow a regular structure with clear objectives and most of the time brings dual perceptions between entrepreneurship education or entrepreneurship. The research data survey dealt with the entrepreneurship discipline at the UFMA and UEMASUL higher education institutions, bringing the perception of students who have already attended and those who have not attended the discipline. As a result, the analysis design focused on six dimensions: self-realization, leadership, planning, innovative capacity, risk taking and sociability. The analysis of the results obtained allows us to conclude that the dimensions in which it was possible to perceive a greater entrepreneurial profile among students who attended the entrepreneurship discipline, in relation to students who did not attend the discipline, were the dimensions innovative capacity, taking risks and sociability.

**Keywords:** Entrepreneurship. Higher Education Institution. Teaching.



## Lista de Quadros

Quadro 01: Conceitos ao longo do tempo do empreendedor.....	20
Quadro 02: Conceitos sobre o perfil do empreendedor.....	21
Quadro 03: Características Atitudinais do Empreendedor.....	22
Quadro 04: Características dos empreendedores de sucesso.....	23
Quadro 05: Habilidades necessárias dos empreendedores.....	24
Quadro 06: Aspectos do Ensino de Empreendedorismo mediante autores.....	30
Quadro 07: Pilares dos Objetivos do Ensino do Empreendedorismo.....	31
Quadro 08: Principais Métodos, Técnicas e Recursos Pedagógicos no Ensino de Empreendedorismo.....	31

## Lista de Tabelas

Tabela 1 – Dimensão autorrealização.....	36
Tabela 2 – Dimensão Liderança.....	37
Tabela 3 – Dimensão Planejamento.....	38
Tabela 4 – Capacidade inovadora.....	39
Tabela 5 – Dimensão assumir riscos.....	39
Tabela 6 - Dimensão sociabilidade.....	40
Tabela 7 – Dimensão autorrealização.....	41
Tabela 8 – Dimensão Liderança.....	42
Tabela 9 – Dimensão Planejamento.....	43
Tabela 10 – Capacidade inovadora.....	44
Tabela 11 – Dimensão assumir riscos.....	45
Tabela 12 - Dimensão sociabilidade.....	46

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>12</b>
1.1 PROBLEMA DE PESQUISA.....	15
1.2 OBJETIVOS DO ESTUDO.....	16
1.2.1 Objetivo Geral.....	16
1.2.2 Objetivos Específicos.....	16
1.3 RELEVÂNCIA E MOTIVAÇÃO PARA O ESTUDO.....	17
1.4 ESTRUTURA E ORGANIZAÇÃO DO TEXTO.....	18
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....</b>	<b>19</b>
2.1 HISTÓRIA DO EMPREENDEDORISMO.....	19
2.2 EMPREENDEDORISMOS NO BRASIL.....	25
2.3 ENSINO DO EMPREENDEDORISMO.....	27
<b>3 MÉTODO.....</b>	<b>33</b>
3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA.....	33
3.2 COLETA DE DADOS.....	34
3.3 DEFINIÇÃO DA AMOSTRA.....	34
<b>4 ANÁLISE DOS RESULTADOS .....</b>	<b>36</b>
<b>5 CONCLUSÕES.....</b>	<b>47</b>
REFERÊNCIAS.....	49
ANEXO.....	54

## 1 INTRODUÇÃO

Observa-se que nos últimos anos o empreendedorismo tem despertado estudos por parte diversos autores e estudantes universitários e observa-se que vários artigos têm sido publicados. Um dos motivos que tem provocado esse interesse se dá em função da ligação do empreendedorismo com o desenvolvimento regional. Com intuito de promover o comportamento empreendedor, unem-se governos, instituições de ensino e afins para a viabilização de meios, sejam em recursos financeiros ou humanos. Além do empenho do desenvolvimento do perfil empreendedor, com foco no indivíduo, mecanismos de suporte à empresa nascente, tais como cursos de empreendedorismo em instituições como o Serviço Brasileiro de apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), são colocados à disposição de quem deseja abrir seu próprio negócio.

Um dos desafios mais importantes do universo acadêmico é favorecer o conhecimento teórico e prático sobre a ação de empreender. Assim, as instituições de ensino superior assumem o papel de educadores não apenas para o trabalho profissional, mas procuram despertar o espírito do empreendedorismo nos seus alunos.

Uma pesquisa realizada nas universidades brasileiras sobre o empreendedorismo realizada em conjunto pelo SEBRAE e ENDEAVOR Brasil no ano de 2016, apontou que:

A Universidade deve potencializar e inspirar o empreendedorismo, o sonho grande e a inovação no aluno a fim de gerar desenvolvimento econômico e social na comunidade. Porém, as universidades não estão atendendo às necessidades dos alunos: enquanto cerca de 65% dos professores estão satisfeitos com iniciativas de empreendedorismo dentro da universidade, a média de satisfação entre alunos é de 36% (SEBRAE, 2016, p.7).

Para os autores Hisrich & Peter (2004, p.33) “O papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico envolve mais do que apenas o aumento de produção e renda *per capita*; envolve iniciar e constituir mudanças na estrutura do negócio e da sociedade”

Dolabella (2008) afirma que no Brasil o empreendedorismo pode ser visto como um meio para se trabalhar contra a miséria.

Diversas publicações relatam que para ser considerado um empreendedor é necessário que uma pessoa comercialize algum produto ou serviço de modo que seja algo novo para algum negócio ou empresa. Segundo Chiavenato (2005), o empreendedor é também um agente transformador do meio através do uso das suas ideias. Ele geralmente consegue identificar uma oportunidade para os negócios, tem habilidade financeira, além de

ser criativo e perseverante. Aspectos que, combinados adequadamente, o habilitam a transformar uma ideia simples e mal estruturada em algo concreto e bem-sucedido. A reflexão sobre como identificar se uma determinada pessoa de fato possui um espírito empreendedor deve levar em consideração que esse espírito empreendedor é sobretudo persistente, dado que é preciso estar motivado a acreditar no seu negócio, no potencial de aceitação social e, lógico, no retorno financeiro.

Porém, nenhuma definição pode incluir todas as variáveis importantes. As diferentes classificações de empreendedores dão a possibilidade de combinar diferentes teorias numa abordagem multidimensional do fenômeno.

Devido ao cenário econômico do país, como a falta de emprego e um lugar no mercado de trabalho, tem surgido várias pessoas que para tirar seu sustento abrem um negócio próprio, pequeno, sem nenhum conhecimento técnico, apenas providas do conhecimento comum baseado em experiências e observações. Para Hisrich e Peter (2004, p.33) “O papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico envolve mais do que apenas o aumento de produção e renda per capita; envolve iniciar e constituir mudanças na estrutura do negócio e da sociedade”.

Mas para ser bem-sucedido no negócio é necessário conhecer o que será trabalhado, pesquisar bem o produto ou serviço, buscar conhecimentos constantemente, além de estar disposto a correr riscos. Nem sempre ter uma ideia é significado de sucesso garantido.

Brito; Linard e Pereira (2013, p.41) citam que:

Um empreendedor apresenta um conjunto de características próprias de uma pessoa diferenciada; a partir da identificação de uma oportunidade para empreender, ou seja, para alterar, inovar ou criar algo, esta pessoa dá início a um processo de tomada de decisão a fim de tornar algo já existente em algo não comum (BRITO, LINARD, PEREIRA, 2013, p.41).

Os autores ressaltam que o empreendedor é alguém que se destaca do comum, uma vez que consegue visualizar oportunidades em algo no qual as pessoas comuns não conseguem enxergar oportunidade. Nem sempre quem toma a iniciativa de abrir um negócio, obtém resultados positivos.

Avaliar a eficiência do ensino e aprendizagem do empreendedorismo, não é tão simples.

Em média, 56% dos alunos empreendedores acreditam que iniciativas de empreendedorismo, como disciplinas, incubadoras e eventos são essenciais ao prepará-los para empreender, mas somente 38,78% das universidades, em média, oferecem essas oportunidades. Além disso, um programa de acesso a investidores

mediado pela universidade, por exemplo, é essencial para 52,2% dos empreendedores universitários; porém, apenas 22,6% das universidades têm uma iniciativa assim. A falta de estratégia e institucionalização dos programas de empreendedorismo alimenta o problema apresentado acima, já que estimula a criação de iniciativas isoladas e tem sua continuidade dependente do professor ou do aluno fundador. Em média, há apenas um centro em cada universidade responsável pela produção e disponibilização de atividades e programas de empreendedorismo, sendo que 44% são as próprias faculdades de negócio e administração que não têm necessariamente uma visão integral das necessidades da universidade como um todo. Ainda mais crítico, cerca de 17,9% não possuem qualquer entidade interna que institucionalize as ações ligadas ao empreendedorismo (SEBRAE, 2016, p.7).

No estudo em análise sobre o empreendedorismo nas Universidades Brasileiras observa-se o quanto os alunos apontam a necessidade de se estudar e realizar ações com esse foco no ambiente acadêmico. Outra situação interessante é o apontamento para investimentos no perfil empreendedor tendo a Universidade como mediadora desse processo. Enquanto mais da metade dos entrevistados afirmam as necessidades, o estudo revela que essas por sua vez só são incentivadas em apenas 22,6% das instituições brasileiras de nível superior. Isso demonstra o quanto esse ensino é frágil e dependente de iniciativas e investimentos, tanto por parte das autoridades do universo acadêmico, quanto das políticas governamentais, visto que quanto mais se tem negócios de sucesso, mediados pelo perfil empreendedor, maior a probabilidade de crescimento social e econômico das comunidades.

Nem todos os estudantes de Administração de Empresas têm o perfil empreendedor. Porém é necessário que a Instituição de Ensino Superior da qual faz parte tenha em seu projeto de curso e ensino, disciplinas que atendam às bases teóricas e práticas desse enfoque, que cada vez mais está presente na sociedade contemporânea mundial.

Lima et. al. (2014) *apud* Minello; Schaefer (2016, p. 64) recomendam algumas práticas que devem ser realizadas pelas Universidades, se essas por sua vez compreendem a importância de desenvolver um projeto de ensino com foco no empreendedorismo.

As instituições de ensino não devem se limitar ao ensino de administração ou gestão de negócios, mas privilegiar o desenvolvimento de competências empreendedoras, independentemente de estarem ligadas ou não a um negócio;  
Devem romper com os tradicionais modelos de ensino, fortemente vinculados a teorias e explorar novas técnicas, metodologias e ferramentas que permitam o estudante colocar em prática o seu aprendizado;  
Devem explorar a interdisciplinaridade, a transversalidade e a diversidade no ambiente acadêmico inerente às características do ambiente universitário existente e do ecossistema local de negócios;  
Estimular a formação de professores específicos, que possam conciliar a formação acadêmica com a experiência prática empreendedora;  
Devem estar alinhadas com as principais iniciativas de fomento à atividade empreendedora da região em que se situam, integrando esforços e estabelecendo parcerias com o intuito de melhorar a formação empreendedora dos estudantes;

Equilibrar a quantidade de teoria, conceitos e definições acadêmicas tradicionais com o estímulo à prática empreendedora dos estudantes, por meio de atividades extracurriculares e laboratórios de experimentação (LIMA et. al., 2014 *apud* MINELLO; SCHAEFER, 2016, p. 64).

Essas práticas apontam o caminho mais viável às Universidades ao configurar-se como base sólida de disseminação dos valores empreendedores. É preciso ressaltar a necessidade de iniciativas como: a preocupação com o desenvolvimento das habilidades empreendedoras, o ensino dinâmico e moderno, explorar cientificamente o potencial do mundo vivido pelo estudante, estudo das iniciativas de empreendedoras, sejam elas privadas ou públicas e por fim o equilíbrio necessário ao conhecimento teórico e prática e, nesse ponto as feiras, *workshops*, seminários, dentre outras atividades acadêmicas são bons exemplos a seguir.

Sobretudo é importante o estudo sobre o mundo, os problemas e as oportunidades que quando analisadas pelo prisma científico encontrado na Universidade, podem viabilizar atitudes de sucesso tanto pessoal como social. Para Minello e Schaefer (2016) é nesse caminho que deve ser o trajeto do ensino em nível superior. Para os autores, a máxima de que uma vez tendo havido a oportunidade de aprendizagem científica e prática, o aluno já é na sociedade um empreendedor de sucesso, não é verdadeira, visto que em meio ao que se aprende e como será na vida real colocado em prática, existe todo o contexto pessoal de personalidade, tais como controle, motivação, persistência, dentre outras que definem o sucesso ou não do negócio.

Busca-se neste trabalho analisar e identificar o perfil empreendedor e suas diferenças entre os estudantes que já cursaram e ainda não cursaram a disciplina de empreendedorismo. Para tanto será utilizada uma escala de perfil empreendedor já testada e validada por Schmidh e Bohnenberger (2009). As características propostas para a identificação do perfil empreendedor são: auto-eficácia, capacidade de assumir riscos calculados, planejador, detectar oportunidades, persistência, sociável, inovação e liderança. O tema reflete o interesse da autora com as questões envolvendo o perfil empreendedor e a educação empreendedora e a pesquisa, realizada na cidade de Açailândia-MA.

## 1.1 PROBLEMA DE PESQUISA

Incentivar o empreendedorismo tem sido uma alternativa para o desenvolvimento econômico. Atualmente o mercado de trabalho passa por mudanças e apresenta um cenário

com novos padrões, exigindo-se profissionais com perfil inovador e empreendedor. A realidade da situação econômica, refletida na ausência de vagas no mercado de trabalho, provocou o surgimento de empreendedores involuntários, ou por necessidade, seja recém-formados ou por pessoas que perderam seus empregos.

Assim, ganha importância o ensino do empreendedorismo nos cursos superiores e as Instituições de Ensino Superior, desempenham papel importante no que se refere ao despertar para empreender.

Laviere (2010) *apud* Freitas; Rocha (2014, p. 467) citam que: “nos cursos de Administração, no Brasil, existe uma tendência para a formação do egresso, tendo-se como referência preparar funcionários para carreiras em grandes empresas”. Essa situação é pertinente, pois a evidência de que a preparação para grandes carreiras administrativas está em primeiro plano nos cursos de Administração de Empresas. Ao mesmo tempo, estudos mais concentrados nas exigências do mundo contemporâneo, tal como o empreendedorismo, tornam-se cada vez mais importante.

O problema orientador dessa pesquisa pode ser descrito como: até que ponto o ensino atual do empreendedorismo permite o desenvolvimento de habilidades empreendedoras, de iniciativas empresariais e acima de tudo de resiliência ao mundo contemporâneo, quando características como iniciativa, criatividade e resistência são cada vez mais necessárias?

## 1.2 OBJETIVOS DO ESTUDO

### 1.2.1 Objetivo Geral

Avaliar o ensino do empreendedorismo através das diferenças no perfil empreendedor entre estudantes que participaram e estudantes que não participaram da disciplina de empreendedorismo.

### 1.2.2 Objetivos Específicos

Levantar o perfil empreendedor de estudantes que não cursaram a disciplina de empreendedorismo;

Levantar o perfil empreendedor dos estudantes universitários de cursos de administração, após as ações desenvolvidas na disciplina de empreendedorismo;

Comparar as diferenças quanto ao perfil empreendedor dos dois grupos analisados.



### 1.3 RELEVÂNCIA E MOTIVAÇÃO PARA O ESTUDO

Atualmente o mercado de trabalho passa por mudanças e apresenta um cenário com novos padrões, exigindo um profissional com perfil inovador. A realidade da situação econômica, ausência de vagas no mercado, provocou o surgimento de empreendedores involuntários, sejam eles recém-formados ou pessoas que perderam seus empregos. O empreendedor, é o que exerce a atividade empreendedora, com características diferentes de uma pessoa que exerce uma função no comércio, mas não considera um empreendedor. Há tempos se tinha a ideia que para ser empreendedor seria necessário nascer com esse dom. Mas com a evolução social e do mercado percebe-se que não é bem assim. Atualmente essas questões têm provocado um número significativo de estudos e trabalhos voltados para essa área.

A escolha deste tema, que visa entre outros, despertar a cultura empreendedora em nossa jovem sociedade, dá-se em razão da grande propagação do ensino voltado para esse segmento e tem como ênfase, o fortalecimento de estratégias para enfrentar questões que emperram o desenvolvimento, frustram promissoras expectativas, inibem iniciativas e geram enorme onda de desemprego, provocando elevado nível de pobreza, como hoje há esse cenário, diante a desfaçatez do poder público que vem contemplando grande parte da população carente, com inseguros e onerosos paliativos, distribuídos pelos programas sociais.

O tema empreendedorismo vem sendo cada vez mais disseminado na área educacional como estratégia de formação para o mundo do trabalho. Para a Organização das Nações Unidas (ONU), Organizações das Nações Unidas para a Educação a Ciência e a Cultura (UNESCO) e a Organização da Cooperação e de Desenvolvimento (OCDE), a inclusão deste tema deve ser inserida como disciplina curricular em países europeus e América Latina. Pensando na educação básica a UNESCO propõe o “aprender a aprender” como mais um pilar da educação. E nesse trabalho estende-se ao nível superior<sup>1</sup>.

Diante deste cenário, percebe-se que o empreendedorismo é um fenômeno socioeconômico que ao longo do tempo tem sido evidenciado em virtude da sua influência no crescimento e desenvolvimento da economia regional, nacional e mundial. O empreendedor é o responsável por essa mudança, mas para desempenhar esse papel é

---

<sup>1</sup> Informações da Revista PRELAC - UNESCO. Uma trajetória para a educação para todos. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001372/137293por.pdf>> Acesso em: 06/04/2018.

importante que se tenha um perfil voltado para o empreendedorismo. Para Dornelas (2008, p. 132) “o empreendedor é aquele que faz as coisas acontecerem, e antecipa aos fatos e tem uma visão futura da organização”. Com esse perfil o indivíduo tende a não se conformar com a rotina ou a mesmice, busca e tem perseverança em traçar o seu caminho no mundo dos negócios, embora com riscos, mas arriscar faz parte da personalidade empreendedora.

#### 1.4 ESTRUTURA E ORGANIZAÇÃO DO TEXTO

Este trabalho está organizado em 5 capítulos. O capítulo 1, constitui-se na introdução ao tema avaliação do ensino do empreendedorismo entre estudantes universitários por meio do perfil empreendedor nas Instituições de Ensino Superior em Açailândia-MA. Este capítulo é composto pelo problema da pesquisa, que se delinea na questão definidora da problematização, justificativa, objetivo geral, objetivos específicos, relevância motivação para este estudo.

No capítulo 2, desenvolve-se a fundamentação teórica como escopo a trabalhar, sobre o tema da Avaliação do Ensino de Empreendedorismo entre Estudantes Universitários. Dessa forma, o objetivo principal será identificar entre os participantes da pesquisa as diferenças no perfil empreendedor entre estudantes que cursaram e estudantes que ainda não cursaram a disciplina de empreendedorismo.

No capítulo 3, apresenta-se a definição do método adotado para se efetuar a pesquisa, no capítulo 4, são apresentados os resultados da pesquisa e finalmente no capítulo 5, são apresentadas as conclusões.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 HISTÓRIA DO EMPREENDEDORISMO

O significado da palavra empreendedorismo é “o ato de empreender, ou seja, fazer algo novo e diferente de um mercado, de uma empresa ou para a sociedade. No mundo dos negócios o termo se refere à busca por novas oportunidades”<sup>2</sup>. Dornelas (2008) aponta que a publicação do livro “Capitalismo, socialismo e democracia” do economista austríaco Joseph A. Schumpeter em 1942 trouxe os primórdios desse estudo, que tem uma referência ao aproveitamento das oportunidades com criatividade e novidade.

No entanto a especificidade de como ser e trabalhar dentro do contexto empreendedor tem origens bem mais remotas, como citam Brito, Linard e Pereira (2013, p. 15):

O termo empreendedor (entrepreneur) é de origem francesa e significa “assumir riscos e começar algo novo”. Já o termo empreendedorismo tem sua criação atribuída ao escritor e economista Richard Cantillon (séc. XVII), pois foi um dos primeiros a distinguir o empreendedor (pessoa que assume riscos) do capitalista (fornecedor de capital). Em 1814, o economista francês Jean-Baptiste Say usou o termo “empreendedor” para identificar o indivíduo que transfere recursos econômicos de um setor de baixa produtividade para um setor de produtividade mais elevada. O autor enfatizou ainda a importância do empreendedor para o bom funcionamento do sistema econômico (BRITO, LINARD, PEREIRA (2013, p.15).

Hisrich (2004) *apud* Brito, Linard e Pereira (2013, p. 18-19) cita que o primeiro a utilizar o empreendedorismo foi Marco Polo, um visionário, comerciante voraz, pois em suas viagens eram sempre lucrativas. Além de planejar, também possuía uma liderança com os homens que o acompanhava. Marco Polo firmou um contrato com um mercador possuidor de recursos monetários para vender suas mercadorias.

O contrato da época oferecia um empréstimo para o comerciante aventureiro a uma taxa de 22,5%, incluindo seguro. Quando este era bem-sucedido em seu propósito, e completava a viagem, os lucros eram divididos, cabendo ao capitalista a maior parte (até 75%), enquanto o comerciante aventureiro ficava com os 25% restantes (BRITO; LINARD; PEREIRA, 2013, p. 20-21).

No século XVII, foi que ocorreu a primeira relação entre empreendedorismo e assumir riscos. Foi estabelecido um acordo entre governo e empreendedor para execução de serviço ou fornecimento de produto. Com preços prefixados, os lucros ou prejuízos

---

<sup>2</sup> De acordo com o dicionário financeiro. Disponível em:  
<https://www.dicionariofinanceiro.com/empreendedorismo/> Acesso em: 07/04/2018

provenientes destas transações, eram atribuídos exclusivamente aos empreendedores. Richard Cantillon, escritor e economista do século XVII, foi considerado como um dos criadores do termo empreendedorismo, tendo sido um dos primeiros a diferenciar o empreendedor – aquele que assumia riscos – do capitalista – aquele que fornecia o capital (DORNELAS, 2011).

No século XVIII, o termo empreendedorismo e o capitalismo passaram a ter significados diferentes. Isso se deu em função do início da Revolução Industrial.

No século XX, surgiram estudos realizados pelos comportamentalistas, Max Weber (1930), David McClelland (1972), Dussauet e Fillion (1998), porém não há evidências científicas, capazes de identificar, traçar um perfil de um empreendedor. Entrementes, algumas características empreendedoras, como, criatividade, inovação, liderança, assumir de riscos moderados, flexibilidade nas decisões, necessidade de realização, iniciativa, envolvimento a longo prazo e sensibilidade (FILION, 2000).

Do ponto de vista de alguns autores, o empreendedorismo parece ser um fenômeno regional. A cultura, as necessidades e os hábitos de uma região influenciam o comportamento do indivíduo, refletindo, assim, na maneira de gerir seus negócios e conduzir sua empresa (SOUZA, 2006).

Segundo Fillion (1998) o estudo do empreendedorismo está praticamente inserido em todas as áreas do conhecimento. O número de pesquisadores nessa área é grande. Percebe-se que o número de publicações com este tema, é muito significativo. Claro que com sua especificidade, mas a maioria com um único objetivo, saber identificar o empreendedor, bem como traçar formas de como ser um empreendedor.

Filion (1999), resume o perfil do empreendedor, como o de um ser social, produto do meio em que vive (época e lugar). Se uma pessoa vive em ambiente empreendedor vê isso como algo positivo e tem motivação para criar o seu próprio negócio. Pode-se afirmar que quanto mais empreendedores uma sociedade tem e quanto maior for o valor dado aos modelos empresariais, maior será o número de jovens que irão buscar os modelos empreendedores como opção de carreira.

#### **Quadro 01: Conceitos ao longo do tempo do empreendedor**

	<b>Conceitos ao longo do tempo do empreendedor</b>
Idade Média	Participante e pessoa encarregada de projetos de produção em grande escala.
Século XVII	Pessoa que assumia riscos de lucro (ou prejuízo) em um contrato de valor fixo com o governo.
1725 Richard Cantillon	A pessoa que assume riscos é diferente da que fornece capital.
1803 Jean Baptiste Say	Lucros do empreendedor separado dos lucros do capital.

1876 Francis Walker	Distingue entre os que forneciam fundos e recebiam juros, e aqueles que obtinham lucro com habilidades administrativas.
1934 Joseph Shumpeter	O empreendedor é um inovador e desenvolve tecnologia que ainda
1961 David McClelland	O empreendedor é alguém dinâmico que corre riscos moderados
1964 Peter Drucker	O empreendedor maximiza oportunidades.
1975 Albert Shapero	O empreendedor toma iniciativa, organiza alguns mecanismos sociais e econômicos, e aceita riscos de fracasso.
1980	Karl Vésper - o papel do empreendedor pode ser delineado de diversas formas e tende a apresentar-se diferente sob diversas perspectivas. Para um economista, um empreendedor é aquele que junta recursos, trabalho, materiais e outros ativos em uma combinação que aumenta seu valor, e também aquele que introduz mudanças, inovações e uma “nova ordem”. Para um psicólogo, é uma pessoa tipicamente guiada por algumas forças: necessidade de obter algo, experimentar, realizar, insubordinar-se. Um político contrário pode ver o empreendedor como um subversivo difícil de controlar, enquanto um político favorável pode vê-lo como uma pessoa que encontra meios efetivos de realizar coisas. Para um homem de negócios, o empreendedor pode se revelar uma ameaça, um competidor agressivo, enquanto para outro pode ser visto como um aliado, uma fonte de suprimento, um consumidor ou alguém digno de receber investimentos.
1983 - Gofford Pinchot	O intraempreendedor é um indivíduo que atua dentro de uma organização já estabelecida.
1985 Robert Hisrich	O empreendedorismo é o processo de criar algo diferente e com valor, dedicando o tempo e os esforços necessários, assumindo os riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação econômica e pessoal.

Fonte: Hisrich (2009) *apud* Caraiola; Eckert; Mecca (2011, p. 03)

Cavalcanti Neto; Mazzuchetti; Uecker (2016, p. 95-96) fazem uma compilação dos principais conceitos sobre o perfil do empreendedor, tais como:

#### **Quadro 02: Conceitos sobre o perfil do empreendedor**

Drucker (1986)	O empreendedor é aquele que busca a mudança, reage a ela e vislumbra uma oportunidade, nem sempre vista pelos demais. É o empreendedor que cria algo novo, diferente, inovando ou transformando valores e conseguindo conviver com as incertezas e riscos inerentes ao negócio.
Oliveira (1995)	Empreendedor é todo indivíduo que, estando na qualidade de principal tomador de decisões envolvidas, conseguiu formar um novo negócio ou desenvolver negócios já existentes, elevando substancialmente seu valor patrimonial, várias vezes acima da média esperada das empresas congêneres no mesmo período e no mesmo contexto sócio-político-econômico, tendo granjeado com isso alto prestígio perante a maioria das pessoas que conhecem essa empresa ou tem relacionamentos com ela.
McClelland, citado por Ferreira e Mattos (2003)	O perfil empreendedor destaca a necessidade de realização: A necessidade de realização como característica do empreendedor, que o leva a nunca parar de trabalhar, sempre motivado pela vontade de fazer aquilo de que gosta. Essa necessidade de realização dirige a atenção do indivíduo, para que execute, da melhor maneira possível, suas tarefas, de forma a poder atingir os seus objetivos e a ser eficaz naquilo a que se propõe fazer.
Filion (1991)	define o empreendedor como alguém que concebe, desenvolve e realiza visões.
Bernardes e Marcondes (2003)	Conceituam empreendedor como toda pessoa que identifica necessidades de clientes potenciais e, como oportunidades de negócio para satisfazê-las, cria uma empresa ou modifica a já existente.

Fonte: Cavalcanti Neto; Mazzuchetti; Uecker (2016, p. 95-96)

O estudo do empreendedorismo já é bem difundido no meio científico. Há revistas acadêmicas internacionais que tratam deste assunto exclusivamente como, as *Entrepreneurship Theory and Practice*, *Entrepreneurship and Regional Perfil Empreendedor e Desempenho Organizacional Development*, *Journal of Developmental Entrepreneurship* e *Journal of International Entrepreneurship*. No Brasil, não há uma gama exclusiva de revistas direcionadas para o assunto, o tema empreendedorismo é encontrado frequentemente em periódicos que trata de maneira geral de administração, artigos, livros e revistas que possam subsidiar ainda mais as pesquisas. Desde 2003, o Encontro Nacional da ANPAD tem dedicado uma área temática ao assunto para um debate maior.

Na busca em ampliar a base conceitual sobre o perfil empreendedor, os autores Schmidt e Bohnenberger (2009), construíram uma estrutura com as características que poderiam traçar um perfil empreendedor, através das definições encontradas na literatura. Foram identificadas características atitudinais comuns, citadas diretamente ou presentes indiretamente, na forma de pré-requisitos para sustentá-las. As características propostas para o perfil empreendedor são apresentadas no Quadro 8 e foram utilizadas na elaboração do instrumento de medição desta pesquisa.

### Quadro 03: Características Atitudinais do Empreendedor

Características atitudinais	Descrição
Auto-eficaz	<p>“é a estimativa cognitiva que uma pessoa tem das suas capacidades de mobilizar a motivação, recursos cognitivos e cursos de ação necessários para exercitar controle sobre eventos na sua vida” (Chen, Greene, &amp; Crick, 1998, p. 296).</p> <p>“Em quase todas as definições de empreendedorismo, há um consenso de que estamos falando de uma espécie de comportamento que inclui: (1) tomar iniciativa; (2) organizar e reorganizar mecanismos sociais e econômicos, a fim de transformar recursos e situações para proveito prático; (3) aceitar o risco ou o fracasso” (Hisrich &amp; Peters, 2004, p. 29).</p>
Assume riscos calculados	<p>“Indivíduos que precisam contar com a certeza é de todo impossível que sejam bons empreendedores” (Drucker, 1986, p. 33).</p> <p>“O passaporte das empresas para o ano 2000 será a capacidade empreendedora, isto é, a capacidade de inovar, de tomar riscos inteligentemente, agir com rapidez e eficiência para se adaptar às contínuas mudanças do ambiente econômico” (Kaufman, 1991, p. 3).</p>
Planejador	<p>“Os empreendedores não apenas definem situações, mas também imaginam visões sobre o que desejam alcançar. Sua tarefa principal parece ser a de imaginar e definir o que querem fazer e, quase sempre, como irão fazê-lo” (Filion, 2000, p. 3).</p> <p>“O empreendedor é aquele que faz as coisas acontecerem, se antecipa aos fatos e tem uma visão futura da organização” (Dornelas, 2001, p. 15).</p>

Detecta Oportunidades	<p>“é a habilidade de capturar, reconhecer e fazer uso efetivo de informações abstratas, implícitas e em constante mudança” (Markman &amp; Baron, 2003, p. 289).</p> <p>“que tem capacidade de identificar, explorar e capturar o valor das oportunidades de negócio” (Birley&amp;Muzyka, 2001, p. 22).</p> <p>“A predisposição para identificar oportunidades é fundamental para quem deseja ser empreendedor e consiste em aproveitar todo e qualquer ensejo para observar negócios” (Degen, 1989, p. 19).</p>
Persistente	<p>“capacidade de trabalhar de forma intensiva, sujeitando-se até as privações sociais, em projetos de retorno incerto” (Markman &amp; Baron, 2003, p. 290).</p> <p>“Desenvolver o perfil empreendedor é capacitar o aluno para que crie, conduza e implemente o processo de elaborar novos planos de vida. ... A formação empreendedora baseia-se no desenvolvimento do autoconhecimento, com ênfase na perseverança, na imaginação, na criatividade, associadas à inovação” Souza, Souza, Assis, &amp; Zerbini,(2004, p. 4).</p>
Sociável	<p>“Os empreendedores... fornecem empregos, introduzem inovações e estimulam o crescimento econômico. Já não os vemos como provedores de mercadorias e autopeças nada interessantes. Em vez disso, eles são vistos como energizadores que assumem riscos necessários em uma economia em crescimento, produtiva” Longenecker, Moore, &amp; Petty (1997, p. 3).</p>
Inovador	<p>Carland, Hoy e Carland (1988) concluem que o empreendedorismo é principalmente função de quatro elementos: traços de personalidade (necessidade de realização e criatividade), propensão à inovação, risco e postura estratégica.</p>
Líder	<p>“Uma vez que os empreendedores reconhecem a importância do seu contato face a face com outras pessoas, eles rapidamente e vigorosamente procuram agir para isso” Markman&amp; Baron,(2003, p. 114).</p>

Fonte: Schmidt & Bohnenberger (2009)<sup>3</sup>

A proposta dos autores Schmidt e Bohnenberger (2009), de identificar o perfil empreendedor através das características atitudinais permite inferir que é necessário ter uma personalidade direcionada a esse contexto. No entanto, segundo os autores, quando são munidas de conhecimento, mesmo não se identificando inicialmente como possuidoras de um perfil empreendedor nato, é possível que esse perfil seja desenvolvido nas pessoas.

Para ser um empreendedor de sucesso são necessárias uma série de características apresentadas no quadro 01:

#### **Quadro 04: Características dos empreendedores de sucesso**

Visionários	Além de programarem sonhos, preveem o futuro para o seu negócio e sua vida;
Tomam decisões	Sentem-se seguros e tomam decisões certas, principalmente em momentos de crise, além de programarem ações com muita destreza;
Exploram oportunidades	Identificam oportunidades e são indivíduos curiosos, atentos a informações como arma para ampliação de suas chances;

<sup>3</sup> Perfil empreendedor e desempenho organizacional (pp. 454–455). *Revista de Administração Contemporânea*, 13(3), 450-467. Recuperado <http://www.scielo.br/pdf/rac/v13n3/v13n3a07.pdf>. doi: 10.1590/S1415-6555200900030000. Acesso em: 02/04/2018

Determinados e dinâmicos	Programam ações com comprometimento. Mantêm-se sempre dinâmicos e não se acomodam com a rotina;
Dedicados	Dedicam-se em tempo integral ao seu negócio. Não desanimam mesmo quando os problemas surgem;
Otimistas e apaixonados	Realizam o seu trabalho com paixão, por isso são os melhores vendedores de seus produtos ou serviços. Enxergam sempre o sucesso, nunca o fracasso;
Independentes	Ambicionam ser donos do próprio negócio, modificar a realidade e gerar empregos;
Enriquecem	Acreditam que o dinheiro é consequência do sucesso dos negócios, no entanto, esse não é seu principal objetivo;
Líderes e formadores de equipes	Têm capacidade de liderança. Respeitam, valorizam, estimulam e recompensam seus funcionários, pois sabem que depende de sua equipe para obter sucesso. Além disso, captam os melhores profissionais para dar auxílio em áreas que não domina;
Realizam networking	Possuem contatos externos que o auxiliam junto a clientes e fornecedores.
Organizados	Captam e alocam os recursos materiais, humanos, tecnológicos e financeiros de forma racional, procurando o melhor desempenho para o negócio;
Planejam	Planejam desde o plano de negócios até a definição de estratégias de marketing do negócio e o seu desenvolvimento;
Conhecem e Pesquisam	Buscam informações em experiências práticas ou publicações sobre o negócio em que atuam, pois quanto maior o conhecimento, maiores as chances de êxito;
Assumem riscos calculados	Assumem riscos fazendo seu gerenciamento, de modo a não comprometer sua segurança;
Criam valor para a sociedade	Fazem uso de seu conhecimento para criar valor para a sociedade, com geração de empregos, dinamizando a economia e inovando a fim de facilitar a vida das pessoas.

**Fonte:** Dornelas (2011) *apud* Brito; Linard; Pereira (2013, p. 40-41)

Portanto, para ser um empreendedor com êxito, possuir essas características é fundamental. Mas é necessário também possuir outras habilidades, como habilidades administrativas, empreendedoras e técnicas, chamadas de habilidades empreendedoras, conforme ilustram Hisrich e Peter (2004). O quadro 02, demonstra as habilidades necessárias para os empreendedores:

#### **Quadro 05: Habilidades necessárias dos empreendedores**

<b>Habilidades técnicas</b>	<b>Habilidades Administrativas</b>	<b>Habilidades Empreendedoras Pessoais</b>
Redação	Planejamento e estabelecimento de metas	Controle interno e de disciplina
Expressão oral	Capacidade de tomar decisões	Capacidade de correr riscos
Monitoramento do ambiente	Relações humanas	Inovação
Administração comercial técnica	Marketing	Orientação para mudanças
Tecnologia	Finanças	Persistência
Interpessoal	Contabilidade	Liderança visionária
Capacidade de ouvir	Administração	Habilidade para administrar mudanças
Capacidade de organizar	Controle	
Construção de rede de relacionamento	Negociação	
Estilo administrativo	Lançamento de empreendimentos	
Treinamento	Administração do crescimento	



Capacidade de Administração do crescimento		
--	--	--

**Fonte:** Hisrich & Peter (2004, p. 39).

De acordo com as habilidades destacadas pelos autores o empreendedor deve ser alguém que tenha pelo menos três princípios, o conhecimento teórico sobre o que é de fato empreendedorismo, saber administrar o negócio e por fim, ser uma pessoa controlada e que saiba lidar com os confrontos pessoais e sociais. Isso tudo seria mais viável se o empreendedor tivesse uma base na sua instrução, especialmente quando se trata de um acadêmico ou empreendedor formado em Administração de Empresas.

## 2.2 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

Com a instabilidade econômica da década de 1990, o empreendedorismo passou a ter maior relevância no Brasil. Para Silveira (2008) antes daquela crise, o termo empreendedor era que quase desconhecido no Brasil. Porém havia empreendedores, que atuavam e davam tudo de si, sem que houvesse conhecimento formal como, marketing, finanças e organização. Tem-se como exemplo, o industrial Francisco Matarazzo que contribuiu com o desenvolvimento da economia do País (DORNELAS, 2001).

Mas antes é importante relatar um pouco da história do empreendedorismo no Brasil que teve seu início com a chegada dos portugueses no século XVII. Pesquisas relatam que um dos primeiros empreendedores foi o Barão de Mauá que através de trabalho escravo, conseguiu empreender, produzindo engenhos de açúcar, encanamentos, caldeiras de máquinas a vapor e outras. Também foi responsável por grandes obras públicas em alguns Estados, como a construção da primeira ferrovia brasileira em 1852 entre Petrópolis e Rio de Janeiro, criação da companhia de gás para iluminação pública no Rio de Janeiro em 1854, organização da navegação a vapor no Amazonas e Rio Grande do Sul e em 1856 a construção da primeira rodovia pavimentada do país, entre Juiz de Fora, Minas Gerais e Petrópolis no Rio de Janeiro.

O empreendedorismo no Brasil teve início na década de 1920, com o desenvolvimento de mais de 4.000 indústrias subsidiadas, protegidas e que possuíam autorização do governo contra a concorrência internacional. No ano de 1936, o então presidente Getúlio Vargas constituiu a Companhia Siderúrgica Nacional (CSN), a primeira estatal no Brasil e, em 1960, no seu segundo mandato, criou o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico (BNDE) e a Petrobras,

estabelecendo assim o incentivo à iniciativa privada (BRITO; LINARD; PEREIRA, 2013, p. 18).

Os autores destacam um importante momento na história do empreendedorismo brasileiro, quando o governo inicia um processo de apoio à indústria privada, em uma tentativa de incentivar a indústria brasileira em contrapartida ao avanço das multinacionais. Não se pode dizer que esse momento foi um resplandecer do empreendedorismo brasileiro, porém é pertinente a ligação das políticas de governo em apoio ao desenvolvimento econômico.

Outro momento importante desse crescimento industrial, mas ainda com as fortes ligações entre governo e iniciativa privada foi o Plano de Metas do governo Juscelino Kubitschek (1956-1960), que dentre as ações propostas, permitia a importação de máquinas estrangeiras com a isenção de tributos.

Como ação de apoio às pequenas e médias empresas, em 1972 foi criado o Centro de apoio à Pequena e Média Empresa (CEBRAE). No entanto esse centro era vinculado ao Governo Federal e assim perpetuou-se até meados de 1990 quando o perfil dos microempresários já estava bem diferente, necessitando de apoio diferenciado. Dessa forma, 1990 desvinculando-se do Governo, o Centro passou a ser o Serviço Brasileiro de apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). É um serviço social que vem ao longo dos anos apoiando e formando o espírito empreendedor no país. No portal do SEBRAE o empreendedorismo é um dos temas de gestão, sendo que “a educação empreendedora tem como missão desenvolver pessoas para o empoderamento, com atitudes e mentalidades que ajudem jovens a encontrar soluções para diversos problemas”<sup>4</sup>

Observa-se que a missão do SEBRAE traz o jovem como foco, sendo por isso essencial que para que o potenciais criativo aflore, exista um suporte educacional que permita o conhecimento necessário para iniciar, desenvolver e efetivar um negócio com sucesso não apenas financeiro, como também social. Uma das ações de maior sucesso do SEBRAE com visão empreendedora é o curso Empretec, que é um programa da Organização das Nações Unidas (ONU) com o objetivo de ajudar empreendedores a ajustar suas ideias e com isso fomentar o crescimento das empresas.

---

<sup>4</sup> Missão do empreendedorismo do SEBRAE. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/tipoconteudo/empreendedorismo/conteudos>. Acesso em: 07/04/2018.

## 2.3 ENSINO DO EMPREENDEDORISMO

Fernandes (2013, p.03) cita que o ensino do empreendedorismo no Brasil iniciou-se em 1981 quando o professor Ronal Degen lecionou uma matéria dedicada à criação de negócios. A disciplina era do curso de especialização da Escola de Administração de Empresas de São Paulo (EAESP) da FGV. De acordo com o autor, foram necessárias mais de três décadas para que a preocupação com um trabalho no Curso de Administração de Empresas superasse a ideia de apenas o trabalho corporativo.

Em 1997 o professor Fábio Fowler da Unifei, em Itajubá inaugurou um curso de Administração com uma proposta inovadora, pois tinha como proposta a habilitação em empreendedorismo e pequenos negócios. No ano de 1999 foi publicado pelo professor Fernando Dolabela o livro “O segredo de Luísa - Uma ideia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa”. Esse livro é muito estudado em cursos de Administração e uma das principais referências na educação empreendedora.

Muito importante ao início do ensino do empreendedorismo foi com a professora Ofélia Sette Torres que criou um Centro de Empreendedorismo na Fundação Getúlio Vargas. “Este centro é um marco pois, apesar de durar pouco tempo, foi a única iniciativa até 2002” (FERNANDES, 2013, p. 04).

Em 2002 na Universidade de São Paulo (USP), o professor José Antonio Lerosa de Siqueira criou o Centro de Minerva de Empreendedorismo.

Em 2005 aconteceu a primeira semana do empreendedorismo no Brasil e, em 2006 o primeiro congresso, sendo a Fundação Getúlio Vargas à frente desses eventos. A partir desses momentos várias escolas, faculdades e universidades começaram a desenvolver esse ensino, dentre elas destacam-se o Senac e a Organização não Governamental Endeavor, que incentivam metodologias específicas que visam incentivar o espírito empreender por meio da educação.

Em 2007 a FGV foi pioneira ao introduzir disciplinas de empreendedorismo como obrigatórias na grade da graduação em administração pública e de empresas da EAESP. Desde este ano, todos os alunos são expostos às teorias de empreendedorismo. Já no segundo semestre do curso desenvolvem um plano de negócios, que, ao final da disciplina, é apresentado a investidores em uma feira de negócios (FERNANDES, 2013, p. 06).

Dolabella (2008) caracteriza que além da disciplina ser ministrada de forma diferencial que as outras, o professor para fazer o diferencial deverá levar à sala de aula dois pré-requisitos:

O primeiro é estar disposto a enfrentar o desafio de introduzir novo conteúdo e novos processos didáticos e a superar os obstáculos que inevitavelmente se apresentam a quem quer inovar. O segundo é ter a disponibilidade e a vontade de estabelecer vínculos com o mercado, com empresas e empreendedores, com o ambiente onde os conhecimentos que domina são transformados em riqueza (DOLABELLA, 2008, p. 134).

O autor enfatiza a necessidade de o professor ser uma pessoa proficiente e, principalmente que seja atualizado e dinâmico, para estar disposto aos desafios que esse ensino por si só já traduz e, também que tenha visão futura quanto ao poder do mercado e ao que está mais propício ao sucesso.

Há dois requisitos essenciais ao empreendedor: “Capacidade de gerar o próprio sonho; Capacidade de construir caminhos para transformar os sonhos em realidade” (DOLABELLA, 2008, p. 136).

A experiência do autor na concepção e aplicação de uma metodologia de aprendizado de empreendedorismo despertou em diversos professores a “recriar e enriquecer” alguns métodos relatados em seu livro Oficina do Empreendedor e assim aplicá-las em sala. Assim o autor socializa com os professores que estão iniciando nesta área, algumas reflexões colhidas dos mestres, com intuito de subsidiar sua condução em sala de aula:

- Não se considere um professor, alguém que vai ensinar a ser empreendedor. Seja somente um Organizador da Oficina do Empreendedor, alguém que vai criar as condições necessárias para o aluno aprender sozinho a ser empreendedor. O seu papel será o de criador de um ambiente (a sala de aula) que estimule a geração de novos conhecimentos pelos alunos.
- Dê lugar à emoção dos alunos - e também à sua. Ela é o principal caminho para a razão e o talento. Empreender é deixar-se emocionar.
- Não pretenda que os alunos abram empresas logo após sua exposição à disciplina. Considere esse resultado excelente, mas inesperado.
- Não se sinta responsável por apresentar soluções. Este é o papel do aluno.
- Abandone o paternalismo nas relações com os alunos. Estes devem buscar sozinhos os conhecimentos de que necessitam. É assim que faz o empreendedor real na vida real.
- Habitue-se a questionar e relativizar ao invés de ter respostas prontas. Neste campo, não há uma versão certa.
- Jamais influencie o aluno na busca de uma ideia de negócio. Lembre-se de que uma empresa é a realização de um sonho, a projeção do ego, a exteriorização do que se passa no âmago de uma pessoa.

- A auto-imagem positiva e a elevada auto-estima (conceito de si) são os principais alimentos da criatividade e, portanto, da inovação. As pessoas só realizam algo caso se julguem capazes de fazê-lo.
- Não se apóie na improvisação, mas não a tema. Pode soar pouco acadêmico (o que não tem importância, porque empreendedorismo não é considerado tema acadêmico), mas ela será um recurso fundamental na vida do futuro empreendedor.
- Lembre-se de que, networking é fundamental. Você deve trazer a sua rede de relações para a sala de aula. Busque conhecer o mundo dos empreendedores e chame-os para colaborar no andamento do curso. Aperfeiçoe sua habilidade para as relações interpessoais. Estabeleça fortes conexões com os Sistemas de Suporte e as forças vivas da Sociedade: poderes públicos, associações de classe, órgãos de comunicação, bancos, financiadores - ou seja, todos aqueles que podem e devem apoiar a criação de novos negócios.
- Defenda junto aos alunos, de forma intransigente, que o saber isolado não é suficiente. Nesta área, os conhecimentos técnicos representam pequena parte da solução global.
- Crie oportunidades para que os alunos transformem suas ideias em ação. Estimule sua habilidade de canalizar energia para os objetivos.
- Monte um sistema que permita acompanhar os alunos depois de sua exposição à disciplina. Só assim você saberá avaliar seus resultados e terá um mecanismo de feedback.
- Na atividade de disseminação da cultura empreendedora, existe um dito que contém uma profunda verdade: “O Organizador da Oficina do Empreendedor aprende mais que o aluno.”
- Afirme e reafirme a importância do empreendedorismo para o desenvolvimento econômico.
- Não avalie o empreendedor exclusivamente por critérios de competência. Em termos éticos, somente deve ser considerado empreendedor aquele que oferece valor positivo para a coletividade. E não quem o subtrai.
- Não se esqueça de que os sonhos individuais são fortemente influenciados pela sociedade: ética, visão de mundo, comportamentos coletivos, atitudes de líderes. Por essa razão a formação empreendedora exige que se discuta e analise o mundo com todas as suas variáveis.
- O aluno da escola tradicional aprende, para se relacionar com o mundo profissional e nele se inserir, a enviar o seu *curriculum vitae*. Diferentemente da formação do especialista (proposta do ensino convencional), no empreendedorismo o aluno deve aprender a ler o mundo, a lidar com a complexidade sócio-político-econômica e a estabelecer múltiplas interfaces com a sociedade. É lá, no que acontece além da porta da rua, que estão as oportunidades (DOLABELLA, 2008, p. 17-18).

Além dessas características propostas pelo autor, no sentido de subsidiar o desenvolvimento do professor em sala de aula, há outras que também podem agregar ainda mais em seu desempenho para com seus alunos.

O referido autor, que pode ser considerado um grande estudioso do empreendedorismo no país, estabelece padrões no processo de ensino e como ele deve ser positivo aos alunos, tratando-o como capaz de ter em si o espírito empreendedor, pois é preciso despertá-lo e alimentar os sonhos, lógico que quando os sonhos são alimentados com padrões de conhecimentos aliados à vida real, sabendo como planejar e executar, a possibilidade de sucesso é infinitamente maior que aquele que contextualiza-se ao universo empreendedor de maneira insipiente e sem direcionamento.

É nesse ponto que deve centrar-se o ensino do empreendedorismo no mundo acadêmico, ou seja, permitir o desenvolvimento do perfil e subsidiá-lo com conhecimentos pertinentes à realização de seus sonhos sem perder a linha tênue entre a realidade e a utopia do sucesso.

Vários autores apresentam as características do direcionamento que deve seguir o ensino do empreendedorismo, como pode ser aferido o quadro 03:

**Quadro 06: Aspectos do Ensino de Empreendedorismo mediante autores**

Autores	Aspectos do Ensino de Empreendedorismo
Guimarães (2002)	Estreitar relações entre Instituições e comunidade empresarial, fortalece o empreendedorismo.
Machado (2005); Martins; Freitas (2008); Rocha; Freitas (2014)	O ensino superior voltado para o empreendedorismo pode ser eficaz para mudar atitudes.
Ferreira et al. (2006)	O ensino de empreendedorismo pode incrementar o pensamento criativo, a inovação e a habilidade de descobrir problemas e resolvê-los de maneira original.
Henrique; Cunha (2006), (2008); Ribeiro et al. (2012)	Importância de aprender a empreender na prática (experiências passadas, trabalho em pequenas empresas e consultorias júnior).
Costa; Oliveira (2008)	O interesse empreendedor dos estudantes é consistentemente influenciado pela vocação empreendedora, suporte social, e pela percepção de domínio das habilidades empreendedoras.
Silva (2010); Junior (2013)	A formação continuada e constante dos docentes bem como o projeto pedagógico do curso deve estar alinhado ao objetivo de formar o empreendedor

**Fonte:** Azevedo; Lenzi; Manthey (2016, p. 04)

Observa-se que os autores defendem praticamente os mesmos princípios, dentre os quais as relações entre as instituições e os empresários, a fim de descobrir e investir em perfis empreendedores.

Um ponto bem importante é o suporte ao docente em cursos de formação continuada. Isso é importante e necessário, tendo em vista que o mundo e as exigências estão em constante ciclo de mudanças e os docentes devem estar preparados aos desafios.

A UNESCO propõe como quinto pilar da educação o aprender a empreender e assim os objetivos seriam:

### Quadro 07: Pilares dos Objetivos do Ensino do Empreendedorismo

	Objetivo 1	Objetivo 2	Objetivo 3
<b>Ensino do Empreendedorismo</b>	Desenvolver o espírito empreendedor entre os estudantes, promovendo sua conscientização.	Treinar os estudantes para abrir e administrar uma empresa, instruindo-os sobre financiamentos, aspectos legais e impostos	Desenvolver habilidades empreendedoras para identificar e explorar oportunidades de negócios, transferindo conhecimentos e técnicas empreendedoras

Fonte: Rocha; Freitas (2014) *apud* Azevedo; Lenzi; Manthey (2016, p. 03)

A *European Commission for Enterprise and Industry* e mais os periódicos científicos nacionais e internacionais existentes, descrevem as principais atividades educacionais de formação em empreendedorismo sugeridas para o ensino do Empreendedorismo que os autores Freitas e Rocha (2014) apresentam compilados no quadro 04:

### Quadro 08: Principais Métodos, Técnicas e Recursos Pedagógicos no Ensino de Empreendedorismo

Métodos, Técnicas e Recursos	Aplicações
Aulas expositivas	Transferir conhecimentos sobre o Empreendedorismo, as características pessoais do empreendedor, os processos de inovação, fontes de recursos, financiamentos e aspectos legais de pequenas empresas.
Visitas e contatos com empresas	Estimular o <i>network</i> incitar o estudante a sair dos limites da IES para entender o funcionamento de mercado na vida real. Desenvolver visão de mercado.
Plano de negócios	Desenvolver as habilidades de planejamento, estratégia, marketing, contabilidade, recursos humanos, comercialização. Desenvolver a habilidade de avaliação do novo negócio, analisando o impacto da inovação no novo produto ou serviço. Construir habilidade de avaliar e dimensionar riscos do negócio pretendido.
Estudos de casos	Construção da habilidade de pensamento crítico e de avaliação de cenários e negócios. Desenvolver a habilidade de interpretação e definição de contextos associados ao Empreendedorismo.
Trabalhos teóricos em grupo	Construção da habilidade de aprender coletivamente. Desenvolver a habilidade de pesquisar, dialogar, integrar e construir conhecimentos, buscar soluções e emitir juízos de valor na realização do documento escrito.
Trabalhos práticos em grupo	Construção da habilidade de atuar em equipe. Desenvolver a habilidade de planejar, dividir e executar tarefas em grupo, de passar e receber críticas construtivas. Ampliar a integração entre o saber e o fazer
Grupos de discussão	Desenvolver a habilidade de testar novas ideias. Desenvolver a capacidade de avaliar mudanças e prospectá-las como fonte de oportunidades
<i>Brainstorming</i>	Construção da habilidade de concepção de ideias, prospecção de oportunidades, reconhecendo-as como oportunidades empreendedoras. Estimular o raciocínio intuitivo para criação de novas combinações de serviços ou produtos, transformando-as em inovações.
Seminários e palestras com empreendedores	Transferir conhecimentos das experiências vividas por empreendedores desde a percepção e criação do produto, abertura

	do negócio, sucessos e fracassos ocorridos na trajetória empreendedora.
Criação de empresa	Transpor as informações do plano de negócios e estruturar os contextos necessários para a formalização. Compreender várias etapas da evolução da empresa. Desenvolver a habilidade de organização e planejamento operacional.
Aplicação de provas dissertativas	Testar os conhecimentos teóricos dos estudantes e sua habilidade de comunicação escrita.
Atendimento individualizado	Desenvolver a habilidade de comunicação, interpretação, iniciativa e resolubilidade. Aproximar o estudante do cotidiano real vivido nos pequenos negócios.
Trabalhos teóricos individuais	Construção da habilidade de geração de conhecimento individualizado, estimulando a autoaprendizagem. Induzir o processo de autoaprendizagem
Trabalhos práticos individuais	Construção da habilidade da aplicação dos conhecimentos teóricos individuais, estimulando a autoaprendizagem. Estimular a capacidade laboral e de autorrealização.
Criação de produto	Desenvolver habilidade de criatividade, persistência, inovação e senso de avaliação.
Filmes e vídeos	Desenvolver a habilidade do pensamento crítico e analítico, associando o contexto assistido com o conhecimento teórico. Estimular a discussão em grupo e o debate de ideias.
Jogos de empresas e simulações	Desenvolver a habilidade de criar estratégias de negócios, solucionar problemas, trabalhar e tomar decisões sob pressão. Aprender pelos próprios erros. Desenvolver tolerância ao risco, pensamento analítico, comunicação intra e intergrupais.
Sugestão de leituras	Prover ao estudante teoria e conceitos sobre o Empreendedorismo. Aumentar a conscientização do ato empreendedor.
Incubadoras	Proporcionar ao estudante espaço de motivação e criação da nova empresa, desenvolvendo múltiplas competências, tais como habilidades de liderança, organizacionais, tomada de decisão e compreender as etapas do ciclo de vida das empresas. Estimular o fortalecimento da <i>network</i> com financiadores, fornecedores e clientes.
Competição de planos de negócios	Desenvolver habilidades de comunicação, persuasão e estratégia. Desenvolver capacidade de observação, percepção e aplicação de melhorias no padrão de qualidade dos planos apresentados. Estimular a abertura de empresas mediante os planos vencedores.

**Fonte:** Freitas; Rocha (2016, p. 470)

Ao desenvolver essas metodologias o contexto entre os estudantes universitários e possibilidade de realizar o sonho empreendedor é viável, especialmente porque estarão munidos de uma ferramenta essencial, o conhecimento.



### 3 MÉTODO

Neste capítulo são abordados os procedimentos metodológicos utilizados para a viabilização desta pesquisa. É necessário que se saiba qual metodologia a ser aplicada com objetivo de chegar ao resultado. Esse processo metodológico é o caminho científico no qual será analisada a problemática e aferir os resultados de forma a analisar o alcance ou não dos objetivos. Até mesmo a linguagem deve ser essencialmente científica, ou seja, imparcial para que não haja influência do senso comum ou ideias pré-concebidas acerca da temática.

#### 3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA

Para atingir o objetivo proposto neste estudo, que é avaliar a aprendizagem do Ensino do Empreendedorismo, buscando identificar se houve modificação no perfil empreendedor dos alunos através dos meios pedagógicos aplicados pelos professores durante o curso, faz-se necessário adotar procedimentos metodológicos que envolvem um estudo de caráter quantitativo e descritivo (GIL, 2002), com corte transversal, dado que os dados foram coletados numa única oportunidade, (COOPER & SCHINDLER, 2003). O procedimento de coleta de dados se deu através do questionário desenvolvido por Schmidt & Bohnenberger (2009).

Para Gil (2008):

O delineamento refere-se ao planejamento da pesquisa em sua dimensão mais ampla, envolvendo tanto a sua diagramação quanto a previsão de análise e interpretação dos dados. O delineamento considera o ambiente em que são coletados os dados, bem como as formas de controle das variáveis envolvidas (GIL, 2008, p.34).

A pesquisa quantitativa se centra na objetividade, compreendida com base na análise de dados brutos, recolhidos com auxílio de instrumentos padronizados e neutros. Recorre à linguagem matemática para descrever as causas de um fenômeno, as relações entre variáveis.

A pesquisa descritiva exige do investigador uma série de informações sobre o que deseja pesquisar. Também possui como característica primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis. É uma de suas características mais significativas está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, como o questionário (GIL, 2002). A pesquisa

em análise possui características de uma pesquisa descritiva. A quantitativa exige linguagem matemática para descrever as causas de um fenômeno.

### 3.2 COLETA DE DADOS

A coleta de dados é a etapa da pesquisa em que se inicia a aplicação dos instrumentos elaborados e das técnicas selecionadas, a fim de se efetuar a coleta dos dados previstos (LAKATOS & MARCONI, 2003). É necessário que se tenha um bom planejamento para a execução, na busca pelo êxito na pesquisa. Foi aplicado questionário estruturado junto aos alunos de duas Instituições Públicas do Ensino Superior da cidade de Açailândia-MA. A coleta foi realizada numa única vez, por meio de questionário elaborado a partir da definição dos constructos. Antes de iniciar a entrevista foi informado ao discente o objetivo da pesquisa, sua relevância, bem como a contribuição que o aluno traria para o curso respondendo o questionário. O instrumento de coleta de dados, (Anexo 1), consiste num questionário estruturado, composto de 22 itens que se referem à escala de medição do perfil empreendedor validada por Schmidt e Bohnenberger (2009) e adaptado por Rocha e Freitas (2014). Foi aplicado aos alunos que já haviam cursado a disciplina e também aos que ainda não haviam cursado a disciplina. Procurou-se no tratamento dos dados fazer a correlação entre os objetivos da pesquisa e a forma como os resultados foram atingidos (VERGARA, 2009).

### 3.3 DEFINIÇÃO DA AMOSTRA

As pesquisas abrangem um universo de elementos tão grande que se torna impossível considerá-los em sua totalidade. Por essa razão, nas pesquisas é muito frequente trabalhar com uma amostra, ou seja, com uma pequena parte dos elementos que compõem o universo. (GIL, 2008). Diante da necessidade e com objetivo de alcançar resultado satisfatório, definiu-se como população, discentes matriculados nos cursos de Bacharelado em Administração em duas Instituições do Ensino Superior da cidade de Açailândia-MA, sendo ambas da rede pública.

Como uma amostra deve ser composta por um número suficiente de casos que representem com fidedignidade às características da população (GIL, 2008). A amostra foi constituída por estudantes de cada Instituição, um percentual de 40% dos alunos matriculados no curso de Administração. Trata-se de uma amostra não probabilística, por conveniência. Os dados foram coletados pelo método *survey*, e como medição foi utilizada uma escala

métrica Likert com sete pontos para a mensuração do perfil empreendedor. O objetivo da coleta de dados foi proporcionar informações que pudessem permitir uma análise entre os grupos de estudantes que participaram ou não da. A intensidade do nível de concordância é determinada mediante a variação de 1 para discordo totalmente e 7 para concordo totalmente (COOPER & SCHINDLER, 2003).

#### 4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Foram obtidos 90 questionários respondidos na instituição UEMASUL, sendo que desse total, 72 alunos afirmaram que haviam cursado a disciplina e 18 alunos afirmaram que não haviam cursado a disciplina.

A Tabela 1 ilustra as respostas mais frequentes (moda) obtida para as 5 primeiras questões, que se referem à dimensão autorrealização:

**Tabela 1 – Dimensão autorrealização**

Questão	Alternativa	Cursou	Não Cursou
1	1	7	1
1	2	17	3
1	3	10	4
1	4	33	4
1	5	5	6
2	1	0	0
2	2	10	1
2	3	16	3
2	4	37	10
2	5	9	4
3	1	0	0
3	2	13	2
3	3	14	4
3	4	30	9
3	5	15	3
4	1	2	0
4	2	9	3
4	3	17	1
4	4	23	10
4	5	21	4
5	1	2	0
5	2	8	3
5	3	13	1
5	4	32	9
5	5	17	5

Elaborado pelo autor a partir da pesquisa

Observa-se a partir da Tabela 1 que, no que se refere à dimensão autorrealização, não foi possível constatar-se diferença relevante entre alunos que cursaram ou não a disciplina de empreendedorismo. Isso porque as respostas mais frequentes se equivalem nas duas situações para a maioria das questões, exceto pela primeira questão, na qual houve uma

maior incidência de alunos afirmam ser capazes de detectar oportunidades promissoras de negócio no mercado, ao contrário do que se poderia esperar.

A Tabela 2 ilustra as respostas mais frequentes (moda) obtida para as questões 7, 8, 9 e 15, que se referem à dimensão liderança.

**Tabela 2 – Dimensão Liderança**

Questão	Alternativa	Cursou	Não Cursou
7	1	4	2
7	2	17	3
7	3	17	3
7	4	22	5
7	5	13	4
8	1	2	0
8	2	12	2
8	3	14	3
8	4	26	6
8	5	18	7
9	1	1	0
9	2	12	0
9	3	11	4
9	4	26	7
9	5	22	7
15	1	4	0
15	2	3	1
15	3	6	2
15	4	25	5
15	5	34	10

Elaborado pelo autor a partir da pesquisa

Observa-se a partir da Tabela 2 que, no que se refere à dimensão liderança, não foi possível constatar-se diferença relevante entre alunos que cursaram ou não a disciplina de empreendedorismo. Isso porque as respostas mais frequentes se equivalem nas duas situações para a maioria das questões, exceto pela questão 8, na qual houve uma maior incidência de alunos afirmarem que frequentemente as pessoas pedem sua opinião sobre assuntos de trabalho, o que denota uma maior liderança dessas pessoas em relação às que cursaram a disciplina de empreendedorismo, ao contrário do que se poderia esperar.

A Tabela 3 ilustra as respostas mais frequentes (moda) obtida para as questões 6, 10, 11 e 12, que se referem à dimensão planejamento.

**Tabela 3 – Dimensão Planejamento**

Questão	Alternativa	Cursou	Não Cursou
6	1	0	0
6	2	8	2
6	3	14	2
6	4	34	6
6	5	16	8
10	1	4	0
10	2	7	0
10	3	12	2
10	4	26	10
10	5	22	7
11	1	1	1
11	2	7	0
11	3	10	2
11	4	31	6
11	5	23	9
12	1	2	0
12	2	5	1
12	3	12	2
12	4	37	8
12	5	16	7

**Elaborado pelo autor a partir da pesquisa**

Observa-se a partir da Tabela 3 que, no que se refere à dimensão planejamento, não foi possível constatar-se diferença relevante entre alunos que cursaram ou não a disciplina de empreendedorismo. Isso porque as respostas mais frequentes se equivalem nas duas situações para as questões 10 e 12. As questões 6 e 11 indicam que os alunos que não cursaram a disciplina, concordaram mais enfaticamente que têm um bom plano para sua vida profissional e que sempre procuram estudar muito a respeito de cada situação profissional que envolva, denotando um maior grau de planejamento em relação aos alunos que cursaram a disciplina de empreendedorismo, ao contrário do que se poderia esperar.

A Tabela 4 ilustra as respostas mais frequentes (moda) obtida para as questões 13 e 14 à dimensão capacidade inovadora.

**Tabela 4 – Capacidade inovadora**

Questão	Alternativa	Cursou	Não Cursou
13	1	1	0
13	2	12	2
13	3	11	3
13	4	18	5
13	5	30	8
14	1	3	0
14	2	8	1
14	3	21	1
14	4	24	11
14	5	16	5

Elaborado pelo autor a partir da pesquisa

Observa-se a partir da Tabela 4 que, no que se refere à dimensão capacidade de inovação, não foi possível constatar-se diferença relevante entre alunos que cursaram ou não a disciplina de empreendedorismo. Isso porque as respostas mais frequentes se equivalem nas duas situações para as questões 13 e 14.

A Tabela 5 ilustra as respostas mais frequentes (moda) obtida para as questões 16 a 19, referentes à dimensão assumir riscos.

**Tabela 5 – Dimensão assumir riscos**

Questão	Alternativa	Cursou	Não Cursou
16	1	2	0
16	2	6	0
16	3	14	2
16	4	21	5
16	5	29	11
17	1	6	2
17	2	14	1
17	3	23	7
17	4	16	5
17	5	14	2
18	1	2	0
18	2	14	1
18	3	15	3
18	4	30	11
18	5	11	3
19	1	4	0
19	2	19	3
19	3	13	2
19	4	26	9
19	5	9	15

Elaborado pelo autor a partir da pesquisa

Observa-se a partir da Tabela 5 que, no que se refere à dimensão assumir riscos, não foi possível constatar-se diferença relevante entre alunos que cursaram ou não a disciplina de empreendedorismo. Isso porque as respostas mais frequentes se equivalem nas duas situações para a maioria das questões, exceto pela questão 19, na qual houve uma maior incidência de alunos afirmarem que admitem correr riscos em troca de possíveis benefícios, o que denota uma maior tendência a assumir riscos dessas pessoas em relação às que cursaram a disciplina de empreendedorismo, ao contrário do que se poderia esperar.

A Tabela 6 ilustra as respostas mais frequentes (moda) obtida para as questões 20 a 22, referentes à dimensão sociabilidade.

**Tabela 6 - Dimensão sociabilidade**

Questão	Alternativa	Cursou	Não Cursou
20	1	5	0
20	2	11	2
20	3	16	5
20	4	24	2
20	5	16	6
21	1	3	0
21	2	16	2
21	3	11	7
21	4	28	4
21	5	14	5
22	1	4	5
22	2	7	0
22	3	16	0
22	4	29	6
22	5	17	6

Elaborado pelo autor a partir da pesquisa

Observa-se a partir da Tabela 6 que, no que se refere à dimensão sociabilidade, foi possível identificar-se uma maior incidência dessa característica entre os alunos que cursaram a disciplina de empreendedorismo, dado que para esse conjunto de questões os alunos que cursaram a disciplina admitem uma influência dos seus contatos sociais em sua vida profissional.

A análise dos resultados obtidos e expressos através das Tabelas 1 a 6 permite concluir que a única dimensão em que foi possível perceber-se um maior perfil empreendedor entre os alunos que cursaram a disciplina empreendedorismo, em relação aos alunos que não cursaram a disciplina, foi a dimensão sociabilidade.



Foram obtidos 45 questionários respondidos na instituição UFMA, sendo que desse total, 34 alunos afirmaram que haviam cursado a disciplina e 11 alunos afirmaram que não haviam cursado a disciplina.

A Tabela 7 ilustra as respostas mais frequentes (moda) obtida para as 5 primeiras questões, que se referem à dimensão autorrealização

**Tabela 7 – Dimensão autorrealização**

Questão	Alternativa	Cursou	Não Cursou
1	1	5	3
1	2	10	1
1	3	10	1
1	4	7	4
1	5	2	2
2	1	3	1
2	2	9	1
2	3	8	3
2	4	9	3
2	5	5	3
3	1	4	3
3	2	4	1
3	3	7	2
3	4	12	2
3	5	8	2
4	1	4	1
4	2	2	2
4	3	6	3
4	4	12	3
4	5	10	2
5	1	3	0
5	2	4	4
5	3	4	1
5	4	13	4
5	5	10	2

Elaborado pelo autor a partir da pesquisa

A partir da análise dos resultados da Tabela 7 no que se refere à dimensão autorrealização, não foi possível constatar-se diferença relevante entre alunos que cursaram ou não a disciplina de empreendedorismo. Isso porque as respostas mais frequentes se equivalem nas duas situações para a maioria das questões, exceto pela terceira questão, na

qual houve uma maior incidência de alunos que cursaram a disciplina e afirmam ter controle sobre os fatores críticos para sua plena realização profissional.

Observa-se que ainda há um processo de crescimento quanto à autorrealização dos alunos, tanto os que cursaram, que são a maioria, e também dos que não cursaram a disciplina de empreendedorismo. As questões permeiam quanto ao saber aproveitar, detectar, controlar e ser persistente com as oportunidades e, as ênfases indicam que os alunos ainda não têm segurança. O que traz à tona a reflexão sobre o quanto o empreendedorismo ainda precisa ser trabalhado em nível acadêmico. Ressalta-se uma incidência dos alunos que não cursaram a disciplina sobre a boa capacidade de detectar oportunidades e, nesse caso um bom trabalho teórico e prático tende a desenvolver as capacidades com mais solidez.

A Tabela 8 ilustra as respostas mais frequentes (moda) obtida para as questões 7, 8, 9 e 15, que se referem à dimensão liderança.

**Tabela 8 – Dimensão Liderança**

Questão	Alternativa	Cursou	Não Cursou
7	1	2	0
7	2	6	4
7	3	11	3
7	4	10	1
7	5	5	3
8	1	1	0
8	2	9	2
8	3	10	4
8	4	7	2
8	5	7	3
9	1	2	0
9	2	8	2
9	3	11	4
9	4	5	4
9	5	8	1
15	1	1	0
15	2	9	3
15	3	5	2
15	4	14	0
15	5	6	5

Elaborado pelo autor a partir da pesquisa

Observa-se a partir da Tabela 8 que, no que se refere à dimensão liderança, não foi possível constatar-se diferença relevante entre alunos que cursaram ou não a disciplina de empreendedorismo. Isso porque as respostas mais frequentes se equivalem nas duas situações

para a maioria das questões, exceto pela questão 15, na qual houve uma maior incidência de alunos afirmarem que se relacionam muito facilmente com outras pessoas entre os alunos que não cursaram a disciplina, o que denota uma maior liderança dessas pessoas em relação às que cursaram a disciplina de empreendedorismo, ao contrário do que se poderia esperar.

Percebe-se uma fragilidade na dimensão liderança dos alunos em ambos casos analisados, visto que as questões incidem sobre desenvolver a liderança, o respeito pelo social às opiniões e a sociabilidade. E, em todas as respostas há demonstração de que não se inserem no contexto de liderança. O resultado implica uma situação ainda a ser trabalhada sobre desenvolver as potencialidades de liderança para os alunos que cursaram e aos que ainda não cursaram, é preciso descobrir o valor na sociedade que um líder exerce. A questão que mais sobressaltou-se foi quanto a reconhecerem-se como pessoas sociáveis, de bom relacionamento, sendo mais positivo aos alunos que não cursaram. Esse resultado da questão 15 é bem positivo, pois ser líder implica a priori uma boa capacidade de relacionamento.

A Tabela 9 ilustra as respostas mais frequentes (moda) obtida para as questões 6, 10, 11 e 12, que se referem à dimensão planejamento.

**Tabela 9 – Dimensão Planejamento**

Questão	Alternativa	Cursou	Não Cursou
6	1	3	1
6	2	5	6
6	3	7	1
6	4	11	3
6	5	8	0
10	1	4	0
10	2	4	1
10	3	13	3
10	4	7	5
10	5	6	2
11	1	3	0
11	2	7	1
11	3	11	0
11	4	6	8
11	5	7	2
12	1	4	0
12	2	5	2
12	3	7	1
12	4	12	5
12	5	6	3

Elaborado pelo autor a partir da pesquisa

A tabela 09 traz resultados que tratam da dimensão planejamento e, quanto a questão 6 que trata de um bom plano de vida, observa-se um resultado bem diferente entre os que cursaram e os que não cursaram a disciplina. Esse resultado traz uma dimensão reflexiva da importância da disciplina como influência na mudança de perspectivas e organização profissional.

A coincidência nas questões 10 e 11 quanto aos resultados de maior incidência convergem aos alunos que não cursaram a perspectiva de planejar e estudar com atenção as ações profissionais com pontos de atenção. Na questão 12 a coincidência nos resultados instiga à ideia de os alunos precisam desenvolver suas atribuições profissionais com maior critério.

A Tabela 10 ilustra as respostas mais frequentes (moda) obtida para as questões 13 e 14 à dimensão capacidade inovadora.

**Tabela 10 – Capacidade inovadora**

Questão	Alternativa	Cursou	Não Cursou
13	1	3	0
13	2	6	1
13	3	8	2
13	4	7	2
13	5	10	6
14	1	2	1
14	2	8	0
14	3	6	2
14	4	8	5
14	5	10	3

**Elaborado pelo autor a partir da pesquisa**

A tabela 10 apresenta resultados bem claros quanto à capacidade inovadora de alunos que cursaram ou não a disciplina. Observa-se que os alunos que cursaram a disciplina afirmaram com mais frequência gostam de mudar sua forma de trabalho sempre que possível, o que denota uma maior capacidade inovadora, enquanto os alunos que não cursaram mantêm uma reticência ou insegurança quanto a esse ponto.

A Tabela 11 ilustra as respostas mais frequentes (moda) obtida para as questões 16 a 19, referentes à dimensão assumir riscos.

**Tabela 11 – Dimensão assumir riscos**

Questão	Alternativa	Cursou	Não Cursou
16	1	3	1
16	2	4	2
16	3	12	3
16	4	11	1
16	5	4	4
17	1	3	2
17	2	7	2
17	3	10	3
17	4	11	1
17	5	3	3
18	1	3	2
18	2	14	3
18	3	5	2
18	4	10	2
18	5	2	2
19	1	1	1
19	2	11	4
19	3	4	2
19	4	13	1
19	5	5	3

Elaborado pelo autor a partir da pesquisa

O resultado obtido na tabela 11 traz coincidência nas respostas apenas na questão 18, ao perceberem-se que não influenciam normalmente a opinião de outras pessoas. Na questão 16, analisando o fator surpresa os alunos que cursaram a disciplina apresentam uma maior insegurança que os alunos que não cursaram, pois apontam um forte incômodo diante do fato.

A questão 17, assumir riscos a longo prazo, traz como resultado um equilíbrio nas respostas em ambos os alunos, a forma cautelosa de agir. Na questão 19, correr riscos em troca de benefícios, observa-se os alunos que cursaram a disciplina apresentam uma postura mais enfática ao risco, enquanto os alunos que não cursaram apresentaram uma cautela forte, o que destoia até certo nível do empreendedorismo.

A Tabela 12 ilustra as respostas mais frequentes (moda) obtida para as questões 20 a 22, referentes à dimensão sociabilidade.

**Tabela 12: dimensão sociabilidade**

Questão	Alternativa	Cursou	Não Cursou
20	1	3	0
20	2	3	2
20	3	8	0
20	4	13	8
20	5	7	1
21	1	2	0
21	2	11	4
21	3	4	0
21	4	12	4
21	5	6	2
22	1	7	1
22	2	10	5
22	3	4	0
22	4	4	2
22	5	9	3

**Elaborado pelo autor a partir da pesquisa**

Os resultados observados na tabela 12 demonstram que nas questões 20 e 22 são coincidentes, concordando que parcialmente seus contatos sociais influenciam na vida profissional e discordando parcialmente no tocante de conhecimento de pessoas que poderiam auxiliá-los profissionalmente. Nessas questões ambos alunos demonstram haver necessidade de maior socialização, algo importante, pois os alunos responderam na dimensão liderança, tabela 2 que se consideram pessoas bem sociáveis. Na questão 21 os alunos que não cursaram a disciplina empreendedorismo revelam que não consideram os contatos como sendo importantes à sua vida profissional. Ao contrário, alunos que cursaram a disciplina, consideram esses contatos importantes à sua vida profissional.

A análise dos resultados obtidos e expressos através das Tabelas 7 a 12 permite concluir que as dimensões em que foi possível perceber-se um maior perfil empreendedor entre os alunos que cursaram a disciplina de empreendedorismo, em relação aos alunos que não cursaram a disciplina, foram as dimensões capacidade inovadora, assumir riscos e sociabilidade.

## 5 CONCLUSÕES

A partir da análise dos resultados obtidos através da pesquisa na UEMASUL pode-se concluir que a única dimensão em que foi possível perceber-se um maior perfil empreendedor entre os alunos que cursaram a disciplina empreendedorismo, em relação aos alunos que não cursaram a disciplina, foi a dimensão sociabilidade.

A análise dos resultados obtidos através da pesquisa na UFMA permite concluir que as dimensões em que foi possível perceber-se um maior perfil empreendedor entre os alunos que cursaram a disciplina empreendedorismo, em relação aos alunos que não cursaram a disciplina, foram as dimensões capacidade inovadora, assumir riscos e sociabilidade.

Portanto, os alunos da UFMA que cursaram a disciplina de empreendedorismo apresentam um perfil empreendedor mais consolidado que os alunos da UEMASUL. Essa percepção traz a reflexão sobre o método de trabalho ofertado pelas instituições para desenvolver a disciplina, pois essa segurança observada nas respostas dos alunos da UFMA viabiliza a ideia de que tiveram uma oportunidade maior de conhecimento teórico direcionado ao mundo real prático. Algo necessário quando se deseja imbuir nos alunos a inspiração ao empreendedorismo.

Pode-se afirmar que não há um distanciamento enfático nas respostas dos alunos que ainda não cursaram a disciplina nas duas instituições aferidas, visto que na dimensão autorrealização tanto na UEMASUL como na UFMA esses alunos consideram-se bons para detectar oportunidades; na dimensão liderança consideram-se sociáveis, mas não apresentam as características mais consistentes de liderança. Esse apontamento é coincidente também na dimensão sociabilidade, mas registram que ainda não conhecem pessoas exemplos como bons contatos para o desenvolvimento de oportunidades. +

A pesquisa revela pontos de atenção da seguinte forma: primeiro os alunos que cursaram a disciplina demonstram uma segurança e perfil empreendedor mais solidificado apenas na instituição UFMA; segundo nas duas instituições observa-se que os alunos que ainda não cursaram a disciplina há uma necessidade clara de direcionamento, a fim de despertar o perfil empreendedor.

A pesquisa traz uma análise suscetível a novas discussões no âmbito acadêmico, sendo sugestão futura o retorno dos resultados nas próprias instituições pesquisadas e em outras também, a fim de que se possa contextualizar o quando o ensino da disciplina empreendedorismo é importante aos novos perfis de administradores.

Dolabella (2008, p.36) lembra que “não se pode perder de vista o resultado a ser alcançado: desenvolver o espírito empreendedor, estimular pessoas a se transformarem em atores centrais no cenário de mudanças econômicas e sociais”. Dessa forma estudar empreendedorismo na universidade não deve ser encarado como mais uma disciplina da grade curricular, mas consideravelmente como uma oportunidade de desenvolver competências que associadas ao conhecimento teórico tendem a melhorar a vida pessoal e social. Ser empreendedor é permitir-se aos desafios, e o conhecimento acadêmico embasa para o risco responsável, para a percepção mais apurada de oportunidade e essencialmente saber a linha tênue entre o negócio e as pessoas, uma vez que esse conhecimento é essencial nas relações empreendedoras.



## REFERÊNCIAS

- ALVES, Allan Carlos et al. **O perfil empreendedor do estudante do curso de ciências contábeis da UEPB**. 2016.  
Disponível em:  
<http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/polemica/article/view/22843/16380>. Acesso em: 07/03/2018.
- AZEVEDO, Ana Cláudia de; LENZI, Boehm; MANTHEY, Nilvane. **O ensino do empreendedorismo em cursos de graduação**: panorama das práticas dos cursos de ciências sociais aplicadas. Passo fundo, RS: EGEPE, 2016
- BRITO, Andreia; LINARD, Angela P. PEREIRA, Pedro S. **Empreendedorismo. Juazeiro do Norte, CE**: Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará – IFCE, ISBN 978-85-63953-36-0. 2013
- CAVALCANTI NETO, Sebastião; MAZZUCHETTI, Roselis N. UECKER, Gelson Luiz. Aplicabilidade do empreendedorismo nos cursos de administração. **IV Congresso Internacional Online sobre Transformación e Innovación en las Organizaciones**. 2016.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2005
- COOPER, D. R., & Schindler, P. S. **Métodos de pesquisa em Administração**. 7ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.
- CRUZ, G. T. **Educação Empreendedora: uma análise do comportamento empreendedor e do desempenho individual de microempresários no contexto brasileiro**. 169 fls. Dissertação. (Mestrado em Administração). Faculdade de Economia, Administração e Ciência da Informação e Documentação (FACE), Universidade de Brasília: Brasília, 2013.
- CUNHA, R. A. N. A universidade na formação de empreendedores: a percepção prática dos alunos de graduação. **Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração**, Curitiba, PR, Brasil, 28. Setembro, 2004.
- DOLABELA, F.. **Oficina do empreendedor**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 2ª Ed. Robson Moreira Cunha, Elisa Lemos Soares e Carlos Navarro Fontanillas. v. 3, n. 3set./dez. 2009, Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo na prática**: mitos e verdades do empreendedor de sucesso. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 4ª. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor**. São Paulo: Pioneira, 1986.

EELIG, T. L. Entrepreneurship Education Around the World. **In: NCIIA Annual Meeting, San Diego, California**, March 18, 2005. [online] Disponível na Internet. URL: [http://stvp.stanford.edu/presentations/Global\\_E-ship\\_Education.pdf](http://stvp.stanford.edu/presentations/Global_E-ship_Education.pdf). Acessado em 02/04/2018.

FERNANDES, Renê José Rodrigues. **Breve histórico do ensino de empreendedorismo no Brasil**. Disponível em: [bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rgnn/article/download/60813/59032](http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rgnn/article/download/60813/59032). Acesso em: 03/03/2108

FERREIRA, P. G. G.; MATTOS, P. L. C. L. Empreendedorismo e práticas didáticas nos cursos de graduação em administração: os estudantes levantam o problema. **Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração**, Atibaia, SP, Brasil, 27. Setembro, 2003.

FERREIRA, Ademir Antônio. **Gestão Empresarial: de Taylor aos Nossos Dias**. São Paulo: Pioneira, 1997

FILION, L. J. **Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios**. Revista de Administração da Universidade de São Paulo, 34(2), 5-28.1999.

FILION, L. J. **Do Empreendedorismo à Empreendedologia**. Montreal: Journal of Enterprising Culture, V.6. Tradução e adaptação Jovino Moreira da Silva, M. Sc. Vitória da Conquista, 1998.

FILION, L. J. **O empreendedorismo como tema de estudos superiores**. Texto publicado em: Empreendedorismo: ciência, técnica e arte / Instituto Euvaldo Lodi. Brasília: CNI. IEL Nacional, 2000.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002.

FREITAS, Ana Augusta; ROCHA, Estevão Lima. Avaliação do Ensino de Empreendedorismo entre Estudantes Universitários por meio do Perfil Empreendedor. **Rev. adm. contemp.** vol.18 no.4 Curitiba July/Aug. 2014. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1415-65552014000400465](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-65552014000400465). Acesso em: 07/04/2018

GATEWOOD, E. J., SHAVER; K. G.; POWERS, J. B.; GARTNER, W. B. Entrepreneurial expectancy, task effort and performance. **Entrepreneurship Theory and Practice**, 27(2), 187-206. 2002.

GIL, A. C., **Como elaborar projetos de pesquisa**, 4ª. ed, 2002

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6ª. ed. Editora Atlas SA, 2008.

HENRIQUE, D. C.; CUNHA, S. K. Práticas didático-pedagógicas no ensino de empreendedorismo em cursos de graduação e pós-graduação nacionais e internacionais. **RAM - Revista de Administração Mackenzie**, v. 9, n. 5, 2008.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo**. 7ª. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

HISRICH, R. D., & PETER, M. P. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2004.

JORNAL DO BRASIL. Desemprego apavora Brasileiros. **Caderno de Economia e Negócios** A-119. Rio de Janeiro.04/04/2004.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI. Marina de Andrade. **Fundamentos de Metodologia científica**. 5ª Ed. Sao Paulo: 2003.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI. **Metodologia da pesquisa científica**: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos. 7. ed. Atlas, 2010

LAVIERE, C. Educação empreendedora? In R. M. A. Lopes (Org.), **Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas** (pp. 1-16). Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

LAUTENSCHLÄGER, A.; HAASE, H. **The myth of entrepreneurship education: seven arguments against teaching business creation at universities**. Journal of Entrepreneurship Education, 14(1),147-161. 2011.

MINELLO, Italo Fernando; SCHAEFER, Ricardo. **Educação empreendedora**: premissas, objetivos e metodologias. Santa Maria, RS:RPCA | Rio de Janeiro | v. 10 | n. 3, jul.set. 2016. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.12712/rpca.v10i3.816>. Acesso em: 06/04/2018

PETERMAN, N. E., &KENNEDY, J. Enterprise education: influencing students' perceptions of entrepreneurship. **Entrepreneurship Theory and Practice**, 28(2), 129-144. 2003.

ROCHA, E. L. C.; FREITAS, A. A. F. Avaliação do Ensino de Empreendedorismo entre Estudantes Universitários por meio do Perfil Empreendedor. **RAC**, Rio de Janeiro, v. 18, n. 4, art. 5, p. 465 – 486,jul. /ago. 2014.

SANTOS, S. C.; CAETANO, A., & Curral, L. Atitude dos estudantes universitários face ao empreendedorismo: como identificar o potencial empreendedor? **Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão**, 9(4), 2-14.2010.

SANTOS, Paulo da Cruz Freire dos. **Uma escala para identificar potencial empreendedor**. Paulo da Cruz Freire dos Santos. Florianópolis, 2008.

SANTOS, E. A.; SILVA, C. E.. Os modelos de plano de negócios e sua relevância para sustentabilidade das micro e pequenas empresas. **Revista Brasileira de Administração Científica**, Aquidabã, v.3, n.1, p.37-62, 2012. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relatorio%20Endeavor%20impressao.pdf>. Acesso em: 07/04/2018

SAY, Jean-Baptiste. **Cours complet d'économie politique pratique**. Paris: Chamerot, 2009.

SCHUMPETER, Joseph Alois. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico**. São Paulo: Nova Cultural, 1988

SCHUMPETER, A. Joseph. **Capitalismo, socialismo e democracia**. Trad. Sergio Góes de Paula. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1984.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre capital, crédito, juro e ciclo econômico**. Trd. Maria Silvia Possas. São Paulo: Abril, 1982.

SCHUMPETER, Joseph A. **The theory of economic development**. New York: Oxford University Press, 1961.

SCHUMPETER, J.A. **The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle**. Harvard University Press. Cambridge, MA, EUA, 1934.

SCHUMPETER, Joseph A. **The theory of economic development**. New York: Oxford University Press, 1961.

SCHMIDT, S., & BOHNENBERGER, M. C. Perfil empreendedor e desempenho organizacional. **Revista de Administração Contemporânea**, 13(3), 450-467. 2009. Recuperado de <http://www.scielo.br/pdf/rac/v13n3/v13n3a07.pdf>. doi: 10.1590/S141565552009000300007. Acesso em: 28/01/2018.

SCHMIDT, J. S.; SOPER, J. C.; & FACCA, T. M. Creativity in the entrepreneurship classroom. **Journal of Entrepreneurship Education**, 15(1) 123-131. 2012.

SCHMIDT, S., &BOHNENBERGER, M. C. Perfil empreendedor e desempenho organizacional. **Revista de Administração Contemporânea**, 13(3), 450-467. 2009. Recuperado de <http://www.scielo.br/pdf/rac/v13n3/v13n3a07.pdf>.doi:10.1590/S141565552009000300007. Acesso em: 28/02/2018

SEBRAE. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-empreendedorismo-nas-universidades-brasileiras,6ad3352450608510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 04/04/2018

SILVEIRA, A. Carlos. **Empreendedorismo: a necessidade de se aprender**. Disponível em: <[http://www.novomilenio.br/foco/2/arigo\\_daniele.pdf](http://www.novomilenio.br/foco/2/arigo_daniele.pdf)>. Acesso em: 04/04/2018.

SOUZA, E. C. L. Empreendedorismo: da gênese à contemporaneidade. In: Souza, Eda C. Lucas; GUIMARÃES, Tomás de Aquino. (Org.). **Empreendedorismo além do plano de negócio**. 1 ed.-2.reimpr.- São Paulo: Atlas, 2006, p. 3-20

SOUZA, E. C. L., SOUZA, C. C. L., ASSIS, S. A. G., & Zerbini, T. Métodos e técnicas de ensino e recursos didáticos para o ensino do empreendedorismo em IES brasileiras. **Anais**

**do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração**, Curitiba, PR, Brasil, 28. Setembro, 2004.

ULRICH, Thomas A.; COLE, George S. Toward more effective training of future entrepreneurs. **Journal of Small Business Management**, v. 25, n. 4, p. 32, 1987.

UNESCO.PRELAC. **Uma trajetória para a educação para todos**. Revista PRELAC- Ano 1/n.0/agosto de 2004. Santiago do Chile. Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001372/137293por.pdf>. Acesso em: 02/04/ 2018.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 10ª ed.. São Paulo: Atlas, 2009.

## ANEXO 1 - Questionário

A) Você cursou a disciplina de empreendedorismo? SIM  NÃO

B) Nome da instituição de ensino: \_\_\_\_\_

Questões	Discordo Totalmente	Discordo Parcialmente	Nem concordo, nem discordo	Concordo Parcialmente	Concordo Totalmente
1.Frequentemente detecto oportunidades promissoras de negócio no mercado					
2.Creio que tenho uma boa habilidade em detectar oportunidades de negócio no mercado.					
3.Tenho controle sobre os fatores críticos para minha plena realização profissional.					
4.Profissionalmente, me considero uma pessoa muito mais persistente que as demais.					
5.Sempre encontro soluções muito criativas para problemas profissionais com os quais me deparo.					
6.Tenho um bom plano da minha vida profissional.					
7.Frequentemente sou escolhido como líder em projetos ou atividades profissionais.					
8.Frequentemente as pessoas pedem minha opinião sobre os assuntos de trabalho.					
9.As pessoas respeitam a minha opinião.					
10.No meu trabalho, sempre planejo muito bem tudo o que faço.					
11.Sempre procuro estudar muito a respeito de cada situação profissional que envolva algum tipo risco.					
12.Tenho os assuntos referentes ao trabalho sempre muito bem planejados					
13.Prefiro um trabalho repleto de novidades a uma atividade rotineira					

14.Gosto de mudar minha forma de trabalho sempre que possível					
15.Me relaciono muito facilmente com outras pessoas.					
16.Me incomoda muito ser pego de surpresa por fatos que eu poderia ter previsto					
17.Eu assumiria uma dívida de longo prazo, acreditando nas vantagens que uma oportunidade de negócio me traria					
18.No trabalho, normalmente influencio a opinião de outras pessoas a respeito de um determinado assunto					
19.Admito correr riscos em troca de possíveis benefícios.					
20.Meus contatos sociais influenciam muito pouco a minha vida profissional					
21.Os contatos sociais que tenho são muito importantes para minha vida profissional					
22. Conheço várias pessoas que me poderiam auxiliar profissionalmente caso eu precisasse					

Fonte: Adaptado de Schmidt, S., & Bohnenberger, M. C. (2009). Perfil empreendedor e desempenho organizacional (pp. 460–461). *Revista de Administração Contemporânea*, 13(3), 450-467.  
Recuperado <http://www.scielo.br/pdf/rac/v13n3/v13n3a07.pdf>. doi: 10.1590/S1415-65552009000300007

**Legenda:**

AE=Auto-eficaz;

AR=Assume riscos;

PL=Planejador;

DO=Detecta oportunidades;

PE=Persistente;

SO=Sociável;

IN=Inovador;

LI=Líder.