



**URI**

UNIVERSIDADE REGIONAL INTEGRADA  
DO ALTO URUGUAI E DAS MISSÕES

**LUCIANE DE OLIVEIRA**

**ENSINO-APRENDIZAGEM DO EMPREENDEDORISMO PARA OS CURSOS DE  
GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS**

**Santo Ângelo/RS  
2016**

**LUCIANE DE OLIVEIRA**

**ENSINO-APRENDIZAGEM DO EMPREENDEDORISMO PARA OS CURSOS DE  
GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS**

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado em Gestão Estratégica de Organizações, Programa de Pós-Graduação *Strictu Sensu* da Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões, URI, como requisito parcial para obtenção do Título de Mestre em Gestão Estratégica de Organizações.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Lucélia Ivonete Juliani

Santo Ângelo – RS

2016

O48e Oliveira, Luciane de  
Ensino-aprendizagem do empreendedorismo para os cursos  
de graduação em administração de empresas / Luciane de  
Oliveira. – Santo Ângelo: URI, 2016.  
99 f.; 30 cm

Dissertação (Mestrado) – Universidade Regional Integrada do  
Alto Uruguai e das Missões – URI – Santo Ângelo. – Programa  
de Pós-Graduação em Gestão Estratégica de Organizações,  
2016.

1. Empreendedorismo 2. Educação empreendedora 3. Perfil  
empreendedor I. Título.

CDU: 65.012.2

*Responsável pela catalogação: Fernanda Ribeiro Paz - CRB 10 / 1720*

LUCIANE DE OLIVEIRA

ENSINO-APRENDIZAGEM DO EMPREENDEDORISMO PARA OS CURSOS DE  
GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS

Dissertação submetida à Banca Examinadora do Programa de Pós-Graduação em Gestão Estratégica de Organizações – PPGGEO – Mestrado Profissional da Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões – URI – Campus de Santo Ângelo – RS, como parte dos requisitos necessários à obtenção do Grau de Mestre em Gestão Estratégica de Organizações, Área de Concentração: Gestão de Organizações e Desenvolvimento; Linha de Pesquisa: Inovação, Organização Social e Desenvolvimento.

Banca Examinadora:



Profa. Dra. Lucélia Ivonete Juliani, Doutora em Energia  
Orientadora/Presidente



Profa. Dra. Denise Medianeira Mariotti Fernandes, Doutora em Desenvolvimento  
Regional  
Examinadora Externa



Profa. Dra. Rut Maria Friedrich Marquetto, Doutora em Desenvolvimento Regional  
Examinadora Interna

Santo Ângelo (RS), 25 de Outubro de 2016.

## **DEDICATÓRIA**

Para Amanda e Eduarda por estarem sempre ao meu lado, com todo o meu amor.

## **AGRADECIMENTOS**

Aos familiares, em especial, aos meus pais, pelo apoio e compreensão fundamentais nesta trajetória. Meu reconhecimento sincero pela sua importância em minha vida.

Às minhas filhas Amanda e Eduarda, que me impulsionam a ser melhor a cada dia na busca do aperfeiçoamento. Obrigada pelo amor incondicional.

Ao Aldo, pelo incentivo, companheirismo, paciência e apoio, tão importantes neste momento.

Ao meu cunhado Geraldo que, de forma especial, esteve sempre incentivando a minha formação.

À minha orientadora, prof<sup>a</sup>. Dra. Lucélia, pela confiança, acompanhamento, ensinamentos, ajuda, compreensão, amizade e carinho, sendo muito mais que uma professora.

À amiga Ana Helena, que foi grande incentivadora deste projeto, encorajando-me e motivando-me.

À Thayse, pela presteza, auxílio e carinho fundamentais no decorrer do curso.

Aos professores do PPGGEO, pelos ensinamentos, críticas, incentivo e colaboração.

Aos colegas de curso, pelo companheirismo, troca de experiências e amizade.

À instituição URI São Luiz Gonzaga, em especial ao prof. Révis, coordenador do curso de Administração, que confiou no meu trabalho e proporcionou a realização deste estudo.

**“Cada sonho que você deixa para trás, é um pedaço do seu futuro que deixa de existir”**

**Steve Jobs**

## RESUMO

O tema empreendedorismo vem ganhando visibilidade e importância nas discussões dentro das Universidades, Institutos Educacionais e no meio empresarial, já que possibilita a criação de novos negócios, o desenvolvimento regional, a geração de riqueza e renda. Diante desta realidade, a universidade pode, através do ensino, fomentar, estimular e desenvolver habilidades empreendedoras, e assim, preparar o profissional do futuro para ser dono de um negócio ou para atuar como empregado-empresendedor. Identificando a necessidade de ações que desenvolvam e possibilitem maior interação da tríade: universidade, aluno e comunidade no que tange ao empreendedorismo, este trabalho tem como objetivo principal analisar as estratégias de ensino-aprendizagem que desenvolvem técnicas e habilidades empreendedoras para o curso de graduação em Administração de Empresas. O estudo se propôs quanto aos fins, seguir os parâmetros de uma pesquisa descritiva e metodológica e, quanto aos meios enquadra-se como uma pesquisa bibliográfica, documental e de campo. Os dados foram coletados por meio de fontes bibliográficas, pesquisados em livros, teses, artigos e periódicos, enquanto os levantamentos documentais tiveram origem em documentos internos da instituição de ensino, como o planejamento pedagógico. Com a finalidade de responder os objetivos específicos deste trabalho, fez-se uso de questionários estruturados que foram aplicados aos alunos do curso de Administração. A população foi constituída do universo de 128 alunos matriculados no curso de Administração de Empresas da URI de São Luiz Gonzaga, sendo a amostra definida por 108 alunos presentes em sala de aula, na data da pesquisa. Como resultado, o estudo apresenta uma proposta de ensino-aprendizagem que busca estimular e aperfeiçoar o ensino de empreendedorismo no curso de Administração de Empresas, de acordo com os anseios apresentados pelos alunos na pesquisa.

Palavras-chave: empreendedorismo, educação empreendedora, perfil empreendedor.

## **ABSTRACT**

The entrepreneurship subject has been gaining visibility and importance in discussions inside Universities, Educational Institutes and in the business environment, since it allows for the creation of new business, regional development, and wealth and income generation. In face of this, university can encourage, stimulate and develop entrepreneurship skills through education and, therefore, prepare the future professional to be the owner of a business or act as an entrepreneur-employee. By identifying the need for actions that develop and allow for better interaction between university, student and community in relation to entrepreneurship, this paper aims to analyze teaching-learning strategies that develop entrepreneurship techniques and skills for the Business Administration bachelor's course. The study aims to follow the parameters of a descriptive and methodological research, and it aims to be a bibliographic, documental and field research. The data were collected through reference bibliographic, sources in books, thesis, articles and pericals, while the documentary survey originated in internal documents of the educational institution, such as educational planning. In order to answer the specific goals of this work structured questionnaires were used which were applied to business school students. The study population consisted of the universe of 128 studants enrolled in the URI of Business Administration of São Luiz Gonzaga and the sample is defined by 108 studants present in the classroom, on the date of the survey. As result, the paper presents a teaching-learning proposal that seeks to encourage and improve the teaching of entrepreneurship in the business administration course.

**Keywords:** entrepreneurship, entrepreneurship education, entrepreneur profile

## LISTA DE GRÁFICOS

Grafico 1: Questionamento sobre o desejo de se ter o próprio negócio.....	45
Grafico 2: Questionamento sobre o desejo de se trabalhar em uma grande empresa. .....	46
Grafico 3: Questionamento sobre o desejo de se trabalhar em uma pequena ou média empresa.....	46
Grafico 4: Questionamento sobre a habilidade de detectar oportunidades de negócios no mercado. ....	48
Grafico 5: Questionamento sobre a sua própria persistência em relação às demais pessoas.....	49
Gráfico 6: Questionamento sobre o aprimoramento pessoal e profissional através de metas ousadas.....	49
Gráfico 7: Questionamento sobre liderança em projetos profissionais ou atividades escolares.....	51
Gráfico 8: Questionamento sobre a intervenção pessoal em assuntos de trabalho ou escola.....	51
Gráfico 9: Questionamento sobre a sua influência na opinião de outras pessoas nas atividades executadas cotidianamente.....	52
Gráfico 10: Questionamento sobre o planejamento ao executar as atividades no trabalho ou na escola.....	53
Gráfico 11: Questionamento sobre situações que envolvam qualquer tipo de risco .	54
Gráfico 12: Questionamento sobre surpresas em fatos previsíveis .....	54
Gráfico 13: Questionamento acerca da preferência de um trabalho repleto de novidades a uma atividade rotineira.....	56
Gráfico 14: Questionamento sobre o desejo de mudar a forma de trabalho sempre que possível. ....	56

Gráfico 15: Questionamento sobre o compromisso em assumir uma dívida de longo prazo, acreditando nas vantagens que uma oportunidade de negócio traria .....	58
Gráfico 16: Questionamento sobre a admissão em correr riscos em troca de possíveis benefícios .....	59
Gráfico 17: Questionamento sobre a habilidade em se relacionar com outras pessoas .....	60
Gráfico 18: De acordo com o currículo do curso, espero que as disciplinas me auxiliem a atuar no meu próprio negócio ou as disciplinas ministradas me forneceram suporte para atuar em meu próprio negócio. ....	61
Gráfico 19: De acordo com o currículo do curso, espero que as disciplinas me auxiliem a atuar em empresas de grande porte ou as disciplinas ministradas me forneceram suporte para atuar em grandes empresas. ....	62
Gráfico 20: De acordo com o currículo do curso, espero que as disciplinas me auxiliem a atuar em empresas de pequeno e médio porte ou as disciplinas ministradas me forneceram suporte para atuar em empresas pequenas e médias ..	63
Gráfico 21: Desejo que o ambiente universitário seja favorável ao empreendedorismo ou o ambiente universitário está sendo favorável ao empreendedorismo.....	64
Gráfico 22: Sinto-me preparado para empreender no mercado local e regional por meio das informações do contato disponibilizado pelo curso.....	65
Gráfico 23: Questionamento sobre a pretensão e sobre a participação das atividades extracurriculares oferecidas pela instituição com a intenção de desenvolver o espírito empreendedor .....	65

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1- Comparação dos domínios empreendedores e administrativos (adaptado de HISRICH, 1986). .....	20
Quadro 2 – Modelo de ensino-aprendizagem do empreendedorismo com o objetivo de promover o autoconhecimento .....	69
Quadro 3 - Modelo de ensino-aprendizagem do empreendedorismo com o objetivo de questionar as características empreendedoras .....	70
Quadro 4 - Modelo de ensino-aprendizagem do empreendedorismo com o objetivo de prospectar o futuro profissional .....	70
Quadro 5 - Modelo de ensino-aprendizagem do empreendedorismo com o objetivo de disseminar a cultura empreendedora .....	71
Quadro 6 - Modelo de ensino-aprendizagem do empreendedorismo com o objetivo de desenvolver características empreendedoras .....	72
Quadro 7 - Modelo de ensino-aprendizagem do empreendedorismo com o objetivo de apresentar os vários tipos de negócios .....	73
Quadro 8 - Modelo de ensino-aprendizagem do empreendedorismo com o objetivo de apresentar a legislação e a realidade dos empreendedores .....	74
Quadro 9 - Modelo de ensino-aprendizagem do empreendedorismo com o objetivo de promover a análise de cenários e sistema financeiro.....	75
Quadro 10 - Modelo de ensino-aprendizagem do empreendedorismo com o objetivo de promover a criação de um negócio .....	76
Quadro 11 - Modelo de ensino-aprendizagem do empreendedorismo com o objetivo da criação de uma empresa.....	77
Quadro 12 - Modelo de ensino-aprendizagem do empreendedorismo com o objetivo da promover o comprometimento social, ético e a responsabilidade ambiental .....	78

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>12</b>
<b>1 REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	<b>15</b>
1.1 EMPREENDEDORISMO: HISTÓRICO E ORIGEM TERMINOLÓGICA .....	15
<b>1.1.1 As Diferenças entre Empreendedor e Administradores</b> .....	<b>18</b>
1.2 EMPREENDEDORISMO NO MUNDO.....	21
1.3 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL.....	23
<b>1.3.1 Concepção Brasileira sobre o Empreendedorismo</b> .....	<b>25</b>
1.4 ENSINO DO EMPREENDEDORISMO NO BRASIL.....	26
<b>1.4.1 Empreendedorismo além do Curso de Administração</b> .....	<b>31</b>
1.4.1.1 Disciplina e Interdisciplinaridade .....	32
<b>1.4.3 Empreendedorismo e Interdisciplinaridade</b> .....	<b>33</b>
<b>2 METODOLOGIA</b> .....	<b>36</b>
2.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA .....	36
<b>2.1.1 Quanto à área de conhecimento</b> .....	<b>36</b>
<b>2.1.2 Quanto à finalidade</b> .....	<b>36</b>
<b>2.1.3 Quanto aos fins</b> .....	<b>36</b>
<b>2.1.4 Quanto aos meios</b> .....	<b>37</b>
2.1.5 Quanto à natureza dos dados .....	38
<b>2.1.6 População e Amostra</b> .....	<b>39</b>
<b>2.1.7 Coleta de Dados</b> .....	<b>39</b>
<b>2.1.8 Questionário</b> .....	<b>39</b>
<b>2.1.9 Indicadores</b> .....	<b>42</b>
<b>2.1.10 Tratamento dos Dados</b> .....	<b>42</b>
2.1.10.1 Riscos aos participantes.....	42

2.1.10.2 Benefícios aos participantes.....	43
<b>3 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS .....</b>	<b>44</b>
3.1 PERFIL DOS DISCENTES DO CURSO .....	44
3.1.1 Indicadores de Autorrealização .....	44
3.2 ANÁLISE CURRICULAR.....	66
<b>4 PROPOSTA DE UMA METODOLOGIA DE TÉCNICAS DE ENSINO- APRENDIZAGEM DE EMPREENDEDORISMO.....</b>	<b>68</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>82</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>87</b>
<b>ANEXO A - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIMENTO .....</b>	<b>88</b>
<b>ANEXO B - QUESTIONÁRIO PARA O PERFIL EMPREENDEDOR .....</b>	<b>91</b>
<b>ANEXO C – ESQUEMA ESTRUTURAL DO PROJETO .....</b>	<b>95</b>

## INTRODUÇÃO

Na análise do cenário mundial verificam-se mudanças sociais, culturais e econômicas, sendo o emprego, cada vez mais, uma preocupação para todos os que ingressam no mercado de trabalho. Essas transformações por que passa a sociedade atingem todos os setores. O universo das organizações e, conseqüentemente, dos administradores que acompanham estas mudanças.

Nesta visão, o campo dos negócios também sofreu alterações, deixando de ser, predominantemente, composto por grandes organizações, passando a ter uma valiosa contribuição das micro e pequenas empresas. Segundo Dornelas (2012), dados publicados pelo SEBRAE- Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, na agenda Estratégica das Micro e Pequenas Empresas 2011-2020, estas empresas representam 98% das existentes no país e são criadas por pessoas que anseiam por independência profissional ou que, por necessidade, criam suas empresas como sua fonte de renda.

Esta conjunção de fatores somados à importância das micro e pequenas empresas na economia do país, desperta a discussão para o tema empreendedorismo que vem se firmando como tendência para a solução de problemas como o desemprego e, para a falta de ocupação, economicamente, útil das pessoas. O empreendedorismo é, sem dúvida, um agente gerador de riquezas, já que possibilita a criação de novos postos de trabalho e de transformação social.

A formação de empreendedores, no entanto, é consequência de indutores culturais, sociais, políticos e educacionais (Shapiro *apud* PANTZIER, 2000). Se a sociedade for altamente industrializada, a cultura para o empreendedorismo será, provavelmente, forte e seu ambiente social altamente indutor dos valores de empreendedorismo. Porém, os valores de empreendedorismo, também podem ser introduzidos na sociedade pelos agentes educacionais, além de agentes culturais e sociais.

Neste sentido, a formação de empreendedores está intimamente relacionada à educação. O ensino superior, em especial, os cursos que apresentam em seus currículos disciplinas ou mecanismos de aprendizagem, com foco na melhoria da formação em áreas relacionadas com gestão, economia e estímulo à formação empreendedora podem contribuir para que os profissionais

oriundos do curso estejam capacitados e habilitados para, não somente abrir seu próprio negócio, mas também, desenvolver o potencial dos alunos a serem empreendedores em qualquer atividade que escolherem, seja empregado do governo, do terceiro setor, de grandes empresas, pesquisadores, etc. E também, evidentemente, para serem proprietários de uma empresa. Contudo, toda a preocupação em desenvolver empreendedores fica desprovida de sentido se o perfil do aluno e do curso não estiver voltado à mesma direção.

Possuir o perfil empreendedor não implica, necessariamente, ter intenção de empreender ou vice-versa. Porém, a formação adequada pode ajustar e impulsionar esta díade, perfil e intenção, já que quanto mais preparados para empreender e, podendo contar com um entorno que valoriza e apoia o empreendedorismo, os discentes tendem a avaliar a iniciativa empreendedora de maneira mais factível e desejável.

Partindo-se desta premissa e, contrapondo com a realidade regional, a busca de formas de aperfeiçoamento do estudo de empreendedorismo mostra-se promissora, sem isso, perdura o risco de que ela seja pouco (ou contra-) produtora, podendo priorizar caminhos de formação pouco coerentes com o contexto, a capacidade e os interesses do país, das IES, dos professores e dos estudantes (LIMA, LOPES, NASSIF, SILVA, 2011).

Diante do exposto, a presente dissertação tem como tema desenvolver técnicas e habilidades de empreendedorismo. Mais precisamente, à aplicação da temática em questão delimita-se ao curso de administração de empresa da URI extensão São Luiz Gonzaga.

Considerando a realidade local, onde predominam as micro e pequenas empresas e o reconhecimento de que podem-se desenvolver ações que possibilitem a formação de pessoas capazes de gerir, inovar, buscar alternativas de viabilidade com visão empreendedora, e assim, impulsionar o desenvolvimento regional, através da geração de novos negócios surgiu o seguinte questionamento: Em que medida as estratégias de ensino-aprendizagem influenciam a formação empreendedora dos acadêmicos do Curso de Administração de Empresas?

Buscando-se respostas a esse questionamento foram delineados os objetivos para esse trabalho, tendo-se como objetivo geral analisar as estratégias de ensino-aprendizagem que desenvolvem as técnicas e habilidades empreendedoras para o curso de graduação em Administração.

No tocante aos objetivos específicos, pretende-se com o estudo: a) identificar quais as habilidades que caracterizam o empreendedor, b) estudar as técnicas de ensino-aprendizagem que são capazes de desenvolver habilidades empreendedoras, c) verificar o perfil do aluno do Curso de Graduação em Administração de Empresas da Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai de São Luiz Gonzaga (URI) quanto ao empreendedorismo, d) verificar se o curso desenvolve, através de seu currículo, disciplinas que possibilitem a formação de um empreendedor, e) propor procedimentos metodológicos que estimule ou aperfeiçoe o ensino de empreendedorismo para o curso de administração de empresas.

Por fim, estudar a contribuição universitária no que tange ao empreendedorismo tem caráter extremamente contributivo, tanto para a universidade, quanto para a sociedade, já que acredita-se que as influências da educação e treinamento podem encorajar e capacitar atitudes e habilidades empreendedoras aos alunos universitários, estimulando o desenvolvimento, seja por meio da construção de novas empresas e da geração de empregos, como da inovação, ou de seu posicionamento dentro do mercado de trabalho, justificando, assim, esta pesquisa.

A estrutura do trabalho divide-se em quatro capítulos, além da introdução e das referências bibliográficas. No primeiro capítulo, aborda-se a fundamentação teórica, sendo apresentados os conceitos referentes ao tema proposto. O segundo capítulo é composto pela metodologia da pesquisa, englobando a caracterização, o sujeito, a coleta e o tratamento dos dados e os procedimentos éticos. Já o terceiro capítulo, contém os resultados, a análise da pesquisa, as limitações do estudo e o produto gerado pela dissertação. Finalmente, o quarto capítulo expõe as considerações finais da dissertação.

# 1 REFERENCIAL TEÓRICO

## 1.1 EMPREENDEDORISMO: HISTÓRICO E ORIGEM TERMINOLÓGICA

Ao longo dos anos, inúmeras definições foram realizadas pelos mais variados estudiosos a respeito da palavra empreendedorismo.

A palavra empreendedor (*entrepreneur*) surgiu na língua francesa, e quer dizer: aquele que assume riscos e começa algo novo. Segundo dados históricos, Dornelas (2012), descreve que a primeira definição de empreendedorismo foi creditada à Marco Polo quando assinou um contrato para fazer a venda de mercadorias para outra pessoa. Na Idade Média, o termo empreendedor foi utilizado para definir aquele que gerenciava grandes projetos de produção, por volta do século XVII aparecem os primeiros indícios de relação entre assumir riscos e empreendedorismo, diferenciando empreendedor (aquele que assume riscos), do capitalista (aquele que fornecia o capital). No século XVIII, provavelmente, devido à industrialização, o capitalista e o empreendedor foram finalmente diferenciados.

Durante o final do século XIX e início do século XX os empreendedores eram confundidos com os gerentes ou administradores, vistos como aqueles que organizam a empresa, pagam os empregados, planejam, dirigem, controlam as ações desenvolvidas na organização. Em meados do século XX, além dos demais considerações já citadas, estabelece-se a noção de empreendedor como inovador, ou seja, aquele que desenvolve algo novo.

Porém, um dos conceitos mais antigos e que melhor define o termo empreendedorismo foi dado em 1949, por Joseph Schumpeter que o popularizou através de sua teoria da Destruição Criativa, afirmando que “o empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais” (DORNELAS, 2012, p.28).

Mais tarde, em 1967 com Kenneth E. Knight e, em 1970 com Peter Drucker foi introduzido o conceito de risco, uma pessoa empreendedora precisa arriscar em algum negócio. E, em 1985, Gifford Pinchot introduziu o conceito de intraempreendedor, ou uma pessoa empreendedora dentro de uma organização. Schumpeter descreve que o empreendedor é mais conhecido como aquele que cria novos negócios, mas pode também inovar dentro dos negócios já existentes,

ou seja, é possível ser empreendedor dentro de empresas já constituídas (DORNELAS, 2008).

Para Filion (1999 p.19), o empreendedor

é uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos, e que mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive usando-a para detectar oportunidades de negócios. Um Empreendedor que continua a aprender a respeito de possíveis oportunidades de negócios e a tomar decisões moderadamente arriscadas, que objetiva a inovação, continuará a desempenhar um papel empreendedor.

Segundo o IBGE (2011), a Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico completa as definições de empreendedorismo associando à criação de valor, seja este econômico (aumento da economia e da produtividade), social (redução da pobreza e criação de melhores empregos) ou cultural (criação de capital cultural e criativo).

Diante destes conceitos é importante ressaltar a distinção entre empresário e empreendedor. O SEBRAE (2007), define que o empreendedor se caracteriza pela capacidade de perceber a existência de um bom negócio a ser explorado e de elaborar um plano para implementá-lo, enquanto cabe ao empresário explorar essa oportunidade já consolidada como empresa. Araújo (2010), neste mesmo tópico, salienta que o empresário busca a manutenção de seu negócio, enquanto o empreendedor é marcado pelo espírito de inovação. De acordo com esta análise, pode-se dizer que os conceitos de empreendedorismo estão atrelados a inúmeras características e habilidades pessoais.

De acordo com Chiavenato (2008), necessidade de realização, disposição de assumir riscos e autoconfiança são atributos básicos ao empreendedor. Dornelas (2008), acrescenta que o empreendedor possui iniciativa, sabe tomar decisões e explorar ao máximo as oportunidades; são determinados e dinâmicos; são dedicados, otimistas e apaixonados pelo que fazem; são independentes, líderes e bem relacionados, possuem conhecimento, são organizados, sabem planejar, assumem riscos calculados e criam valor para a sociedade. Diante do confronto entre as características empreendedoras e o sucesso alcançado pelos empreendedores, Carvalho (1996, p.11), questiona se os vencedores, caso têm realmente algum segredo ou senha especial para o sucesso. “Nada disso”, diz o autor: eles “têm *feeling*, um jeito especial de ver as coisas, ou decodificá-las à sua

própria maneira, tem também persistência, trabalho, organização, sistematização de novos processos e, principalmente, vontade de vencer”.

Por sua vez, Degen (2009), apresenta o perfil do empreendedor através de outra perspectiva, como alguém inconformado com os produtos e serviços disponíveis no mercado e que procura melhorá-los, por meio de novos produtos e serviços, e ainda, alguém que não se intimida com as empresas estabelecidas e as desafia com seu novo jeito de fazer as coisas.

Julien, em seu livro, Empreendedorismo Regional (2010, p.15), distingue quatro tipos de empreendedorismo: o que cria uma nova empresa, o que retoma uma empresa já existente, o que visa um mercado existente e o que visa um novo mercado. O primeiro caso visa à constituição mais ou menos rápida de uma empresa e a sua perenidade. A nova empresa necessita de um mínimo de inovação, mesmo que decorrente em boa parte da imitação ou reprodução de outra. Porém, o empreendedorismo pode vir da retomada de uma empresa já existente, sendo necessário haver algum tipo de transformação na organização, na orientação da empresa, na sua entrada no mercado, ou ainda, nos produtos que oferece. Por fim, uma empresa já existente pode ampliar seu mercado e oferecer o seu produto para um mercado ampliado, seja de forma regional, nacional ou internacional.

Dessa forma, segundo as leituras de Lopes (2010); Dolabela (2008); Fillion, (1999), pode-se dizer que o conceito de empreendedor é subjetivo, e as características que contribuem para a formação do perfil empreendedor, são confrontadas perante ideias de economistas neoschumpeterianos e comportamentalistas, onde os neoschumpeterianos consideram o desenvolvimento econômico como consequência da inovação e da criação de novos negócios. Assim, os empreendedores são detectores de oportunidades que visam lucro diante de ações com risco calculado. Já na visão dos comportamentalistas, os empreendedores são pessoas que, por meio de características pessoais, buscam e gerenciam recursos para transformar oportunidades em negócios de sucesso, e que estimulam outras pessoas a compartilharem seu ideal por meio da sua liderança.

Com a expansão do empreendedorismo para outras áreas como: a sociologia, a psicologia e demais ciências do comportamento humano, o termo empreendedorismo ganhou outras abrangências, ultrapassando à empresa. Assim, considera-se empreendedor os empregados de empresas, do governo, do terceiro setor, os que estão em função de ensino e pesquisa.

Diante desta abrangência conceitual, o empreendedorismo coletivo ganhou destaque, pois se caracteriza pela união de indivíduos e/ou organizações, a fim de uma sociedade, economicamente, sustentável e autocolaborativa. Para Dolabela (2003, p.89), o objetivo do empreendedor coletivo é a promoção do bem-estar da coletividade e o desenvolvimento mútuo da comunidade, através do trabalho conjunto. O mesmo autor descreve que esta forma de atuação promove o desenvolvimento do capital social, na tentativa de provocar mudanças que conduzam à sustentabilidade e à autossuficiência, assim, “somente deve ser considerado empreendedor aquele que oferece valor positivo para a coletividade. Empreendedorismo não pode ser considerado, exclusivamente, como uma via de enriquecimento individual” (DOLABELA, 2008, p.34).

Dentro do ambiente interno das organizações, o empreendedorismo ganhou referência com o termo intraempreendedor. Pichot foi um dos primeiros a utilizar o termo definindo-o como “qualquer pessoa dentro da organização que utiliza seu talento para criar e conduzir projetos de caráter empreendedor na organização” (HASCHIMOTO, 2006).

Dolabela (2008), destaca os empreendedores no governo e no terceiro setor como geradores de valores, a partir de recursos escassos ou inexistentes, através da cooperação, imaginação criadora e ousadia. O mesmo autor qualifica os pesquisadores como agentes de transformação do conhecimento em riqueza, e os profissionais do ensino, aqueles que estão, silenciosamente, fazendo a revolução na educação.

Diante dessa variedade de conceitos, percebe-se que o empreendedorismo ultrapassa os limites da eficácia administrativa nas organizações e torna-se fator decisivo na construção de uma sociedade mais cidadã, já que possibilita ao empreendedor atender suas necessidades pessoais e contribuir, positivamente, no crescimento econômico.

### **1.1.1 As Diferenças entre Empreendedor e Administradores**

O administrador tem sido objeto de estudo há muito mais tempo que o empreendedor. Aborda-se o trabalho do administrador segundo os pilares da Teoria Clássica desenvolvida por Henry Fayol, no início do século XX, através das funções: planejar, organizar, dirigir e controlar.

Com o passar dos anos o conceito de administrador foi sendo complementado por vários autores.

Segundo Chiavenato (1997, p.7),

[...] a tarefa básica da administração é a de fazer as coisas por meio das pessoas. Seja nas indústrias, no comércio, nas organizações de serviços públicos, nos hospitais, nas universidades, nas instituições militares ou em qualquer outra forma de empreendimento humano, a eficácia com que as pessoas trabalham em conjunto para conseguir objetivos comuns depende, principalmente, da capacidade daqueles que exercem função administrativa.

Embora se saiba que não é preciso ser alguém com formação em administração para ser empreendedor, os conhecimentos resultantes da administração são fundamentais para o sucesso de um empreendimento.

Para Dornelas (2008), o empreendedor é um administrador, mas, com diferenças consideráveis em relação aos gerentes ou executivos de organizações tradicionais, pois os empreendedores são mais visionários que os gerentes. Essa característica empreendedora faz com que o empreendedor direcione suas atividades para o campo estratégico das organizações, enquanto o administrador limita e coordena as atividades diárias. Drucker (1998), afirma que as discussões sobre a formação do administrador apontam para a formação humanística, técnica e científica, atuando com princípios éticos, de responsabilidade e justiça social, com competência para analisar criticamente ações, de forma proativa, interdisciplinar, num processo de aperfeiçoamento contínuo. Entretanto, o perfil não é alcançado pela falta de convergência entre o sistema educacional e o empresarial.

As diferenças entre os domínios empreendedor e administrativo podem ser comparadas em cinco dimensões distintas de negócio: orientação estratégica, análise das oportunidades, comprometimento dos recursos, controle dos recursos e estrutura gerencial. Conforme detalhado no quadro 1.

Quadro 1- Comparação dos domínios empreendedores e administrativos (adaptado de HISRICH, 1986).

<b>Domínio Empreendedor</b>		<b>Dimensão-chave do negócio</b>		<b>Domínio Administrativo</b>
Pressões nesta direção				Pressões nesta direção
Mudanças rápidas: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tecnológicas</li> <li>• Valores sociais</li> <li>• Regras políticas</li> </ul>	Dirigido pela percepção de Oportunidades.	<b>Orientação estratégica</b>	Dirigido pelos recursos atuais sob o controle	Critérios de medição de desempenho, sistemas e ciclos de planejamento
Orientação para ação; Decisões rápidas; Gerenciamento de risco	Revolucionário com curta duração	<b>Análise das Oportunidades</b>	Revolucionário de longa Duração	Reconhecimento de várias alternativas; negociação da estratégia; redução do risco.
Falta de previsibilidade das necessidades; falta de controle exato; necessidade de aproveitar mais oportunidades; pressão por mais eficiência.	Em estágios periódicos com mínima utilização em cada estágio	<b>Comprometimento dos recursos</b>	Decisão tomada passo a passo, com base em um orçamento.	Redução dos riscos pessoais; utilização de sistemas de alocação de capital e de planejamento formal.
Risco da obsolescência; Necessidade de flexibilidade	Uso mínimo dos recursos existentes ou aluguel dos recursos extras necessários	<b>Controle dos Recursos</b>	Habilidade no emprego dos recursos	Poder, status e recompensa financeira; medição da eficiência; inércia e alto custo das mudanças; estrutura da empresa.
Coordenação das áreas-chave de difícil controle; Desafio de legitimar o controle da propriedade; desejo dos funcionários de serem independentes.	Informal, com muito relacionamento pessoal.	<b>Estrutura Gerencial</b>	Formal, com respeito à hierarquia.	Necessidade de definição clara de autoridade e responsabilidade; cultura organizacional; sistemas de compensação; inércia dos conceitos administrativos.

Fonte: Dornelas (2008, p. 20).

Segundo Dornelas (2008), o empreendedor de sucesso está voltado para o planejamento de uma visão de futuro e, quando assume as funções, os papéis e as atividades do administrador de forma complementar a ponto de saber utilizá-los no momento adequado para atingir seus objetivos, está sendo um administrador completo, que incorpora várias abordagens existentes, sem se restringir a apenas uma delas e interage com o ambiente para tomar as melhores decisões.

## 1.2 EMPREENDEDORISMO NO MUNDO

Entender o empreendedorismo perpassa pelo entendimento da história, das relações de trabalho e dos períodos de acelerações ou estagnações econômicas.

A forma de empreender através de pequenas empresas foi percebida, primeiramente, na Inglaterra, após a Primeira Guerra Mundial, na década de 1920, que criou grupos de pesquisa para estudar a importância das pequenas empresas na economia no pós-guerra. Esse estudo relatou que os pequenos negócios geravam mais empregos que as grandes organizações.

Complementando esta pesquisa, em 1971, o relatório da Comissão Bolton demonstrou que os pequenos negócios surgem, quando as circunstâncias não favorecem a produção em massa (DOLABELA, 2008).

Nos Estados Unidos, na década de 1970, um estudo do *Small Business Administration* concluiu que as pequenas empresas proporcionavam mais crescimento econômico que as grandes empresas (DOLABELA, 2008). Esta descoberta colocou em dúvida o modelo do capitalismo americano baseado na Teoria Econômica Neoclássica e transformou os empreendedores em heróis. A partir de então, ser um empreendedor tornou-se o objetivo para aqueles que buscavam trabalho e renda (Dolabela *apud* KIRCHHOFF, 1997, p.35).

Segundo Lopes (2010, p.6), no âmbito universitário, os primeiros cursos sobre empreendedorismo foram introduzidos nos Estados Unidos, nas faculdades de Administração. Em 1947, Miles Mace ofereceu o primeiro curso de empreendedorismo em Harvard, para 188 alunos. Neste período, o curso era direcionado à administração de pequenas empresas.

Posteriormente, em 1953, Peter Drucker, na Universidade de Nova York, inicia um curso com tema empreendedorismo e inovação. Na Suíça, em 1948, a Universidade de St. Gallen promove a primeira conferência sobre a pequena

empresa e seus problemas. Seguindo esta trajetória, em Toronto, no ano de 1973 é realizado o primeiro Congresso Internacional (DOLABELA, 2008, p.37).

A evolução do empreendedorismo foi rápida e crescente. Em 1974, Karl Vésper cita 104 cursos em universidades nos Estados Unidos. Próximo ao ano 2000 já eram 1400 cursos (Lopes *apud* KATZ, 2003, p.7). No mundo todo, o empreendedorismo é uma febre. Na última década do século passado, o empreendedorismo explodiu nas antigas nações comunistas do Leste Europeu, que contratam pesquisadores, professores e empreendedores do Ocidente para divulgar a cultura empreendedora (DOLABELA, 2008, p.32).

A disseminação do empreendedorismo se deve, também, ao surgimento crescente de pequenas e microempresas que refletem sua importância na geração de empregos, renda e inovação tecnológica.

Atualmente, o empreendedorismo é visto como uma possibilidade de se alterar a curva da estagnação social e econômica através da indução de atividades inovadoras. Há uma convicção de que o poder econômico dos países depende de seus futuros empresários e da competitividade de seus empreendimentos. Segundo Lopes (2010 p.7), “começa-se a formar um consenso de que empreender é a resposta para escapar do subdesenvolvimento”.

Em todo o mundo, o interesse pelo empreendedorismo se estende além das ações do governo, atraindo a atenção de organizações e entidades multinacionais, como ocorre na Europa, nos Estados Unidos e na Ásia. Os Estados Unidos tornaram-se o maior exemplo de compromisso nacional com o empreendedorismo e o progresso econômico, pois além das iniciativas dos governos locais e das organizações privadas, o governo americano gasta centenas de milhões de dólares, anualmente, em programas de apoio ao empreendedorismo. Outro exemplo é o interesse do Fórum Econômico Mundial, que patrocina a Conferência Anual de Davos, no qual o tema empreendedorismo tem sido discutido de forma recorrente, já que é considerado de interesse global. (DORNELAS, 2008, p.9).

Neste contexto, o empreendedorismo está atravessando crescimento inesperado em todas as dimensões. Timmons (1994), fala em revolução silenciosa, que “será para o século XXI mais do que a Revolução Industrial foi para o século XX” (DORNELAS, 2008).

### 1.3 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

No Brasil, o empreendedorismo começou a ganhar força na década de 1990, durante a abertura da economia. A entrada de produtos importados com maior qualidade e com um menor custo trouxe problemas competitivos para alguns setores econômicos brasileiros. Empresas de todos os tamanhos e setores tiveram que se modernizar para voltar a competir e crescer. Iniciativas governamentais deram início a uma série de reformas controlando a inflação e ajustando a economia. Neste período, com a criação de pequenas empresas e a necessidade de diminuição de altas taxas de mortalidade das mesmas, o termo empreendedorismo foi impulsionado (DORNELAS, 2008, p.1).

Dados de pesquisa do Serasa *Experian* destacam que, em 2013 foram criadas 1.840.187 novas empresas no Brasil. De acordo com o indicador, o número representa um aumento de 8,8% comparado com o montante de novos empreendimentos registrado durante todo o ano de 2012. Segundo o estudo, das 1.840.187 novas empresas criadas no ano de 2013, 68,2% foram de microempreendedores individuais (MEIs) e 11,9% foram de empresas individuais. Portanto, as MEIs vêm registrando aumento crescente e, em quatro anos, passaram de 49,0% em 2010 de novos empreendimentos, para 68,2% em 2013.<sup>1</sup>

Diante desta realidade, o Brasil tornou-se um grande celeiro de empreendedores. Segundo as pesquisas do GEM (Global *Entrepreneurship* Monitor, 2014), o Brasil destaca-se com a maior taxa de empreendedorismo estando a frente da China, segunda colocada, por quase oito pontos percentuais. Ainda na mesma pesquisa, os resultados mostraram que o sonho de ter um negócio próprio superou os demais desejos, exceto, viajar pelo Brasil e ter uma casa própria. No entanto, o sonho de ter um negócio próprio (31%) superou em muito o desejo de ter uma carreira em uma empresa (16%).<sup>2</sup>

A partir das pesquisas do GEM, originaram-se duas definições para o empreendedorismo. A primeira, o empreendedorismo de oportunidade, em que o empreendedor visionário sabe onde quer chegar, cria uma empresa com

---

<sup>1</sup> Disponível em: <http://noticias.serasaexperian>.

<sup>2</sup> SEBRAE. Disponível em:

[http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos\\_pesquisas/Pesquis,45](http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos_pesquisas/Pesquis,45).

planejamento prévio, tem em mente o crescimento que quer buscar para a empresa e visa à geração de lucros, empregos e riqueza. A segunda definição: o empreendedorismo por necessidade, em que o candidato a empreendedor se aventura na jornada empreendedora, mais por falta de opção, por estar desempregado e não ter alternativas de trabalho (DORNELAS, 2008, p.13).

A pesquisa do SEBRAE (2014) quanto à motivação para empreender no Brasil demonstra que, em 2014, a proporção de empreendedores por oportunidade em relação à Taxa de empreendedores iniciais, no Brasil, foi de 70,6%. Ou seja, do total de empreendedores brasileiros em 2014, 70,6% foram por oportunidade. Em 2014, a razão entre oportunidade e necessidade alcançou 2,4. Isso indica que para cada empreendedor que iniciou suas atividades por necessidade, 2,4 o fizeram por oportunidade.<sup>3</sup>

Neste sentido, Degen (2009, p.407), coloca que os empreendedores motivados por oportunidade têm maior impacto sobre o crescimento econômico de um país, porque são mais preparados, desenvolvem mais negócios baseados em inovações e tecnologias e, muitos desses negócios, possuem grande potencial de crescimento sustentado. Enquanto, os empreendedores motivados por necessidade, impactam pouco sobre o crescimento de um país, já que desenvolvem mais negócios sem inovação e sem novas tecnologias.

O mesmo autor salienta que uma maior atividade empreendedora por necessidade reflete uma situação de estagnação ou crise econômica no país. Geralmente, o crescimento econômico de um país de baixa renda é inversamente proporcional à sua atividade econômica por necessidade, e de um país de alta renda é diretamente proporcional à sua atividade empreendedora por oportunidade (DEGEN, 2009).

É indiscutível que vários fatores promovem ou inibem a atividade empreendedora, entre eles está a educação e o treinamento, a disponibilidade de capital, uma infraestrutura adequada, políticas governamentais, clima econômico, além de uma legislação facilitadora. Neste sentido, o Brasil ainda tem muito a crescer.

---

<sup>3</sup> SEBRAE. Disponível em:  
[http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/gem%202014\\_relat%C3%B3rio%20executivo](http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/gem%202014_relat%C3%B3rio%20executivo)

### 1.3.1 Concepção Brasileira sobre o Empreendedorismo

A dimensão e disseminação do empreendedorismo estão diretamente relacionadas com a cultura de seu povo. No Brasil, “a falta de uma ideologia do trabalho como valor positivo e como mecanismo de ascensão social” faz com que se duvide “da capacidade do indivíduo de moldar seu mundo, por sua determinação e esforço” (BARBOSA, 1999, p.66).

Herança dos valores da cultura ibérica, a dignidade e o status, entre os brasileiros estavam vinculados mais à ociosidade do que à ocupação, além disso, o trabalho foi vinculado à imagem do escravo, levando o homem livre a evitá-lo. Este processo de vincular o trabalho como modelo de escravidão, e vislumbrar a ociosidade como forma positiva condenou, de certa forma, ao desenvolvimento do empreendedorismo no Brasil (DOLABELA, 2008).

Porém, para Lopes (2010), as características históricas que dificultaram a disseminação da cultura empreendedora abriram, de certa forma, caminho para iniciativas de sobrevivência. Portanto, se por um lado a herança colonial limita o empreendedorismo no Brasil, por outro, é essa limitação que fez emergir os empreendedores por necessidade.

Segundo Dolabela (2008, p.43), a sociedade brasileira concebe seus indivíduos como seres reativos, o sucesso é visto antes como consequência da história e das forças do ambiente do que das características e habilidades do indivíduo. Além disso, devido às diferenças sociais e culturais existentes no país, é comum atribuir-se o sucesso financeiro à herança, sorte, atividades ilícitas, ou ainda, achar que a competição exige explorar os outros para atingir sucesso.

Lopes (2010, p.12), complementa “a visão distorcida da sociedade brasileira sobre o empresário” – “patrão que ficou rico explorando os pobres”, que “ficou rico fazendo acordos com poderosos”, que “é desonesto e antiético”, dificulta a cultura empreendedora e bloqueia os principais efeitos positivos que podem vir dela.

Enfrentar esse tipo de legado é superar um modelo tradicional e criar novos arranjos produtivos adequados às novas exigências da realidade contemporânea. Lopes (2010, p.88) salienta que a mentalidade inventiva, ousada e crítica constitui um dos pilares que podem sustentar a construção de uma sociedade mais justa nessa ordem social do terceiro milênio.

Assim, conclui que:

As IES devem promover o desenvolvimento da cultura empreendedora interna e externamente, desenvolvendo as pessoas e a comunidade em geral, oferecendo cursos e treinamentos, desenvolvendo projetos de pesquisa em inovação e empreendedorismo, tanto de negócios, quanto social. Deve-se incentivar o apoio para projetos empreendedores dos alunos e da comunidade em seu entorno, ajudando a cumprir um de seus objetivos sociais, que é estimular a melhora da qualidade de vida e aumento e distribuição da riqueza. (LOPES, 2010, p.87).

Diante disso, emerge a necessidade de introduzir-se uma cultura empreendedora que aproxime a universidade, os órgãos públicos, as associações e empresas com o objetivo de visualizar o empreendedorismo como fonte de desenvolvimento econômico, inovação e criatividade, gerando e distribuindo riquezas e beneficiando a sociedade.

#### 1.4 ENSINO DO EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

O ensino do empreendedorismo vem se refletindo diretamente nas discussões do meio acadêmico. As Instituições de Ensino Superior (IES) precisam estar em sintonia com as transformações do mercado, visando adequar a qualificação profissional dos alunos, preparando-os para o futuro e para as constantes mudanças no mundo dos negócios.

Uma das polêmicas quanto ao ensino do empreendedorismo está na questão, se o mesmo pode ser ensinado ou não. Até alguns anos atrás, acreditava-se que o empreendedor era inato, que nascia com um diferencial e era predestinado ao sucesso nos negócios. Hoje em dia, acredita-se que mesmo considerando que alguns indivíduos podem nascer com características empreendedoras mais desenvolvidas que outros, o processo empreendedor pode ser ensinado e entendido por todos e que o sucesso é decorrente de uma gama de fatores internos e externos ao negócio, do perfil do empreendedor e de como ele administra as adversidades que encontra no dia a dia de seu empreendimento (DORNELAS, 2008, p.23).

Degen (2009), defende que ninguém nasce empreendedor, somos fruto do capital social, que é tudo aquilo que herdamos ao longo da vida (formação familiar, religiosa e escolar, convívio com amigos e sociedade, experiências, conhecimento...), ou seja, essa herança chamada de capital social, predispõe algumas pessoas a serem empreendedoras. É certo que alguns têm mais facilidade que outros, mas não é algo determinístico, algo inato, e sim, algo que pode ser

adquirido. Dolabela (2008, p.142), reforça “tudo indica que o empreendedor seja fruto de uma cultura”, porém, em circunstâncias favoráveis ao autoaprendizado é possível ensinar o empreendedorismo a qualquer pessoa. Drucker (1985), corrobora que as pessoas não nascem empreendedoras, mas se tornam empreendedoras através do convívio com pessoas empreendedoras, da permanência em locais que possibilitam ser e do exercício cotidiano.

De acordo com especialistas do projeto Entlearn<sup>4</sup>, composto por pessoas de diferentes países, a aprendizagem empreendedora seria:

Um processo dinâmico de conscientização, reflexão, associação e aplicação que envolve transformar a experiência e o conhecimento em resultados aprendidos e funcionais. Compreende conhecimento, comportamento e aprendizagem afetivo-emocional, (Lopes, 2010 p.22 *apud* COPE, 2005, citado por Heinonen e Akola, 2007).

Neste contexto, a universidade pode capacitar os alunos, desenvolvendo ou fortalecendo as aptidões básicas para o empreendedor, através de uma metodologia de ensino diferenciada ou projetos específicos, que visem o perfil do aluno, seu aprendizado e suas perspectivas futuras, tendo por objetivo, além do ensino, pesquisa e da extensão, o desenvolvimento econômico através de novas empresas. As instituições de ensino devem conceber o seu projeto pedagógico baseado em novos paradigmas educacionais e no desenvolvimento das capacidades exigidas pelo mercado de trabalho, considerando todas as particularidades e incertezas. Mintzberg (2006), acredita que não se cria um empreendedor apenas numa sala de aula, mas é possível criar, em uma universidade crítica e criativa, profissionais com uma mentalidade empreendedora. Da mesma forma, Dolabela (2008 p.14), contribui afirmando que a educação empreendedora dinamiza, torna disponível e utilizável um potencial presente em todo o ser humano, porém, é necessária uma metodologia específica para o ensino do empreendedorismo que seja diferente da didática convencional.

Sobre esse assunto, Iizuka (2014) *apud* DOLABELA (1999), apresentou três níveis de relações de aprendizagem para o empreendedorismo: (a) primário: familiares e conhecidos; (b) secundário: ligações em torno de determinada atividade – rede de ligações; e (c) terciário: cursos, livros, viagens, feiras e

---

<sup>4</sup> Um estudo para explorar a aprendizagem de empreendedores nos programas de treinamento de potenciais empresários em 5 países europeus: Finlândia, Alemanha, Noruega, Espanha, e Reino Unido

congressos. O nível primário é a principal fonte de formação de empreendedores, já que o empreendedor vê nas pessoas uma de suas maiores fontes de aprendizagem. Dessa forma, o autor afirma que, para criar um ambiente de ensino de empreendedorismo é necessário buscar exemplos de empreendedores. Entretanto, os níveis secundário e terciário também são importantes, já que a formação empreendedora é um processo de construção de novos padrões de comportamento, a partir de descobertas interessantes sobre as potencialidades pessoais, contexto cultural, motivações e sonhos.

Rocha e Freitas (2014) *apud* LAUTENSCHLÄNGER E HAASE (2011), sinalizam que existem aspectos do empreendedorismo que podem ser fáceis de ensinar e outros não, habilidades e competências como: criatividade, inovação, proatividade, tomada de decisão e propensão ao risco, são aspectos que não se encontram devidamente respaldados por métodos de ensino adequados, enquanto a aula expositiva tradicional pode colaborar na transmissão de conceitos teóricos e culturais sobre o tema.

Estudiosos da educação empreendedora enfatizam a possibilidade de aprender e ensinar as pessoas a serem empreendedoras por meio de uma linha pedagógica voltada para a prática, que permita o autoaprendizado, como mais indicada para o ensino do empreendedorismo. Uma educação empreendedora requer que os alunos tenham exposição substancial, que não fique apenas na teoria, atuem no mundo dos empreendedores através de experiência, em suma, a prática é um elemento importante, afirma Leite (2012).

Filion (1999) declara que a universidade não deve transformar o empreendedorismo em um tema, exclusivamente, acadêmico e o faça parecer como qualquer outra disciplina. O mesmo autor complementa que, a educação empreendedora é diferente do processo de ensino tradicional, por se calcar mais na atividade do próprio aluno, de uma forma mais experiencial, mais prática e contextualizada no mundo real e que prepara o indivíduo para lidar com as incertezas, a falta de recursos, e a indiferenciação típica do início de uma organização, também incentiva a imaginação e a análise. Assim, enquanto o “treinamento para atividade empreendedora deve capacitar o empreendedor para imaginar e identificar visões, desenvolver habilidades para sonhos realistas”, o treinamento de gerentes “ênfatisa as habilidades analíticas” (Filion, 1990 *apud* DOLABELA, 2008, p.155).

Dessa forma, a educação transforma-se em um instrumento fundamental para inserir novas formas de preparação para o trabalhador, em que os novos conhecimentos diferem daqueles aprendidos nos bancos das escolas que mantêm currículos pouco adequados para a conjuntura atual. O verdadeiro lócus do aluno empreendedor é o ambiente empresarial. Ali, ele deve encontrar as relações e os conhecimentos indispensáveis ao sucesso e seu empreendimento. Da mesma forma, o laboratório do educador, preocupado com o empreendedorismo é o ecossistema econômico-empresarial (DORNELAS, 2008).

Neste contexto, a formação empreendedora conjuga-se de conhecimentos, habilidades e atitudes que exigem, além das práticas de sala de aula, experimentar outras técnicas de ensino vivencial. Lizuka e Moraes (2014), vai além, quando propõe um ensino crítico e contextualizado, não se limitando aos aspectos técnicos dissociados ao contexto e as demandas concretas dos alunos. Assim, pode-se dizer que a formação empreendedora é o processo de construção de novos padrões de comportamento, a partir de descobertas sobre as potencialidades pessoais, contexto cultural, motivações e sonhos. Cunha (2009), expõe que é fundamental preparar as pessoas para aprenderem a agir e a pensar por conta própria, com criatividade, utilizando a liderança e a visão de futuro para inovarem e ocuparem o seu espaço no mercado.

Neste sentido, Andrade (1995, p.72), acrescenta, os cursos de administração e professores universitários, aconselham-se em livros estrangeiros e repassam experiências burocráticas do Primeiro Mundo. Investimos tempo e dinheiro “formando” administradores com pouca sintonia com a realidade de seu país, de seu povo, de sua sociedade. Outra característica pertinente a grande parte dos cursos de administração é que, com raras exceções, estão voltados quase que, exclusivamente, para o gerenciamento de grandes empresas.

Diante dessa realidade, fica claro que a educação para o empreendedorismo não pode ser confundida e limitada com a educação para gerenciar pequenos ou grandes negócios. Os empreendedores são gestores de oportunidades e não apenas gestores de recursos. Os pressupostos da formação do empreendedor baseiam-se mais em fatores motivadores e habilidades comportamentais, do que em um conteúdo puramente instrumental (GRETTI, GRALIK, VIEIR, SELA, 2010).

Esta característica faz do empreendedorismo uma abordagem extremamente interdisciplinar, inúmeras técnicas, métodos e recursos têm sido utilizados pelas

Universidades que já começaram a repensar seus currículos e projetos, tendo como objetivo disseminação da cultura empreendedora. Visitas e contatos com empresas, grupos de discussão, seminários e palestras com empreendedores, filmes e vídeos, jogos empresariais, são alguns métodos usados que, agregados aos modelos tradicionais de ensino podem fomentar o ensino do empreendedorismo e aproximá-lo da realidade.

A Fundação Getúlio Vargas, na Escola de Administração de Empresas de São Paulo (EAESP/FGV), foi pioneira no ensino de empreendedorismo no Brasil, criando em 1981, o Curso de Novos Negócios. A Universidade de São Paulo (USP) começou a oferecer o ensino de empreendedorismo em 1984, através da disciplina criação de empresas no curso de graduação em Administração da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade. Ainda no mesmo ano, a Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) instalou uma disciplina de ensino de criação de empresas no curso de Ciência da Computação. Também foram implantadas inúmeras empresas Junior em várias universidades brasileiras e diversos cursos de apoio de entidades no SEBRAE (DOLABELA, 2008, p.38)

Em 1992, foi criada a ENE—Escola de Novos Empreendedores - na Universidade Federal de Santa Catarina, constituindo-se em um dos mais significativos projetos universitários de ensino e pesquisa em empreendedorismo no Brasil. Em Recife, no mesmo ano, foi implantado o Centro de Estudos e Sistemas Avançados do Recife (CESAR), com o objetivo de ser um núcleo de aproveitamento industrial dos resultados acadêmicos. Neste período, outras universidades, como a Universidade Federal de Alagoas e a Escola Federal de Engenharia de Itajubá em Minas Gerais, introduziram o ensino de empreendedorismo nas instituições (DOLABELA, 2008, p.39).

O ano 1996 foi muito importante na área do ensino do empreendedorismo no Brasil. O programa Softex, criado em 1992 pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e, posteriormente, gerido pela Sociedade *Softex*, a partir de 1997, implanta dois projetos: o Gênesis, de incubação universitária e o *Softstart*, na área de ensino de empreendedorismo. (DOLABELA, 2008, p. 41).

Estes projetos ampliaram a área do conhecimento do empreendedorismo, impactando o ambiente universitário.

Em 1998, foi lançado o programa Rede de Ensino Universitário de Empreendedorismo (REUNE), expandindo a filosofia da rede universitária de ensino do empreendedorismo para todo o país, onde professores de todas as áreas do conhecimento transformaram-se em organizadores do aprendizado no espírito empreendedor.

Conforme o SEBRAE (2003), o mais novo desafio dos centros acadêmicos é inserir o ensino do empreendedorismo como parte de, praticamente, todos os cursos superiores oferecidos, o que mostra, aparentemente, uma universalização do ensino do empreendedorismo, não restringindo a cursos específicos de gestão.

Nas universidades, esse fato torna-se importante diante de uma realidade onde o mercado de trabalho demanda candidatos com posturas empreendedoras, seja dentro ou fora de organizações, em um mercado onde não há mais garantias de emprego e estabilidade, em uma economia de rápidas mudanças provocadas, principalmente, pela tecnologia.

Neste contexto, o grande desafio das instituições de ensino, é descobrir formas eficazes de formar pessoas capazes de inovar, assumir riscos e responsabilidades assimilando informação, estruturando conhecimento e transformando competência em capacidade empreendedora. O ensino tradicional sabe gerar e transmitir conhecimento. A novidade está em dominar formas de incorporar ao processo de aprendizagem, elementos transformadores que ultrapassem os limites da universidade e atinjam o consciente coletivo de toda a sociedade.

#### **1.4.1 Empreendedorismo Além do Curso de Administração**

A educação empreendedora começa a se fortalecer e vem sendo discutida com maior intensidade ano a ano, passando a não se restringir ao universo do curso de administração de empresas. Lopes (2010, p.81) cita que 44,60% dos cursos que oferecem a disciplina de empreendedorismo são de outras áreas. Isto se deve às rápidas transformações no mercado de trabalho, que atingem todos os segmentos, e do aumento de percepção da importância dos pequenos negócios no cenário globalizado,

Assim, outros cursos começam a perceber que a educação empreendedora desempenha um papel relevante na formação educacional do profissional da

atualidade. A introdução de disciplinas voltadas para o empreendedorismo pode proporcionar aos discentes, competências que lhes deem condições de diferenciarse no mercado de trabalho e, assim, sobreviver em uma sociedade altamente competitiva. Uma proposta que pode vir a motivar a inserção pedagógica do tema na instituição educacional é o ensino interdisciplinar.

Porém, para se iniciar um estudo sobre interdisciplinaridade, é fundamental entender a noção dos conceitos de disciplina e interdisciplinaridade.

#### *1.4.1.1 Disciplina e Interdisciplinaridade*

A organização disciplinar foi instituída no século XIX, notadamente com a formação das universidades modernas; desenvolveu-se, depois, no século XX, com o impulso dado à pesquisa científica (MORIN, 2002).

Segundo Santomé (1998, p.25), disciplina é uma maneira de organizar e delimitar um território de trabalho, de concentrar a pesquisa e as experiências dentro de um determinado ângulo de visão. Portanto, cada disciplina revela uma parte da realidade de acordo com sua temática e objetivo.

Partindo deste entendimento de disciplina, surgem os primeiros estudos da interdisciplinaridade.

Segundo Petraglia (1993), o movimento da interdisciplinaridade surgiu na Europa, essencialmente, na França e na Itália, em meados da década de 60. Nesta época, os movimentos estudantis lutavam por um novo estatuto de universidade e escola. Também, por parte de alguns professores, apareceram várias tentativas de buscar o rompimento comum à educação segmentada. No Brasil, de modo geral, os estudos sobre interdisciplinaridade dividem-se em três períodos: a década de 1970, período em que se inicia o processo de estruturação conceitual básica; a década de 1980, marcada por um movimento que caminhou na busca de epistemologias que explicitassem o teórico e o abstrato, a partir do prático, do real; e a partir da década de 1990, momento de definição da interdisciplinaridade no Brasil e o ensino de história: um diálogo possível (FAZENDA, 1994, p. 17-19).

A primeira produção significativa sobre a interdisciplinaridade no Brasil é de Hilton Japiassu que, na época, apresentava os principais questionamentos a respeito da temática e seus conceitos, fazendo uma reflexão sobre as estratégias

interdisciplinares, baseada em experiências realizadas naquele período (FORTES, 2012).

Pode-se dizer que interdisciplinaridade é, segundo Fazenda (2008, p.119)

... uma nova atitude diante da questão do conhecimento, de abertura à compreensão de aspectos ocultos do ato de aprender e dos aparentemente expressos, colocando-os em questão. Exige, portanto, na prática, uma profunda imersão no trabalho.

A definição de interdisciplinaridade também pode ser caracterizada de acordo com Japiassu (1976, p.74): “[...] pela intensidade das trocas entre os especialistas e pelo grau de interação real das disciplinas no interior de um mesmo projeto de pesquisa”.

Para Santomé (1998, p. 73),

A interdisciplinaridade estabelece uma interação entre duas ou mais disciplinas, o que resultará em intercomunicação e enriquecimento recíproco e, conseqüentemente, em uma transformação de suas metodologias de pesquisa, em uma modificação de conceitos e terminologias fundamentais, etc. Entre as diferentes matérias ocorre intercâmbios mútuos e recíprocas integrações, existe um equilíbrio de forças nas relações estabelecidas.

Diante destes conceitos foi criado o Projeto Interdisciplinar pelo MEC, enfatizando que a interdisciplinaridade não dilui as disciplinas, ao contrário, mantém sua individualidade, porém, integra as disciplinas, a partir da compreensão das múltiplas causas ou fatores que intervêm sobre a realidade e trabalha todas as linguagens necessárias para a constituição de conhecimentos, comunicação e negociação de significados e registro sistemático dos resultados (BRASIL, 2000, p. 75)

Desta forma, de acordo com os discursos dos autores citados pode-se afirmar que o conceito de interdisciplinaridade não se resume a uma única abordagem embora seja consenso entre os estudiosos que se trata de desfragmentar o saber, ou seja, fazer com que as disciplinas dialoguem entre si, superando conceitos prontos, ampliando conhecimentos, complementando áreas e relacionando-as.

#### **1.4.3 Empreendedorismo e Interdisciplinaridade**

Atualmente, tornou-se indispensável pensarmos a educação não só como

processo de propagação do saber, mas também, como forma de conhecimento que interliga teoria e prática, levando em consideração a realidade, os valores, as culturas e motivações do educando. Neste sentido, a interdisciplinaridade propõe um elo integrador entre as disciplinas curriculares, possibilitando a formação do aluno, sob diferentes perspectivas.

Segundo Lopes (2010 p.85) citando CHANLAT (2000),

o problema não é a existência das várias disciplinas com seus métodos e objetivos específicos, mas o reconhecimento do direito da necessidade de circulação e entrelaçamento dos saberes produzidos pelos vários recortes epistemológicos. Essa circulação do conhecimento deve ser assumida como ponto central nas Ciências Sociais e, em especial, quando se tem em vista a formação de uma mentalidade empreendedora.

Dessa forma, uma escola de Administração, ou outra escola de qualquer curso, pode não ter a capacidade para ensinar a ser um empreendedor, mas pode criar condições e repassar técnicas àquelas pessoas que já possuem o "espírito empreendedor", possibilitando que estas, implementem seus negócios com maiores possibilidades de sucesso (Nicolescu,1997).

Diante desta visão interdisciplinar, técnicas, métodos e recursos têm sido utilizados pelas universidades, tendo como objetivo a disseminação da cultura empreendedora. Conforme Filion (1999, p.8), o empreendedorismo tem a particularidade de reunir ideias, oriundas de especialistas das ciências humanas e administrativas, criando intercâmbios inusitados. Essas contribuições das diversas áreas do conhecimento permitem vislumbrar intercâmbios, extremamente, férteis e criativos.

Santomé (1998, p.41) citando Ausubel (1982), propõe um modelo de aprendizagem através de dois eixos: horizontal e vertical das disciplinas.

O eixo vertical refere-se aos modos através dos quais os alunos incorporam o novo conhecimento às suas atuais estruturas cognitivas enquanto o eixo horizontal corresponde às estratégias didáticas, às quais se recorre para proporcionar informação aos alunos; um contínuo que iria do ensino mais claramente receptivo, reduzido a dimensões expositivas, a típica lição magistral, às estratégias pedagógicas destinadas a favorecer a aprendizagem por descoberta autônoma.

Assim, a integração horizontal se dá por meio de atividades, tais como: visitas técnicas, seminários, resenhas, estudo de casos, entre outras. A integração vertical (sistêmica) acontece ao longo do curso que compõe a estrutura curricular.

Dessa forma, pode-se dizer que a interdisciplinaridade aponta para a construção de uma escola participativa e decisiva na formação do sujeito social, que tem entre seus objetivos, a troca de informações e a vivência de uma realidade global, conforme sinaliza a educação empreendedora.

## **2 METODOLOGIA**

Entende-se que pesquisa pode ser compreendida como um procedimento racional e sistemático, que tem como objetivo proporcionar respostas aos problemas que são propostos. (GIL, 2010, p.1).

Para melhor organização e entendimento dos fatos, caracterizaremos a pesquisa de acordo com autores que dominam o tema.

### **2.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA**

#### **2.1.1 Quanto à área de conhecimento**

Esta pesquisa, de acordo com o Conselho de Desenvolvimento Tecnológico (CNPq), inclui-se na área das Ciências Sociais Aplicadas.

#### **2.1.2 Quanto à finalidade**

O estudo tem por interesse, investigar as estratégias de ensino que o Curso de Administração da URI, extensão São Luiz Gonzaga, vem utilizando com o intuito de desenvolver a aprendizagem de técnicas e habilidades empreendedoras, bem como, analisar o perfil dos alunos do curso de administração de empresas quanto às características, habilidades e intenções empreendedoras. Sendo assim, caracteriza-se como uma Pesquisa Aplicada.

Entende-se por Pesquisa Aplicada, aquelas voltadas à aquisição de conhecimento com vistas à aplicação numa situação específica (GIL, 2010, p.27)

#### **2.1.3 Quanto aos fins**

A presente pesquisa se propõe, quanto aos fins, seguir os parâmetros de uma pesquisa descritiva e metodológica, utilizando um universo pré-definido.

Em relação à pesquisa descritiva, Gil (2010, p.27), destaca que esta objetiva descrever as características de determinada população. O tipo descritivo tem por objetivo estudar as características de um grupo, levantar as opiniões, atitudes e crenças de uma população. Utiliza-se deste fundamento, na medida em que

se pretende descrever o perfil do aluno de Administração, bem como, as dinâmicas do curso no que se referem ao ensino do empreendedorismo.

Tratando-se de pesquisa Metodológica, Vergara (2014, p.42), descreve como o estudo que se refere a instrumentos de captação ou de manipulação da realidade. Está associada a caminhos, formas, maneiras, procedimentos, modelos para atingir um determinado fim. Neste caso, a pesquisa torna-se metodológica no momento em que se busca construir um modelo de ação que sirva como instrumento de ensino- aprendizagem ao empreendedorismo para os cursos de Administração.

#### **2.1.4 Quanto aos meios**

Quanto aos meios, este estudo enquadra-se como uma pesquisa bibliográfica, documental e de campo.

De acordo com Gil (2010, p.29), a pesquisa bibliográfica é desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído, basicamente, de obras e artigos científicos. Segundo Fonseca (2002 p.32), a pesquisa bibliográfica é feita a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como: livros, artigos científicos, páginas de *web sites*. Qualquer trabalho científico inicia-se com uma pesquisa bibliográfica, a qual permite ao pesquisador conhecer o que já se estudou sobre o assunto.

Neste caso, faz-se uso de fontes como: livros, publicações periódicas e impressos diversos para realizar a abordagem teórica, a fim de embasar o estudo.

Em se tratando de pesquisa documental, são considerados documentos não apenas os escritos utilizados para esclarecer determinada coisa, mas qualquer objeto que possa contribuir para a investigação de determinado fato ou fenômeno (GIL, 2010).

De acordo com Fonseca (2002, p.32).

A pesquisa documental trilha os mesmos caminhos da pesquisa bibliográfica, não sendo fácil por vezes distingui-las. A pesquisa bibliográfica utiliza fontes constituídas por material já elaborado, constituído basicamente por livros e artigos científicos localizados em bibliotecas. A pesquisa documental recorre a fontes mais diversificadas e dispersas, sem tratamento analítico, tais como: tabelas estatísticas, jornais, revistas, relatórios, documentos oficiais, cartas, filmes, fotografias, pinturas, tapeçarias, relatórios de empresas, vídeos de programas de televisão, etc.

Assim, esta pesquisa torna-se documental, quando se analisa o currículo do curso, na busca de informações sobre as disciplinas e técnicas que possam contribuir para a formação empreendedora aos alunos do curso de administração de empresas.

Este estudo, também, classifica-se como pesquisa de campo. Vergara (2014, p.43), traduz a pesquisa de campo como a investigação empírica realizada no local onde ocorre ou ocorreu um fenômeno ou que dispõe de elementos para explicá-lo. Neste estudo, faz-se uso deste tipo de pesquisa quando se propõe coletar dados e informações no local onde a pesquisa será realizada, pois esta prática possui elementos para explicar a questão problema desse estudo.

### **2.1.5 Quanto à natureza dos dados**

Pode-se dizer que este estudo se apresenta como abordagem qualitativa e quantitativa. Sendo qualitativa em, praticamente, todo o processo de investigação. Gerhardt e Silveira (2009), traduzem a pesquisa qualitativa como aquela que não se preocupa com representatividade numérica, mas, sim, com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização, etc. Para Minayo (2001), a pesquisa qualitativa trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis.

A pesquisa apresenta-se como quantitativa no momento em que se preocupa com a medição objetiva e quantificação dos resultados da pesquisa em relação ao perfil dos acadêmicos, suas expectativas e pretensões com relação ao curso de Administração. A pesquisa quantitativa, que tem suas raízes no pensamento positivista lógico, tende a enfatizar o raciocínio dedutivo, as regras da lógica e os atributos mensuráveis da experiência humana (GERHARDT E SILVEIRA, 2009 p.33).

Segundo Fonseca (2002, p.20), a utilização conjunta da pesquisa qualitativa e quantitativa permite recolher mais informações do que se poderia conseguir isoladamente.

### **2.1.6 População e Amostra**

A população foi constituída do universo de 128 alunos matriculados no curso de administração de empresas da URI de São Luiz Gonzaga. Deste total, 32 alunos estão matriculados no primeiro semestre, 24 no terceiro semestre, 28 no quinto semestre, 23 no sétimo semestre e 21 no nono semestre do curso. Diante desta população, a amostra foi definida por 108 alunos presentes em sala de aula, na data da pesquisa, totalizando 84,37%.

### **2.1.7 Coleta de Dados**

Os dados foram coletados por meio de fontes bibliográficas, pesquisados em livros, teses, artigos e periódicos, enquanto os levantamentos documentais tiveram origem em documentos internos da instituição de ensino, como o planejamento pedagógico.

Com a finalidade de responder os objetivos específicos deste trabalho, fez-se uso de questionários estruturados que foram aplicados aos alunos do curso de Administração. A fim de garantir maior efetividade na coleta das informações, os estudantes foram abordados pessoalmente e orientados em relação aos objetivos da pesquisa, bem como, a forma correta do preenchimento dos questionários, sempre acompanhados pela pessoa responsável por esta pesquisa.

A pesquisa efetuou-se em dias alternados, durante a semana, sendo aplicada em duas turmas por noite, de acordo com a disponibilidade dos professores das disciplinas em curso. Houve cuidado para que nenhum aluno respondesse a pesquisa em duplicidade.

No período da pesquisa, todas as turmas apresentaram uma média de respondentes de 21 alunos por turma.

### **2.1.8 Questionário**

Através do questionário buscou-se informações quanto ao perfil do aluno do curso de Administração em relação ao empreendedorismo, bem como, procurou-se avaliar os métodos e as disciplinas utilizadas pelo curso para o ensino do empreendedorismo. O questionário apresenta-se dividido de acordo com os

indicadores propostos por Rocha e Freitas (2014) e Iizuka e Moraes (2014), conforme tabela 2 e 3.

Tabela 2- Indicadores para avaliar o perfil empreendedor

Autorrealização	É a estimativa cognitiva que uma pessoa tem das suas capacidades de mobilizar motivação, recursos cognitivos e recursos de ação necessários para exercer controle sobre eventos na sua vida.
Detecta oportunidades	Habilidade de capturar, reconhecer e fazer uso efetivo de informações abstratas, implícitas e em constante mudança.
Persistente	Capacidade de trabalhar de forma intensiva, sujeitando-se até mesmo a privações sociais, em projetos de retorno incerto.
Liderança	Pessoa que, a partir de um objetivo próprio, influencia outras pessoas a adotarem voluntariamente esse objetivo.
Planejador	Pessoa que se prepara para o futuro.
Inovador	Pessoa que relaciona ideias, necessidades e demandas de mercado de forma criativa
Assume riscos calculados	Pessoa que diante de um projeto pessoal, relaciona e analisa as variáveis que podem influenciar o seu resultado, decidindo, a partir disso a continuidade do projeto.
Sociável	Grau de utilização da rede social para suporte à atividade profissional.

Fonte: Rocha e Freitas (2014)

Tabela 3 – Indicadores da expectativa e avaliação da instituição em relação ao ensino do empreendedorismo.

Espero que o currículo do curso tenha disciplinas que me auxiliem a empreender/o curso me forneça suporte para empreender, através das disciplinas ministradas.	Pretende-se analisar o nível de expectativa dos alunos com relação à grade curricular do Curso de Administração quanto ao ensino do empreendedorismo
Espero que o ambiente da universidade (eventos, contatos, palestras, atividades extracurriculares) seja favorável ao empreendedorismo e/ou estão sendo favoráveis ao empreendedorismo.	Pretende-se analisar, com base na visão dos alunos, o ambiente universitário, além da sala de aula, em relação ao empreendedorismo.
O curso possibilita contato e informações com a realidade local e regional, de forma que me sinto preparado para empreender neste mercado.	Pretende-se analisar, com base na visão dos alunos, o ambiente universitário, em relação ao empreendedorismo local e regional.
Pretendo e/ou participo das atividades extracurriculares oferecidas pela instituição com a intenção de desenvolver o espírito empreendedor (palestras, debates, visitas, etc.)	Pretende-se compreender as expectativas dos alunos em participar de eventos extracurriculares, bem como, avaliar o grau de adesão dos alunos às atividades promovidas pela instituição.

Fonte: Adaptado de Iizuka e Moraes (2014).

As primeiras questões do questionário, referem-se à medição do perfil empreendedor, as quais foram divididas em grupos da seguinte forma: as questões de um a seis referem-se a características de autorrealização, a habilidade de detectar oportunidades e persistência, as questões de número sete a nove são indagações relacionadas a aspectos de liderança. Na sequência, as questões dez a doze referem-se à capacidade de planejamento, e a treze e catorze aborda a inovação. Na continuidade, as questões quinze e dezesseis avaliam a capacidade de assumir riscos e, em seguida, a questão dezessete, visa à socialização.

Por fim, as últimas questões possuem a intenção de investigar as expectativas dos discentes em relação ao curso, avaliar o ambiente universitário no que tange ao empreendedorismo, bem como, analisar a propensão dos alunos em aderir atividades extracurriculares.

Sendo assim, dividimos o questionário da seguinte forma: as questões dezoito a vinte referem-se às expectativas em relação ao curso, a de número vinte e um e vinte e dois abordam o ambiente universitário e a questão vinte e três visa o nível de adesão dos discentes a atividades extracurriculares.

Visando adequar o questionário ao semestre abordado, as últimas questões foram tratadas de duas maneiras, uma de acordo com os alunos iniciantes que possuem expectativas em relação ao curso e as disciplinas que serão ministradas, e outra, de acordo com alunos que já estão nos semestres finais e, por isso, já possuem opinião quanto ao que foi desenvolvido no decorrer do curso.

Para garantir maior exatidão nas respostas utilizaram-se perguntas fechadas, de acordo com a escala de LIKERT. Segundo Malhotra (2006, p.266), escala de Likert “é uma escala de mensuração com cinco categorias de respostas, variando de “discordo totalmente” a “concordo totalmente”, e exige que os participantes indiquem um grau de concordância ou de discordância com cada uma das afirmações relacionadas aos objetos de estímulo”. Segundo o mesmo autor, a principal vantagem dessa escala é que ela é fácil de construir e de aplicar e os entrevistados entendem rapidamente como utilizá-la.

Neste estudo, optou-se por quatro categorias onde: (1) discordo totalmente, (2) discordo parcialmente, (3) concordo parcialmente e (4) concordo totalmente.

### **2.1.9 Indicadores**

Há uma extensa literatura a respeito do perfil dos empreendedores, teses, artigos acadêmicos, literaturas e documentos do SEBRAE e demais entidades que trabalham com foco no empreendedorismo fornecem modelos que podem ser utilizados para pesquisa. Para efeito deste trabalho, optou-se em combinar duas pesquisas que foram desenvolvidas, pelos autores, Rocha e Freitas (2014) e Lizuka e Moraes (2014), por terem sido testadas e validadas. A intenção foi obter indicadores que fossem relevantes, mas, ao mesmo tempo, de fácil resposta.

Assim, os indicadores utilizados para avaliar o perfil empreendedor são: autorrealização, habilidade em detectar oportunidades, persistência, liderança, planejamento, inovação, disposição em assumir riscos calculados e socialização

Em relação à expectativa e avaliação da instituição sobre o ensino do empreendedorismo por parte dos alunos, buscou-se usar os seguintes indicadores: quanto ao currículo disponibilizado, quanto ao ambiente universitário, quanto ao contato e informações com a realidade local e regional e, por fim, quanto ao desejo de participação diante de atividades extracurriculares oferecidas pela instituição.

### **2.1.10 Tratamento dos Dados**

Os dados foram tabulados com o auxílio do programa de computador Excel e os resultados expressos em forma de gráfico e, em percentuais visando facilitar a compreensão dos mesmos.

Na etapa da coleta de dados, especificamente na aplicação dos questionários, houve a participação de seres humanos, onde os participantes podem vir a sofrer algum tipo de desconforto ao participar do estudo, já que haverá compartilhamento de opiniões pessoais, necessitando, dessa forma, de controle ético na pesquisa.

Sendo assim, a pesquisa foi autorizada segundo o CAEE 51818515.2.0000.5354 fornecido pelo Conselho de Ética.

#### *2.1.10.1 Riscos aos participantes*

No que tange a riscos para a saúde física e mental dos participantes da

pesquisa entende-se que existe uma mínima probabilidade de os participantes virem a sofrer danos psíquicos, morais, intelectuais, sociais, culturais ou espirituais, já que o presente estudo não emprega técnicas e métodos que modifiquem as características fisiológicas, psicológicas e sociais dos sujeitos da pesquisa.

#### *2.1.10.2 Benefícios aos participantes*

Espera-se que os participantes da pesquisa sejam beneficiados por meio de uma nova metodologia de ensino-aprendizagem no tocante ao empreendedorismo, o qual possibilita um exercício dinâmico aproximando o aluno da sua realidade e expectativas.

### **3 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS**

Este capítulo fará a discussão dos resultados referente a pesquisa feita junto aos alunos do curso de administração de empresas após a análise dos questionários aplicados, bem como, a análise do plano pedagógico do curso de administração de empresas. O referencial teórico servirá de apoio para melhor elucidar as informações levantadas.

#### **3.1 PERFIL DOS DISCENTES DO CURSO**

##### **3.1.1 Indicadores de Autorrealização**

Da estrutura inicial proposta pelo questionário, as questões de número um a três, buscam analisar características de autorrealização, seja sendo dono de seu próprio negócio ou trabalhando em grandes, médias ou pequenas empresas.

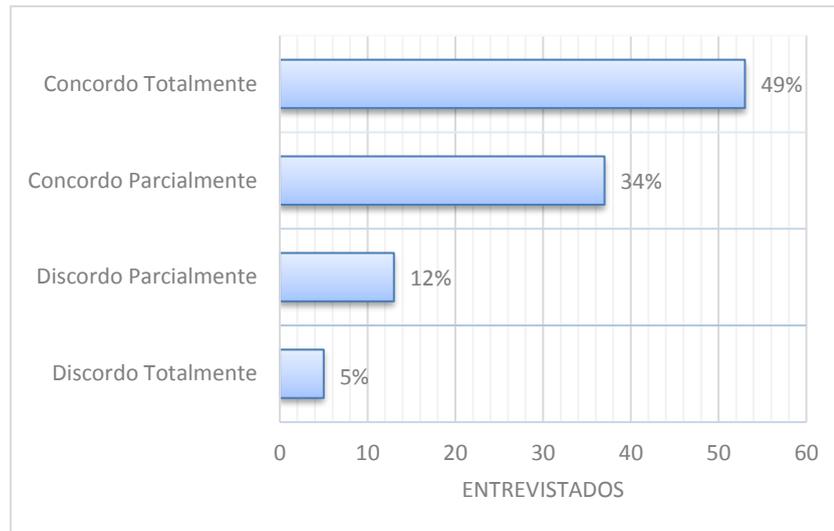
Do total de 108 alunos que responderam as questões, pode-se afirmar que 49% possuem o desejo de abrir seu próprio negócio e 34% concordam parcialmente com a questão, o que demonstra a intenção de ser um empreendedor em 83% dos pesquisados, reforçando a importância do ensino do empreendedorismo. Diante destas constatações é plausível considerarmos que, através de uma didática adequada para o ensino do empreendedorismo, os alunos poderão sentir-se mais capazes e confiantes para atuar como empreendedores, ou também, para optar por outra carreira profissional que não seja a do empreendedorismo, diminuindo assim, o percentual de alunos que responderam concordar parcialmente com a questão.

Lopes (2010, p.117), afirma que a universidade empreendedora tem por objetivo além do ensino, da pesquisa e da extensão, o desenvolvimento econômico e, também desenvolve recursos humanos para a academia e para as empresas no mercado, formando empreendedores para criar as próprias empresas.

O mesmo autor acrescenta que o empreendedor formado na universidade, adiciona maior capacidade tecnológica para as empresas, constante inovação em produtos e serviços, resultando em maior competitividade no mercado.

Este resultado está expresso a seguir, no gráfico 1.

Gráfico 1: Questionamento sobre o desejo de se ter o próprio negócio



Fonte: elaborado pela autora

Ao analisar a perspectiva dos discentes em relação à empregabilidade (questões 2 e 3), observa-se que a busca por empregos em grandes empresas supera a expectativa de trabalhar em pequenas e médias empresas.

Pode-se afirmar, de acordo com as respostas, que em mais de 80% dos entrevistados existe o desejo de se realizar profissionalmente trabalhando em uma grande empresa, sendo que 15,76% dos respondentes discordaram desta possibilidade.

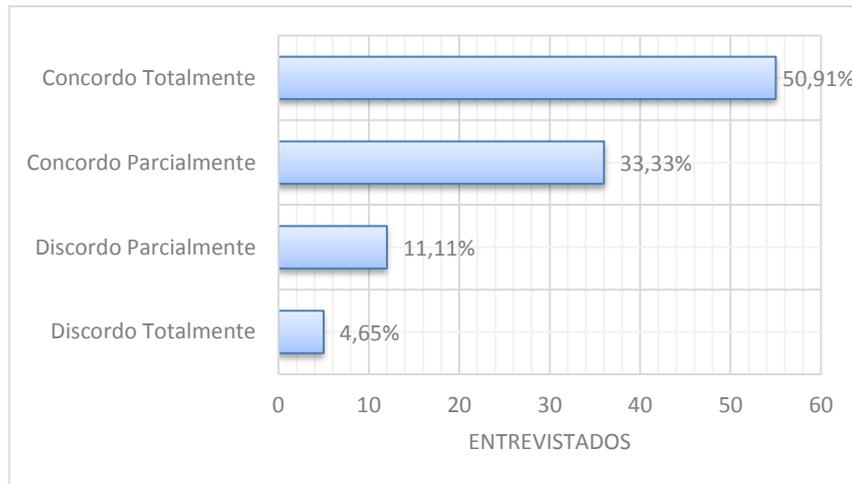
Considerando esta abordagem, Lopes (2010, p.12), afirma

mesmo para aqueles que conseguirão um emprego em uma grande empresa, há vantagens em apresentar algumas atitudes do empreendedor. Algumas organizações têm estimulado o desenvolvimento de empreendedores corporativos, pois a inovação é a principal fonte de diferencial competitivo no mundo globalizado.

Hisrich (2009, p. 38), contribui afirmando que “a estrutura burocrática, a ênfase nos lucros a curto prazo e uma estrutura altamente organizada inibem a criatividade.” Dessa forma, as empresas, que reconhecem estes fatores inibidores buscam estabelecer o espírito empreendedor dentro de suas organizações como forma de unir a ciência e o mercado.

O gráfico 2 demonstra esse questionamento.

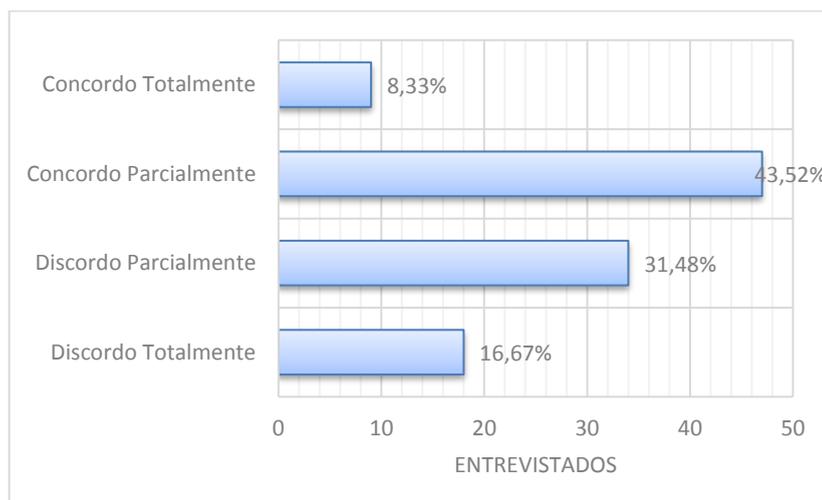
Gráfico 2: Questionamento sobre o desejo de se trabalhar em uma grande empresa.



Fonte: elaboração da autora

De acordo com a última questão relacionada à autorrealização foi possível verificar que 51,85% dos respondentes concordam com a possibilidade de trabalhar em pequenas e médias empresas, porém, 48,15% responderam negativamente, ou seja, não possuem esta pretensão profissional. A seguir, no gráfico 3 apresenta-se o resultado.

Gráfico 3: Questionamento sobre o desejo de se trabalhar em uma pequena ou média empresa.



Fonte: elaboração da autora

Diante dos questionamentos acima, percebe-se que os alunos preferem ter sua própria empresa ou ainda trabalhar em empresas de grande porte, já que os percentuais nestas duas indagações estão equiparados em 83%, enquanto o

percentual de alunos que gostariam de trabalhar em pequenas e médias empresas, fica em torno de 51%. Nesta questão é importante ressaltar a realidade local e regional onde predominam pequenos e médios negócios, dispondo de um número restrito de empresa de grande porte que possam empregar os alunos após a conclusão do curso. Dessa forma, fica evidente que a educação empreendedora pode ser um diferencial para a promoção da autorrealização dos discentes, já que viabiliza a realização das suas perspectivas profissionais no que tange a abertura de sua própria empresa, bem como uma proporciona uma formação que une conhecimento, habilidades e atitudes que possibilitam trabalhar com diferencial competitivo em uma grande empresa se assim for desejável e possível.

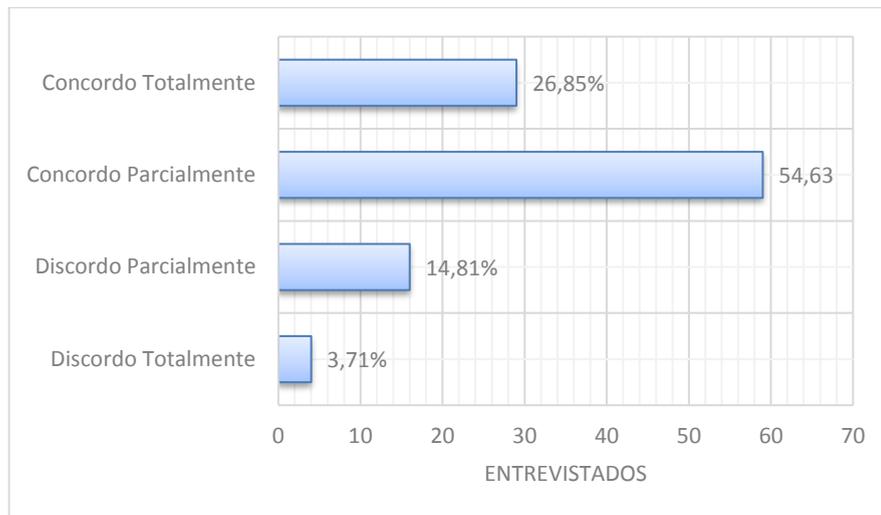
### **3.1.2 Indicadores quanto à habilidade de detectar oportunidades**

Segundo Chiavenato (2008, p.7), o empreendedor é uma pessoa que consegue fazer as coisas acontecerem, pois é dotado de sensibilidade para os negócios, tino financeiro e capacidade de identificar oportunidades. Dolabela (2008, p.130) corrobora

perceber e agarrar oportunidades não é uma questão de técnicas de avaliação ou *checklists* - não há receita de bolo -, mas depende da capacidade do empreendedor. Os pré-requisitos para saber identificar oportunidades são um profundo conhecimento do setor de atuação (mercado nacional e global – clientes, concorrentes, fornecedores, ciclo de vida do produto, tecnologia envolvida, legislação pertinente, lucratividade, barreiras de entrada, etc.) e uma boa rede de relações.

Dessa forma, considerando a habilidade de detectar oportunidade de negócios no mercado, foi possível verificar que os alunos pesquisados, em sua maioria, acreditam possuir estas características, já que o número de respostas positivas (26,85% concordo totalmente e 54,63% concordam parcialmente) supera, em muito, as discordâncias (14,81% discordam parcialmente e 3,71% discordam totalmente). O gráfico 4 revela esta abordagem.

Gráfico 4: Questionamento sobre a habilidade de detectar oportunidades de negócios no mercado.



Fonte: elaboração da autora

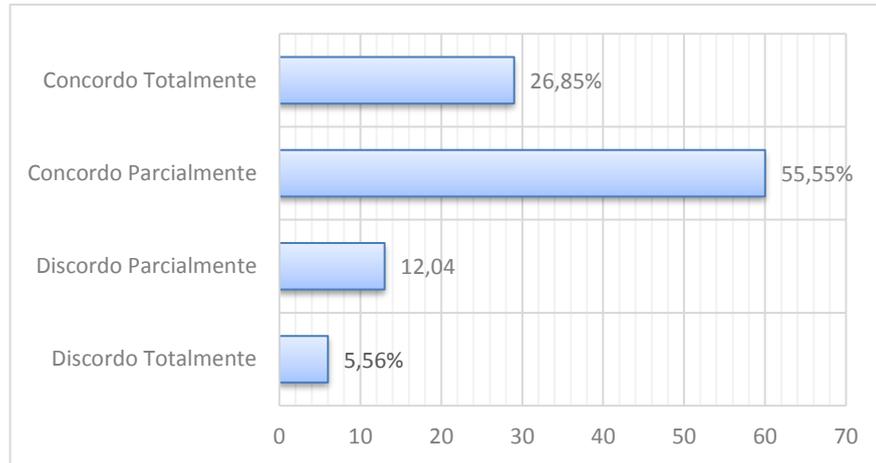
Os empreendedores devem ser observadores ao que ocorre ao seu redor. É através da percepção que eles decidem o rumo do negócio a ser seguido, para isto é necessário que ele observe o ambiente, registre informações, analise estas informações, compare-as e as avalie. É imprescindível, também, que ele verifique a abrangência do mercado interno e externo e a capacidade de diferenciação do negócio. Diante desta abordagem, verifica-se que um percentual expressivo de alunos respondeu que acredita possuir a habilidade de detectar oportunidades, porém, 54,63% concordam parcialmente. Portanto, fica evidente que a universidade pode contribuir neste sentido, dando suporte a estes alunos que afirmaram parcialmente na intenção de lhes propor segurança e confiança.

### 3.1.3 Indicadores quanto à persistência

A persistência em relação ao cumprimento de uma tarefa é uma característica importante no perfil do empreendedor, já que o caminho em busca do sucesso pode ser árduo, necessitando de trabalho intensivo e, sujeitando-se, até mesmo, a privações sociais. Degen (2009, p.15), cita que o empreendedor faz sacrifícios pessoais necessários para ter sucesso. Diante do resultado da amostra, confirma-se que os alunos se consideram pessoas mais persistentes que as demais, tendo um

percentual de 82,4% de alunos que responderam afirmativamente, conforme demonstra-se no gráfico 5.

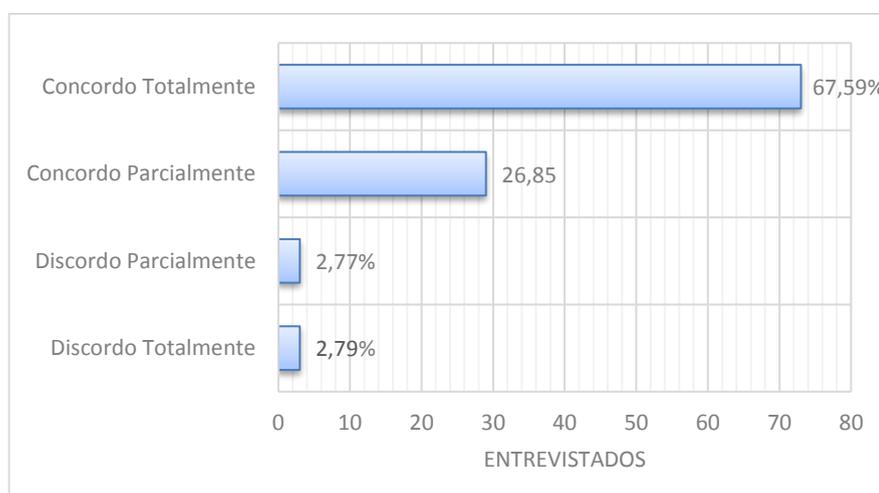
Gráfico 5: Questionamento sobre a sua própria persistência em relação às demais pessoas.



Fonte: elaboração da autora

Considerando o aprimoramento pessoal e profissional através de metas mais ousadas, pode-se dizer que 67,59% dos entrevistados acreditam totalmente e 26,85% acreditam parcialmente nesta afirmativa. Portanto, entende-se que esses alunos estão conscientes que o aprimoramento é um processo contínuo e crescente e deve ser perseguido para aqueles que almejam o sucesso conforme demonstra-se no gráfico 6.

Gráfico 6: Questionamento sobre o aprimoramento pessoal e profissional através de metas ousadas



Fonte: elaboração da autora

A perseverança é uma característica de extrema importância para quem deseja obter êxito como empreendedor, já que, raramente trabalha-se com todas as condições ideais para vencer os desafios do dia a dia dos negócios. A persistência não se aplica somente na criação de um negócio próprio, mas em todas as atividades que envolvem a manutenção da empresa, de maneira competitiva e sustentável diante das turbulências e dos imprevistos. Assim, tomar as decisões corretas, mesmo diante de adversidades, exige contínuo aperfeiçoamento e persistência e é imprescindível que os alunos estejam preparados para estes desafios.

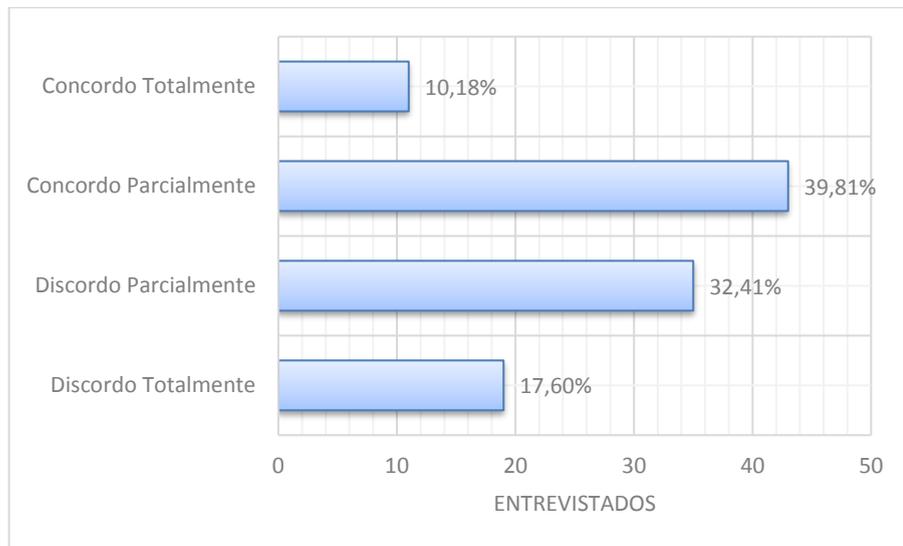
### **3.1.4 Indicadores quanto aos aspectos de liderança**

As questões seguintes, de número sete a nove, enfatizam aspectos de liderança. Segundo Dolabela (2008, p. 67), citando Babson College, o empreendedor é aquele que possui “uma forma de pensar e agir que é obcecada pela oportunidade, holística na abordagem e apoiada na liderança, com o propósito de criação de riqueza”.

Segundo Araújo (2004, p.219), o “empreendedor é capaz de persuadir como verdadeiro líder, possui alta capacidade de influenciar ou persuadir os outros com bons argumentos, de forma a fazer de seus objetivos os objetivos comuns”.

Diante do questionamento sobre liderança em projetos pessoais ou atividades escolares, percebe-se que os 50% dos entrevistados responderam à questão de forma afirmativa (10,18% concordam totalmente e 39,81% concordam parcialmente) e 50% de maneira negativa distribuídos em 32,41% que discordam parcialmente e 17,60% que discordam totalmente. Assim, evidencia-se a importância da universidade em desenvolver esta habilidade, estimulando aspectos de liderança através de atividades e dinâmicas, a fim de diminuir o percentual de alunos que responderam parcialmente e negativamente, de acordo com o gráfico 7.

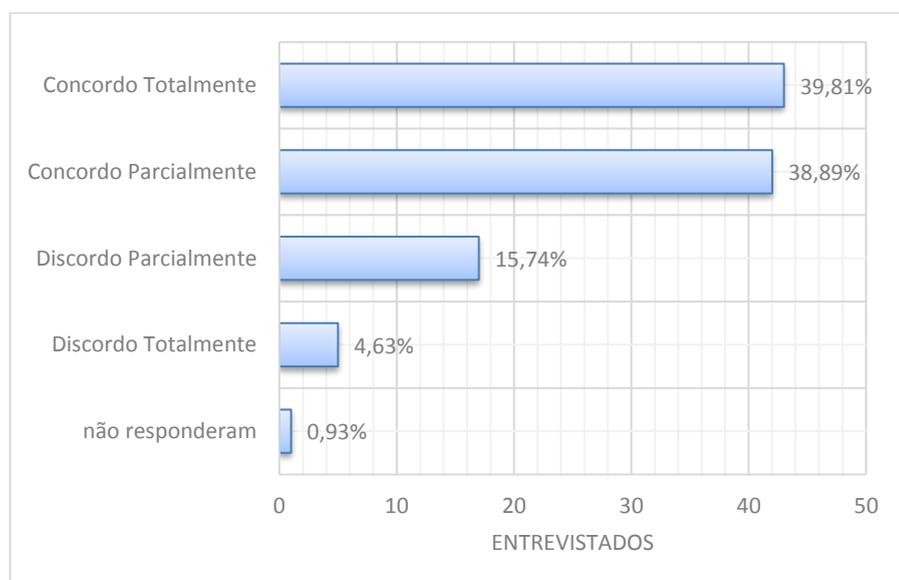
Gráfico 7: Questionamento sobre liderança em projetos profissionais ou atividades escolares



Fonte: elaboração da autora

Questionados sobre a intervenção pessoal em assuntos de trabalho ou escola, conclui-se que, um número expressivo de alunos (78,7%) posiciona-se afirmativamente, sendo que, somente 20,37% discordam desta abordagem, conforme o gráfico 8.

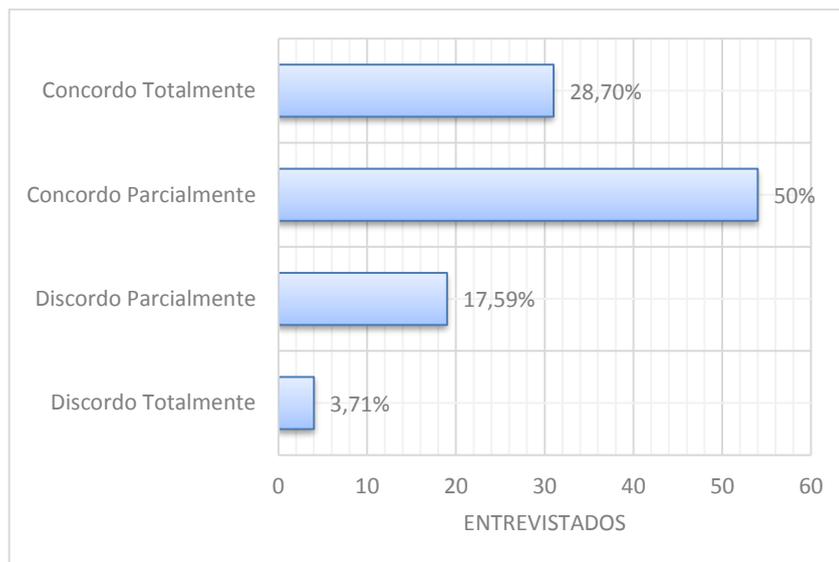
Gráfico 8: Questionamento sobre a intervenção pessoal em assuntos de trabalho ou escola



Fonte: elaboração da autora

De acordo com a questão seguinte, quando indagados sobre a influência exercida referente à opinião de outras pessoas a respeito de um determinado assunto, 78,7% dos discentes responderam positivamente, sendo que 28,7% concordam totalmente com a questão. Porém, deste percentual 50% posicionam-se de forma parcial, assim, pode-se propor ações que fortaleçam esta característica nos entrevistados. Dolabela (2008, p.113), salienta que no processo empreendedor, “o líder é alguém capaz de convencer seus colaboradores de que podem chegar a um ponto no futuro favorável para todos e que conhece os meios para isto”. O gráfico 9 demonstra o posicionamento dos alunos diante deste questionamento.

Gráfico 9: Questionamento sobre a sua influência na opinião de outras pessoas nas atividades executadas cotidianamente



Fonte: elaboração da autora

Diante da competitividade atual, a habilidade em liderar torna-se fundamental no desenvolvimento das empresas, exercendo grande impacto sobre a magnitude do que o empreendedor pretende realizar. Verifica-se, diante das abordagens referente a liderança, que os alunos consideram possuir esta habilidade, porém, são altos os percentuais daqueles que responderam concordar parcialmente. Dessa forma, é fundamental que o curso proporcione maneiras de estimular e desenvolver esta característica, seja através de atividades em sala de aula ou projetos extracurriculares.

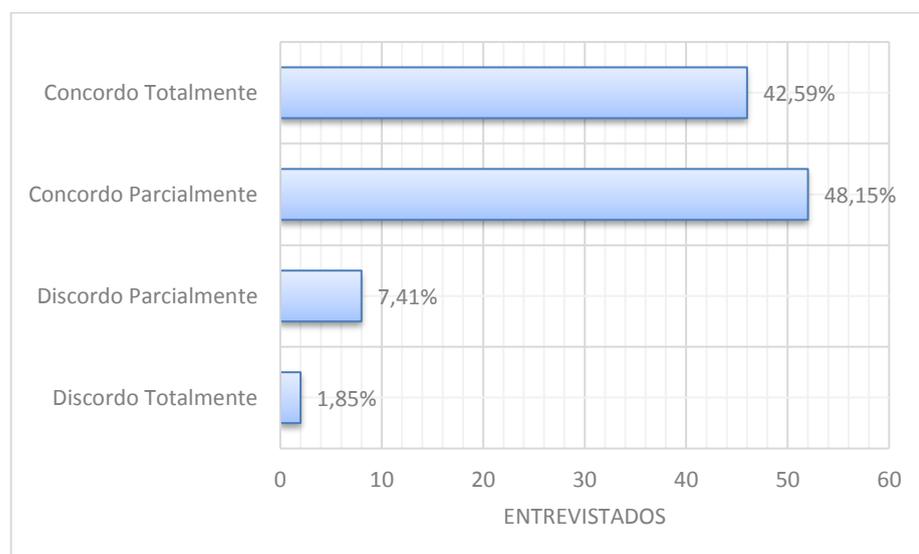
A liderança correta, faz com que os procedimentos tenham qualidade, que os funcionários se sintam valorizados, que os fornecedores se sintam parceiros de negócios e que os clientes se sintam confiantes. E ainda, através da disseminação de suas ideias, a liderança contribui para que o empreendedor obtenha mais rápido o posicionamento no mercado e, com isso, consiga melhores resultados.

### 3.1.5 Indicadores quanto à capacidade de planejamento

As questões seguintes, de número dez a doze abordam a capacidade de planejamento. Para Filion (2000, p. 3) “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”. Neste sentido, considera-se planejador a pessoa que se prepara para o futuro (FILION, 2000; KAUFMAN, 1991; SOUZA *et al.*, 2004).

Neste sentido, quando questionados sobre a execução de planejamento ao realizar atividades no trabalho ou na escola, os números apresentados mostram que, a maioria dos entrevistados considera que realizam tudo com um planejamento prévio, já que as respostas afirmativas totalizaram 90,74%, distribuídos em 42,59% totalmente e 48,15% parcialmente, de acordo com o gráfico 10.

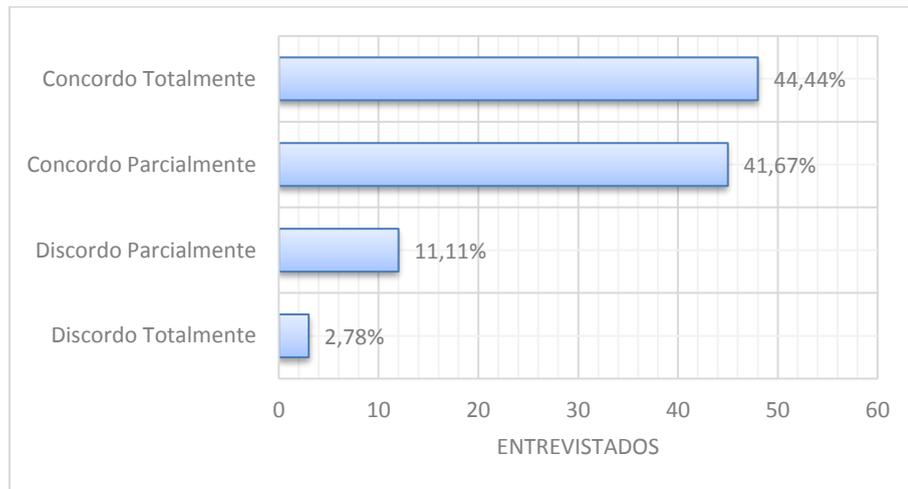
Gráfico 10: Questionamento sobre o planejamento ao executar as atividades no trabalho ou na escola



Fonte: elaboração da autora

Na abordagem seguinte, sobre o comportamento em situações que envolvam qualquer tipo de risco, verifica-se que os discentes procuram estudar com cuidado as situações buscando evitar riscos, sendo que 44,44% responderam concordo totalmente e 41,67% concordaram parcialmente com a questão. Essa questão demonstra que o aluno entrevistado prepara-se para o futuro, e isto apresenta-se no gráfico 11.

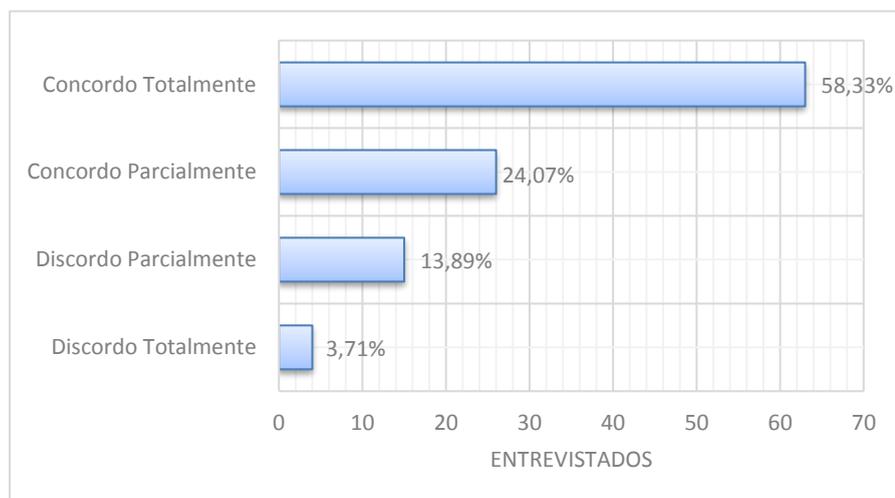
Gráfico 11: Questionamento sobre situações que envolvam qualquer tipo de risco



Fonte: elaboração da autora

Questionados sobre o comportamento diante de surpresas em fatos previsíveis, 82,40% dos alunos responderam incomodar-se quando são pegos de surpresa diante de algo que poderiam ter previsto, como demonstra o gráfico 12.

Gráfico 12: Questionamento sobre surpresas em fatos previsíveis



Fonte: elaboração da autora

Em se tratando de empreendedorismo, o planejamento proporciona redução de riscos e maiores garantias de sucesso para qualquer empreendimento. Assim, esta habilidade, deve ser trabalhada a fim de oferecer segurança ao empreendedor, já que possibilita a captação prévia de informações.

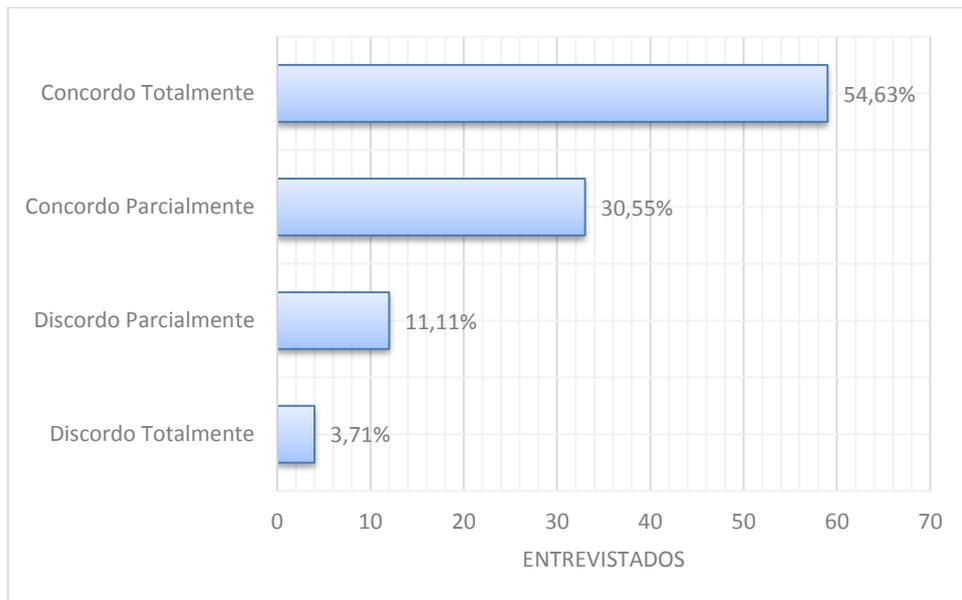
Considerando os resultados das perguntas, percebe-se que os alunos creem planejar suas ações, estudando com cuidado as situações de risco e que incomodam-se quando são pegos de surpresas diante de fatos possíveis de previsão. Dessa forma, proporcionar uma educação que vise a execução de ações planejadas, objetivando o longo prazo através da percepção de onde se está, onde se quer chegar e o que é preciso fazer e, a partir daí, criar planos de ações e priorizá-las dentro da estrutura do negócio que vem contribuir para a capacitação e aperfeiçoamento desta habilidade. É importante também ressaltar que as ações precisam ser constantemente monitoradas e corrigidas, quando necessário, para que se alcancem os objetivos formulados durante o planejamento.

### **3.1.6 Indicadores quanto à inovação**

As questões seguintes abordam as rotinas de trabalho e a inovação. De acordo com Filion (1999), salienta que os “empreendedores aprendem, a partir do que fazem e o que eles fazem está em constante mudança, é razoável pensar que eles também precisam mudar e aprender a assumir diferentes papéis, de acordo com a evolução de seus negócios”.

Quando questionados acerca da preferência de um trabalho repleto de novidades a uma atividade rotineira, as respostas foram positivas acima de 80%, sendo que 54,63% dos respondentes concordaram totalmente com a questão e 30,55% concordaram parcialmente. O gráfico 13 exemplifica esta abordagem.

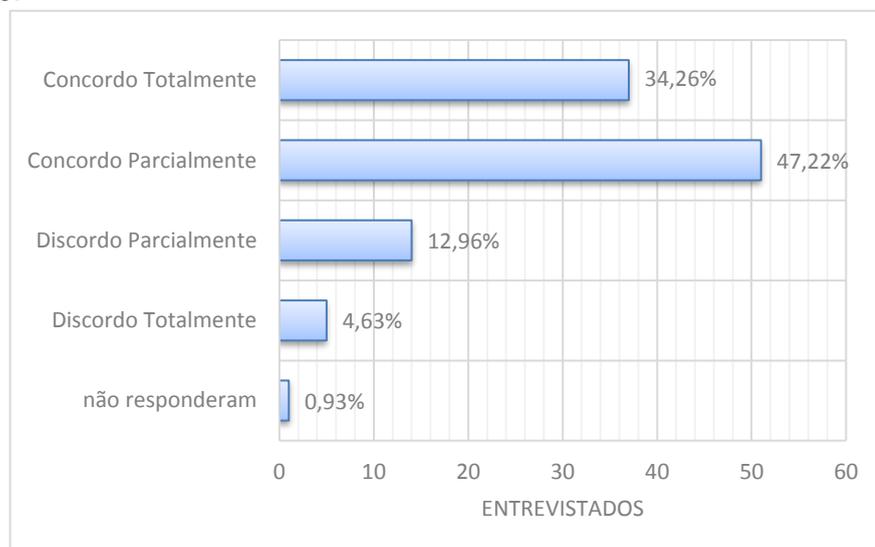
Gráfico 13: Questionamento acerca da preferência de um trabalho repleto de novidades a uma atividade rotineira



Fonte: elaborado pela autora

Indagados sobre o desejo de mudar a forma de trabalho sempre que possível, os alunos respondentes afirmaram positivamente em 81% nesta abordagem, sendo que 34% concordaram com a pergunta totalmente e 47,22% parcialmente. Dentre os alunos que discordaram da questão o percentual ficou em 18%. De acordo com o gráfico 14.

Gráfico 14: Questionamento sobre o desejo de mudar a forma de trabalho sempre que possível



Fonte: elaborado pela autora

Para o empreendedor a inovação é apresentada como uma urgência em se adaptar constantemente às novas exigências dos consumidores e do mercado. Portanto, inovar é um atributo fundamental para o empreendedor, já que é uma prática essencial para o crescimento e para a manutenção de todo o negócio. Neste sentido, inovar não significa somente buscar novas ideias de negócios, mas identificar oportunidades seja em produtos, serviços, processos ou, também, na forma de gestão do empreendimento. Cortella (2016 p.167), salienta que “num ambiente de crescente interdisciplinaridade e conexões múltiplas, as organizações precisam pessoas capazes de pensar o novo, de enxergar além da moldura, de buscar soluções para o que ainda está no horizonte”.

A partir dos questionamentos a respeito da inovação, é possível perceber que os alunos preferem um trabalho repleto de novidades a uma atividade rotineira, bem como possuem o desejo de mudar a forma de trabalho sempre que possível, ou seja, apresentam habilidades que vão ao encontro das necessidades do empreendedor e ao desenvolvimento de um mercado altamente dinâmico.

### **3.1.7 Indicadores quanto à possibilidade em assumir riscos**

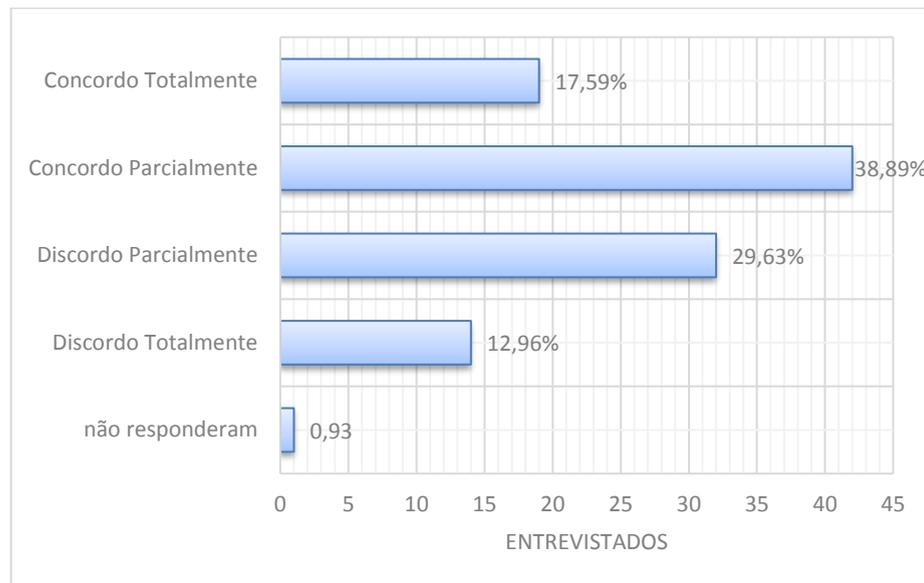
Na sequência, as questões quinze e dezesseis, abordam opções relacionadas à possibilidade de assumir riscos. Sobre esta característica, Chiavenato (2008, p.9) citando McClelland, salienta

O empreendedor prefere situações arriscadas até o ponto em que podem exercer determinado controle pessoal sobre o resultado, em contraste com situações de jogo em que o resultado depende apenas de sorte. A preferência pelo risco moderado reflete a autoconfiança do empreendedor.

Questionados sobre o compromisso de assumir uma dívida de longo prazo, acreditando nas vantagens que uma oportunidade de negócio traria, os alunos pesquisados apontaram não estarem totalmente preparados. Do total de alunos questionados, 56,55% dos discentes concordam com a possibilidade, porém, destes, 38,89% responderam concordar parcialmente, ou seja, embora concordem com a questão, os alunos não estão totalmente convictos com a resposta. Neste item, também, houve um número representativo de entrevistados que discordaram com a

pergunta, sendo que 29,63% discordaram parcialmente e 12,96% totalmente, conforme demonstrado no gráfico 15.

Gráfico 15: Questionamento sobre o compromisso em assumir uma dívida de longo prazo, acreditando nas vantagens que uma oportunidade de negócio traria

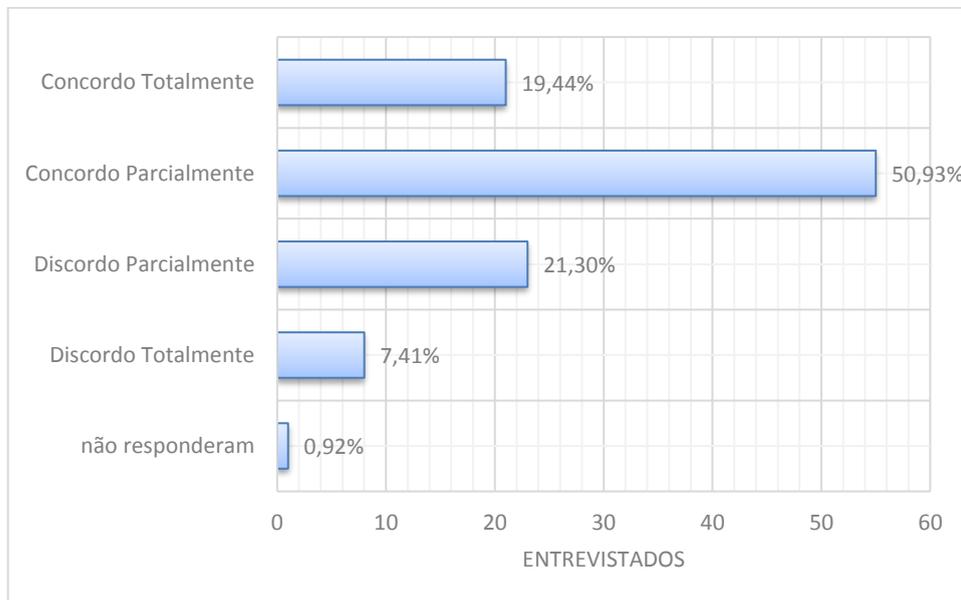


Fonte: elaborado pela autora

Acredita-se que o empreendedor, diante de um projeto pessoal, relaciona e analisa as variáveis que podem influenciar o seu resultado, decidindo, a partir disso, dar continuidade ao projeto (ROCHA E FREITAS, 2014). Assim, é importante ressaltar que, empreender envolve riscos, quanto maior for o interesse em assumi-los tende-se a indicar um perfil mais empreendedor (IIZUKA E MORAES, 2014). Porém, Dolabela (2008, p.26), salienta que o aluno, recebendo uma educação empreendedora, não hesitará em correr riscos, inovar, estabelecer vínculos e relações necessárias ao alcance dos objetivos, identificar oportunidades e buscar recursos onde estiverem.

Questionados sobre a admissão em correr riscos em troca de possíveis benefícios, 70,37% dos entrevistados responderam que aceitam correr riscos, porém, somente 19,44% concordaram com a questão totalmente e 50,93% optaram por concordar parcialmente, demonstrando alto percentual na segunda opção, de acordo com o gráfico 16.

Gráfico 16: Questionamento sobre a admissão em correr riscos em troca de possíveis benefícios



Fonte: elaborado pela autora

Assumir riscos é uma das maiores qualidades do verdadeiro empreendedor. Arriscar conscientemente é ter coragem de enfrentar desafios, de tentar um novo empreendimento, de buscar, por si só, os melhores caminhos. Os riscos fazem parte de qualquer atividade e é preciso lidar com eles (DORNELAS, 2007). Estes riscos podem ser tanto financeiros decorrentes do investimento do próprio dinheiro e do abandono de empregos seguros e de carreiras definidas, familiares ao envolver a família no negócio, bem como psicológicos pela possibilidade de fracassar em negócios arriscados.

Diante das respostas analisadas, percebe-se que os alunos se sentem inseguros quanto a capacidade de assumir riscos, assim a educação empreendedora pode auxiliar na escolha de caminhos conscientes que minimizem estes riscos através de análises de autoconhecimento, análises financeiras e de mercado.

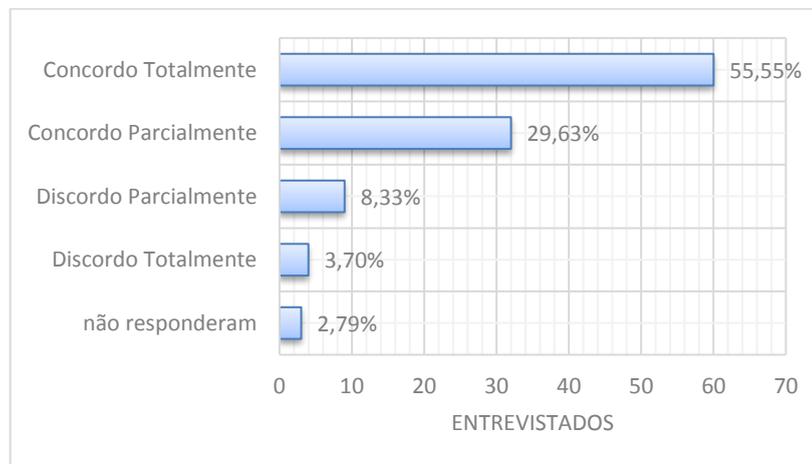
### 3.1.8 Indicadores quanto à sociabilidade

Sobre a sociabilidade, Lizuka e Moraes (2014), consideram que, quanto maior e melhor for a rede de contatos profissionais, melhores serão as chances de o

estudante empreendedor. Segundo Cope (2005) *apud* OLIVEIRA (2014), o empreendedor deve olhar ao redor para interagir com todos os indivíduos, saber ler o ambiente, até como forma de aproveitar melhor as oportunidades.

Nesse sentido, quando questionados sobre a habilidade em se relacionar facilmente com outras pessoas, 85,18% dos respondentes acreditam possuir fácil relacionamento interpessoal, conforme demonstra o gráfico 17.

Gráfico 17: Questionamento sobre a habilidade em se relacionar com outras pessoas



Fonte: elaborado pela autora

Uma característica importante do empreendedor é saber montar sua rede de relacionamentos. Estes contatos oferecem confiança, conselhos e informações, que podem ser extremamente valiosos para o sucesso de um empreendimento.

Três níveis de relações podem ser identificados no exercício de empreender, as relações primárias, as relações secundárias e as relações terciárias (FILION, 1991). As relações primárias envolvem pessoas próximas do empreendedor, tais como: os familiares em seus variados vínculos: afetivos, esportivos, recreativos, intelectuais, etc. São consideradas as relações mais influentes, no que diz respeito aos valores e atitudes do empreendedor. O mesmo autor relata as relações secundárias como aquelas que envolvem atividades bem definidas, negócios, grupos religiosos, políticos e sociais, sendo que, algumas destas podem se tornar relações primárias e são consideradas uma rede de ligações que podem ampliar o número de contatos. Já as relações terciárias remetem a satisfação de uma necessidade explícita e não implicam, necessariamente, em contato pessoal, podendo restringir-se apenas à área de interesse, são exemplos desse tipo de

relação: contatos realizados através de cursos, viagens, feiras, exposições industriais e afins (FILION, 1991).

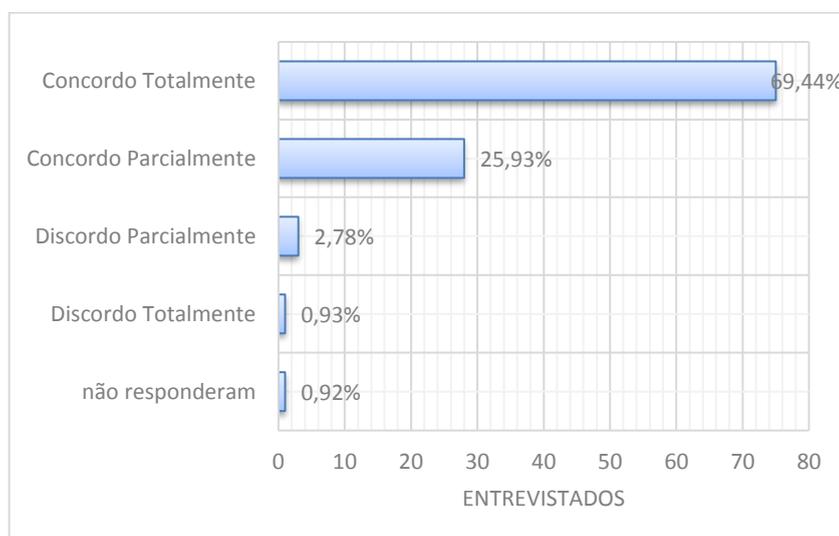
Os alunos questionados acreditam possuir fácil relacionamento interpessoal, o que pode beneficiar nas atividades como empreendedor, porém, é necessário ter em mente que uma rede de relações sociais pode ser extensa, contudo, se não for bem aproveitada, não é garantia de sucesso do empreendimento. Da mesma forma que uma rede pequena, com poucos atores, se bem explorada, pode colaborar na consolidação do sucesso profissional do empreendedor.

### 3.1.9 Indicadores relacionados à percepção dos alunos

Por fim, as últimas questões visam investigar as percepções dos discentes quanto ao curso e o ambiente universitário no que tange ao empreendedorismo, bem como, analisar a propensão dos alunos em aderir atividades extracurriculares.

Questionados sobre a expectativa do currículo em relação às disciplinas fornecidas à formação empreendedora para trabalhar em um negócio próprio, os alunos demonstram alto potencial empreendedor. Sendo que, 69,44% deles esperam totalmente que o curso os auxiliem para atuar em seu próprio negócio e 26,93% esperam parcialmente, como demonstra-se no gráfico 18.

Gráfico 18: De acordo com o currículo do curso, espero que as disciplinas me auxiliem a atuar no meu próprio negócio ou as disciplinas ministradas me forneceram suporte para atuar em meu próprio negócio.



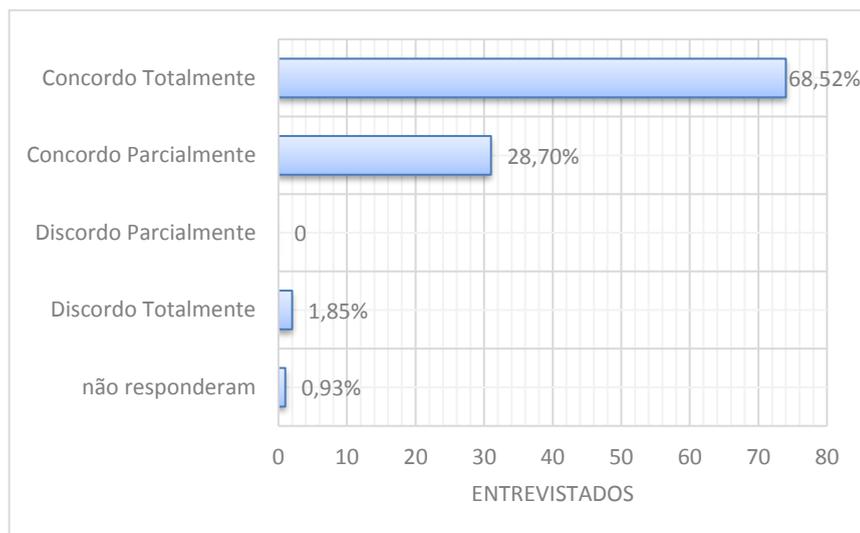
Fonte: elaborado pela autora

A questão seguinte refere-se ao nível de expectativa dos alunos com relação às disciplinas desenvolvidas na grade curricular do curso de administração com a intenção de prepará-los para atuar em grandes empresas.

Neste sentido, enfatiza-se a importância do ensino visando o intraempreendedorismo, ou seja, o empreendedorismo dentro de uma estrutura empresarial existente.

De acordo com as respostas, os alunos, em sua maioria, responderam que esperam que o currículo os prepare para trabalhar em grandes empresas, sendo que, 68,52% concordaram totalmente e 28,7% concordaram parcialmente. O gráfico 19 demonstra esta análise.

Gráfico 19: De acordo com o currículo do curso, espero que as disciplinas me auxiliem a atuar em empresas de grande porte ou as disciplinas ministradas me forneceram suporte para atuar em grandes empresas.



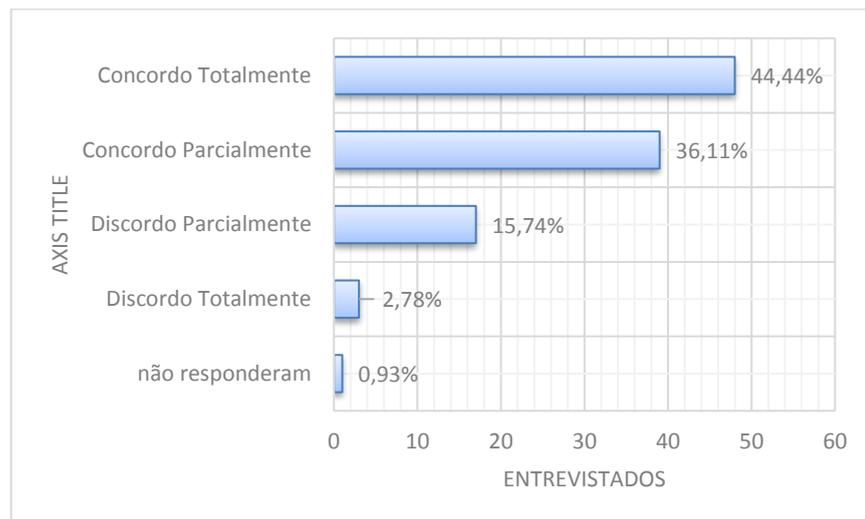
Fonte: elaborado pela autora

Na sequência, quando perguntados sobre o nível de expectativa dos alunos com relação às disciplinas desenvolvidas na grade curricular do curso de administração com a intenção de prepará-los para trabalhar em médias e pequenas empresas, é possível verificar que os alunos, também, buscam esta formação, já que 80,55% dos entrevistados responderam de forma afirmativa a questão. O gráfico 20, expõe as respostas obtidas.

A respeito desses desafios, Iizuka e Moraes (2014), declaram que uma educação empreendedora na graduação, possibilita uma formação mais sintonizada

com um mercado de trabalho exigente, na qual se acompanha mudanças na relação capital-trabalho e com valorização do conhecimento. Além disso, o mercado de trabalho e o ambiente social demandam candidatos com posturas empreendedoras, seja dentro ou fora das organizações. No contexto das organizações, atuando como agentes de mudanças nos processos de gestão (intraempreendedores) e no ambiente externo como proprietários de empresas com produtos e serviços inovadores, assim como, atuando como agentes de mudanças na sociedade (greatti; gralik; vieira; sela, 2010).

Gráfico 20: De acordo com o currículo do curso, espero que as disciplinas me auxiliem a atuar em empresas de pequeno e médio porte ou as disciplinas ministradas me forneceram suporte para atuar em empresas pequenas e médias



Fonte: elaborado pela autora

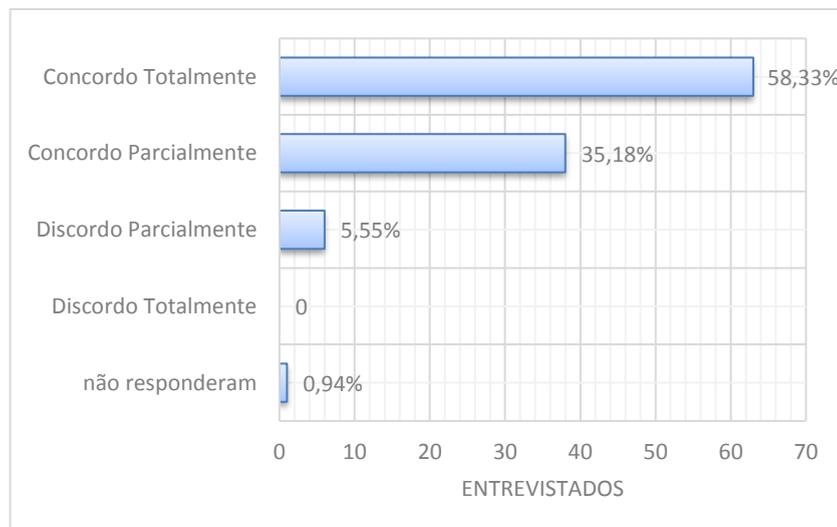
Por meio das respostas obtidas percebe-se que, embora os alunos apresentem características empreendedoras, eles esperam do Curso de Administração de Empresas uma formação que os prepare para o mercado de trabalho, independente do porte da empresa que venham exercer atividade ou mesmo diante da possibilidade de abrir seu próprio negócio. Entretanto, seja qual for o futuro, é certo que inovar, ousar, empreender e integrar são elementos fundamentais na formação dos jovens que vão ocupar o mercado de trabalho.

Em relação ao ambiente universitário, abordado nas questões vinte e um e vinte e dois, é possível detectar que os discentes desejam que o ambiente universitário promova ações que favoreça o ensino do empreendedorismo no curso

de Administração. Pardini e Santos (2008), ressaltam ser de responsabilidade das instituições de ensino preparar os discentes para a prática empreendedora. Segundo Leite (2012), alguns empreendedores possuem habilidades, mas muitos precisam aprender a empreender. Dessa forma, além da formação oferecida pela graduação, a universidade pode incentivar estágios e trabalhos voluntários com parceiros das Instituições de Ensino Superior, a fim de contribuir para a formação empreendedora.

Neste sentido, em relação ao ambiente universitário da instituição pesquisada, acima de 90% responderam positivamente à questão, acreditando que a universidade proporciona um ambiente favorável ao empreendedorismo, sendo que 58,35% concordaram totalmente com a pergunta e 35,18% parcialmente, conforme gráfico 21.

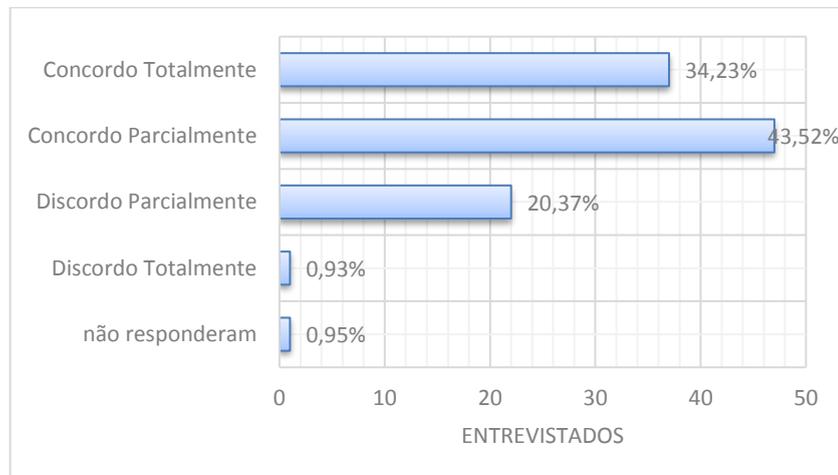
Gráfico 21: Desejo que o ambiente universitário seja favorável ao empreendedorismo ou o ambiente universitário está sendo favorável ao empreendedorismo



Fonte: elaborado pela autora

Segundo a avaliação e análise do grau de contribuição do ensino quanto ao contato e informações com a realidade local e regional preparando o aluno para empreender no mercado local, os estudantes avaliaram positivamente, indicando que há uma satisfação de 34,23% totalmente e 43,52% parcialmente. Diante do resultado, verifica-se a possibilidade de inserir ações, a fim de que, maior número de alunos venha concordar totalmente com a questão proposta. O gráfico 22, demonstra este resultado.

Gráfico 22: Sinto-me preparado para empreender no mercado local e regional por meio das informações do contato disponibilizado pelo curso

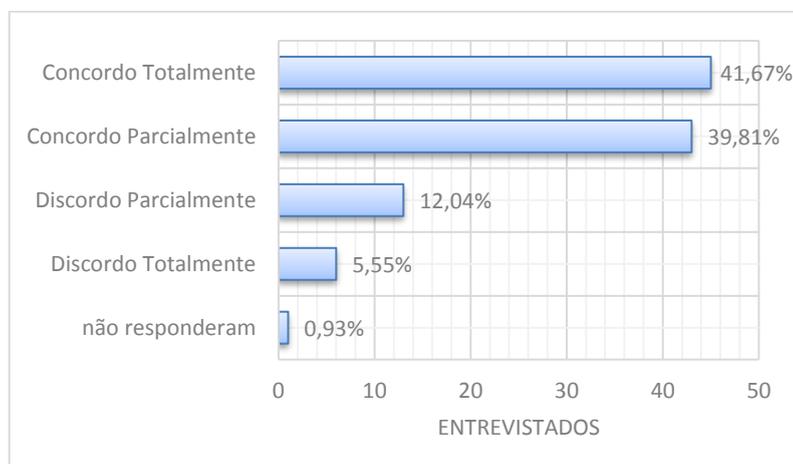


Fonte: elaborado pela autora

A última questão aborda a pretensão e/ou participação dos alunos em atividades extracurriculares oferecidas pela instituição, a fim de desenvolver o espírito empreendedor. Somente com a participação voluntária e ativa dos alunos, estas atividades apresentarão resultados positivos na formação empreendedora.

Segundo as respostas obtidas, percebe-se que os alunos estão dispostos a participar de atividades extracurriculares, sendo que 41,67% responderam concordar com a afirmação totalmente e 39,81% concordaram parcialmente. Resultado apresentado no gráfico 23.

Gráfico 23: Questionamento sobre a pretensão e sobre a participação das atividades extracurriculares oferecidas pela instituição com a intenção de desenvolver o espírito empreendedor



Fonte: elaborado pela autora

Assim, diante das respostas obtidas, percebe-se que os alunos têm por objetivo uma formação ampla que os prepare para o mercado de trabalho, porém, buscam na universidade um ambiente oportuno à educação empreendedora e que possibilite o contato com a sua realidade.

Visto que o ensino do empreendedorismo ultrapassa os limites da sala de aula, a participação dos alunos em projetos e atividades extracurriculares torna-se de extrema importância. Lopes (2010, p.28) salienta que “mais importante do que o conteúdo das disciplinas serão as possibilidades de experiência oferecida ao aluno engajado no próprio desenvolvimento”.

Dessa forma, educar para o empreendedorismo é educar para o novo mercado de trabalho, mais ágil, mais integrado, mais competitivo. É formar profissionais que possam enfrentar desafios, principalmente, no que tange a empregabilidade.

### 3.2 ANÁLISE CURRICULAR

Para consecução do objetivo de formar empreendedores é fundamental que o currículo do curso seja coerente com os resultados pretendidos. Como instrumento de formação, o currículo deve ser encarado como meio para atingir os resultados de forma dinâmica visando a entender mudanças e novos contextos para poder, sempre, contribuir na formação dos profissionais.

O Projeto Pedagógico do curso de Administração de Empresas da URI-SLG desautoriza entender a Universidade como uma instituição pronta e acabada. A Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões, como instituição voltada para o ensino, a pesquisa e a extensão, reafirma seu compromisso de participar do processo de desenvolvimento local, regional e nacional, emprestando, assim, sua parcela para a elevação do padrão de qualidade de vida dos seres humanos, do desenvolvimento e da sustentabilidade regional (Projeto Pedagógico URI, 2013).

Pensando na perspectiva da linha de formação que reforça a Administração propriamente dita, o Projeto Pedagógico preocupa-se em formar um profissional capaz de administrar empresas públicas e privadas destacando-se como um gestor preparado para decisões complexas e um gerenciamento dinâmico, algo muito necessário para os dias atuais.

Porém, regionalmente, há predominância de pequenos e médios negócios, fato que requer profissionais com conhecimentos de gestão, com formação generalista, mas preparados para atuar localmente e empreender.

Neste sentido, a URI, apresenta em sua grade, a disciplina de dois créditos, Empreendedorismo e Formalização do Negócio no primeiro semestre do curso. Nos demais semestres, o curso segue com as disciplinas tradicionais do curso de Administração de Empresas, que orienta para as diversas áreas abordadas na administração (ANEXO C).

As atividades complementares devem possibilitar o reconhecimento por avaliação de habilidades e competências do aluno, inclusive, adquiridas fora do ambiente escolar, hipóteses em que o aluno alargará o seu currículo com experimentos e vivências acadêmicas, internos ou externos ao curso. Assim, estas atividades, orientam-se a estimular a prática de estudos independentes, transversais, opcionais, de interdisciplinaridade, de permanente e contextualizada atualização profissional específica, sobretudo, nas relações com o mundo do trabalho, estabelecidas ao longo do curso, notadamente integrando-as às diversas peculiaridades regionais e culturais (Projeto Pedagógico URI, 2013).

Dessa forma, as atividades complementares podem ser um estímulo para o ensino do empreendedorismo já que, segundo o projeto pedagógico, inclui participações em projetos de pesquisa, monitoria, semanas acadêmicas, cursos, palestras na área, eventos sobre o assunto, iniciação científica, projetos e cursos de extensão, jornadas, mostras científicas e de extensão, módulos temáticos, seminários, trabalhos voluntários, viagens técnicas, simpósios, congressos, conferências, dentre outros, conforme a Resolução nº 847/CUN/2005.

Segundo Lopes (2010, p.48), a educação fundamental para o empreendedorismo deve focar mais no desenvolvimento de qualidades e competências pessoais e também em conscientizar os alunos sobre as opções de carreira de autoemprego e empreendedora. Dolabela (2008, p.143), acrescenta

para o aluno que deseja se tornar empreendedor, o saber mais essencial está na capacidade de sondar o mercado do setor em que pretende atuar e ali enxergar o que nem todos percebem: uma oportunidade. Assim, a conexão do aluno com o mundo exterior à sala de aula precisa ser intensa e direta.

#### **4 PROPOSTA DE UMA METODOLOGIA DE TÉCNICAS DE ENSINO-APRENDIZAGEM DE EMPREENDEDORISMO**

Após a leitura de várias propostas de ensino-aprendizagem do empreendedorismo, percebe-se que a educação empreendedora precisa estar coerente com a cultura local, com o meio social e empresarial e com a instituição de ensino. Não prestar a devida atenção a esses fatores pode comprometer o projeto. Diante disso, optou-se em propor uma Jornada para o Empreendedorismo, cujo objetivo consiste em capacitar potenciais empreendedores através de um programa que vá além do conhecimento técnico desenvolvendo habilidades relacionadas ao perfil do aluno do curso de administração de empresas, buscando elevar os índices das características empreendedoras avaliadas no questionário, tais como: autoconhecimento, visualização de oportunidades, persistência, liderança, planejamento, inovação e tendência a assumir riscos. Esta sugestão advém da afirmativa dos alunos que desejam que o ambiente universitário seja favorável ao empreendedorismo, bem como, pretendem participar de atividades oferecidas pela instituição com a intenção de desenvolver o empreendedorismo, ambas interrogadas no questionário aplicado.

A metodologia ativa e participativa permite aprender fazendo, onde os indivíduos partem de uma análise pessoal e, posteriormente, defrontam-se com eventos críticos que o forçam a pensar de maneira diferente, buscando saídas e alternativas, aprendendo com a experiência de profissionais, em forma de palestras, seminários, filmes, dinâmicas e bibliografias. Busca-se, também, construir significados com base na interação social, nos vínculos com a comunidade, no trabalho em grupos heterogêneos desenvolvendo a comunicação, liderança e a coesão de equipe. Neste sentido, é importante também, estimular os alunos para a participação ativa na empresa júnior bem como em estágios e trabalhos voluntários.

Stevenson (1990, p.2), comenta que para o desenvolvimento de um programa de educação empreendedora, a experiência mostra que se devem balancear os objetivos do currículo entre as disciplinas oferecidas e o desenvolvimento da cultura. Dessa forma, acredita-se que este projeto deve ser iniciado, a partir dos primeiros semestres do curso, garantindo sequência nos demais semestres, através das disciplinas afins.

A jornada para o empreendedorismo está dividida em seis fases, dispostas nos semestres do curso, cada uma com seu objetivo específico e instrumentos metodológicos, sendo:

**1ª Fase - Conhecendo a si e a construção do futuro (foco no indivíduo):**

1 - Promover o autoconhecimento

Meio: dinâmica de autoconhecimento (sugestão: chapéu e espelho e identificar as forças e fraquezas pessoais)

Quadro 2 – Modelo de ensino-aprendizagem do empreendedorismo com o objetivo de promover o autoconhecimento

Nome	Materiais	Descrição	Objetivo
Chapéu e Espelho	Um chapéu e um espelho. O espelho deve estar colado no fundo do chapéu	Procedimento: O professor escolhe um aluno para começar a dinâmica, perguntando se ele tira o chapéu para a pessoa que vê na imagem do chapéu e o porquê (quais as qualidades que ele reconhece nesta pessoa e quais as dificuldades que ele percebe) sem dizer o nome da pessoa. A partir daí os demais alunos fazem o mesmo procedimento sem comentar que é um espelho que está no fundo do chapéu. Pode ser feito em qualquer tamanho de grupo.	Estimular o autoconhecimento e a autoestima.
Forças e Fraquezas	Papel e caneta	Os alunos escrevem em um papel quais os seus pontos fortes e quais os seus pontos fracos.	Desenvolver o conceito de si, forças e fraquezas, competências e habilidades.

Fonte Adaptado de Dolabela (2008)

2- Questionar o perfil do aluno quanto às características empreendedoras buscando o desenvolvimento destas competências e promover o conhecimento do que é ser empreendedor.

Meio: questionário abordando as características empreendedoras e filme sobre empreendedorismo (sugestões: Trucker: Um homem e seu sonho (1998), Piratas da informática (1999), A rede Social (2010).

Quadro 3 - Modelo de ensino-aprendizagem do empreendedorismo com o objetivo de questionar as características empreendedoras

Nome	Materiais	Descrição	Objetivo
Aplicação de Questionário	Questionário e caneta	O professor aplica um questionário abordando o perfil do aluno quanto às habilidades empreendedoras (vários autores possuem questionários elaborados visando o perfil empreendedor. Entre eles Dolabela e Sebrae)	Descobrir as habilidades dos alunos, para que possam ser trabalhadas e estimuladas
Seção de filmes	Sugestão: Trucker: Um homem e seu sonho (1998), Piratas da informática (1999), A rede Social (2010).	Vídeos de filmes que falam de uma trajetória empreendedora.	Identificar e analisar as características empreendedoras dos atores.

Fonte: Adaptado de Dolabela (2008)

## 2ª Fase - Idealizando o futuro profissional e conscientizando sobre o empreendedorismo (foco no indivíduo)

2.1 - Questionar o aluno em relação às suas metas profissionais, ou seja, como ele pretende inserir-se no mercado de trabalho.

Meio: através da interação com o profissional que pode ser um psicólogo ou couche, este profissional pode vir a interceder novamente em outras etapas do processo e vídeos motivacionais que enfoquem a importância da formação como diferencial competitivo.

Quadro 4 - Modelo de ensino-aprendizagem do empreendedorismo com o objetivo de prospectar o futuro profissional

Nome	Materiais	Descrição	Objetivo
Interação	Profissional da área da psicologia ou um <i>coach</i>	Inserção de um profissional habilitado que envolva e desafie os alunos quanto à percepção futura (o que faço aqui, onde pretendo chegar, como farei para alcançar meus objetivos).	Desenvolver a percepção do “foco”, ou seja, onde pretendo chegar e valorizar a importância deste tempo de estudos na universidade como alavancagem para a realização do sonho.
Vídeos	Vídeos motivacionais	Apresentar vídeos que valorizem a realização de sonhos através de conquistas profissionais.	Motivar os alunos quanto à importância da formação educacional.

Fonte: Elaborado pela autora (2016)

2.2 - Conscientizar sobre empreendedorismo e sobre a filosofia empreendedora buscando disseminar a cultura empreendedora.

Meio: visitação em empreendimentos locais ou regionais e estudo de casos sobre empreendedorismo e desenvolvimento econômico e social.

Quadro 5 - Modelo de ensino-aprendizagem do empreendedorismo com o objetivo de disseminar a cultura empreendedora

Nome	Materiais	Descrição	Objetivo
Visitação	Transporte	Realizar a visitação em algum empreendimento local ou regional buscando conhecer a história do empreendedor, bem como, sua importância para a economia local.	Disseminar a cultura empreendedora.
Estudos de casos	Casos publicados	Realizar um estudo de casos que referencie a importância da cultura empreendedora no desenvolvimento social e regional	Desenvolver e valorizar a cultura empreendedora

Fonte: Elaborado pela autora (2016)

### **3ª Fase-Desenvolvendo características empreendedoras (foco no indivíduo)**

#### 3.1 - Desenvolver habilidades empreendedoras

Meio: jogos e dinâmicas, vídeos de empreendedores e análise de bibliografias de grandes líderes.

Quadro 6 - Modelo de ensino-aprendizagem do empreendedorismo com o objetivo de desenvolver características empreendedoras

Nome	Materiais	Descrição	Objetivo
Torre de canudos	Canudos de refrigerante	Em grupos constituídos de até cinco alunos, cada grupo recebe um pacote de canudos, devendo definir um líder, planejar o trabalho, fazer um desenho preliminar de uma “torre de canudos” para ser vendida no mercado, montar a torre, elaborar a estratégia de venda e executar o plano de venda. Após a análise de todas as ofertas, o cliente (professor e o conjunto dos alunos) seleciona a melhor torre. A escolha obedece aos seguintes critérios: fidedignidade ao desenho original; criatividade e beleza; altura; melhor estratégia de venda.	Desenvolver habilidades de organização, liderança, autoconfiança, iniciativa, planejamento e estratégia.
Pipoca do Valdir	Vídeo	Apresentar através de vídeo a realidade de um empreendedor que conseguiu sucesso no seu negócio por meio da criatividade e da inovação.	Desenvolver a criatividade e a inovação.
Grandes líderes	Análise de bibliografias de grandes líderes	Apresentação de biografia de grandes líderes, sem identificação de nome ou nacionalidade. Discussão das principais características desses líderes. Após as discussões, abre-se a oportunidade para a adivinhação sobre a verdadeira identidade dos líderes utilizados na atividade.	Desenvolver habilidades como: persistência, motivação e liderança
Matéria Jornalística	Jornais e revistas atuais	O aluno deve escolher uma notícia, que seja de interesse do grupo, e resumi-la para os colegas e no final expor para o grupo dando sua opinião.	Desenvolver a habilidade de falar em público expor a sua opinião.

Fonte: Adaptado de Lopes (2010)

#### **4ª Fase – Conhecendo os tipos de negócios e as questões legais e tributárias de uma empresa (foco no mercado e no negócio)**

4.1 - Analisar e compreender os vários tipos de negócios (franquias, empresa familiar, redes de empresas, micro e pequenas empresas, cooperativas, indústria).

Meio: seminário com pessoas da comunidade que possuem diferentes tipos de empresas.

Quadro 7 - Modelo de ensino-aprendizagem do empreendedorismo com o objetivo de apresentar os vários tipos de negócios

Nome		Materiais	Descrição	Objetivo
Seminário		Espaço físico	Convidar pessoas da comunidade que possuam diferentes tipos de empresas para um amplo debate visando esclarecer assuntos sobre o funcionamento e aspectos positivos e negativos de seus empreendimentos.	Esclarecer sobre os diferentes tipos de empresas visando oportunidades de negócios.

Fonte: Elaborado pela autora (2016)

#### 4.2 - Conhecer a legislação e a realidade dos empreendedores

Meio: Palestra junto à profissional que explique a parte legal na constituição de uma empresa, bem como, a legislação tributária incidente nos vários tipos de negócios e seminários com empreendedores que criaram uma empresa.

Quadro 8 - Modelo de ensino-aprendizagem do empreendedorismo com o objetivo de apresentar a legislação e a realidade dos empreendedores

Nome	Materiais	Descrição	Objetivo
Palestra	Profissionais da área (sugestão: o SEBRAE pode ser um bom indicador) e profissionais ligados à área tributária.	Buscar informações junto a profissionais da área que expliquem a parte legal da constituição de uma empresa (contrato social, registro e assuntos correlatos), bem como, informar quanto à legislação tributária nos diversos tipos de empreendimentos	Capacitar para a formação de uma empresa.
Seminário	Empreendedores que criaram uma empresa.	Conhecer a realidade dos empreendedores que criaram uma empresa expondo as dificuldades e desafios que encontraram na sua trajetória (neste momento é possível trazer pessoas que obtiveram sucesso e outras que fecharam as empresas, a fim de contrapor as ideias e visualizar os erros)	Desenvolver a capacidade crítica e o conceito empreendedor.

Fonte: Elaborado pela autora (2016)

### **5ª Fase: Promover a análise de cenários, sistema financeiro e projetar um produto (foco no mercado e no negócio)**

#### 5.1 - Promover a análise de cenários e sistema financeiro

Meio: pesquisa de mercado, apresentar um estudo de viabilidade diante da realidade regional, buscar dentro da área financeira um profissional que explique os créditos e juros oferecidos pelos sistemas financeiros, trabalhar em forma de jogo,

juntamente com a área de finanças propondo exercícios entre escolhas financeiras distintas, com maior e menor risco.

Quadro 9 - Modelo de ensino-aprendizagem do empreendedorismo com o objetivo de promover a análise de cenários e sistema financeiro

Nome	Materiais	Descrição	Objetivo
Pesquisa de mercado	-----	Pesquisar o cenário de negócio (porte de empresas, número de empregados, segmentos...)	Promover o conhecimento da realidade local e regional.
Palestra	Profissional da área de finanças	Buscar informações junto a profissionais da área de finanças que expliquem as concessões de crédito e faça análise de juros mediante instituições financeiras.	Desenvolver a disposição para correr riscos moderados; sistematização de informações e autoconfiança.
Jogo risco calculado	Profissional da área de finanças	Escolha individual entre aplicações financeiras distintas, com maior ou menor risco. O que ocorre em termos de escolha, após várias rodadas, à medida que, nas rodadas seguintes, aumentam as informações disponíveis sobre as aplicações disponíveis.	Desenvolver a disposição para correr riscos moderados; sistematização de informações e autoconfiança.

Fonte: Adaptado de Lopes (2010)

## 5.2 - Promover a criação de um produto

Meio: elaborar um produto ou serviço, o mais original possível e dinâmica “a máscara é o produto”

Quadro 10 - Modelo de ensino-aprendizagem do empreendedorismo com o objetivo de promover a criação de um negócio

Nome	Materiais	Descrição	Objetivo
Criando um produto	-----	Em grupos constituídos por até cinco alunos, cada grupo deve elaborar um produto ou serviço, original, possível e revolucionário, de preferência que não exista no mercado. Deve realizar uma apresentação convincente e séria sobre o produto oferecido. No fim, a turma escolhe o produto/serviço mais original e convincente.	Planejamento, organização, criatividade e inovação.
A máscara é o produto	Máscaras de diferentes países	Apresentação da história das "máscaras" e formas de uso pela humanidade. Cada grupo deve desenvolver uma máscara especial para oferecer no mercado. Antes, porém, deve eleger os diretores, definir nome da empresa, slogan, criar um modelo piloto, estimar o custo, definir o preço que deverá ser vendido, a forma de publicidade. Após a apresentação dos grupos faz-se um debate e se escolhe o melhor produto	Divisão de trabalho, liderança, motivação da equipe, criatividade, planejamento e execução.

Fonte: Adaptado de Lopes (2010)

## 6ª Fase: Projetar uma empresa (mercado e negócio)

### 6.1 - Criar um plano de negócios

Meio: realizar um plano de negócio simplificado através de *cases*, realizar um *brainstorming* com a seguinte questão “qual empresa você gostaria de criar”

Quadro 11 - Modelo de ensino-aprendizagem do empreendedorismo com o objetivo da criação de uma empresa

Nome	Materiais	Descrição	Objetivo
Plano de negócio	Cases e vídeos	Apresentação e discussão de <i>cases</i> de empreendedores e empreendimentos brasileiros, na indústria, no comércio, em serviços e no agronegócio. Para cada tópico é utilizado um <i>case</i> diferente, gravado em vídeo, disponível em programas de televisão sobre pequenos negócios (programa “Negócios & Soluções”).	Desenvolver características empreendedoras.
<i>Brainstorming</i> para um plano de negócios	Quadro e giz	Realizar um <i>brainstorming</i> com a seguinte questão: “qual empresa você gostaria de criar” e todos os grupos trabalharão com a mesma ideia.	Trabalho em equipe, comportamento empreendedor, técnicas de planejamento e gestão.

Fonte: adaptado de Lopes (2010)

6.2 - Promover o comprometimento social, a ética e a responsabilidade ambiental

Meio: através de vídeos de empresas que possuem o compromisso ético, social e ambiental.

Quadro 12 - Modelo de ensino-aprendizagem do empreendedorismo com o objetivo da promover o comprometimento social, ético e a responsabilidade ambiental

Nome	Materiais	Descrição	Objetivo
Debate	Vídeos	Apresentação de vídeos de empresas que possuem compromisso ético, social e responsabilidades ambientais.	Desenvolver a importância de atitudes éticas e comprometidas com a sociedade.

Fonte: Elaborado pela autora (2016)

Diante do exposto, o projeto empreendedor, pretende despertar no aluno o interesse para empreender, fortalecendo aptidões e dando-lhe suporte e confiança.

Para otimizar os resultados, as aulas do Projeto devem ser distribuídas em uma noite utilizando-se de quatro créditos, para que as atividades possam ser feitas com mais tranquilidade gerando discussão. É interessante, também, que o projeto seja distribuído no decorrer do curso de acordo com o andamento das demais disciplinas, promovendo um clima de liberdade e respeito. Assim, a primeira fase deverá ser disponibilizada no primeiro semestre, a segunda fase abordada no segundo semestre, em sequência, a terceira fase deve ser trabalhada no terceiro semestre, a quarta parte deve ser apresentada aos alunos no quarto e quinto. Dando continuidade ao projeto, a quinta etapa deve ser desenvolvida quando os alunos já possuem uma bagagem teórica mais específica por áreas, portanto, seria disponibilizado no sexto e sétimo semestres e, por fim, a sexta etapa ficaria para ser abordada quando os alunos estiverem no término do curso, visando uma possibilidade real para a empregabilidade dos alunos através da criação de empresas, assim seria desenvolvida no oitavo e nono semestres.

Como forma de inserir o projeto na grade disciplinar do curso, sugere-se que seja disponibilizado o horário de aulas que apresentam em seu conteúdo programático, assuntos afins com os propostos pelo projeto e, também, como atividade extracurricular.

O esquema estrutural conforme Anexo C, exemplifica o projeto.

Por fim, esta dinâmica pretende, mais do que promover conhecimentos sobre técnicas de gestão, estimular o desenvolvimento do perfil empreendedor, formando profissionais que possam vir a ser empreendedores por oportunidade.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A importância de ações empreendedoras está sendo, cada vez mais, reconhecida e valorizada pela sociedade, como alternativa de desenvolvimento da comunidade através de novos empreendimentos.

Esta nova forma de pensar tem demandado profissionais que possuam, além de capacidades técnicas, habilidades gerenciais e pessoais. Neste sentido, a educação voltada para o empreendedorismo coloca-se como uma alternativa na formação destes profissionais.

Buscou-se neste estudo analisar e compreender a importância do empreendedorismo, a partir de sua conceituação, bem como, identificar as diversas formas de ensino-aprendizagem para a educação empreendedora. Para tal, este trabalho apoiou-se em aspectos teóricos relevantes para entendimento e compreensão do universo pesquisado. Desta forma, realizou-se em primeiro lugar uma revisão da literatura onde foram explanados, principalmente, os conceitos e a evolução do empreendedorismo, bem como, o entendimento das variadas formas de se propor uma educação empreendedora. A seguir, buscou-se definir o perfil do aluno do curso de administração de empresas, para então, propor-se alternativas para o curso com visão voltada para o empreendedorismo.

Percebeu-se que os alunos possuem intenções empreenderas, porém, algumas habilidades como: liderança, tendência a assumir riscos, percepção de oportunidades, persistência, planejamento, inovação e socialização necessitam ser desenvolvidas ou aprimoradas durante o decorrer do curso, possibilitando maior tranquilidade e domínio na execução de atividades comuns ao mundo empreendedor. Verificou-se, também, que os discentes possuem interesse em participar de atividades que desenvolvam a capacidade empreendedora e esperam que o curso forneça este embasamento. Porém, para este fim, as instituições formais de ensino devem ter em mente que as metodologias tradicionais não se apresentam como estratégias ideais para o desenvolvimento destas habilidades.

Assim, a educação empreendedora, voltada para o ambiente, aliando o ensino tradicional à práticas e experiências empreendedoras, coloca-se como uma possível proposta para uma nova forma de formação de administradores. Observou-se, durante a realização deste estudo, o quão importante é o estabelecimento de uma estratégia voltada ao empreendedorismo, a fim de minimizar lacunas

profissionais oriundas da formação fornecida aos estudantes diante da capacidade real de empregabilidade dos discentes, visto a realidade local.

Não resta dúvida que a geração de novas empresas advém de uma formação articulada e abrangente estimulada pela cultura. Esta prática surge como um desafio à universidade como forma de diferenciação no ensino em um mundo globalizado e competitivo.

Os resultados da pesquisa constituíram-se em subsídios para a elaboração de ações adequadas que viabilizem uma nova forma de aprendizagem, com a intenção de incorporar o empreendedorismo no curso de administração de empresas.

Os planos de ação foram constituídos, tendo como base as literaturas apresentadas sobre o tema, buscando aproximar a realidade vigente e as reais necessidades dos alunos. Dessa forma, foram pensadas atividades que deixem o projeto em condições adequadas para execução. Assim, o produto deste trabalho é uma Jornada para o Empreendedorismo, apresentada em seis fases no decorrer do curso de graduação, onde cada fase busca desenvolver algumas habilidades e, por fim, se propõe a geração de uma empresa. É importante, também que os alunos sejam constantemente estimulados a participar de projetos como a empresa júnior, estágios e trabalhos voluntários, a fim de desenvolver as características empreendedoras.

A presente pesquisa contribui para que se alcance o objetivo maior da universidade, que tem em seu perfil “ser uma Universidade pluralista, criadora e elaboradora de conhecimento, com qualidade, competência, voltada para o desenvolvimento regional”.

Diante do exposto, sugere-se que a exposição do tema empreendedorismo na comunidade acadêmica seja ampla e discutida, pois não pode ser vista como uma decisão burocrática, e sim, uma mudança de posicionamento de toda a instituição de ensino, sendo tratado com toda a seriedade e com visão de longo prazo, para que seja consciente e engrandecedora, respeitando as diversas formas de aprender.

No que tange as recomendações de estudos futuros, aconselha-se que seja feita uma avaliação no decorrer do projeto para que se possa perceber, se as intenções do projeto, de fato, alcançaram os objetivos propostos, e assim, possibilite os ajustes necessários, garantindo o sucesso desejado.

Espera-se, por fim, que este trabalho contribua para o aprofundamento do debate a respeito do tema, desenvolvendo uma postura crítica e o aprimoramento de propostas de ensino-aprendizagem.

## REFERÊNCIAS

- ANDRADE, R. O. B de. **O Ensino de Administração Pública: histórico e diagnóstico.** Dissertação (Mestrado) – Escola Brasileira de Administração Pública, Fundação Getúlio Vargas. 1995.
- ARAUJO, Luis César Gonçalves de. **Teoria Geral da administração: aplicação e resultados nas empresas brasileiras.** São Paulo: Atlas, 2004.
- ARAUJO, Luis César Gonçalves de. **Teoria Geral da Administração: orientação para escolha de um caminho profissional.** São Paulo: Atlas, 2010
- AUSUBEL, D. P.; NOVAK, J. D. e HANESIAN, H. **Psicologia educativa.** Un punto de vista cognoscitivo. México. Trillas, 2a. ed. 1982.
- BARBOSA, Livia. **Igualdade e Meritocracia: a ética do desempenho nas atividades modernas.** Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1999.
- BRASIL. MEC. **Parâmetros Curriculares Nacionais: Ensino Médio.** Ministério da Educação/ Brasília, 2000.
- CARVALHO, Antonio Pires de. **Os Empreendedores da Nova Era.** São Paulo: APC Consultores Associados, 1996
- CHANLAT, J. F. **Ciências sociais e management.** São Paulo: Atlas, 2000.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Teoria Geral da Administração.** 5.ed. São Paulo. Makron Books, 1997.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor.** São Paulo: Saraiva, 2008.
- COPE, Jason. **Toward a dynamic learning perspective of entrepreneurship.** Entrepreneurship Theory and Practice, v 29, n. 4 p.373-397,2005.
- CORTELLA, Mario Sergio. **Por que fazemos o que fazemos?: aflições vitais sobre trabalho, carreira e realização.** São Paulo: Planeta, 2016.
- CUNHA, Miriam Vieira da. **O profissional da informação e o sistema das profissões: um olhar sobre competências.** Ponto de Acesso, Salvador, v. 3, n. 2, p.94-108, 2009.
- DISPONÍVEL EM: <http://noticias.serasaexperian.com.br/quantidade-de-novas-empresas-abertas-no-brasil-cresce-88-em-2013-revela-serasa-experian>. Acesso em 20072015.
- DISPONÍVEL EM: [http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos\\_pesquisas/Pesquisa-GEM-2014,detalhe,45](http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos_pesquisas/Pesquisa-GEM-2014,detalhe,45). Acesso em 150815.

DISPONÍVEL EM:

[http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/gem%202014\\_rel%C3%B3rio%20executivo.pdf](http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/gem%202014_rel%C3%B3rio%20executivo.pdf). Acesso em 15/08/15.

DEGEN, Ronald Jean. **Empreendedor**: empreender como opção de carreira. São Paulo. Pearson Prentice Hall, 2009.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do Empreendedor**. São Paulo: Cultura, 1999.

DOLABELA, Fernando. **Empreendedorismo**: uma forma de ser: saiba o que são empreendedores individuais e empreendedores coletivos. Brasília: Aed, 2003.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do Empreendedor**: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo na prática**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 3.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 4º ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012. 2º reimpressão.

DRUCKER. P. F. **Innovations and Entrepreneurship**. London: Heinemann, 1985

DRUCKER, Peter F. **A Profissão de Administrador**. São Paulo: Pioneira, 1998

FAZENDA, Ivani A. **Interdisciplinaridade**: História, teoria e Pesquisa. São Paulo: Papirus, 1994.

\_\_\_\_\_. **O que é interdisciplinaridade?** São Paulo: Cortez, 2008.

FILION, L. J. **Les entrepreneurs parlent**. Montreal: Les Éditions de l'Entrepreneur, 1990.

\_\_\_\_\_. **O planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial**: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações. Revista de Administração de Empresas- Fundação Getúlio Vargas. São Paulo, jul/set. 1991.

\_\_\_\_\_.FILION, L. J. **Empreendedorismo**: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. São Paulo: Revista de Administração de Empresas – RAE v.34, n.2, abril/Junho 1999.

\_\_\_\_\_. FILION, L. J. **Empreendedorismo como tema de estudos superiores**. Conferência feita no evento a Universidade Formando Empreendedores, CNI-IEL Nacional, Brasília, 1999. Disponível em <http://www.iel.org.br/programa/empreend/discurs4.html>.

\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo e gerenciamento:** processos distintos, porém complementares. *Revista de Administração da Universidade de São Paulo*, 2000, 7(3), 2-7.

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

FORTES, Clarissa Corrêa. **Interdisciplinaridade:** origem, conceito e valor. *UFSC*, 17/05/2012 [www.pos.ajes.edu.br/arquivos/referencial\\_20120517101727.pdf](http://www.pos.ajes.edu.br/arquivos/referencial_20120517101727.pdf)

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 5.ed. São Paulo, Atlas, 2010.

GERHARDT, Tatiana E. e SILVEIRA, Denise T. **Métodos de Pesquisa.** Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GREATTI, L; GRALIK, E; VIEIR, F.G.D; SELA, V.M. **Aprendizagem em empreendedorismo dos Acadêmicos do Curso de Administração de uma Universidade Estadual no Sul do Brasil.** In: Em Anpad, XXXIV, 2010. Rio de Janeiro. Anais. Rio de Janeiro: Anpad, 2010.

HASHIMOTO, M. **Espírito empreendedor nas organizações:** Aumentando a competitividade através do intra-empendedorismo. São Paulo: Saraiva, 2006.

HEINONEN, J.e EKOLA, E. **Entlearn Project Team.** Entrepreneurship training and entrepreneurial learning in Europe: results from the Entlearn Project. Finlândia: TSE Entre, Turku School of Economics, 2007.

HISRICH, P. **Entrepreneurship, intrapreneurship, and venture capital:** the foundations os economic renaissance (org.: Robert D. Hisrich). Lexington: Lexington Books, 1986, pp. 18-25.

HISRICH, Robert D. **Empreendedorismo.** 7 ed. Porto Alegre Bookman, 2009.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **IBGE ESTATÍSTICA DE EMPREENDEDORISMO,** 2011  
[ftp://ftp.ibge.gov.br/Estatisticas\\_de\\_Empreendedorismo/2011/empreendedorismo2011.pdf](ftp://ftp.ibge.gov.br/Estatisticas_de_Empreendedorismo/2011/empreendedorismo2011.pdf) acesso 2206016

IIZUKA, Edson Sadao; MORAES Gustavo Hermínio Salati Marcondes. **Análise do Potencial e Perfil Empreendedor do Estudante de Administração e o Ambiente Universitário:** Reflexões para Instituições de Ensino, 2014.

JAPIASSÚ, H. **Interdisciplinaridade e patologia do saber.** RJ: Imago, 1976.

JULIEN, Pierre André. **Empreendedorismo regional e a economia do conhecimento.** São Paulo; Saraiva, 2010.

KATZ, J.A. **The chronology and intelectual trajectory of American entrepreuship education 1876-1999.** Journal of Business Venturing. St. Louis, v.18, p. 283-300,2003.

KAUFMAN, L. **Passaporte para o ano 2000.** São Paulo: Makron Books.1991.

KIRCHHOFF, B. A. **Entrepreneurship Economics.** In: BYGRAVE, W. (ed) The Portable MBA in entrepreneurship. 2. Ed. Nova York: John Wiley, 1997, pp. 444-74.

LAUTENSCHÄGER, A., & Hasse, H (2011). **The myth of entrepreneurship education: development, treads, and challenges.** *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5),577-598. Dói:10.1111/j.1540-147-161.

LEITE, Emanuel. **O fenômeno do empreendedorismo: criando riquezas.** São Paulo: Saraiva, 2012.

LIMA, E., Lopes, R. M., Nassif, V., & Silva, D. da (no prelo). **Opportunities to improve entrepreneurship education: contributions considering Brazilian challenges.** *Journal of Small Business Management*. doi: 10.1111/jsbm.12110. Retrieved from <http://onlinelibrary-wiley-com.ez219.periodicos.capes.gov.br/doi/10.1111/jsbm.12112011/abstr>

LOPES, Rose (org.). **Educação Empreendedora: conceitos, modelos e práticas.** Rio de Janeiro: Elsevier; São Paulo: Sebrae, 2010.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada.** 4ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

MITZBERG, H. **MBA, não obrigado!** Porto Alegre: Bookman, 2006.

MINAYO, Maria. C. S. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

MORIN. **A cabeça bem feita.** Repensar a reforma repensar o pensamento. 6 ed., Rio de janeiro: Bertrand Brasil Ltda, 2002.

NICOLESCU, B. **Projeto Ciret-Unesco: evolução transdisciplinar da universidade,** 1997, informações coletadas no site <http://www.cetrans.futuro.usp.br>. Acesso em 10/04/2015

OLIVEIRA, Marcia Aparecida de. **O ensino de empreendedorismo na formação do discente do curso de administração: um estudo em instituições privadas de ensino superior do estado de São Paulo,** 2014.

PANTZIER, R. D. **Formação Empreendedora no Ensino de Graduação em Administração – Um Estudo de Caso.** Brusque SC: Fundação Educacional de Brusque – FEBE. 2000.

PARDINI, D. J.; SANTOS, R. V. **Empreendedorismo e Interdisciplinaridade: uma Proposta Metodológica no Ensino de Graduação.** In: Revista de Administração da

FEAD Minas. v.5, p. 157-172, 2008. Disponível em: <http://www.escavador.com/pessoas/449341>>.

PETRAGLIA, I. C. **Interdisciplinaridade o cultivo do professor**. São Paulo: Pioneira, 1993

ROCHA, Estevão L. de C.; FREITAS Ana 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.

SANTOMÉ, Jurjo T. **Globalização e interdisciplinaridade: o currículo integrado**. Porto Alegre: Editora Artes Médicas Sul LTDA, 1998.

SHAPIRO, Albert. Some social dimensions of entrepreneurship. Small Business Administration: Waco (TX), 28 p., 1980.

SOUZA, E. C. L., Souza, C. C. L., Assis, S. A. G., & Zerbini, T. (2004, setembro). **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.

STEVENSON, H. H. and J. C. Jarillo. 'A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial management', Strategic Management Journal, 1990.

VERGARA, Sylvia C. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 15 ed. São Paulo: Atlas, 2014.

**ANEXOS**

## ANEXO A - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIMENTO



Esta pesquisa denomina-se “Perfil do aluno do curso de Administração de Empresas em relação ao Empreendedorismo” e está vinculada ao curso de Mestrado em Gestão Estratégica de Organizações na área de concentração: Desenvolvimento, Gestão e Organização da Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e Missões – Campus Santo Ângelo. A pesquisadora responsável por esta pesquisa é: aluna do Curso de Mestrado, desta Instituição.

Os objetivos desta pesquisa são: analisar as estratégias de ensino aprendizagem que desenvolvem as técnicas e habilidades empreendedoras para os cursos de graduação em administração, para isto busca-se identificar o perfil do aluno do curso de administração da URI- extensão São Luiz Gonzaga em relação ao empreendedorismo, bem como analisar se as estratégias de ensino aprendizagem possibilitam uma formação empreendedora. Por fim, de posse destes dados, propor procedimentos metodológicos que estimule o ensino de empreendedorismo para o curso de administração de empresas.

A sua colaboração consistirá em fazer parte de pesquisa através do preenchimento de um questionário, que será aplicado em sala de aula pela própria pesquisadora. O conteúdo deste questionário visa buscar informações quanto ao perfil do aluno do curso de administração em relação ao empreendedorismo, bem como, avaliar os métodos e as disciplinas utilizadas pelo curso para o ensino do empreendedorismo. Os dados coletados serão utilizados na produção da pesquisa e também na produção de artigos. Os nomes reais dos participantes da pesquisa serão preservados, assim como informações que possam revelar a identificação da/o participante. A participação nesse estudo é voluntária, portanto não envolve custos aos participantes. Se houver qualquer despesa decorrente de sua participação na pesquisa você será ressarcido integralmente quanto a estes custos.

Ao participar desta pesquisa, você não terá nenhum benefício direto. Mesmo assim, se você desejar, comprometo-me a fornecer todas as informações e explicações referentes aos resultados da pesquisa logo após ela ser finalizada.

Esperamos que o estudo proporcione benefícios aos discentes por meio de uma nova metodologia de ensino aprendizagem no tocante ao empreendedorismo, que possibilite um exercício dinâmico aproximando o aluno da sua realidade e expectativas. Caso você decidir não participar ou quiser desistir de continuar em qualquer momento, tem absoluta liberdade de fazê-lo. A sua participação não traz complicações legais. Você não será penalizado de nenhuma maneira caso decida não consentir sua participação, ou desistir da mesma. Contudo, ela é muito importante para a execução da pesquisa.

Os procedimentos obedecem aos Critérios da Ética em Pesquisa com Seres Humanos conforme a Resolução no 466/12 do Conselho Nacional de Saúde. Os procedimentos usados oferecem um risco mínimo a você.

No que tange a riscos para a saúde física e mental dos participantes da pesquisa entende-se que existe uma mínima probabilidade dos participantes virem a sofrer danos psíquicos, morais, intelectuais, sociais, culturais ou espirituais, já que o presente estudo não emprega técnicas e métodos que modifiquem as características fisiológica, psicológicas e sociais dos sujeitos da pesquisa. Caso isso ocorra estou habilitado(a) a ajudá-lo(a) a amenizar/acabar com qualquer problema gerado pela participação na pesquisa, sem maiores prejuízos a você. Caso você sofra qualquer tipo de dano maior previsto ou não resultante de sua participação no estudo, além do direito à assistência integral, você tem direito à indenização, conforme itens III. 2.0, IV.4.c, V.3, V.5 e V.6 da Resolução CNS 466/12.

Os dados confidenciais da pesquisa serão guardados em local seguro, na Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e Missões – Campus Santo Ângelo a qual a pesquisadora faz parte, por um prazo de 5 anos. Após esse prazo, tais documentos passarão por um processo de reciclagem. Caso houver dúvidas em relação a esta pesquisa, entre em contato com o pesquisador responsável, através dos telefones 55-3352-2155, ainda pelo email: [luciane@viacom.com.br](mailto:luciane@viacom.com.br).

### DECLARAÇÃO DO PARTICIPANTE:

Eu, \_\_\_\_\_ fui informado dos objetivos da pesquisa acima de maneira clara e detalhada e esclareci minhas dúvidas.

Sei que em qualquer momento poderei solicitar novas informações e motivar minha decisão se assim o desejar. A professora orientadora Dr<sup>a</sup> Lucélia Ivonete Juliani, certifica-se de que todos os dados pessoais são confidenciais. Também sei que caso existam gastos adicionais, estes serão absorvidos pelo orçamento da pesquisa. Em caso de dúvidas chamar a professora orientadora Lucélia Ivonete Juliani no telefone (55) 9720-8375 ou a aluna Luciane de Oliveira no telefone (55) 3352-2155, podendo também contatar o Comitê de Ética e Pesquisa da própria Universidade no endereço Av. Universidade, 464 ou pelo telefone (55) 3313-7917.

Declaro que concordo em participar desse estudo. Recebi uma via deste termo de consentimento livre e esclarecido e me foi dada a oportunidade de ler e esclarecer as minhas dúvidas. O acadêmico Anderson Fantoni será o responsável pela guarda de todos os materiais, por um período de 05 (cinco) anos, conforme resolução 466/12.

--	--	--

Nome

Assinatura do Participante

Data

Anderson Fantoni		
------------------	--	--

Anderson Fantoni

Assinatura do Pesquisador

Data

Lucélia Ivonete Juliani		
-------------------------	--	--

Lucélia Ivonete Juliani

Assinatura da Testemunha

Data

## ANEXO B - QUESTIONÁRIO PARA O PERFIL EMPREENDEDOR

Esta pesquisa tem como objetivo investigar o perfil empreendedor dos alunos do curso de Administração de Empresas da URI- São Luiz Gonzaga. As informações obtidas por intermédio desta pesquisa são confidenciais.

Responda as perguntas de acordo com a tabela:

1= discordo totalmente  
 2= discordo parcialmente  
 3= concordo parcialmente  
 4= concordo totalmente

Semestre: ( ) 1º sem. ( ) 3º sem. ( ) 5º sem ( ) 7º sem. ( ) 9º sem.

ITENS	VALOR
1-Tenho vontade de abrir meu próprio negócio.	
2- Pretendo procurar emprego em grande empresa.	
3- Pretendo procurar emprego em pequena e média empresa.	
4- Creio que tenho uma boa habilidade em detectar oportunidades de negócios no mercado.	
5- Profissionalmente, considero-me uma pessoa muito mais persistente que as demais.	
6- Entendo que só conseguirei me aprimorar pessoal e profissionalmente se me propuser metas cada vez mais ousadas.	
7- Frequentemente sou escolhido como líder em projetos profissionais ou atividades escolares.	
8- As pessoas pedem minha opinião sobre assunto de trabalho ou escola.	
9- Nas atividades que executo, normalmente influencio a opinião de outras pessoas a respeito de um assunto.	
10- No meu trabalho e /ou escola sempre planejo muito bem tudo o que faço.	
11- Sempre procuro estudar muito a respeito de cada situação que envolva qualquer tipo de risco.	
12- Incomoda-me muito ser pego de surpresa por fatos que eu poderia ter previsto.	
13- Prefiro um trabalho repleto de novidades a uma atividade rotineira.	

14 - Gosto de mudar minha forma de trabalho sempre que possível.	
15- Eu assumiria uma dívida de longo prazo, acreditando nas vantagens que uma oportunidade de negócio me traria.	
16- Admito correr riscos em troca de possíveis benefícios.	
17- Relaciono-me muito facilmente com outras pessoas.	
18- Espero que o currículo do curso forneça disciplinas que me auxiliem a atuar em meu próprio negócio e/o curso me fornece suporte para atuar em meu próprio negócio, através das disciplinas ministradas.	
19- Espero que o currículo do curso forneça disciplinas que me prepare para atuar em grandes empresas e/o curso me fornece suporte para trabalhar em grandes empresas.	
20- Espero que o currículo do curso forneça disciplinas que me prepare para atuar em pequenas e médias empresas e/o curso me fornece suporte para trabalhar em pequenas e médias empresas.	
21- Espero que o ambiente da universidade (eventos, contatos, palestras, atividades extracurriculares) sejam favoráveis ao empreendedorismo e/ou estão sendo favoráveis ao empreendedorismo.	
22- O curso possibilita contato e informações com a realidade local e regional, de forma que me sinto preparado para empreender neste mercado.	
23- Pretendo e/ou participo das atividades extracurriculares oferecidas pela instituição com a intenção de desenvolver o espírito empreendedor (palestras, debates, visitas, etc.).	

## ANEXO C- CURRÍCULO DISCIPLINAR DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

Situação Legal: Reconhecido

Currículo Pleno: Turmas 2013 a 2016-06-08

Integralização: Mínimo – 4,5 anos / Máximo – 9 anos

Carga Horária: 2.430h (162 créditos) + 300h (Estágios) + 90h (Disciplinas Eletivas) + 180h (Atividades Complementares)

Carga Horária Total: 3.000h Turno: Noturno

Semestre	Código	Disciplina	C/H		Créd	Pré-Req
			T	P		
1º semestre	67-102	Teoria Geral da Administração I	60		04	
	80-268	Língua Portuguesa I – A	60		04	
	10-105	Matemática Básica	60		04	
	73-227	Sociologia	30		02	
	60-582	Empreendedorismo e Formalização de Negócios	30		02	
	60-257	Economia I	60		04	
2º semestre	67-103	Teoria Geral da Administração II	60		04	
	60-417	Fundamentos do Comércio Exterior	30		02	
	60-418	Fundamentos do Agronegócio	30		02	
	10-103	Estatística	60		04	
	60-258	Economia II	60		04	
	72-271	Metodologia Científica e da Pesquisa	60		04	
3º semestre	60-457	Contabilidade Aplicada	60		04	
	60-276	Fundamentos do Marketing	60		04	
	60-599	Engenharia Econômica e Financeira I	60		04	
	60-413	Direito de Empresa	60		04	
	60-592	Administração de Serviços	60		04	
4º semestre	60-268	Administração de Recursos Materiais	60		04	
	60-144	Análise das Demonstrações Contábeis	60		04	
	60-255	Direito Trabalhista Previdenciário	30		02	
	60-600	Engenharia Econômica e Financeira II	60		04	
	60-254	Legislação Tributária	30		02	
	67-110	Administração de Recursos Humanos	60		04	
5º semestre	60-261	Organização, Sistemas e Métodos	60		04	
	67-111	Administração de Recursos Humanos II	60		04	
	60-412	Custos Empresariais	60		04	
		Disciplina Específica I	60		04	
		Disciplina Específica II	60		04	
6º semestre	67-112	Administração Financeira	60		04	
	60-272	Administração da Produção e Operações I	60		04	
		Disciplina Eletiva I	30		02	
	60-455	Gestão de Vendas	30		02	
		Disciplina Específica III	30		02	
		Disciplina Específica IV	30		02	
		Disciplina Específica V	60		04	
7º semestre	60-264	Logística Empresarial	60		04	
	60-454	Sistema de Informações	30		02	

		Gerencial				
	60-263	Orçamentos e Análise de Investimentos	60		04	
		Disciplina Específica VI	30		02	
	60-273	Administração da Produção e Operações II				
	60-585	Estágio de Conclusão de Curso I		120	08	
8º semestre	67-133	Elaboração e Análise de Projetos I	60		04	
	60-414	Economia Brasileira e Regional	30		02	
	60-420	Planejamento e Estratégias Empresariais	60		04	
		Disciplina Específica VII	60		04	
		Disciplina Específica VIII	60		04	
		Disciplina Eletiva II	30		02	
	60-586	Estágio de Conclusão de Curso II		60	04	60-585
	67-145	Noções de Ética empresarial	30		02	
9º semestre	67-209	Mercado de Capitais	30		02	
	60-265	Jogos Empresariais	30		02	
	70-439	Filosofia A	30		02	
		Disciplina Específica IX	30		02	
		Disciplina Eletiva III	30		02	
	60-594	Estágio de Conclusão de Curso III		120	08	60-586

## **ANEXO D – ESQUEMA ESTRUTURAL DO PROJETO**

