

MIRIZETE DE JESUS DOS SANTOS

**ANÁLISE DA EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA NO
PROCESSO DE FORMAÇÃO DE NOVOS
EMPREENDEDORES EM UMA INSTITUIÇÃO DE
ENSINO SUPERIOR DE BRASÍLIA, BRASIL**

Orientador: Prof. Doutor António Augusto Teixeira da Costa

Orientador: Prof. Doutor Jones Madruga de Souza

**Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias Escola e
Ciências Económicas e das Organizações**

**Lisboa
2020**

MIRIZETE DE JESUS DOS SANTOS

**ANÁLISE DA EDUCAÇÃO
EMPREENDEDORA NO PROCESSO DE
FORMAÇÃO DE NOVOS EMPREENDEDORES EM
UMA INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR DE
BRASÍLIA, BRASIL**

Dissertação defendida em provas públicas na Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias para a obtenção do Grau de Mestre no Curso de Mestrado em Gestão de Empresas conferido pela Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, em 27/11/2020, perante o júri, constituído pelo Despacho Reitoral nº 201/2020, de 16 de março de 2020, com a seguinte composição:

Presidente: Professora Doutora Ana Cristina Brasão.

Arguente: Professora Doutora Felipa Reis.

Orientador: Professor Doutor António Augusto Teixeira da Costa.

Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias

Escola de Ciências Económicas e Organizações

Lisboa

2020

RESUMO

A educação empreendedora é um tema abordado de forma recorrente, em que se destacam a importância socioeconômica, financeira, a geração de oportunidades e riqueza e sua conexão ao comportamento pessoal. Essa pesquisa teve como objetivo identificar se as ferramentas utilizadas por Instituições de Ensino Superior – IES no processo de formação dos alunos de Administração e Gestão de Recursos Humanos estimulam seus egressos a se tornarem empreendedores. O referencial teórico baseia-se em conceitos sobre temas: empreendedorismo, empreendedor e educação empreendedora. A metodologia da pesquisa ocorreu por meio de dados descritivos obtidos em levantamento de campo e por uma abordagem qualitativa na análise dos resultados. Aplicou-se questionário em uma amostra total de 116 alunos dos cursos de Administração e Gestão de Recursos Humanos de uma Instituições de Ensino Superior na cidade de Taguatinga, Distrito Federal. Na análise dos dados, identificou-se a forma de entendimento dos participantes sobre o conceito de empreendedorismo e a percepção dos acadêmicos sobre o seu desenvolvimento empreendedor com o auxílio da Instituições de Ensino Superior; a forma com que eles percebem as atitudes empreendedoras da Instituições de Ensino Superior e a forma com que a Instituições de Ensino Superior apresenta suas ações pertinentes ao tema. Concluiu-se que a educação empreendedora é uma importante estratégia para o desenvolvimento social e econômico. Identificou-se que, na Instituições de Ensino Superior estudada, a promoção da cultura empreendedora é percebida pela maioria dos participantes, o que leva a um forte estímulo ao empreendedorismo após a conclusão dos cursos. Verificou-se que o tema da pesquisa é compreendido e potencializa o conhecimento de si mesmo como uma forma de comportamento empreendedor.

Palavras chaves: Empreender; Empreendedorismo; Educação Empreendedora, Instituições de Ensino Superior – IES.

ABSTRACT

This dissertation aims to identify whether the tools used by colleges, in the process of graduation of students from Business Administration and Human Resources, encourage students to become entrepreneurs after graduating. The theoretical framework was based on concepts about themes: entrepreneurship, entrepreneur and entrepreneurial education. The entrepreneurial education is a theme that has been dealt on a recurring basis and stands out the importance of socioeconomic and financial issues as well as the creation of opportunities and wealth and its connection to personal behaviour. The research methodology took place by using descriptive data and the qualitative method to address the problem. A survey was carried out to a sample of 116 students of Business Administration and Human Resources from a college from Taguatinga. After the data analyses, were identified: the way of understanding of the participants about the concept of entrepreneurship and the perception of academicians about their entrepreneurial development with the college's support; the way in which they notice the entrepreneurial attitudes of the college and the way that the college presents its actions regarded to the theme. It is concluded that the entrepreneurial education is an important strategy to the social economic development. It is identified that, at the college, the promotion of the entrepreneurial culture is noticed by most of the participants. It was found that the theme of the research is understood and that it boosts the knowledge of itself as one form of entrepreneurial behaviour.

Keywords: Undertake, Entrepreneurship, Entrepreneurial Education, College.

LISTA DE ABREVIATURAS E SÍMBOLOS

APA	Associação Americana de Psicologia – <i>American Psychological Association</i> .
APS	Pesquisas com a População Adulta.
BCB	Banco Central do Brasil.
EMPRETEC	Programa desenvolvido pela Organização das Nações Unidas.
ENDEAVOR	Organização no Apoio a Empreendedores de Alto Impacto ao Redor do Mundo.
GEM	Global Entrepreneurship Monitor.
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.
IES	Instituições de Ensino Superior.
LBD	Lei de Diretrizes e Bases da Educação Brasileira.
PIB	Produto Interno Bruto.
PNEE	Programa Nacional de Educação Empreendedora.
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.
TTE –	Taxa de Empreendedorismo Total.

ÍNDICE

ÍNDICE.....	6
INTRODUÇÃO.....	9
Problematização.....	9
Objetivos.....	10
Hipóteses	11
CAPÍTULO I: REVISÃO DA LITERATURA.....	12
1.1 Conceito de empreendedorismo	12
1.2 A importância do empreendedorismo	14
1.3 Empreendedorismo No Brasil	14
1.3.1 O dinâmico ambiente dos negócios	17
1.3.2 Como escolher o negócio adequado.....	18
1.4 Empreendedorismo e o empreendedor.....	20
CAPÍTULO II: EDUCAÇÃO DO ENSINO SUPERIOR E O EMPREENDEDORISMO	26
2.1 Educação Empreendedora	27
2.2 Empreendedorismo nas universidades brasileiras	31
2.3.1 – Um Breve Histórico	34
2.3.2 – Surgimento e Finalidade do Programa Nacional de Educação Empreendedora	36
2.3.3–Considerações sobre o Programa Nacional Educação Empreendedora e o SEBRAE37	
CAPÍTULO III: PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	42
3.1 Descrição do Método de Pesquisa	42
3.2 Descrição das Técnicas de Coleta de Dados	42
3.3 Descrição e Caracterização da Amostra	43
CAPÍTULO IV: APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	45
4.1 – Análises dos resultados.....	45
4.1.1– Perfil dos alunos.....	45
4.1.2 – Percepção que os Alunos têm sobre o Empreendedorismo	49
4.2 – Sínteses das análises dos dados	63
CONCLUSÃO.....	66
BIBLIOGRAFIA	69
APÊNDICE ÚNICO: QUESTIONÁRIO DA PESQUISA	i

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Taxas e estimativas de empreendedorismo	16
Tabela 2 - Faixa Etária.....	33
Tabela 3 - Segmentação por Estado	38
Tabela 4 - Alunos dos cursos do PNEE que desejam ser empreendedores, por estados da federação.....	39
Tabela 5 - Confiança para Empreender e Geral acima de 60 pontos por perfis	40

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Sexo dos respondentes	45
Gráfico 2 - O que levou a procurar fazer esse curso.....	46
Gráfico 3 - Como chegou à faculdade?	47
Gráfico 4 – Sente-se que será mais competitivo após graduado?.....	48
Gráfico 5 – Como você se vê no futuro?	49
Gráfico 6 - Abordagem utilização de ferramentas que promovem ao empreendedorismo .	50
Gráfico 7 – Lugares onde ouviu falar de empreendedorismo.....	51
Gráfico 8 - Nível de motivação em relação ao empreendedorismo.....	52
Gráfico 9 - Fatores de motivação no desenvolvimento do empreendedorismo.....	53
Gráfico 10 - Entendimento de empreendedorismo.	54
Gráfico 11 - Reconhece que a IES promove a cultura empreendedora.	55
Gráfico 12 – A IES contribui para o desenvolvimento empreendedor dos alunos.....	56
Gráfico 13 – A IES estimula a criação, inovação e o aluno a ser empreendedor.	57
Gráfico 14 - Competências empreendedoras desenvolvidas na IES.....	58
Gráfico 15 - Estilos de aprendizagem na IES.	59
Gráfico 16 - Atividades que a IES oferece.	60
Gráfico 17 - As ferramentas utilizadas pela IES na formação de empreendedores.....	61
Gráfico 18 - A faculdade favorece ao estudante oportunidade para realizar o que aprendeu na área profissional.....	62
Gráfico 19: A faculdade favorece ao estudante oportunidade para se tornar um futuro empreendedor capacitado.	63

INTRODUÇÃO

O Empreendedorismo no Brasil tem sido muito difundido, principalmente a partir da década de 1990 e, sobretudo, atualmente, já que está em plena sintonia com a nova ordem econômica. A opção de ser um empreendedor sempre foi um tema bastante estudado e debatido, inclusive no meio acadêmico, o que suscita um conjunto de reflexões a respeito dessa temática.

No cenário econômico atual, o estímulo à educação empreendedora pode ser considerado uma experiência bem-sucedida, na qual os acadêmicos podem realizar experiências entre o conhecimento e a ação. Drucker (2008) enfatiza que o empreendedorismo não é ciência nem arte, mas sim uma prática, que segue um sistema deliberado.

Nesse sentido, a pesquisa desenvolvida tem natureza exploratória e abordagem qualitativa e utilizou a estratégia de investigação a partir do estudo de caso, vislumbrando-se analisar a percepção dos acadêmicos sobre a inserção ao empreendedorismo.

Assim, percebe-se que o ensino sobre o empreendedorismo pode contribuir no processo de formação para que estudantes de nível superior possam trabalhar suas capacidades pessoais, por meio de programas e capacitações voltadas para o desenvolvimento de novos negócios como forma de contribuir e transformar o Brasil em um país melhor.

A aprendizagem empreendedora, conforme cita Politis (2005, p. 401) é “um processo contínuo que facilita o desenvolvimento do conhecimento necessário para ter eficácia na criação e gestão de novos negócios”.

A inserção de técnicas de ensino sobre o empreender nas escolas pode ser parte integrante da formação do futuro empreendedor, fomentando a atividade empreendedora e contribuindo para impactos positivos tanto na educação, como para a economia e a sociedade como um todo.

Problematização

O problema a ser investigado nesta dissertação consiste em identificar as formas utilizadas por uma instituição de ensino superior para a capacitação dos acadêmicos ao empreendedorismo. E, identificar as causas que motivam os estudantes a empreender.

Desse modo, a questão a ser investigada será a análise do estudo das ferramentas utilizadas por uma instituição de ensino superior para o desenvolvimento e a promoção ao empreendedorismo relativa aos estudantes concluintes dos cursos de Administração e Gestão

de Recursos Humanos. Ademais, a intenção foi identificar quais são as causas que levam aos acadêmicos a se tornarem empreendedores.

Objetivos

O Brasil é um país de contrastes onde convive-se com vários problemas sociais. Atualmente, pode-se destacar o desemprego latente. Fato esse que fortalece e abre mais espaço para o desenvolvimento do empreendedorismo.

Desta forma, as ações da educação empreendedora no Brasil podem ser percebidas como um mecanismo de fomento ao empreendedorismo, pois é uma ferramenta de ensino que proporciona o desenvolvimento acadêmico, profissional e pessoal.

Além disso, verifica-se que o conhecimento e o aprendizado teórico são aplicados na prática em empresas de pequeno e médio porte orientadas por docentes *in loco* nas diversas áreas de especialização.

O objetivo geral desta dissertação visa entender os métodos de ensino e aprendizagem de empreendedorismo adotado por uma Instituição de Ensino Superior, como também, verificar o nível de motivação dos alunos concluintes em se tornarem empreendedores após finalizarem suas respectivas graduações.

Os objetivos específicos consistem em definir o conhecimento dos métodos de ensino e aprendizagem adotados na educação empreendedora; a relevância do papel da educação por parte dos acadêmicos, observar e analisar como os estudantes estão sendo capacitados para empreender, como também descrever e avaliar a visão dos estudantes em relação ao papel da educação empreendedora como forma de inclusão no mercado de trabalho para exercer o empreendedorismo.

De maneira mais direcionada, o trabalho pretende definir os seguintes objetivos específicos:

1. Analisar as ferramentas de qualificação profissional utilizada pelos participantes da educação empreendedora;
2. Avaliar a relevância do papel da educação empreendedora por parte dos alunos participantes como fator motivacional ao empreendedorismo;
3. Analisar como os alunos estão sendo capacitados para formação de futuros empreendedores;
4. Avaliar a visão dos alunos do papel da educação empreendedora como facilitador à inserção no mercado de trabalho como empreendedores.

Hipóteses

O propósito desta pesquisa será analisar o interesse do aluno inserido na educação empreendedora, como futuro empreendedor, a partir das hipóteses sobre os condicionantes dos interesses empreendedores a seguir:

- Hipótese 1 – O aprendizado sobre empreendedorismo atua como incentivo para o estudante para abertura de seu próprio negócio.
- Hipótese 2 – O interesse empreendedor é influenciado pela percepção de domínio de habilidades da educação empreendedora.
- Hipótese 3 – As instituições de ensino superior ainda estão aquém na oferta de ferramentas para a formação de empreendedores.

Caso as hipóteses levantadas venham a ser confirmadas poderá indicar que os métodos de educação empreendedora favorecem ao estudante que o aprendizado sobre empreendedorismo é um incentivo para empreender.

O presente trabalho procura analisar a contribuição da educação empreendedora no processo de formação do acadêmico ao empreendedorismo e ao incentivo à abertura de novos negócios.

A dissertação foi estruturada com as seções de introdução, revisão da literatura, procedimentos metodológicos, análises de dados, resultados e considerações finais. Onde nos capítulos I e II foram feitas as pesquisas bibliográficas. No capítulo III definiu a delimitação do estudo. Já no capítulo IV apresentou e analisou os resultados da pesquisa.

Para as citações e referências bibliográficas, foi utilizada a norma APA.

CAPÍTULO I: REVISÃO DA LITERATURA

1.1 Conceito de empreendedorismo

Empreendedorismo é o estudo voltado para vontade e aptidão do desenvolvimento de competências e habilidades relacionadas à criação de um projeto. Pode ser compreendido pelo despertar do indivíduo para arte de fazer acontecer com criatividade e motivação. Consiste na busca do autoconhecimento no processo de aprendizado permanente para novas experiências e paradigmas.

O termo empreendedor tem origem da expressão francesa *Entreprendre* (Dolabela, 2006, p.20) que significa começar um negócio próprio. Este termo é empregado no cenário econômico para designar o fundador, o qual construiu através de seus esforços uma empresa, ou entidade, que ainda não existia. Ou ainda empregado para designar o profissional inovador que transforma, com sua maneira de agir, qualquer área do conhecimento humano.

Um dos conceitos que surgiram ao longo dos anos e que define bem o empreendedorismo é o de Robert D. Hirsch e Michael P. Peters¹ que afirmam que: “empreendedorismo é o processo de criar algo diferente e com valor, dedicando tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação econômica e pessoal”. (Carloni e Michel (2006, p. 5)).

Barbosa e Otte (2019 p.37) destacam que o “empreendedorismo é algo que acompanha a humanidade desde seus primórdios, uma das razões de hoje termos todo o nosso desenvolvimento humano, tecnologias para nos garantir saúde, segurança, mobilidade, eficiência e eficácia, ou seja, todas as conquistas da humanidade aconteceram, unicamente, por causa do empreendedorismo, mesmo que no passado não se identificasse ou rotulasse de forma tão clara como hoje”.

Outro conceito é o de Simon Rodrigues e Chiacchio Menezes², que afirmam que “Empreendedorismo é aprendizado pessoal, que impulsionado pela motivação, criatividade e iniciativa, busca a descoberta vocacional, a percepção de oportunidades e a construção de um

¹ Hirsch, R.D. & Peters, M.P. (1992). Empreendedorismo. Porto Alegre: Bookman.

² Rodrigues, S.S., & Menezes, C.J.A.S. (2017). Gestão Empreendedora no Setor Público. 1ª edição SESES. Rio de Janeiro.

projeto de vida ideal”. Ainda existem outras definições, realizadas por diversos autores não citadas neste trabalho, mais de grande importância para os estudos do empreendedorismo. Pasquini *et al* (2009, p. 5).

O termo empreendedorismo ainda é empregado para mencionar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação. Apesar de serem várias definições sobre empreendedorismo, é possível notar que vários aspectos relativos a quem segue esse caminho estão sempre presentes como: iniciativa e paixão pelo negócio, utilização criativa dos recursos disponíveis, aceitação de riscos e possibilidade de fracassar. Empreender é identificar oportunidades e desenvolver meios de aproveitá-las, assumindo riscos e desafios.

Para Dolabela:

“O Empreendedor é um insatisfeito que transforma seu inconformismo em descoberta e propostas positivas para si mesmo e para os outros. É alguém que prefere seguir caminhos não percorridos, que define a partir do indefinido, acredita que seus atos podem gerar consequências. Em suma, alguém que acredita que pode alterar o mundo”. (Dolabela, 2006, p.26).

Em resumo, o Empreendedor é um indivíduo que detém uma característica inovadora e utiliza o seu espírito inovador para encontrar uso para coisas até então inúteis, transformando-as em recursos, atribuindo-lhes sua utilidade.

Quando se trata do Empreendedor, dois termos muito citados são: empreender e empreendimento. O termo empreender este termo designa a ação de propor-se a tentar ou colocar em execução um projeto. O termo empreendimento é o ato de empreender, é uma realização daquilo que se levou a cabo, devendo ressaltar que nem todos os negócios recém-abertos podem ser considerados empreendimentos e nem todos os empreendimentos são novos negócios.

Conforme Drucker (2008, p. 28) “algumas características específicas devem estar presentes ao novo negócio para que esse seja considerado um empreendimento como, por exemplo, oferecer serviços diferenciados dentro de um ramo já existente”. Ou seja, é necessário mais que a criação de um estabelecimento, marca ou produto, há que se criar algo novo, mesmo que dentro de estruturas antigas.

1.2 A importância do empreendedorismo

O empreendedorismo é primordial para geração de riqueza dentro de um país, promovendo o crescimento econômico e melhorando as condições de vida da população. Fator importantíssimo na geração de resultados positivos para empregos e renda.

A concepção de um empreendimento, por vezes, nasce de habilidades, gostos e outras características pessoais, até mesmo por pessoas que não tiveram experiência com o ramo criando novas formas de negócio.

Outro termo abordado quando se trata de empreendedorismo é a inovação. Segundo Drucker (2002):

“inovação é o instrumento específico do espírito Empreendedor. É o ato que contempla os recursos com a nova capacidade de criar riqueza. Não existe algo chamado de recurso até que o homem encontre um uso para alguma coisa na natureza e assim o dote de valor econômico (...)” (Drucker, 2002, p.25).

A principal ferramenta do Empreendedor é a criatividade, sendo que, segundo Matias (2007, p. 01) “é a capacidade de analisar a realidade de forma diferente da maioria das pessoas; é a capacidade de apresentar, construir algo diferente daquilo que são as normas estabelecidas”.

Neste contexto, César Simões Salim e Nelson Caldes Silva³ afirmam que “o empreendedorismo vem crescendo no mundo inteiro e, mais que isso, cada vez mais é tratado como uma questão fundamental para a realização das pessoas (visão dos humanistas) e para o desenvolvimento econômico (visão dos economistas)” (Souza, 2015, p.37).

Dentro dessa análise é que o Empreendedorismo vem obtendo maior apoio de governos, universidade e da sociedade em geral.

1.3 Empreendedorismo No Brasil

No Brasil o estudo do empreendedorismo é recente. Esse movimento teve início na década de 1990 pelo o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Pequenas Empresas), que é uma instituição conhecida do pequeno empresário na busca de suporte para abertura e desenvolvimento do seu negócio.

³ Salim, C., & Silva, N. (2009). *Introdução ao empreendedorismo* (1st ed.). São Paulo: GEN Atlas.

Um dos estudos importantes relativos ao tema do empreendedorismo é o projeto *Global Entrepreneurship Monitor* – GEM, no Brasil, na qual procura revelar as características marcantes do empreendedorismo brasileiro.

Segundo dados do SEBRAE (2019) tal pesquisa teve início em 1999, sendo que, ao longo de uma trajetória de 20 anos, mais de 100 países participaram desta que é considerada a maior e mais complexa pesquisa cooperativa sobre empreendedores e seus empreendimentos no mundo; que estuda o ambiente para criar e manter novos negócios, bem como apura a percepção que a sociedade, em cada um dos países, manifesta sobre o empreendedorismo de uma forma geral.

Destaca-se a importante informação de que a partir de 2000, o Brasil passou a fazer parte desse consórcio de países, colaborando com o aperfeiçoamento dos processos metodológicos e contribuindo com seus achados para análises que acabam por influenciar o entendimento sobre o empreendedorismo no mundo, tendo o SEBRAE como importante entidade parceira.

A partir dos relatórios executivos já desenvolvidos pelo GEM, são apresentados retratos do fenômeno multifacetado e complexo do empreendedorismo no Brasil em 2018. O estudo e os resultados mais completos e mais recentes constam na publicação “Empreendedorismo no Brasil – 2018”⁴.

Analisando-se a realidade brasileira, as taxas, as estimativas e os demais dados referentes à atividade empreendedora da população brasileira são resultantes da “Pesquisa com a população adulta (APS)”⁵. Essa pesquisa consiste em um levantamento junto a uma amostra representativa da população do país entre 18 e 64 anos.

A fonte primária de informação na APS é o indivíduo que, sendo classificado como empreendedor, fornece as informações relativas à sua pessoa (perfil do empreendedor) e as características de seu empreendimento (porte, faturamento, produto, diferenciais, público alvo

⁴ Empreendedorismo no Brasil. Relatório executivo 2018 elaborado pela *Global Entrepreneurship Monitor*.

⁵ Sob o ponto de vista metodológico, as principais informações produzidas pelo projeto são resultantes de dois processos de coleta de dados distintos, e fundamentalmente dois públicos diferentes que respondem aos questionários aplicados. O primeiro processo consiste na coleta de dados junto a uma amostra representativa da população brasileira de indivíduos de 18 a 64 anos, buscando identificar as atitudes, atividades e aspirações da população em relação ao empreendedorismo. Esse processo é chamado de “Pesquisa com a População Adulta” ou simplesmente APS. O segundo processo de coleta de dados busca avaliar as condições objetivas para o desenvolvimento de atividades empreendedoras e criação de novos negócios no país. Essa sonda- GEM é conduzida por meio de entrevistas com profissionais – pela pesquisa denominada “especialista” – detentores de conhecimento e experiência expressivos na temática do empreendedorismo e suas variantes.

etc.), assim como suas aspirações e sonhos. O sujeito da pesquisa é o empreendedor, não o empreendimento, como é habitual em outras pesquisas que abordam a mesma temática.

Para se ter uma ideia, quanto à realidade brasileira, em 2018, no Brasil, foram entrevistadas 2000 pessoas distribuídas proporcionalmente em todas as regiões do país, sendo que os cálculos foram efetuados a partir de procedimentos amostrais e estatísticos que conferem fidedignidade às informações levantadas, garantidas por meio de uma rígida supervisão internacional que realiza o controle de qualidade da pesquisa.

Em 2018, no Brasil, a TTE⁶ (empreendedorismo total) foi de 38% (tabela 1), ou seja, a cada cinco brasileiros adultos, dois eram empreendedores. A partir dessa taxa, estima-se que, aproximadamente, 52 milhões de brasileiros entre 18 e 64 anos estavam liderando alguma atividade empreendedora, seja na criação e consolidação de um novo negócio, ou realizando esforços para a manutenção de negócios já estabelecidos.

Tabela 1

Taxas (em %) e estimativas (em unidades) de empreendedorismo segundo o estágio – Brasil – 2018

Estágio	Taxas	Estimativa
Empreendedorismo total	38,0	51.972.100
Empreendedorismo inicial	17,9	24.456.016
Novos	16,4	22.473.982
Nascentes	1,7	2.264.472
Empreendedorismo estabelecido	20,2	27.697.118

Nota: Adaptado de: - Global Entrepreneurship Monitor, Empreendedorismo no Brasil – Relatório Executivo 2014. Disponível em: <http://www.ibqp.org.br/upload/tiny_mce/Download/GEM_2014_Relatorio_Executivo_Brasil.pdf>.

Em relação às taxas de empreendedores iniciais e estabelecidos, observa-se em 2018 que a taxa de empreendedorismo estabelecida com 20,2%, supera a taxa de empreendedorismo inicial em pouco mais de dois pontos percentuais.

De acordo com as análises desenvolvidas no estudo em questão, há suposições de que 2018 foi um ano em que, majoritariamente, os empreendedores atuaram de forma a consolidar os negócios criados em períodos anteriores, ou seja, certo contingente de empreendedores iniciais tornou-se estabelecido.

⁶ Sob o ponto de vista conceitual, taxa de empreendedorismo total (TTE) engloba os indivíduos envolvidos com uma atividade empreendedora, ou seja, é o conjunto dos empreendedores tanto iniciais quanto estabelecidos.

Onde empreendedores novos mantiveram sua taxa (16,4%) na comparação com o ano anterior (16,3%), contudo, houve uma redução significativa dos empreendedores nascentes, passando de 4,4% em 2017, para 1,7% em 2018. Essa dedução pode ser comprovada quando analisados separadamente os dados referentes aos empreendedores nascentes e novos, os quais compõem o grupo de empreendedores iniciais (GEM, 2018).

1.3.1 O dinâmico ambiente dos negócios

Souza (2015, p. 106) enfatiza que “o negócio é um esforço organizado por determinadas pessoas para produzir bens e serviços, a fim de vendê-los em determinado mercado e alcançar independência financeira pelo seu esforço”.

O ambiente dos negócios é formado por consumidores, fornecedores e concorrentes que só existem quando pessoas ou empresas procuram produtos ou serviços e outras pessoas ou empresas oferecem esses mesmos produtos ou serviços, esta movimentação é denominada de mercado.

O mercado não para. A economia muda, os interesses dos clientes mudam. O empreendedor precisa estar atento e usar todos os recursos ao seu alcance para este movimento.

Na decisão de abrir um negócio é necessário observar os seguintes passos:

- Conhecer os valores e as necessidades do mercado consumidor;
- Estar atento às oportunidades;
- Identificar o mercado concorrente;
- Organizar-se para atender o mercado consumidor.

Só existe mercado quando existe consumidor. Conhecer o consumidor é a única maneira de oferecer o que ele deseja, e conhecer o mercado consumidor é muito importante para tornar seu produto mais adequado e mais atraente para quem compra. Observando os passos a seguir:

Primeiro Passo: para conhecer o mercado consumidor é necessário descobrir quais as necessidades, problemas e características da maioria das pessoas que estão nesse mercado e consomem seus produtos ou serviços. Algumas características podem definir o perfil do cliente, tais como, para pessoa física: faixa etária, sexo, profissão, escolaridade e renda. Pessoa jurídica: ramo de atividade, quantidade de empregados, tempo no mercado, filiais, faturamento, capacidade de pagamento e imagem no mercado.

Segundo Passo: Para ver com clareza qual público o mercado consumidor deve descobrir as atividades, interesses e opiniões de seus clientes ou possíveis consumidores. Identificando os motivos que levam essas pessoas a comprar seja por: preço, qualidade, marca, garantia, prazo de entrega ou prazo de pagamento.

E finalmente, os próximos dois passos consistem em identificar onde estão os mercados concorrente e consumidor, ou seja, o espaço em que se pretende atuar. Definindo o tamanho da área, o bairro, cidade e um local de fácil acesso para o cliente encontrar.

Segundo Baggio e Baggio (2015, p. 12), “o processo para empreender deve ter quatro fases a seguir: identificar e avaliar a oportunidade; desenvolver o plano de negócios; determinar e captar os recursos necessários e gerenciar a organização criada”.

Enfatizam ainda (Baggio e Baggio 2015, p. 05 *apud* Leite e Oliveira, 2007) que o negócio pode ser criado através da classificação de dois tipos de Empreendedorismo: “o Empreendedorismo por Necessidade (criam-se negócios por não haver outra alternativa) e o Empreendedorismo por Oportunidade (descoberta de uma oportunidade de negócio lucrativo)”.

O povo brasileiro vem demonstrando uma tendência e vontade de empreender seja no empreendedorismo por oportunidade ou por necessidade. Muitas pessoas de sucesso começaram a vida como empreendedores.

Porém dados recentes divulgados no último relatório anual “Doing Business” do Banco Mundial (2019), revelou que o Brasil caiu no ranking que mede a facilidade para fazer negócios. Passou da posição 109^a em 2018 para a 124^o no ano de 2019. Foram feitos outros levantamentos onde o país melhorou em três itens avaliados: abertura de empresas, registro de propriedades e resolução de insolvências na Justiça. Tal situação revela o reflexo das políticas econômicas adotadas no mercado financeiro.

Diante deste cenário atual com as condições econômicas do Brasil o empreendedorismo surge como uma oportunidade, pois cria e aloca valores para os indivíduos e para sociedade, sendo um fator favorável para o desenvolvimento de novas ideias e projetos capaz de promover a inovação e o crescimento econômico.

1.3.2 Como escolher o negócio adequado

Para identificar oportunidades é preciso exercitar as características empreendedoras de busca de oportunidades, de iniciativa e de correr riscos calculados, além de muita disposição e criatividade. Disposição para aproveitar todo e qualquer momento para observar e avaliar

negócios, lembrando que cada empresa sempre é um pouco diferente das outras e o que aparentemente não é adequado para uma pode ser o sucesso da outra. O segredo do sucesso está no diferencial da criatividade do empreendedor.

O processo de identificação de oportunidades, segundo Silva Júnior (2010), pode ser caracterizado de acordo com a classificação a seguir:

- Identificação de **necessidades**: procurar as necessidades não satisfeitas é um caminho bastante confiável para idealizar produtos ou serviços para satisfazê-las.
- Observação de **deficiências**: quase todo negócio pode ser aperfeiçoado. Um negócio pode ser melhor que outro quando o concorrente oferece mais pelo mesmo preço ou oferece o mesmo por menos.
- Observação de **tendências**: o empreendedor deve ficar atento às tendências que influenciam o dia a dia e preveja quando e quais mudanças vão ocorrer e como podem afetar. Ex.: insegurança nas cidades (procura crescente de alarmes contra roubos em residências e automóveis).
- Derivação da **ocupação atual**: iniciar um novo empreendimento, relacionado com as ocupações atuais, baseadas na convicção de que certamente terá maior êxito em atender o consumidor.
- Procura de **outras aplicações**: identifica o negócio em outras aplicações. Ex.: podem ser encontrados na venda de aparelhos de ginástica que não são utilizados por academias e usados na própria residência.
- Exploração de **Hobbies**: se gostamos de fazer algo, é muito provável que outros também gostem. São raros os *Hobbies* que não representam oportunidades.
- Lançamento de **moda**: são encontradas quando procuram ideias, originais ou copiadas de outros países, que podem encantar grande número de consumidores.
- **Imitação** do sucesso alheio: copiar o sucesso alheio é a fórmula menos arriscada de começar um empreendimento e a mais adotada pela maioria dos empreendedores (Silva Júnior, 2010).

Para ter êxito em imitar o sucesso alheio, o empreendedor deve observar e analisar muito bem o negócio, para identificar as razões do seu sucesso e, na medida do possível, introduzir melhorias no empreendimento original, a fim de se diferenciar dos concorrentes e não ser mais um dos muitos imitadores.

Não é raro o fato de que uma empresa, que tenha copiado o sucesso de outra, acabe dominando o mercado, sobretudo se a empresa pioneira não estava preparada para o rápido crescimento da demanda. A empresa seguidora tem a vantagem de entrar num negócio com menor risco e, por isso, pode arriscar um investimento maior, além de ter a vantagem de poder dimensionar melhor o mercado. Portanto, imitar o sucesso alheio pode ser um excelente negócio.

1.4 Empreendedorismo e o empreendedor

Segundo Souza (2015, p. 33), no Novo Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa, o mesmo termo empreendedor tem como significado “ativo, arrojado, aquele que empreende”.

O empreendedorismo é um termo conhecido desde a antiguidade, mas só a partir do século XVIII surgiram ideias do economista Richard Cantillon sobre o que é empreendedorismo e o que significa, de fato, empreender (Hirisch & Peters, 2004).

Hirisch & Peters (2004) relatam que, um primeiro exemplo de definição de empreendedorismo pode ser creditado a Marco Pólo, que tenta estabelecer uma rota comercial para o Oriente.

Richard Cantillon⁷, em obra de 1725, relatou que o empreendedor e o investidor de capital são pessoas diferentes, sendo o empreendedor, a pessoa que assume o risco do negócio (Hirisch & Peters, 2004).

Tal conceito é aceito no presente século, já que nem sempre o empreendedor será o investidor, ou o empresário, sendo válida a afirmação também contrária. Esta mesma conceituação é confirmada de outra forma por Dolabela (1999), que declara que o empreendedor pode não ser o dono da empresa e sim um profissional contratado.

Tendo em vista a atual demanda mercadológica, as empresas buscam pessoas mais preparadas e com características empreendedoras cada vez mais acentuadas, sabendo lidar com o risco, a inovação, com os aprimoramentos nos processos de criação, a identificação dos nichos de oportunidade e necessidades do mercado. Dornelas (2005, p. 13) afirma que “empreendedor é aquele que assume riscos de começar algo novo”.

No entanto lançar um novo negócio no mercado não é tarefa fácil, é preciso um processo, um planejamento para que o "negócio" alcance o objetivo; primeiramente identificar e avaliar a oportunidade, desenvolver o plano de negócio, determinar e capacitar os recursos necessários (patrocínio, capitalistas de risco, bancos, governo) e gerenciar a empresa criada.

Em síntese, pode-se descrever o empreendedorismo como a maneira de pôr em prática ideias novas assumindo as consequências das ações, sendo estas, riscos ou benefícios, podendo ser o investidor de capital intelectual ou financeiro, ou os dois de forma

⁷ Cantillon, Richard (2010 [1755]). *An Essay on Economic Theory* (PDF). Auburn, Alabama: Ludwig von Mises Institute. Disponível em;< http://mises.org/books/Essay_on_economic_theory_cantillon.pdf>. Acesso em: 20 de julho 2019.

concomitante. Os autores Hisrich & Peters (2004, p. 27) descrevem que ser empreendedor é “assumir riscos calculados, ser inovador, criativo, e se dedicar em questão de tempo e esforço para o negócio dar certo e assim obter satisfação financeira, profissional e pessoal”.

No Brasil, a disseminação do empreendedorismo acontece de forma significativa, apesar de tratar-se de um tema novo, comentado e discutido, já existem muitos autores e instituições relatando o assunto e ajudando as pessoas que pretendem abrir um negócio, sobre o que é ser empreendedor e como se estabelecer no mercado.

De acordo com a pesquisa feita pelo GEM – Global Entrepreneurship Monitor (2014), mais de 90% das riquezas e empregos gerados no país vem de micro e pequenas empresas, e que estas empresas que se encontram no estágio de empresas iniciais e empresas estabelecidas surgiram de uma oportunidade observada no mercado ou de uma necessidade de renda do empreendedor. Complementar à pesquisa feita pelo GEM, Dornelas (2005) acentua que as duas formas de empreender são válidas, porém, somente a criação de empresas não desenvolve o país economicamente.

No Brasil, até o ano 2005, o empreendedorismo por necessidade era o mais comum. Geralmente este tipo de empreendedorismo acontece sem planejamento, podendo chegar à falência breve, antes mesmo de se tornar uma empresa estabelecida. Os fatores podem ser o desconhecimento do mercado e gestão incorreta. Deste modo, não há desenvolvimento econômico, mas há influência na atividade empreendedora total do país em consequência, como ponto negativo, as estatísticas de mortalidade dos novos empreendimentos aumentam. (GEM, 2014).

Já no empreendedorismo por oportunidade, no Brasil em 2014 foi o mais praticado, conforme dados do GEM (2014). Neste tipo, o empreendedor realmente vê um nicho de mercado, tendo uma melhor capacidade de planejamento, de criar e inovar em algo. Este tipo de empreendedor está ligado diretamente ao desenvolvimento econômico do país e dentro das estatísticas apresentadas pelo GEM (2014), pois tem uma visão a longo prazo para a organização e de forma direta gera empregos, lucros e riqueza para o país. Assim a capacidade do poder de compra da população e o alcance aos bens de consumo crescem e o mercado interno também.

Diversas organizações têm participação relevante no processo de disseminar a cultura empreendedora fazendo aumentar a aceitação do empreendedorismo pela população brasileira. Consoante a isso, Degen (1989, p. 9) afirma que a “riqueza de uma nação é medida por sua capacidade de produzir, em quantidade suficiente, os bens e serviços necessários ao

bem-estar da população”. A pesquisa feita pelo GEM (2014) confirma que desde quando o governo começou a apoiar a causa empreendedora na criação de micro e pequenas empresas, percebeu-se que a capacidade empreendedora dos brasileiros cresceu e que de forma direta ou indireta o empreendedorismo está inserido no cotidiano das pessoas.

Além disso, a pesquisa mostrou, no que refere ao crescimento do mercado interno, que nos últimos anos os resultados foram positivos, porém, diante da atual situação econômica do país desaquecida, o risco para empreender está maior e que os empreendedores neste momento precisam ser verdadeiros visionários, transformar as dificuldades e os desafios em oportunidades de novos negócios, gerando assim, empregos, maior distribuição de renda e riqueza para o país. Ser visionário, assumir riscos e identificar oportunidades, são características de um empreendedor, contudo, existem outras pertencentes aos empreendedores.

De acordo com Dolabela (2003), todas as pessoas nascem empreendedoras, e que elas deixam de ser mais tarde ou então desenvolvem competências, habilidades e atitudes referentes a um empreendedor. Acredita-se que tudo é influenciado pelo meio ambiente em que a pessoa vive, sendo ele cultural social ou político. Autores como Dornelas (2005) e Dolabela (2003), concordam que existem habilidades e características específicas que se remetem a como o empreendedor deve ser e agir. As que são consideradas mais consagradas, segundo Dolabela, são:

- Perseverança
- Iniciativa
- Criatividade
- Capacidade de diferenciar-se
- Liderança
- Orientação para o futuro
- Imaginação
- Proatividade
- Tolerância a riscos moderados
- Alta tolerância a ambiguidades e incertezas (Dolabela, 2003, p. 58).

O empreendedor pode ser considerado o motor da economia, já que a criatividade e a vontade de arriscar dos empreendedores trouxeram novos produtos ao mercado, simplificaram a vida dos consumidores e geraram riqueza para seus países.

Por meio de conceitos e exemplos práticos, sempre focados na realidade brasileira, o que distingue os empreendedores são: sua necessidade de fazer, de realizar, de criar e implementar ideias próprias, de aceitar o desafio para ser chefe de si próprio e fazer melhor o que outros já fazem.

O empreendedor deve observar o que está acontecendo, listar os fatos, verificar de que maneira esses fatos podem gerar oportunidades de negócio, procurar detectar os problemas existentes e buscar soluções. O sucesso do negócio vai depender do tamanho das necessidades que estão sendo atendidas, através dos produtos e serviços ofertados, da solução diferenciada e da qualidade da gestão.

Um empreendedor bem-sucedido possui as características da personalidade empreendedora, uma correta modelagem do negócio e um planejamento bem elaborado que juntos aumentam as chances de sucesso de um empreendimento; então, por que se encontram insucessos, mesmo atendendo a todos os quesitos. O que é relevante e diferencia um empreendedor bem-sucedido?

Rotineira e popularmente, empreendedores bem-sucedidos são vistos como pessoas com tino, com visão, idealistas, líderes, além do que empreendedor tem a conotação de realizador, enérgico e persistente.

Somente a visão não basta, o sucesso do empreendedor também depende do equilíbrio entre ser visionário e realizar projetos. Para que isso ocorra é preciso que todo processo esteja amparado em pilares sólidos.

Nota-se que somente traços de personalidade e boas ideias são insuficientes para o sucesso, porquanto há que se sedimentar todos os ingredientes, num todo coeso, encadeado e harmônico.

Sem uma boa dose dessas características de personalidade, é difícil imaginar o progresso de um empreendimento. Portanto, este é o primeiro passo ao empreendedor; uma autoavaliação honesta, realista e criteriosa.

Sonhar é essencial para manter-se motivado, porém o apego exagerado a um sonho faz perder a oportunidade de concretizar outros.

Em qualquer definição de empreendedorismo encontram-se, pelo menos, os seguintes aspectos referentes ao empreendedor: “1) tem iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz; 2) utiliza os recursos disponíveis de forma criativa, transformando o ambiente social e econômico onde vive; 3) aceita assumir os riscos calculados e a possibilidade de fracassar” (Hisrich & Peters, 2004, p. 29).

Os autores que concordam com estas afirmativas são Dornelas (2005), Degen (1989) e até mesmo nas características empreendedoras da EMPRETEC, que segundo Wikipédia (2020) é “um programa das Nações Unidas estabelecido pela Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento para promover a criação de pequenas e médias empresas sustentáveis, inovadoras e internacionalmente competitivas”. O EMPRETEC tem por objetivo transformar o perfil empreendedor individual, promover desafios, desenvolver e colocar em prática. Ou seja, despertar o empreendedor que existe em cada um. Trata-se de um programa de imersão que pode mudar a vida do cidadão, segundo dados do Sebrae (2019).

Dentre estes atributos, pode-se descrever melhor que o empreendedor precisa dispor de eficiência e eficácia, além de um senso crítico alto, onde consiga a partir disto, perceber a demanda mercadológica e os riscos a serem enfrentados, sendo de fato um visionário.

Por Dornelas (2005), o termo visionário vem sendo usado como sinônimo de empreendedor. O empreendedor tem como objetivo se aperfeiçoar, surpreender os clientes, inovar, buscar novas oportunidades de produtos e serviços e responsabilizar-se pelos sucessos e fracassos.

A capacidade de se antecipar aos fatos também é um traço do empreendedor Israel Mark Kirzner⁸, juntamente com a capacidade de superar obstáculos, ter comprometimento com suas atividades e equipe de trabalho com o objetivo de atender e executar suas ações com a máxima qualidade, contribuindo assim, com o giro da economia, criação de empregos e o crescimento do mercado brasileiro (Dornelas, 2005).

Em síntese, empreendedor é um termo que está ligado à criação de novas empresas, que começam pequenas e, aos poucos vão tomando forma, sendo que algumas chegam ao sucesso, outras não. Significa inovar, buscar novas oportunidades de negócio, tendo sempre como alvo a inovação e a criação de valor. Por isso, os empreendedores são pessoas que precisam continuar a aprender, não somente sobre o que está acontecendo no seu ambiente, para detectar as oportunidades de negócios e tomar decisões, mas também sobre o que fazem, para que possam agir e ajustar-se de acordo com a situação (Filion, 1999).

Para Silva (2016 p. 77), o empreendedor que possui característica “normal” ou planejada tem uma visão clara de futuro e trabalha objetivando alcançar metas. Este tipo de empreendedor se encaixa no perfil do indivíduo que “faz a lição de casa”, buscando diminuir

⁸ Kirzner, i. (1973). *Competition and Entrepreneurship*. Chicago, USA: University of Chicago Press.

os riscos do negócio. Este fato mostra a importância das ferramentas utilizadas na educação empreendedora na formação dos acadêmicos a empreender.

Desta forma a relevância social do problema a ser investigado será promover o estudo da possível taxa de conversão dos estudantes participantes das pesquisas de formação de empreendedores na inserção no mercado de trabalho. E para identificar quais são as causas que levam aos acadêmicos se tornarem empreendedores.

CAPÍTULO II: EDUCAÇÃO DO ENSINO SUPERIOR E O EMPREENDEDORISMO

Hoje, o mundo se transforma de tal maneira que a necessidade por cursos superiores se torna cada vez mais enfática. No Brasil não é diferente, a educação favorece a socialização do indivíduo com fontes de enriquecimento material e, principalmente, espiritual. Ela almeja mudanças intelectuais, trazidas pelo convívio humano, pelos valores, bom senso e pelas próprias leis. O ensino superior é realizado em estabelecimentos genericamente conhecidos como "Instituições de Ensino Superior". Segundo dados do Wikipédia (2019), “O ensino superior, educação superior ou ensino terciário é o nível mais elevado dos sistemas educativos, referindo-se normalmente a uma educação realizada em universidades, faculdades, institutos politécnicos, escolas superiores ou outras instituições que conferem graus académicos ou diplomas profissionais”.

No Brasil existe a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional. A LDB divide a Educação em dois níveis: básica e superior. Sendo a educação um processo contínuo de desenvolvimento das faculdades físicas, intelectuais e morais do indivíduo em prol de maior integração social. A educação superior, nos termos do inciso II do art.43 da lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996 estabelece:

II - Formar diplomados nas diferentes áreas de conhecimento, aptos para a inserção em setores profissionais e para a participação no desenvolvimento da sociedade brasileira, e colaborar na sua formação contínua.

Silva (2016 p.15) destaca a importância de identificar o conhecimento que deve ser empregado nas empresas. Seguem alguns tipos: intelectual, popular, filosófico, sensorial, religioso, declarativo e científico. As organizações devem se preocupar em criar um ambiente propício para que o conhecimento e o aprendizado organizacional possam agir. Neste sentido, SEBRAE (2019) tem incentivado as Instituições de Ensino Superior em todo o país para oferecerem ferramentas da educação empreendedora aos acadêmicos, visando estabelecer uma interação entre o conhecimento teórico e prático, a fim de despertar o espírito empreendedor dos estudantes e promover abertura de novos negócios como uma possibilidade de inserção no mercado de trabalho.

2.1 Educação Empreendedora

A globalização fez com que o mundo se conectasse de tal forma que tudo o que aconteça, seja notícia em tempo real no planeta todo. Não diferente disso aconteceu com o empreendedorismo que, aos poucos, vem dominando o mercado, extinguindo barreiras comerciais e culturais, desenvolvendo novos conceitos econômicos, encurtando a distância ao poder de muitas organizações no mundo todo (Dornelas, 2005).

Contudo, ainda existem aqueles que ainda não têm conhecimento sobre o que significa empreendedorismo efetivamente, fixando a ideia que empreender é um termo utilizado somente para abrir um negócio próprio (Leite & Melo, 2008). Pode-se afirmar que o empreendedorismo vem se estabelecendo como um fenômeno cultural fortemente relacionado ao processo educacional na formação de novas gerações.

O percurso que o novo cenário econômico brasileiro corre, aos poucos, faz com que as Instituições de Ensino, sendo elas do ensino básico ou superior, percebam que formar cidadãos com bases em metodologias estáticas com o intuito de trabalhar em grandes empresas e construir carreiras como empregados com funções marcadas sem variância e padrões rigorosos a serem seguidos não é mais o objetivo e que este é um método defasado.

Conforme dados do SEBRAE (2015) a Educação Empreendedora propõe novas práticas pedagógicas que visam à ruptura de um modelo defasado de aprendizagem, permitindo novas reflexões e a aplicação dos saberes na forma de ações inovadoras, criativas e transformadoras.

Souza & Guimarães (2005, p. 205), ressaltam em sua literatura o “desenvolvimento do autoconhecimento” como parte importante da Educação Empreendedora. O conhecimento de si mesmo também é abordado por Dolabela (2005) que ressalta que um empreendedor é incentivado e estimulado a construir-se, então o conhecimento de suas emoções, desejo e comportamento são importantes na construção do saber empreendedor.

Os novos padrões visam o empreendedorismo nos métodos de ensino, com o propósito de preparar os alunos e os novos entrantes no mercado de trabalho para enfrentar desafios, ter capacidade de planejar e atingir metas, possuir uma visão macro do que acontece, identificando as necessidades e oportunidades do meio e até mesmo aprender a tomar decisões. Neste conceito o aluno tem espaço para demonstrar suas habilidades, estimular sua criatividade, sua pré-disposição aos riscos, sendo conjuntamente uma forma de autoconhecimento, pois, passa a se analisar e conhecer suas características racionais e emocionais.

Consoante à perspectiva do empreendedorismo transformando a sociedade, Dolabela (2008, p.18) afirma que a introdução da cultura empreendedora no ensino médio e universitário é o primeiro passo na persecução de um objetivo maior: a formação de uma cultura em que tenham prioridades valores como combate à miséria através da geração e distribuição de riquezas, inovação, criatividade, sustentabilidade, liberdade. Com maior conhecimento, a população terá maior chance de conseguir trabalhar em prol de um objetivo para o bem comum, fazer algo sustentável gerando empregos, aumento de riqueza, aquecendo a economia, agregando valor em todas as ações realizadas.

A Educação Empreendedora tem como pilar os estudos acumulados na história de vida do indivíduo, que são chamados de “quatro pilares da educação”, que se dividem em “aprender, a saber, aprender a fazer, aprender a conviver e aprender a ser” (Dolabela, 2003, p.23). “É empreendedor, em qualquer área, alguém que sonha e busca transformar seu sonho em realidade” (Dolabela, 2003, p. 38). O autor qualifica o empreendedorismo como uma forma de ser, e apresenta a teoria empreendedora dos sonhos. Na teoria dos sonhos, o autor exhibe o sonho estruturante, que é aquele que objetiva o indivíduo a realizar a ação em prol de autorrealização, está podendo ser, profissional, financeira, pessoal – variável de acordo com a perspectiva de cada pessoa.

Os pilares da educação são uma mistura do ambiente dos sonhos com o meio ambiente em que o indivíduo fez sua história. O ambiente contribui para as características que os indivíduos possuem na formação de suas crenças, atribuindo seus conhecimentos, habilidades e atitudes, montando assim as competências que a pessoa possui a partir do contexto no qual está inserido.

Dornelas (2005) afirma que o estudo sobre o empreendedorismo dentro das Instituições de Ensino quer responder o que é empreendedorismo, quem são os indivíduos empreendedores e como eles se comportam, de uma forma didática pedagógica mais prática, onde haja uma adequação dos conteúdos e dos métodos comuns de geração de conhecimento com meios mais apropriados para atingir os objetivos que a Educação Empreendedora oferece. Métodos teóricos e práticos juntos visam promover a educação empreendedora.

Souza & Guimarães (2005) concordam que o método pedagógico voltado ao aprendizado prático, não abandonando o conhecimento teórico cabido, com modelos que envolvam as ferramentas disponíveis hoje, como tecnologia, ajudam a formar pessoas com maior entendimento e envolvimento com o empreendedorismo.

Nos modelos práticos de geração de conhecimento os alunos são agentes de conhecimento individualizado e os professores são facilitadores do processo de aprendizagem (Dolabela, 2008). O professor tem o papel de fazer com que o aluno dentro do ambiente favorável com práticas empreendedoras, como incubadoras, criação de empresas fictícias, planos de negócios, planos estratégicos, consiga gerar o processo de autoaprendizado, desenvolvendo ou aprimorando as características empreendedoras.

A ação do professor na educação empreendedora, segundo Tschá e Cruz Neto, é responsável por uma nova função, pois passam a ser vistos como líderes, conselheiros ou mentores. Eles passam a estimular, inspirar, criar ou orientar ideias, ações concretas e colaborativas em torno das realizações dos alunos. Para tanto, devem fazer uso de ambientes de colaboração, capacitações, gameficações e realização de eventos, que possam originar projetos, empresas, pesquisas, inovações incubações etc. (Schaefer & Minello, 2016, APUD Tschá & Cruz Neto, 2014, p.11).

Pode-se inferir que a educação empreendedora deve ser uma auxiliadora do desenvolvimento dos estudantes, ajudando-os a identificar suas características, com métodos diversos de abordagem do assunto e forma avaliativa personalizada, tendo em vista que o indivíduo é único ao desejar, sonhar e pôr em ação seus planos sendo eles voltados à empresa ou a qualquer outra área da vida.

Com o intuito de aprender e desenvolver as características necessárias ao empreendedor, Thomas A. Ulrich e George S. Cole⁹ apresentam várias técnicas pedagógicas, divididas em quatro classes, onde ainda hoje é possível extrair métodos para o melhor ensinamento-aprendizado dentro do tema Educação Empreendedora. Estes estilos de aprendizagem são: reflexivo-aplicado; reflexivo-teórico; ativo aplicado e ativo-teórico. (Henrique & Cunha, 2008, p. 129).

Com base nos estilos de aprendizagem e técnicas pedagógicas de Dolabela (2003) e o apresentado por Henrique & Cunha (2008), o quadro 1 abaixo mostra as atividades propostas voltadas à educação empreendedora.

⁹ Holoviak, S. J., Ulrich, T. A. and Cole, G. S. (1990), Training entrepreneurs. *Nonprofit Management Leadership*, 29: 27-31. doi:10.1002/pfi.4160291008

TÉCNICAS E ESTILOS DE APRENDIZAGENS PEDAGÓGICAS ADAPTADAS A EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA	
Reflexivo-Teórico	Reflexivo-Aplicado
<p>Foco: mudança do conhecimento</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aulas e palestra teóricas • Leituras requeridas • Anotações do professor • Instruções programadas (conceitos) • Artigos teóricos • Avaliação de conteúdo • Envolvimento multidisciplinar das matérias dadas para que o aluno aprenda a ver e entender o contexto geral do que acontece. 	<p>Foco: mudança de avaliação</p> <ul style="list-style-type: none"> • Filmes • Palestras e aulas expositivas • Diálogos • Discussões limitadas • Estudo de caso • Avaliação de problemas • Aulas dinâmicas envolvendo o conceito na prática de criação de estratégias, formulação de soluções a partir de tomadas de decisões com base nos riscos, experiências e criatividade dos alunos.
Ativo-teórico	Ativo aplicado
<p>Foco: mudança de compreensão e entendimento</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabalho em grupo • Experimentos/pesquisa • Sugestão de leitura • Discussões argumentadas • Análise de artigos 	<p>Foco: mudanças de habilidades e atitudes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jogos em papéis, computadores voltados a negócios. • Simulações de gerenciamento e gestão • Roteiros de planejamento estratégico. Exercícios estruturados • Projeto de campo (plano de negócios)

Figura 1 - Técnicas e Estilos de Aprendizagem

Fonte: Adaptado de Henrique & Cunha (2008) e Dolabela (2003).

As técnicas apresentadas juntamente com as características e competências voltadas ao empreendedor visam o aprendizado de novos horizontes e está valorizado pelo mercado cada dia mais. A nova perspectiva da educação empreendedora tem como proposta aprender e compartilhar os saberes e “o conhecimento só é conhecimento quando gera resultado” (Dornelas, 2005, p. 49).

O desenvolvimento da educação empreendedora é de grande importância para o país. Deve ser disseminado e valorizado em todas as classes sociais e meios de aprendizados. O novo profissional que se forma a partir do ensino infantil, fundamental, médio, técnico ou superior, tem uma visão distinta e macro das situações que ocorrem no cenário mundial.

Está mais apto a lidar e acompanhar as mudanças que ocorrem quase diariamente, decorrentes da tecnologia, de descobertas de mais fontes, das ações transformadoras, do maior acesso à informação, frutos esses da globalização e da conexão com o mundo todo, possível no século XXI.

Enfim, a educação empreendedora se configura como uma necessidade transdisciplinar de formação em qualquer curso de graduação. O bacharel, licenciado ou tecnólogo precisa desenvolver competências transversais durante a sua formação que lhe possibilitem atuar em cenários que muitas vezes ainda não existem, criando valor para outras pessoas por meio de

suas ações e da vida profissional que escolheu. Esta é uma das responsabilidades das instituições de ensino superior no processo formativo dos acadêmicos.

2.2 Empreendedorismo nas universidades brasileiras

Nesta seção discutem-se os resultados das pesquisas empreendedorismo nas universidades brasileiras realizadas em 2014 e em 2016, visando identificar sobre a disposição dos estudantes brasileiros para tornarem-se empreendedores. Estas pesquisas foram realizadas pela ENDEAVOR Brasil, uma organização sem fins lucrativos que apoia os empreendedores.

Ressalta-se que em 2012, a ENDEAVOR entrevistou 6.215 universitários brasileiros e parte destes estudantes voltaram a ser entrevistados em 2014 por pesquisa realizada pela ENDEAVOR e o SEBRAE. Sendo assim, o objetivo foi “de se produzir um estudo longitudinal, reavaliando algumas perguntas respondidas em 2012 e fazendo outras perguntas inéditas” (ENDEAVOR; SEBRAE, 2014, p. 4).

Nessa pesquisa de 2014, destaca-se que 30,2% já estavam formados em relação a base da pesquisa anterior. Os resultados encontrados revelam que 70% dos alunos destacaram a importância do curso superior na sua formação e 63,4% revelaram a importância dos professores.

Quando o tema é empreender, percebe-se uma inversão nesta influência, pois 24,4% dos alunos formados destacam que seus professores ajudaram muito a empreender e 21,8% afirmaram o mesmo para as aulas.

O Relatório de pesquisa da ENDEAVOR e SEBRAE (2014, p. 6), revela que os “estudantes formados valorizam mais atividades fora da sala de aula do que professores e disciplinas de empreendedorismo”. Porém, os dados da pesquisa também indicam que a importância da faculdade muda com o passar do tempo, pois 62,9% dos alunos afirmam que sua vida acadêmica se tornou mais relevante depois de formado, sendo que quase metade dos entrevistados (48%) desejam continuar seus estudos em cursos de especialização ou formação executiva e 33% indicam o desejo de fazer outra graduação, sendo que 9,7% pretendem fazer algum curso voltado para o empreendedorismo.

A figura 2 mostra que o apoio da faculdade, assim como de outras organizações, é bem menor do que o encontrado em meios de informação e na família, o que revela um enorme desafio para instituições de ensino superior no Brasil para apoiar os empreendedores.

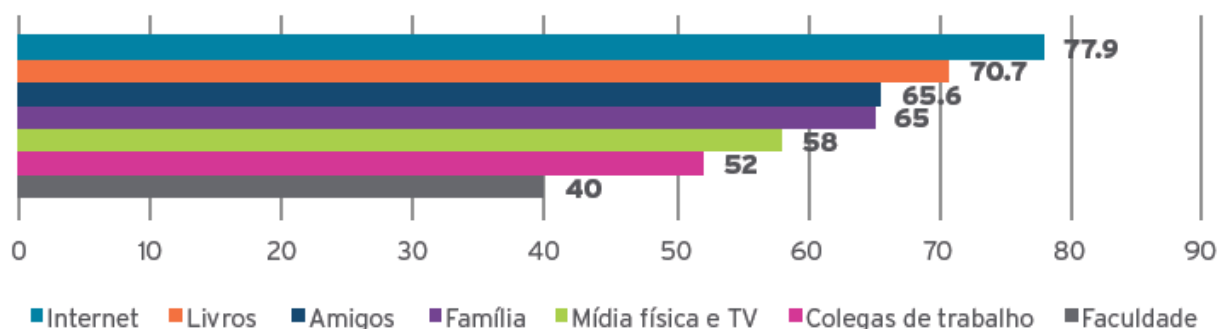


Figura 2 - Percepção de Apoio para Empreender entre formandos (%)

Fonte: ENDEAVOR; SEBRAE (2014, p.7).

Interessante notar, que ao segmentar as respostas dos entrevistados os alunos formados por perfis, a pesquisa revela que 93% dos empreendedores estão satisfeitos com os rumos da sua carreira, enquanto entre os formados este indicador cai para 59,4%. A pesquisa longitudinal revela um aumento nos números empreendedores, pois em 2012, somente 8,8% responderam ser empreendedores, enquanto na pesquisa de 2014, o percentual sobe para 14,6%. No relatório ENDEAVOR e SEBRAE (2014, p. 8) ainda, encontramos empreendedores em 10,9% dos graduandos, 21,2% entre os que se formaram após 2012 e 31,3% entre os que já tinham se formado antes de 2012, reforçando a tendência de que os estudantes começam seu negócio algum tempo depois de se formar.

Os dados revelaram uma mudança nas sociedades dos empreendedores, pois em 2012, mais da metade dos sócios eram membros da família, esta participação cai para 23%, em 2014, enquanto isso os amigos de faculdades representam 32% na participação das novas empresas.

Outro fato relevante da pesquisa revela que dos empreendedores pesquisados, 60% estão pensando em abrir mais um novo negócio. Por outro lado, há uma redução no quantitativo de alunos que pretendem empreender em relação a 2012, pois naquele ano 54,8% dos alunos pensavam em empreender, o que reduziu para 48,3%, em 2014, conforme dados da ENDEAVOR e SEBRAE (2014).

A pesquisa da ENDEAVOR e SEBRAE (2014, p. 14) revela não ter sido alterado a disponibilidade para empreender, pois, os alunos deram uma nota de 0 a 100 pontos para 12 capacidades empreendedoras. Em 2012, a média dessas 12 afirmações era de 66,22 e em 2014 é de 67,34. Das duas afirmações, apenas três tiveram leve queda de confiança: identificar a

necessidade de novos produtos ou serviços, planejar uma campanha eficaz de marketing e recrutar e contratar funcionários.

Certamente, esse resultado tem relação direta com a situação política e econômica do país, lembrando que o ano de 2014 foi marcado pelo impeachment da Presidenta Dilma Rousseff. Ademais, as próprias instituições que realizaram a pesquisa destacam o pouco tempo em relação à pesquisa anterior.

A pesquisa revela que a proporção de entrevistados que indicaram capacidade empreendedora acima de 60 pontos, de 100 possíveis, aumenta conforme a vontade de empreender do entrevistado. Isso pode ser melhor observado na Tabela 2.

Tabela 2

Confiança para Empreender e Geral acima de 60 pontos - por perfis (%)

	CONFIANÇA EM CAPACIDADES EMPREENDEDORAS	CONFIANÇA GERAL
3.2 Não empreendedor (convicto)	48,9	75,0
3.1 Não empreendedor (novo)	53,4	79,4
2.2 Potencial empreendedor (novo)	54,1	75,5
2.1 Potencial empreendedor (convicto)	58,7	79,6
1.2 Empreendedor	59,7	75,0
1.1 Empreendedor serial	72,9	83,3

Nota: Fonte: ENDEAVOR e SEBRAE (2014, p. 15).

Entre todos que responderam à pesquisa, o Relatório ENDEAVOR e SEBRAE (2014), revela que 49,6% afirmam ter feito alguma disciplina relacionada a empreendedorismo, um indicador superior ao de 2012, que foi 39,7%. Somente no grupo “seja empreendedor”, o indicador de 2014 foi de 55,8%.

Porém o relatório destaca que: a leve variação deste número acontece por conta do grupo de alunos que queriam empreender e hoje não querem mais, onde 67,6% afirmam ter cursado alguma disciplina de empreendedorismo. Este é o segmento com mais alunos que já fizeram disciplinas sobre o tema, já que, até entre os empreendedores, apenas 58,3% tiveram essas aulas (2012: 46,3%). Sendo assim, é interessante observar que a maioria dos alunos que deixou de pensar em empreender já frequentou aulas de empreendedorismo (ENDEAVOR; SEBRAE, 2014).

O relatório mostra que 11,9% de estudantes que não fizeram disciplina de empreendedorismo ainda pretende fazer antes de concluir o curso superior. Porém, “dentro do grupo que queria ter feito empreendedorismo, mas não fez (29,4% do total de alunos da pesquisa), 85,3% indicam que as disciplinas não eram oferecidas para seu curso”. Portanto, “um em quatro alunos não cursa uma disciplina de empreendedorismo porque ela não é oferecida na sua grade curricular” (ENDEAVOR; SEBRAE, 2014, p. 16).

2.3 Programa Nacional de Educação Empreendedora - SEBRAE

2.3.1 – Um Breve Histórico

O SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, é uma entidade privada sem fins lucrativos. É uma instituição que trabalha desde 1972 com capacitação e promoção do desenvolvimento, criada para dar apoio aos pequenos negócios de todo o país para estimular o empreendedorismo e possibilitar a competitividade e a sustentabilidade dos empreendimentos.

Chiacchio e Menezes (2017 p. 46) enfatizam que “processo da aprendizagem que gera habilidade é constituído por três etapas – o ouvir; o exercitar o que foi ouvido; e o praticar o que foi ouvido. Esse conjunto leva à inserção das habilidades. Todavia, estes três apanhados (ouvir, exercitar e praticar) são processos fundamentais à inserção das habilidades, mas não são os únicos elos de desenvolvimento no agir das atividades empreendedoras”.

Neste contexto o Programa Nacional de Educação Empreendedora (PNEE) foi criado pelo SEBRAE em 2013. Com o objetivo de tornar as discussões em torno do empreendedorismo mais amplo e acessível nas escolas e nas instituições de ensino brasileiras, o Programa Nacional de Educação Empreendedora leva conteúdos e metodologias relacionados ao tema para os currículos dos diferentes níveis de educação, da básica à superior.

A implantação do PNEE é feita por meio de parcerias com as instituições de ensino e as secretarias de educação, para que as escolas recebam gratuitamente o material de aprendizagem. Os professores adquirem capacitações voltadas para o empreendedorismo e são responsáveis por disseminar a metodologia nas salas de aula.

O Programa Nacional de Educação Empreendedora não visa apenas à formação de futuros empresários. O foco do trabalho é promover consciência em torno do empreendedorismo como comportamento, voltado para projetos de vida, e não apenas como

ferramenta para a criação de negócios. Assim, os jovens se tornam peças importantes para a transformação de sua realidade e a de suas comunidades.

Segundo dados da pesquisa GEM (2018), o Brasil ainda enfrenta muitos desafios quando o assunto é educação empreendedora. No ranking mundial, estamos dentre os últimos países a difundir a cultura do empreendedorismo nas escolas, ocupando o 56º lugar dentre os 65 pesquisados.

Mas, nos últimos anos, 4 milhões de crianças e jovens não figuram mais nessa estatística. Eles foram alcançados pelas ações do PNEE. Desde então, 120 mil professores foram capacitados na metodologia do programa, que tem parceria com mais de 6 mil instituições em todo o Brasil. Desta maneira, o Programa Nacional de Educação Empreendedora tem mudado o cenário da educação empreendedora no país.

O PNEE oferece uma gama extensa de produtos e serviços que se encaixam às mais diferentes necessidades dos educadores e da escola. Conheça alguns deles, dados SEBRAE (2019):

- Jovens empreendedores: primeiros passos

Desenvolvido para alunos do ensino fundamental, o curso aguça a curiosidade e o pensamento crítico dos participantes, ajudando-os a entender e a planejar as etapas para a concretização de seus sonhos.

- Empreendedorismo para a educação superior:

Disciplina, com carga horária de 80 horas, que leva o debate em torno do comportamento empreendedor para os alunos do ensino superior, orientando-os sobre a construção de um modelo e a elaboração de um plano de negócios.

- Crescendo e empreendendo:

Com foco nos alunos que desejam mergulhar a fundo nos desafios do mercado de trabalho, a formação prepara esses jovens para identificar oportunidades e criar soluções, mediante encontros vivenciais que têm o planejamento do futuro por meio de atitudes empreendedoras como principal premissa.

- Jovem Empreender no Campo:

O programa Empreender no Campo busca capacitar os jovens que procuram dar continuidade aos negócios de família, especialmente em propriedades rurais. Durante a

formação eles desenvolvem o olhar empresarial para as práticas do campo entendendo como ampliar as oportunidades e conseqüentemente a renda familiar.

- Empreendedorismo para a Educação Profissional:

Assim como o curso para ensino superior, esta formação é implementada por meio de uma disciplina inserida na carga horária dos cursos técnicos ou de formação inicial e continuada. Os alunos são estimulados a pensar em sua carreira, tendo o empreendedorismo como possibilidade de construção de um projeto de vida. Hoje, segundo dados da pesquisa GEM (2018) o programa está sendo direcionado na educação básica, profissional e superior em diferentes instituições de ensino públicas e privadas. Nelas é onde tudo acontece.

O foco é oferecer qualificação para participação de diferentes formas: como professor e aluno, por meio da sua instituição, as capacitações presenciais acontecem por iniciativas do SEBRAE nos estados. São realizados cursos, eventos, seminários, fóruns, palestras e muitas outras ações para desenvolver a educação empreendedora com professores, estudantes e comunidade escolar.

Desta maneira Marcovitch & Saes (2017 p. 151) enfatizam esperar que “os alunos reflitam sobre os desafios do que é empreender no Brasil. Adicionalmente, o engajamento dos alunos ao empreendedorismo no Brasil almeja prepará-los para o universo do empreendedor. Os alunos sentiriam nesta prática de questões como liderança, planejamento, controle do tempo, controle dos recursos, identificação de oportunidade (para identificarem desafios interessantes a serem trabalhados) dentre diversos outros temas ligados à atividade do empreendedor”.

2.3.2 – Surgimento e Finalidade do Programa Nacional de Educação Empreendedora

A partir dos dados do SEBRAE observa-se que a finalidade do Programa Nacional de Educação Empreendedora (PNEE) busca desenvolver novas competências, habilidades e atitudes empreendedoras para contribuir com a construção do projeto de vida das pessoas, tanto pessoal quanto profissional, é um dos propósitos da Educação Empreendedora.

Nesse sentido, o SEBRAE promove um conjunto de iniciativas para fortalecer a cultura empreendedora nos municípios brasileiros, ofertando soluções sobre empreendedorismo para todos os níveis de ensino (fundamental, médio, profissionalizante e superior).

A partir das pesquisas realizadas, verificou-se que o SEBRAE (2019) proporciona o desenvolvimento de novas formas de pensar e agir, conectando os jovens estudantes a conteúdos inovadores, metodologias ágeis e ferramentas que são capazes de estimular o surgimento de novos modelos de negócio, bem como de desenvolver comportamentos empreendedores.

Onde destacam as seguintes vantagens do programa:

- Fortalece a cultura empreendedora do município.
- Desenvolve as características comportamentais nos jovens estudantes.
- Estimula o surgimento de novos modelos de negócio.
- Contribui para a constituição do capital social no município.

A Educação Empreendedora SEBRAE realiza pesquisas, estudos, ferramentas, metodologias e materiais didáticos para formar e capacitar os professores de todos os níveis de ensino com objetivo de difundir os conteúdos sobre empreendedorismo em suas instituições de ensino, sejam públicas ou privadas.

2.3.3 – Considerações sobre o Programa Nacional Educação Empreendedora e o SEBRAE

Desenvolver novas competências, habilidades e atitudes empreendedoras para contribuir com a construção do projeto de vida das pessoas, tanto pessoal quanto profissional, é um dos propósitos da Educação Empreendedora.

Nesse sentido, o SEBRAE (2019) promove um conjunto de iniciativas para fortalecer a cultura empreendedora nos municípios brasileiros, ofertando soluções sobre empreendedorismo para todos os níveis de ensino (fundamental, médio, profissionalizante e superior).

A Educação Empreendedora SEBRAE (2019) produz pesquisas, estudos, ferramentas, metodologias e materiais didáticos para formar e municiar os professores de todos os níveis de ensino com objetivo de difundir os conteúdos sobre empreendedorismo em suas instituições de ensino seja estas públicas ou privadas.

Reconhece e premia boas práticas de professores e prefeitos que fomentam e inspiram a educação empreendedora por todo o país, com casos de sucesso destinados aos diversos atores do ecossistema de educação.

Para tanto com a finalidade de embasamento teórico, esta dissertação levou em consideração os dados colhidos pelo SEBRAE em pesquisa realizada para “conhecer o nível de satisfação dos professores e dos alunos com os cursos do PNEE e os respectivos impactos nesse público” (SEBRAE, 2018).

Os dados foram coletados pelo SEBRAE no período de 2016 a 2017 conforme indicadores da pesquisa Educação Empreendedora e JEPP por meio de entrevistas, com 4.275 (quatro mil duzentos e setenta e cinco) participantes, sendo 3.310 (três mil trezentos e dez) alunos e 965 (novecentos e sessenta e cinco) professores (SEBRAE, 2018).

Antes de entender as diretrizes deste estudo elaborado, buscar-se-á entender o perfil dos alunos do Programa do SEBRAE que responderam às questões. Do total de estudantes pesquisados 49% são homens e 51% mulheres, o que indica uma leve superioridade do sexo feminino no caminho do empreendedorismo (vide tabela 3).

Tabela 3

Faixa Etária dos entrevistados

Faixa Etária	%	Nível de Escolaridade	%	Raça/Cor	%
Até 18 anos	7%	Até Ensino médio completo	13%	Pardo (a)	46%
De 19 a 25 anos	51%	Superior incompleto	57%	Preto (a)	10%
De 26 a 35	28%	Superior Completo	25%	Branco	41%
De 36 a 45	9%	Pós-graduação ou mais	5%	Amarelo	2%
46 anos ou mais	5%	Não responderam	0%	Indígena	0%
Não Responderam	0%			Não Responderam	1%

Nota: SEBRAE. Elaborada pela autora.

O perfil dos alunos revela que são jovens, pois mais da metade tem entre e 19 e 25 anos, 57% com curso superior incompleto, e 56% são pardos e pretos conforme demonstrado na tabela 3.

Também pode indicar, que o empreendedorismo tem sido uma saída para as elevadas taxas de desemprego no Brasil, que segundo o IBGE, alcançou 13 milhões, em maio de 2019.

O Brasil é uma República Federativa com 26 estados e o Distrito Federal, 5.550 municípios e uma população estimada em 202 milhões de indivíduos, conforme dados do IBGE (2019). Importante ressaltar a expressiva representatividade dos dados levantados pelo SEBRAE, que alcançou 24 estados da federação.

A tabela 4 demonstra a segmentação por estados dos alunos que responderam os questionamentos do SEBRAE.

Tabela 4

Segmentação por Estado

Unidades da Federação	Quantidade	%
Região Norte	265	8,01%
Acre	60	1,81%
Amazonas	-	-
Amapá	18	0,54%
Pará	80	2,42%
Rondônia	22	0,66%
Roraima	47	1,42%
Tocantins	38	1,15%
Nordeste	881	26,62%
Alagoas	-	-
Bahia	181	5,47%
Ceará	66	1,99%
Maranhão	195	5,89%
Paraíba	59	1,78%
Pernambuco	12	0,36%
Piauí	1	0,03%
Rio Grande do Norte	123	3,72%
Sergipe	244	7,37%
Centro-Oeste	1.658	50,09%
Distrito Federal	759	22,93%
Goiás	567	17,13%
Mato Grosso	222	6,71%
Mato Grosso do Sul	110	3,32%
Sudeste	234	7,07%
Espírito Santo	4	0,12%
Minas Gerais	174	5,26%
Rio de Janeiro	56	1,69%
São Paulo	-	-
Sul	272	8,22%
Rio de Grande do Sul	106	3,20%
Paraná	45	1,36%
Santa Catarina	121	3,66%
Total	3.310	100,00%

Nota: Adaptado de: SEBRAE (2018). Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sc/sebraeaz/educacao-empreendedorora>.

De acordo com os dados da tabela 4, verifica-se que mais da metade daqueles que responderam à pesquisa feita pelo SEBRAE é do Centro-Oeste, destacadamente o Distrito Federal que teve 759 alunos de 3.310 da amostra total, isto é, 22,93%. Por outro lado, a região com menor representatividade é o Sudeste com 7,07%, devido à ausência do Estado de São Paulo na amostra. Dos estados que participaram da pesquisa, os menores números de alunos

que responderam as questões estão Piauí (0,03%), Espírito Santo (0,12%) e Pernambuco (0,36%).

As questões fundamentais para esta dissertação dizem respeito a efetividade dos alunos tornarem-se empreendedores após a conclusão do curso utilizando as ferramentas oferecidas pela IES.

Nessa pesquisa feita pelo SEBRAE, sobretudo, a partir dos cursos realizados no âmbito do Programa PNEE. Neste quesito, os participantes do curso indicaram que a participação na disciplina de empreendedorismo que é uma das ferramentas utilizadas na IES os fez pensar na possibilidade de se tornarem empreendedores no momento presente ou em um futuro próximo.

Em 2016, mais de 90% dos alunos indicaram esta possibilidade. Já em 2017, o percentual foi de 89% e, em 2018, 87%. O que indica em que pese a pequena redução, praticamente 9 de cada 10 alunos desejam ser empreendedores, a partir da participação na disciplina.

O próprio SEBRAE (2018, p. 48), destaca “mesmo sendo ainda percentual elevado, tal resultado sugere um acompanhamento maior pela aparente tendência de diminuição desse estímulo ao longo do período considerado”. Uma possível causa, que merece investigação, dessa tendência de redução é a profunda crise econômica que assola o Brasil desde o ano de 2016¹⁰.

Tabela 5
Alunos dos cursos do PNEE que desejam ser empreendedores, por estados da federação

Estado	%
RS	80%
PR	78%
ES	100%
RJ	85%
MS	94%
MT	90%
DF	84%
PI	100%
MA	100%
CE	95%
RN	91%
SE	89%
BA	88%
PB	86%
RR	100%
TO	78%

Nota: Adaptado de: SEBRAE (2018). Disponível em:
<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sc/sebraeaz/educacao-empreendedora>.

¹⁰ Refração do PIB 2016 ver FOCUS. Disponível em:< www.bcb.gov.br>.

Os dados da tabela 5 revelam que em quatro estados (ES, PI, MA, RR) 100% dos alunos que participaram do PNEE desejam ser empreendedores e em outros quatro estados, mais de 90% dos estudantes também tiveram a vocação para serem empreendedores: MS, MT, CE e RN.

Martens e Freitas (2008, p. 78) defendem que “a disseminação do empreendedorismo é vista muito mais como processo de formação de atitudes e características do que como forma de transmissão de conhecimento”. Os autores afirmam que autoaprendizado, sendo realizado em um ambiente propício, torna-se um elemento fundamental para o sucesso da educação empreendedora. Pois a educação empreendedora se apoia na socialização empreendedora. (Oliveira; Lopes Melo & Muylder, 2015, p.37; APUD Martens e Freitas, 2008, p. 78; p. 37).

Nesse sentido, Cunha (2004) alerta para a importância do posicionamento do corpo docente e das IES no sentido de utilizar dos diversos métodos de ensino disponíveis, como estratégias para possibilitar o desenvolvimento das competências e capacidades dos alunos no direcionamento das atitudes empreendedoras para uma efetiva formação empreendedora (Oliveira; Lopes Melo & Muylder, 2015, p.37; APUD Cunha, 2004, p. 37).

Além do desenvolvimento do empreendedorismo tradicional, voltado para a criação, abertura e gestão de novos negócios, a educação empreendedora deve abranger o empreendedorismo e a inovação social, que possuem foco em alcançar também resultados e benefícios que contribuam com a esfera social, econômica e cultural.

CAPÍTULO III: PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este capítulo aborda a metodologia empregada neste estudo, cujo objetivo é avaliar a percepção dos estudantes de Administração e Gestão de Recursos Humanos sobre a inserção ao Empreendedorismo no mercado de trabalho na cidade de Brasília, Distrito Federal, Brasil. Para tanto serão apresentados a seguir o método de pesquisa, as técnicas de coleta de dados, o público-alvo e o delineamento.

3.1 Descrição do Método de Pesquisa

O projeto tem como propósito, constituir-se em uma pesquisa-diagnóstico, com o objetivo de explorar o tema (Educação Empreendedora no processo de formação de novos empreendedores), levantar e definir problemas.

Para tanto, esse trabalho é referenciado pelo método qualitativo que focaliza sua atenção na qualidade e na técnica de coleta de dados, ou seja, busca a interpretação em lugar da mensuração, tornando-se inaceitável uma postura neutra do pesquisador levando em conta todos os componentes de uma situação em suas interações e influências recíprocas (André, 1995; p. 18).

3.2 Descrição das Técnicas de Coleta de Dados

Para atender o método anteriormente proposto foram empregados como procedimentos de coleta de dados uma pesquisa bibliográfica e estudo campo na modalidade levantamento de campo.

O enfoque qualitativo difere do quantitativo por não empregar “um instrumental estatístico como base do processo de análise de um problema. Não pretender numerar ou medir unidades ou categorias homogêneas, ou seja, o aspecto qualitativo de uma investigação pode estar presente até mesmo nas informações colhidas por estudos essencialmente quantitativos. Sendo assim, a pesquisa qualitativa torna-se uma tentativa de compreensão detalhada dos significados e características situacionais apresentadas pelos entrevistados, em lugar da produção de medidas quantitativas de características ou comportamentos” (Richardson, 2015, p. 90).

Para Minayo et al. (1994), a pesquisa qualitativa nas ciências sociais se preocupa com um nível de realidade que não pode ser quantificado, portanto, investiga um conjunto de questões que envolve motivos, crenças, aspirações, valores e atitudes de fenômenos e processos sociais. Para autora, “a abordagem quantitativa aprofunda-se no mundo do significado das ações e relações humanas, um lado não perceptível e não captável em equações, médias e estatísticas” (Minayo et al, 1994, p. 24).

Para Da Silva et al. (2016, p. 204), “a utilização da pesquisa qualitativa no campo da Administração é construída dentro de contextos históricos, humanos e sociais, situando o sujeito no seu contexto”.

Essa dissertação também procedeu a uma revisão de literatura por meio da busca de obras que abordam a temática do empreendedorismo, além de um levantamento na base de dados do Scielo de artigos acadêmicos relevantes sobre o objeto do estudo. Creswell (2010) destaca a importância da revisão de literatura nas pesquisas científicas, em particular, por propiciar um diálogo maior e de forma continuada na literatura com autores que estudaram a temática.

3.3 Descrição e Caracterização da Amostra

Existem diversas formas de coletar dados de pesquisa – e isso ocorre porque há inúmeras possibilidades quanto aos próprios instrumentos de pesquisa. De maneira geral, pode-se definir o termo “instrumento de pesquisa” como um procedimento, método ou dispositivo (aparelho) que tenha por finalidade extrair informações de uma determinada realidade, fenômeno ou sujeito de pesquisa. Dessa maneira, optou-se pelo questionário que é um documento contendo uma série ordenada de perguntas que devem ser respondidas por escrito (Apollinário, 2006).

O questionário, segundo Gil (1999, p. 128), pode ser definido “como a técnica de investigação composta por um número mais ou menos elevado de questões apresentadas por escrito às pessoas, tendo por objetivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas etc.”.

O questionário elaborado nesse estudo está disponível no anexo único e possui questões relacionadas ao empreendedorismo, ou seja, como os alunos da IES compreendem o tema, a motivação que eles possuem para empreender; a identificação de como a IES promove

o empreendedorismo e como os alunos percebem o papel IES na promoção do empreendedorismo.

Além disso, as perguntas elaboradas apresentaram estilos e teorias a respeito do tema no intuito de verificar se os respondentes possuem características empreendedoras.

3.4 Delineamento do Levantamento de Campo

A coleta de dados da pesquisa foi realizada com alunos concluintes de Administração e Gestão de Recursos Humanos de uma IES localizada na cidade de Taguatinga Norte, Brasília, DF. A população total de estudantes concluintes, no semestre 2019/2020, é de 160. Para um nível de confiança de 95% e margem de erro de 5% o tamanho da amostra é determinada em 114. Nesse estudo foram aplicados 150 instrumentos e validados 116. A amostragem foi não probabilística, ou seja, intencional, de conveniência, onde os sujeitos foram escolhidos aleatoriamente pelo pesquisador.

Inicialmente foi aplicado aos estudantes um instrumento pré-teste, para validação do questionário, no dia 6 de agosto de 2019, com o total de 20 alunos. Desse modo, foi possível verificar se as questões estavam claras e se não continham erros. Após a aplicação do pré-teste foram modificadas três perguntas minimizando, assim, os possíveis erros no momento da aplicação definitiva.

Foram aplicados 150 instrumentos para alunos dos últimos semestres e validados 116, sendo 55 de Administração do turno noturno e 61 de Gestão de Recursos Humanos do turno diurno. Foram aplicados entre os dias 12 a 15 de agosto de 2019, nos períodos diurno e noturno, no horário da aula. Ou seja, a coleta de dados em campo tratou-se de uma amostra, e não de um censo. O tipo de amostra foi não aleatório, a partir do instrumento de coleta de dados questionários; e o percentual de pessoas entrevistadas, em relação ao número total da população-alvo da pesquisa, do total de 160 alunos concluintes, foi aplicado 150 instrumentos para alunos dos últimos semestres, o que correspondeu a 93,75% dos entrevistados, sendo que foram validados 116 questionários, no qual representou 72,50% dos entrevistados.

A análise dos dados ocorreu após a aplicação do questionário, a partir da tabulação dos dados coletados. Uma planilha foi criada no software Excel, da Microsoft, com as categorias que constavam do instrumento a fim de facilitar os procedimentos de digitação dos dados. Nesta planilha, os dados foram analisados e tabelas e gráficos foram elaborados.

CAPÍTULO IV: APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

4.1 – Análises dos resultados

A seguir apresentam-se os resultados da pesquisa feita com os acadêmicos, que teve como objetivo identificar a percepção dos alunos concluintes de Administração e Gestão de Recursos Humanos sobre o ensino do empreendedorismo em sua Instituição de Ensino Superior – IES para promover a educação empreendedora. O questionário foi aplicado diretamente aos estudantes de forma presencial para uma amostra de 116 respondentes.

4.1.1– Perfil dos alunos

No gráfico 1, verifica-se que 59,5% dos respondentes eram mulheres e 40,5% homens. A faixa etária dos participantes foi entre 19 e 40 anos. A média de idade foi de 29 anos.

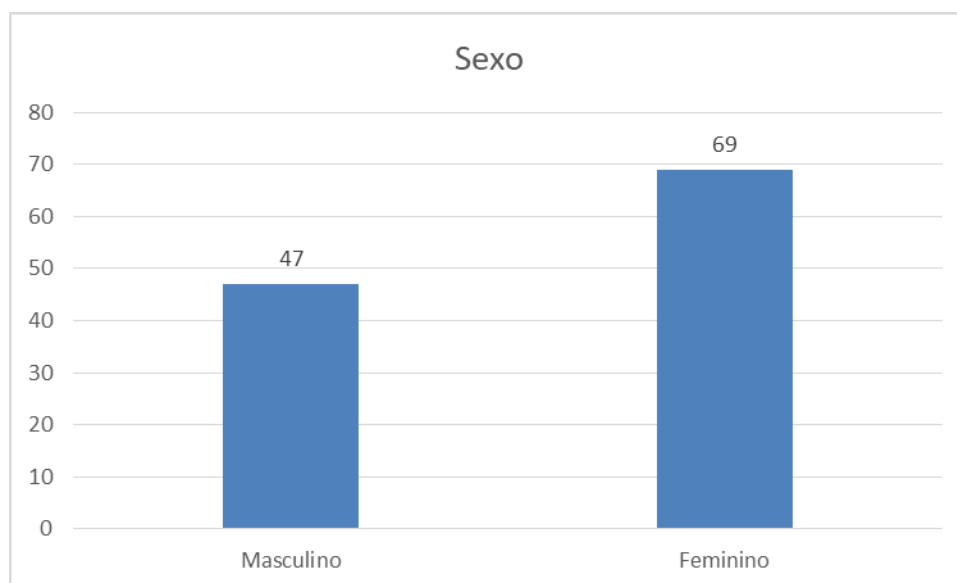


Gráfico 1 – Sexo dos respondentes

Fonte: Questionário aplicado pela autora. Elaboração própria.

Apresenta-se no gráfico 2 que a maioria dos alunos participantes pesquisados (37,93%) procuraram fazer o curso superior em busca da formação profissional qualificada para o mercado de trabalho.

Entretanto é importante ressaltar que 28,45% dos respondentes querem aprender habilidades e competências para empreender.

Já 25% manifestaram o desejo de formação e habilidades para participarem das seleções de concursos públicos.

Apenas 6,03% indicaram que precisavam iniciar alguma atividade para ter algum retorno financeiro.

E apenas 2,59% buscam o curso superior para apreender como abrir uma empresa na sua área de atuação. Este gráfico se torna importante, pois destaca um ponto favorável na disseminação da cultura empreendedora entre os alunos, que é um aspecto relevante para sociedade brasileira.

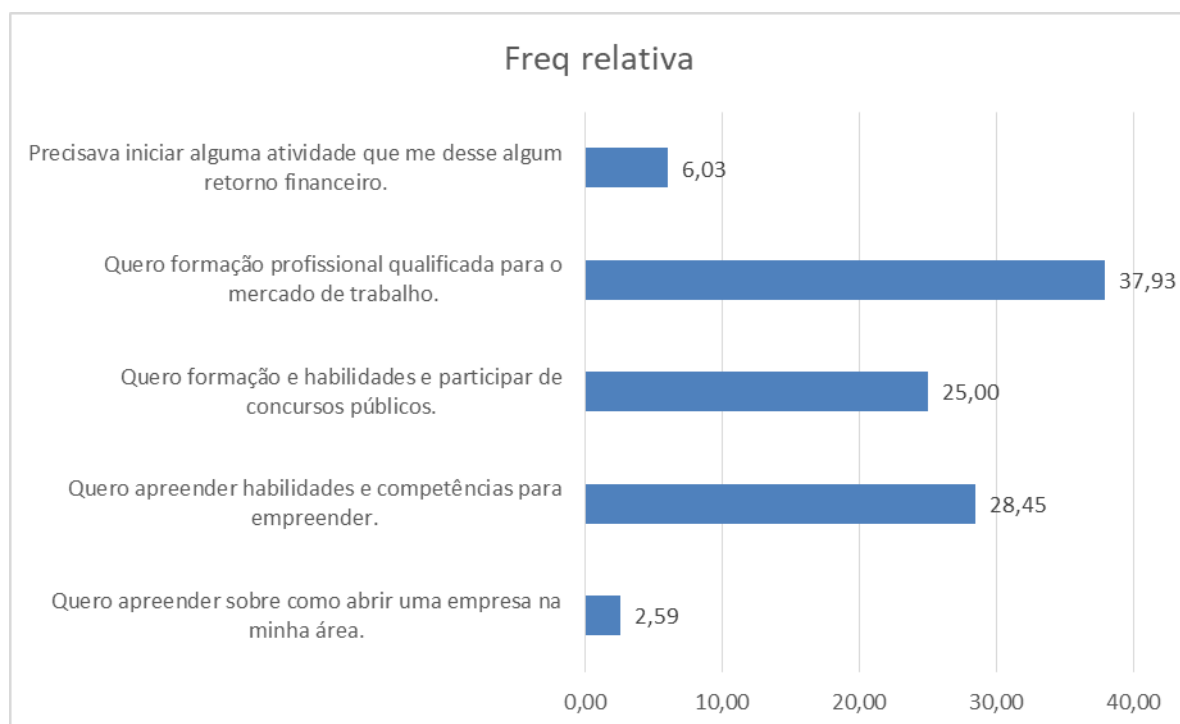


Gráfico 2 - O que levou a procurar fazer esse curso.

Fonte: Questionário aplicado pela autora. Elaboração própria.

O gráfico 03 apresenta os aspectos de incentivos aos estudantes a procurar o curso superior.

Um total de 56,90% informou que o seu ingresso ocorreu em função do seu desejo pessoal em obter qualificação profissional.

Uma boa parte dos entrevistados num total de 22,41% destacou que a influência dos amigos foi fundamental para irem a faculdade.

Com relação ao impacto da decisão com apoio dos familiares 13,79% respondentes atribuiu sua influência. É importante destacar que 6,9% dos participantes opinaram que outros motivos os levaram à graduação.

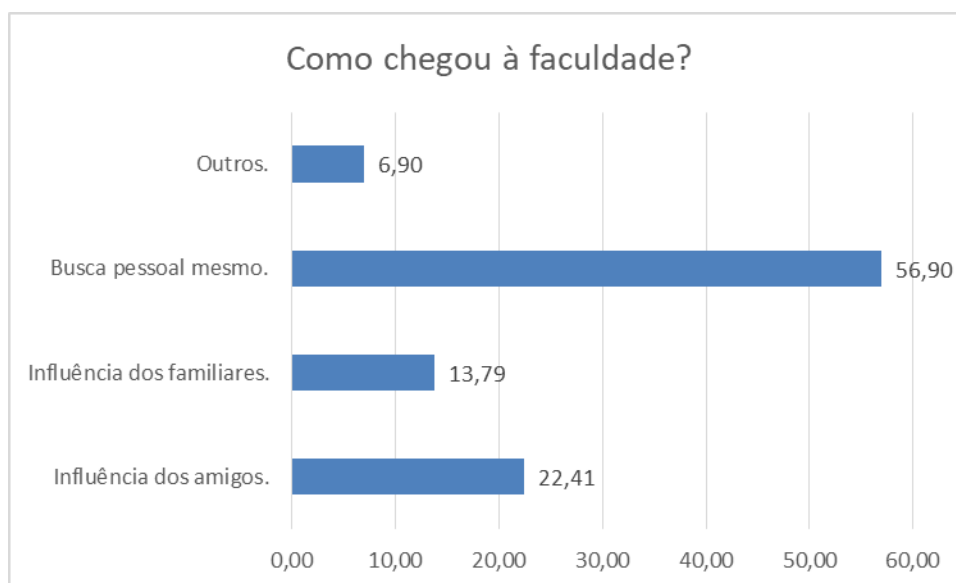


Gráfico 3 - Como chegou à faculdade?

Fonte: Questionário aplicado pela autora. Elaboração própria.

Os dados do gráfico 4 demonstram que um número expressivo (79,31%) dos participantes da pesquisa sente que estarão mais preparados para enfrentar os seus concorrentes no mercado de trabalho após a conclusão do curso. Somente 20,31% não concordam que irão ser tornar mais competitivos.

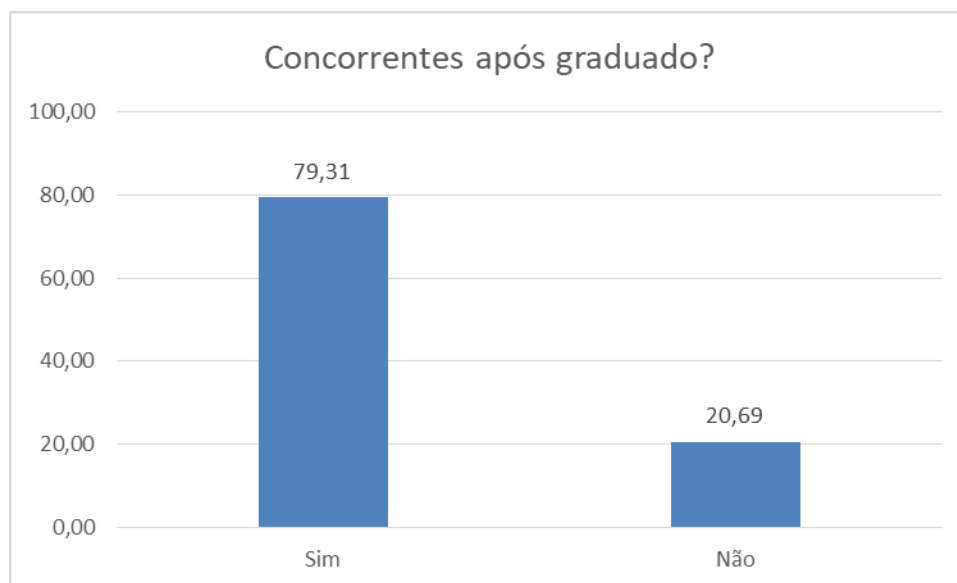


Gráfico 4 – Sente-se que será mais competitivo após graduado?

Fonte: Questionário aplicado pela autora. Elaboração própria.

Percebe-se que pelos resultados obtidos no Gráfico 5, que 34,48% dos participantes da pesquisa querem ser empreendedores formais quando graduados. Destaca-se ainda que 31,03% deseja trabalhar em uma grande empresa.

Este fato revela que o desejo de se tornar funcionário público aparece em terceiro lugar com 25,86% dos respondentes.

O gráfico demonstra que os interesses dos estudantes têm mudado na nova conjuntura econômica. Visto que apenas 1,72% dos alunos não querem ser empreendedores.

Os que desejam se tornar empreendedores informais são 4,31%; e 2,59% atribuíram outras opções para o seu futuro profissional.

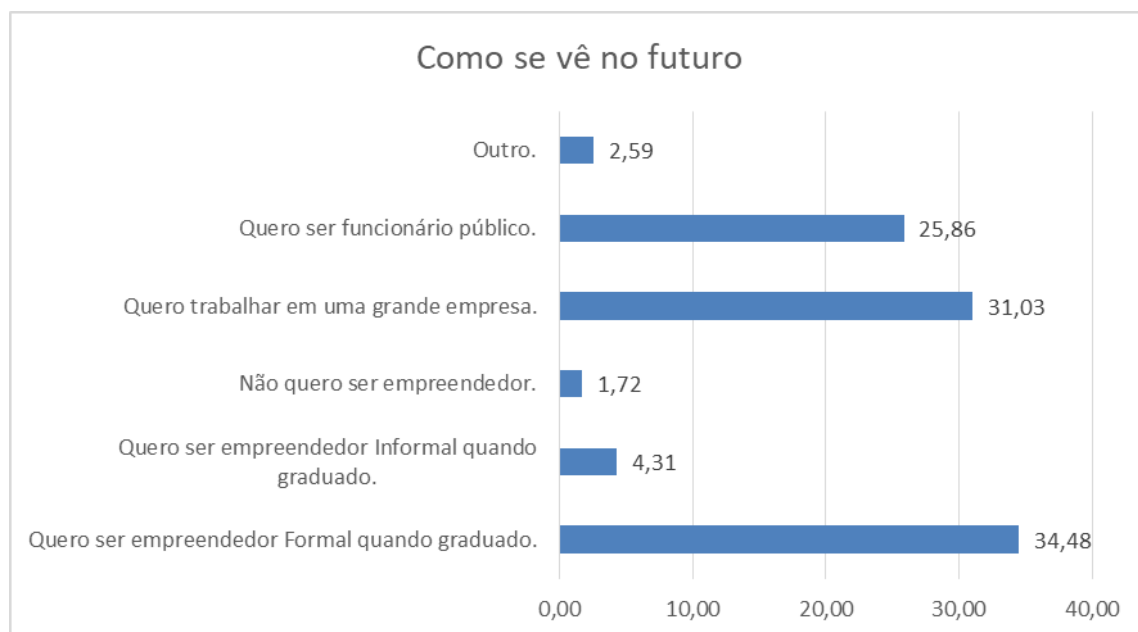


Gráfico 5 – Como você se vê no futuro?

Fonte: Questionário aplicado pela autora. Elaboração própria.

4.1.2 – Percepção que os Alunos têm sobre o Empreendedorismo

Na proporção dos dados constantes no gráfico 6, a maioria dos alunos confirmaram que a faculdade utiliza das principais ferramentas para qualificação profissional para empreender. Onde 37,95% dos participantes deram destaque aos cursos e 35,90% às palestras como as ferramentas mais importantes para sua formação profissional e para capacitação ao empreendedorismo. É importante destacar que 16,14% atribuíram aos seminários uma importante fonte de informação sobre o tema empreendedorismo. Já 6,15% dos participantes deram destaque às feiras e 3,59% às rodadas de negócios como fontes de dados sobre empreender.

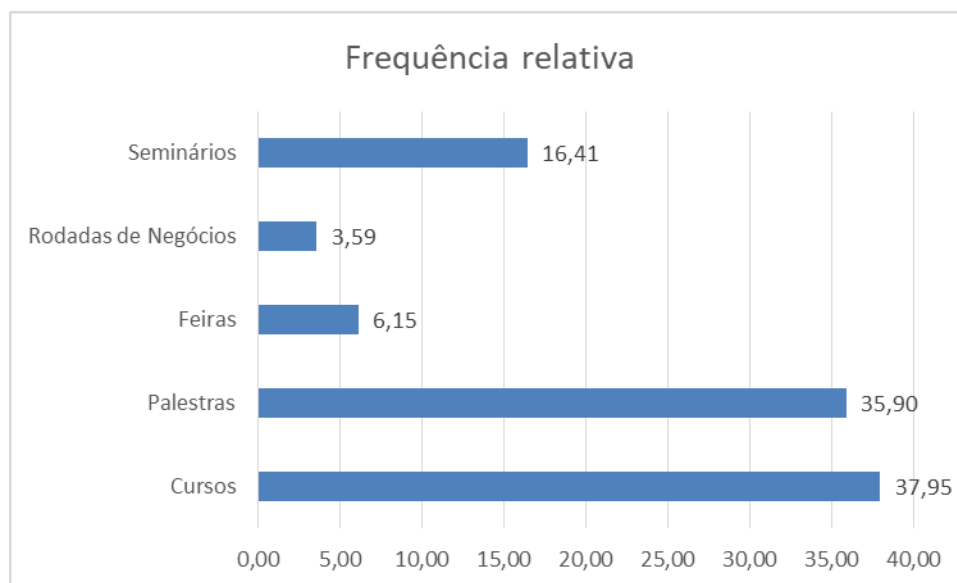


Gráfico 6 - Abordagem utilização de ferramentas que promovem ao empreendedorismo

Fonte: Questionário aplicado pela autora. Elaboração própria.

Nota: Ressalta-se que nesta questão foi permitido marcar mais de uma alternativa, assim, o modo de análise foi distinto das demais perguntas, pois a porcentagem 100% é referente ao total de participantes da pesquisa.

O gráfico 7 apresenta que 33,63% dos alunos já ouviram falar sobre o tema empreendedorismo dentro da IES. Este aspecto é um ponto favorável para a formação da educação empreendedora. Observe-se que o tema já foi levantado e que 20,63% por intermédios dos veículos de comunicação e 14,35% no próprio trabalho ouviram falar sobre empreendedorismo.

No trabalho é um ponto muito positivo, pois, conforme Dornelas (2005), nem todos os empreendedores são donos do próprio negócio e mostra que os funcionários possuem maior capacidade de criar, inovar e ter atitudes empreendedoras dentro da organização.

Observa-se com estes resultados que de forma constante o assunto vem sendo disseminado e discutido cada vez em mais lugares, englobando diferentes idades. Temos que 11,21% mencionaram que tiveram conhecimento do assunto em grupos de amigos; já 10,31% dos alunos começaram em casa a ter noções do assunto; e, 9,87% ouviu falar de empreendedorismo na escola. A importância do assunto confirma o que Dolabela (2003) apresenta: que o empreendedor é incentivado a construir-se e quanto mais o tema for cultuado nos lugares, melhor vai ser a capacidade empreendedora dos indivíduos.

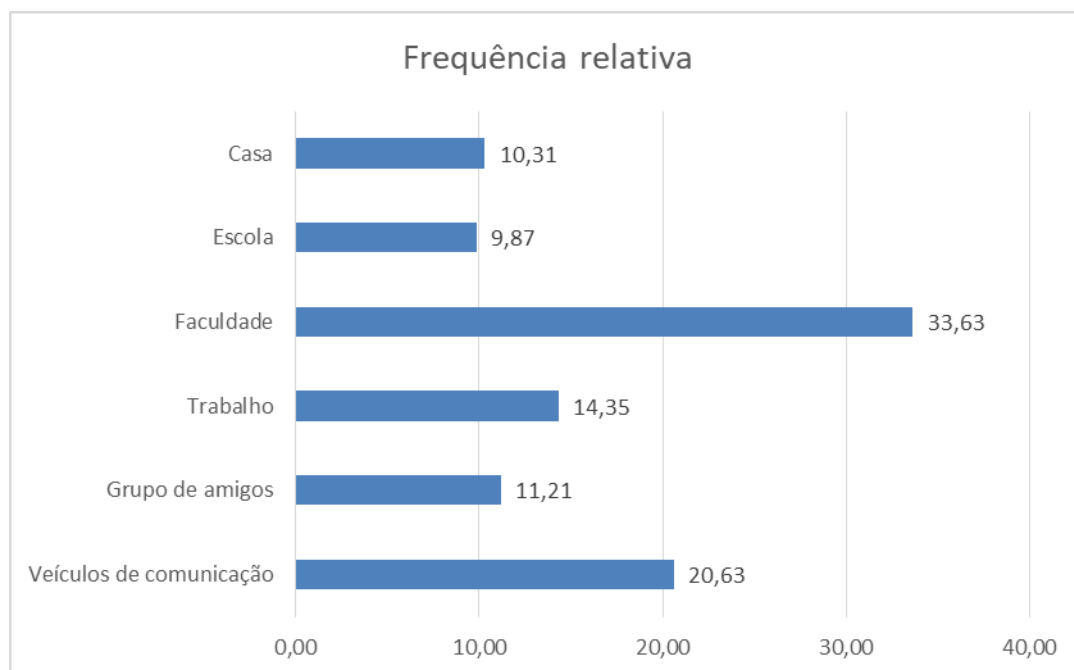


Gráfico 7 – Lugares onde ouviu falar de empreendedorismo.

Fonte: Questionário aplicado pela autora. Elaboração própria.

Nota: Ressalta-se que nesta questão foi permitido marcar mais de uma alternativa, assim, o modo de análise foi distinto das demais perguntas, pois a porcentagem 100% é referente ao total de participantes da pesquisa.

O gráfico 8 apresenta o nível de motivação dos alunos participantes da pesquisa em relação ao empreendedorismo. Como se pode perceber 43,10% dos alunos tem alto interesse sobre o assunto e atribuem estas atividades no seu dia a dia. Porém, 21,55% declaram ter alto nível de motivação sobre o tema, mas ainda não conhecem muito sobre o assunto. O número de alunos que demonstraram nível médio sobre o assunto soma 21,55%. Já 6,9% dos respondentes, respectivamente, demonstraram um nível baixo ou indiferente de motivação ao empreendedorismo.

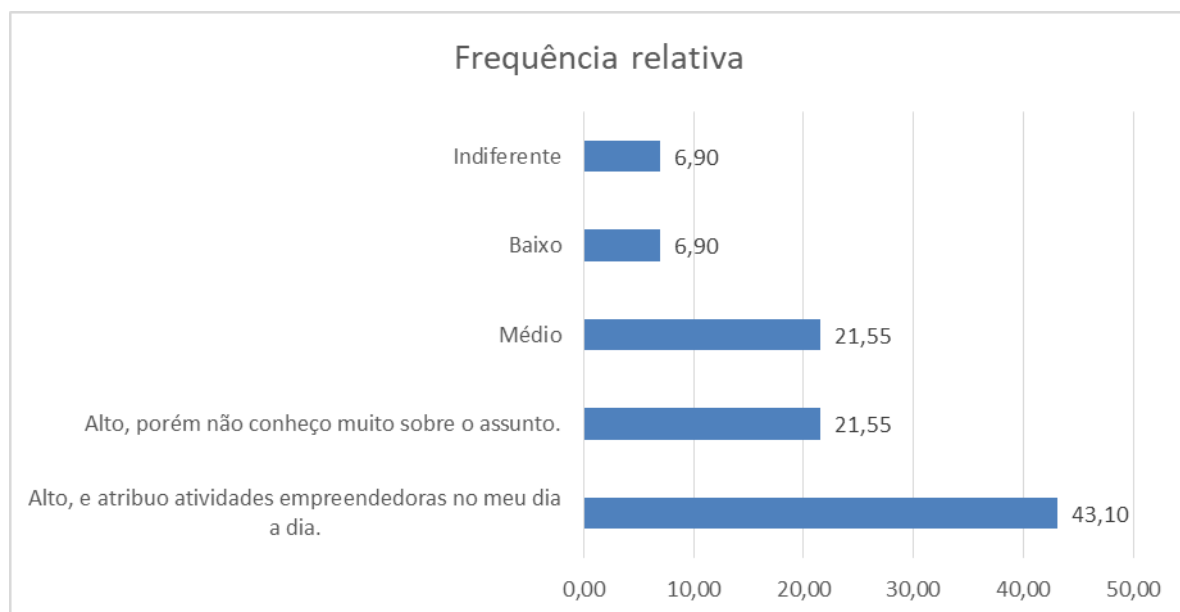


Gráfico 8 - Nível de motivação em relação ao empreendedorismo.

Fonte: Questionário aplicado pela autora. Elaboração própria.

A questão exposta no gráfico 9 buscou identificar quais são os principais fatores que levam os alunos a empreender. Entre os principais fatores abordados, a possibilidade de ter o próprio negócio foi a que teve maior pontuação, sendo marcada por 19,69% dos alunos. Logo após, a satisfação pessoal atendeu como nível motivador 14,15%, seguido de falta de oportunidades no mercado de trabalho 11,08%. O GEM (2014) também aponta estes fatores motivacionais como os principais fatores que levam o indivíduo a empreender. É importante mencionar que 10,77% destacaram os novos desafios em outras áreas de conhecimentos para o ânimo em empreender. Já 10,15% atribuíram o desejo para perseguir objetivos desafiantes e importantes para si mesmo. A necessidade de trabalhar foi declarada por 9,54% para ter um negócio. E, 8,31% dos alunos destacaram sua motivação no tema para o reconhecimento e valorização no trabalho e para contribuir no desenvolvimento social econômico. Apenas 8% dos participantes apontaram empreender para desenvolver redes de contatos e construir bons relacionamentos. Os dados acima, afirmam que a teoria dos sonhos de Dolabela (2003) apresenta o empreendedorismo como uma forma de ser, onde o indivíduo é posto perante o sonho estruturante, que o objetiva a realizar alguma ação em prol de autorrealização, sendo ela, profissional, financeira ou pessoal.

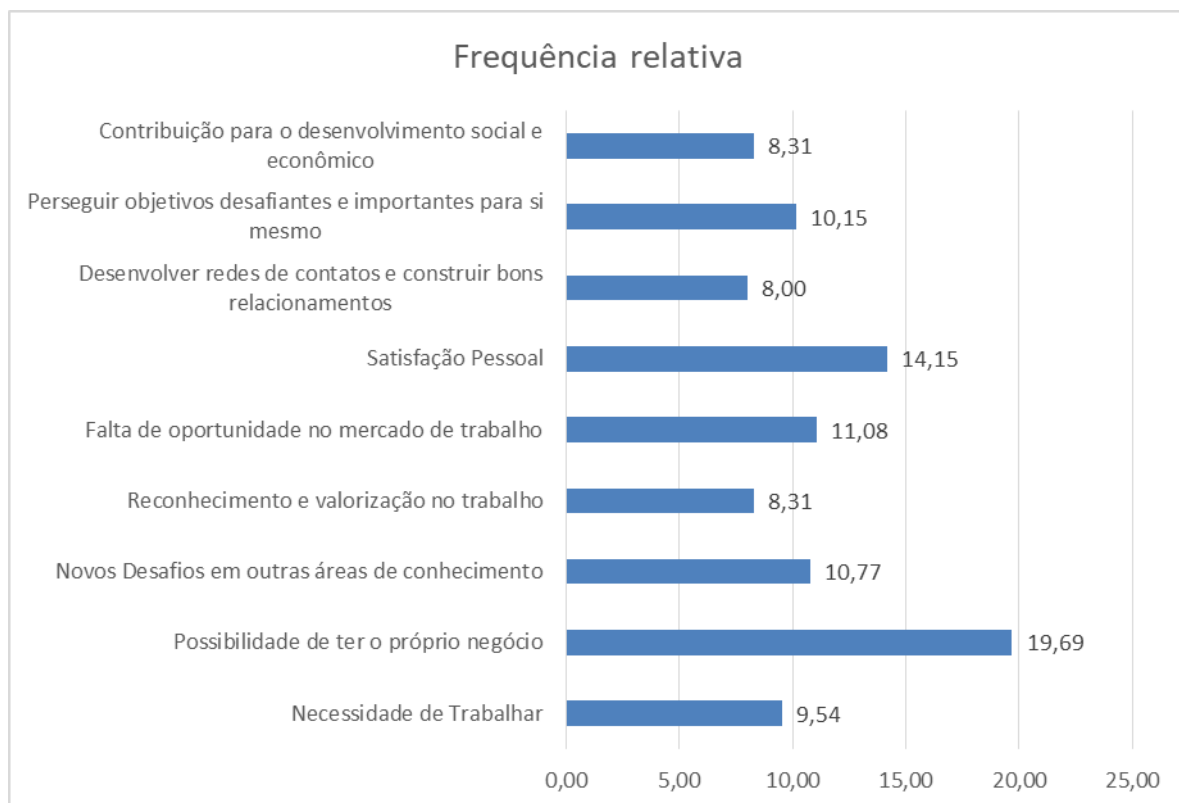


Gráfico 9 - Fatores de motivação no desenvolvimento do empreendedorismo.

Fonte: Questionário aplicado pela autora. Elaboração própria. Ressalta-se que nesta questão foi permitido marcar mais de uma alternativa, assim, o modo de análise foi distinto das demais perguntas, pois a porcentagem 100% é referente ao total de participantes da pesquisa.

Conforme se observa no gráfico 10, a maior parte dos participantes concorda que o termo empreendedorismo diz respeito à criação de novos negócios, porém, não somente isto. Constatou-se que 24,66% dos alunos afirmam que o empreendedorismo tem relação com a criação e inovação de produtos e serviços, e 19,63% respectivamente tem o entendimento do tema para criação de empresas e para utilizar na vida pessoal, pois o termo empreender diz também sobre a forma de ser e agir. Já para 17,35% dos alunos o termo pode ser utilizado quando se fala no âmbito financeiro, pois colabora com o desenvolvimento da economia. Para 15,98% dos participantes, enfatiza que o empreendedorismo envolve o desenvolvimento econômico e social.

Estes dados confirmam o que o autor Dornelas (2014) afirma, que a disseminação da cultura empreendedora contribui com o crescimento da economia, aumenta a riqueza do país, acumula ideias e conhecimentos inovadores e o acesso da população aos bens de consumo. Apenas 2,74% dos participantes afirmam que o empreendedorismo diz respeito apenas a criação de empresas. Todos os dados mostram que a maior parte dos estudantes já está

inserida e percebe os novos modelos de educação, tendo maior conhecimento sobre o empreendedorismo antes mesmo de fazer a disciplina gestão empreendedora.

Segundo Dolabela (2003), colabora para o desenvolvimento de novos profissionais o fator das matérias serem interdisciplinares e o fato de o conhecimento ser compartilhado, permitindo aos jovens novas reflexões e aplicações do que aprendem.

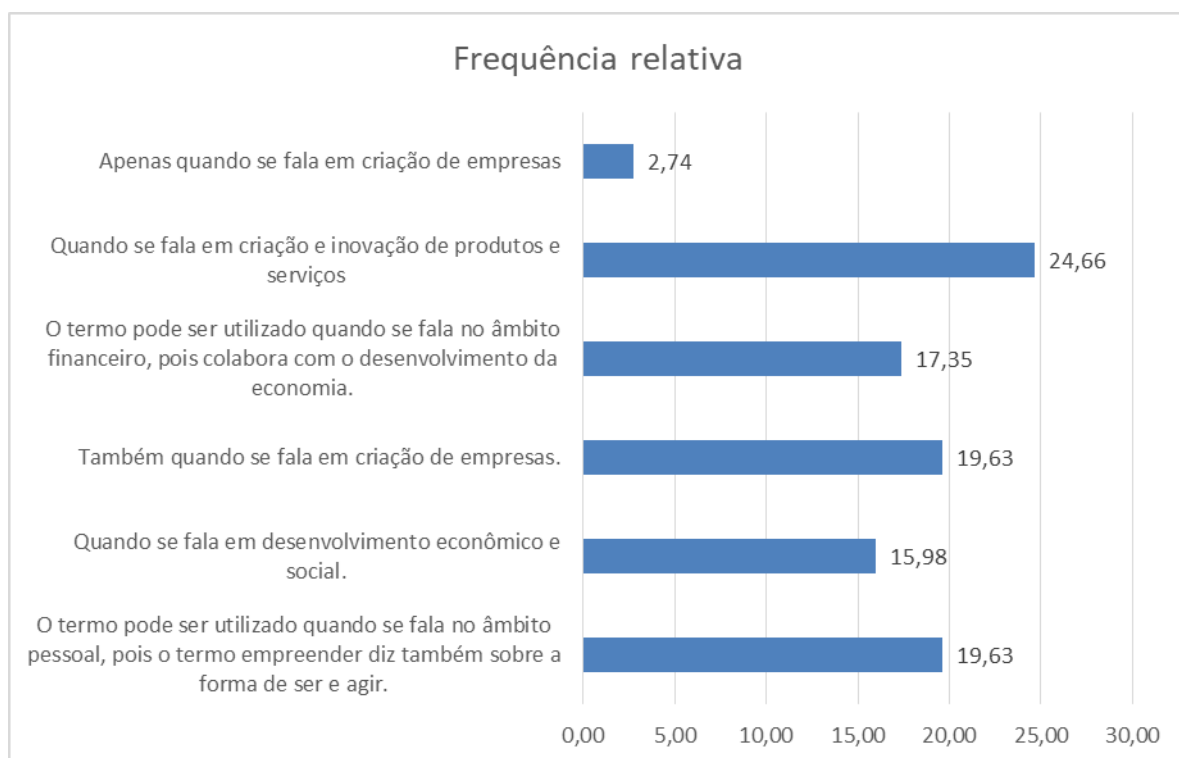


Gráfico 10 - Entendimento de empreendedorismo.

Fonte: Questionário aplicado pela autora. Elaboração própria. Ressalta-se que nesta questão foi permitido marcar mais de uma alternativa, assim, o modo de análise foi distinto das demais perguntas, pois a porcentagem 100% é referente ao total de participantes da pesquisa.

4.1.3 – Empreendedorismo e a IES

Apresenta-se no gráfico 11 que 75,86% dos alunos reconhecem que a IES promove cultura empreendedora e que 24,14% destes alunos não reconhecem. O fato de 75,86% dos participantes reconhecerem que a IES promove uma cultura empreendedora é um aspecto positivo para formação de futuros empreendedores.

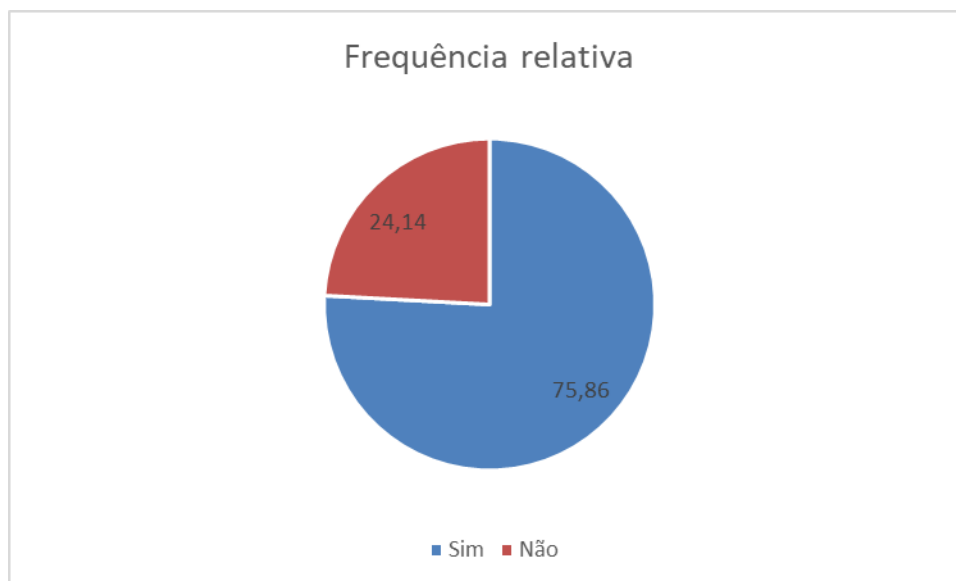


Gráfico 11 - Reconhece que a IES promove a cultura empreendedora.

Fonte: Questionário aplicado pela autora. Elaboração própria.

Percebe-se no gráfico 12 que o ambiente da IES contribui para o desenvolvimento empreendedor dos alunos; um total de 15,52% dos estudantes fez essa afirmação. Em seguida, 37,07% afirmam que a IES contribui muito. Logo após temos que 30,17% consideram que o ambiente da IES contribui mais ou menos para o desenvolvimento empreendedor e 12,93% que consideram pouco a sua contribuição. Apenas 4,31% responderam que o ambiente não contribui para o desenvolvimento empreendedor dos alunos.

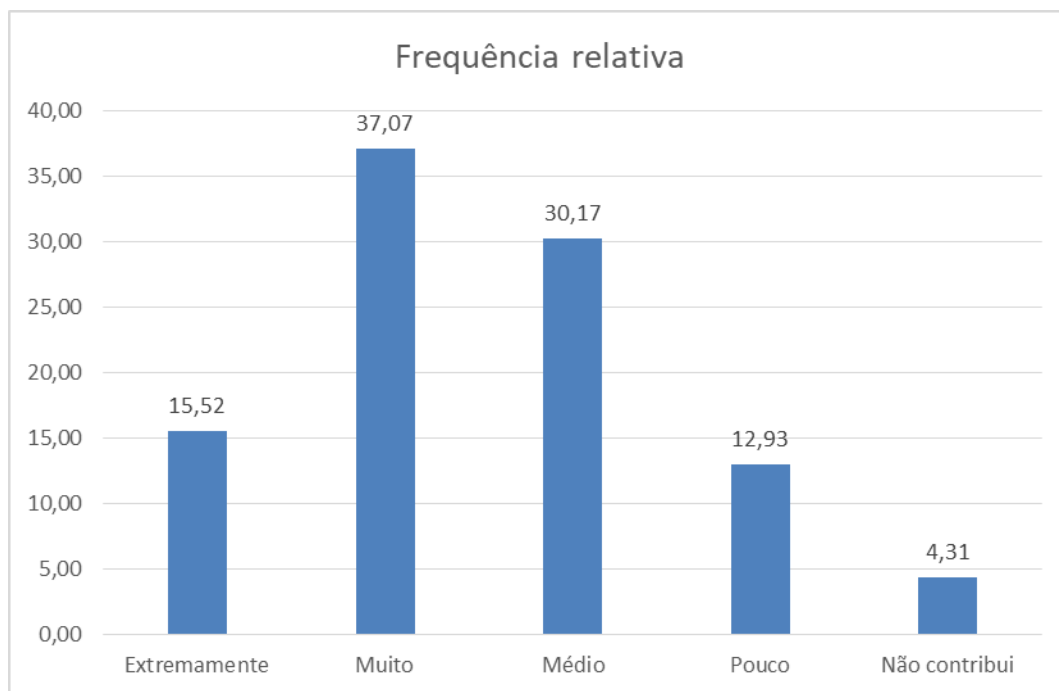


Gráfico 12 – A IES contribui para o desenvolvimento empreendedor dos alunos.

Fonte: Questionário aplicado pela autora. Elaboração própria.

O gráfico 13 mostra que dentre os participantes da pesquisa 83,62% afirmam que a IES estimula os alunos a criar, inovar e ser empreendedor. Somente 16,38% discordaram do papel da faculdade para contribuir o na formação de futuros empresários. Desta forma, a IES tem como missão disseminar o conhecimento, visando a formação de cidadãos reflexivos e empreendedores, comprometidos com o desenvolvimento socioeconômico. De acordo com a resposta dos participantes, a missão da IES está sendo alcançada.

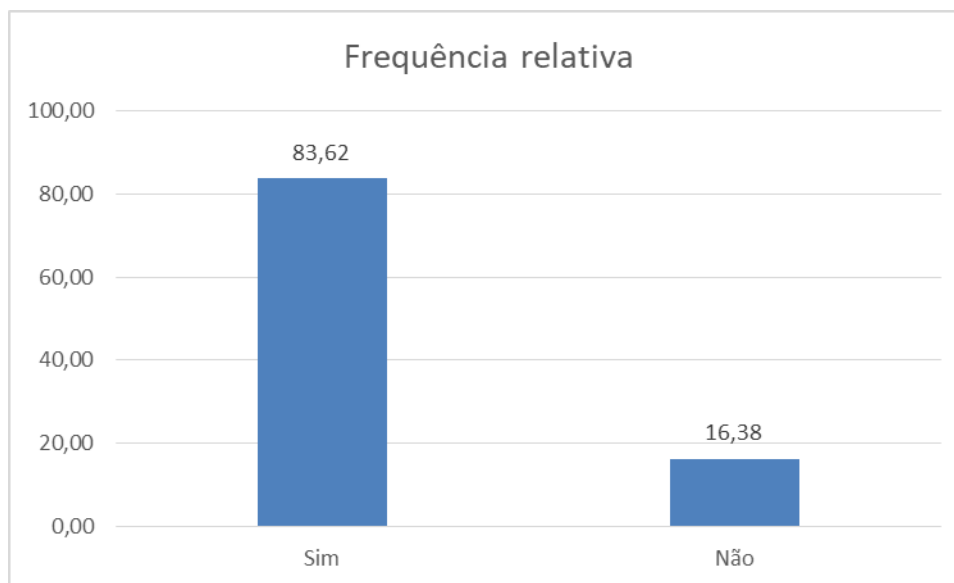


Gráfico 13 – A IES estimula a criação, inovação e o aluno a ser empreendedor.

Fonte: Questionário aplicado pela autora. Elaboração própria.

O gráfico 14 apresenta as competências que um empreendedor deve ter e a questão era identificar quais destas competências os alunos já foram ou são estimulados a desenvolver dentro da IES. Trabalho em equipe alcançou 13%, uma amostra representativa da opção dos participantes da pesquisa, seguidos de 12,64% ter visão em longo prazo, 11,54% atribuíram construir bons relacionamentos, 10,99% destacaram a importância do comprometimento.

Já 10,26%, respectivamente, avaliaram busca de oportunidade e enfrentar obstáculos como destaque na formação empreendedora. É importante salientar que 8,79% acreditam que a faculdade ajuda a entender como assumir riscos. Para 8,42% a IES favorece para desenvolver autoconfiança e independência. Destaca-se ainda que 7,88% avaliam que as competências desenvolvidas podem favorecer para oportunidade de inovar. E como afirma Barbalho e Uchoa (2019), o elemento fundamental para empreender é a inovação. Por fim, temos que somente 6,23% acreditam que a faculdade ajuda no processo de planejamento e monitoramento sistemático.

Vale ressaltar a importância dos professores no processo de desenvolvimento da cultura empreendedora. De acordo com Dolabela (2008), estes professores estão presentes para serem facilitadores do processo de aprendizagem, e que um ambiente favorável a práticas empreendedoras fortalece muito o processo de autoaprendizado, ajudando assim os alunos a desenvolver e aprimorar suas características empreendedoras.

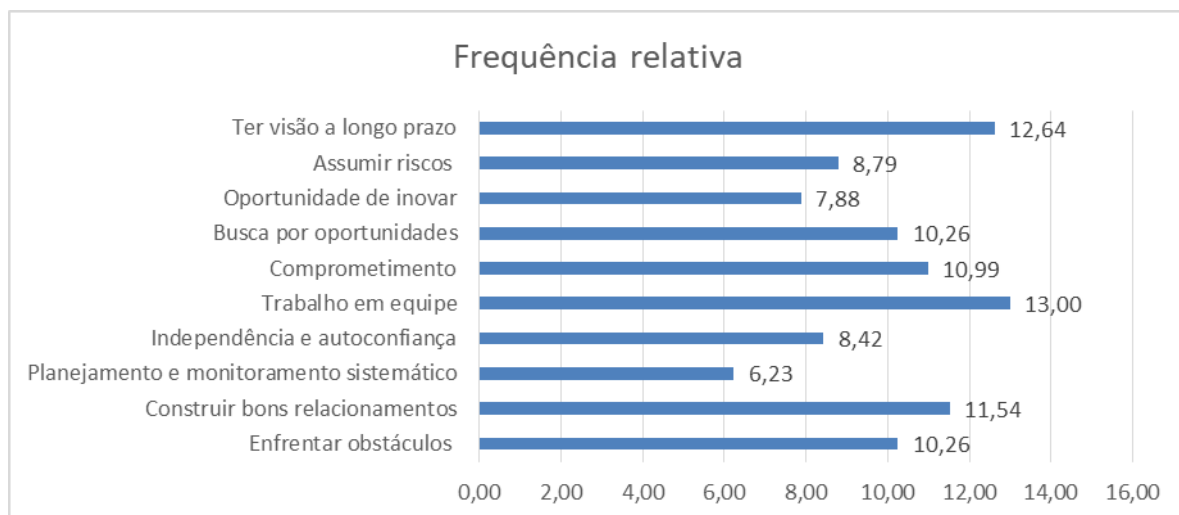


Gráfico 14 - Competências empreendedoras desenvolvidas na IES.

Fonte: Questionário aplicado pela autora. Elaboração própria. Ressalta-se que, nesta questão foi permitido marcar mais de uma alternativa, assim, o modo de análise foi distinto das demais perguntas, pois a porcentagem 100% é referente ao total de participantes da pesquisa.

O gráfico 15 apresenta os estilos de aprendizagem e as técnicas pedagógicas de ensino voltadas a educação empreendedora. Onde 24,64% destacaram a participação da semana acadêmica como o principal meio para apreender sobre empreendedorismo; 21,01% acreditam que as palestras ministradas sobre o tema contribuem de forma significativa para o aprendizado do tema; foi enfatizado ainda por 20,29% que elaboração de planejamentos estratégicos e planos de negócios ajudam a desenvolver habilidades para empreender.

Ressalta-se ainda nesta análise do gráfico 16 que 13,77% reconhecem que a faculdade ajuda no desenvolvimento e treinamento pessoal do aluno a partir de prática de apresentação de trabalhos para todos os alunos do curso. E somente 8,33% dos entrevistados concordam que as aulas expositivas e dialogadas favorecem o processo de aprendizagem na IES.

Dornelas (2005) ressalta que a perspectiva da educação empreendedora visa aprender e compartilhar os saberes. A junção das competências desenvolvidas pelos alunos no gráfico 14 e os estilos e técnicas de aprendizagem são auxiliares no processo de desenvolvimento dos estudantes.

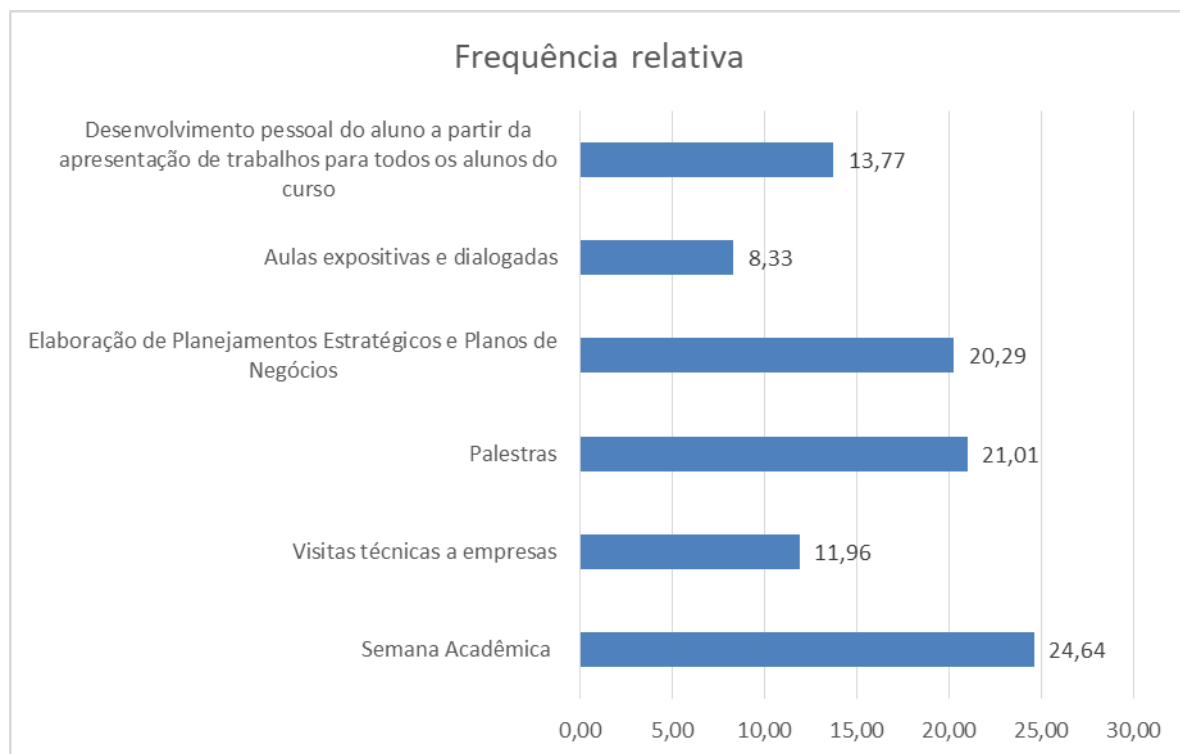


Gráfico 15 - Estilos de aprendizagem na IES.

Fonte: Questionário aplicado pela autora. Elaboração própria.

Nota: Ressalta-se que, nesta questão foi permitido marcar mais de uma alternativa, assim, o modo de análise foi distinto das demais perguntas, pois a porcentagem 100% é referente ao total de participantes da pesquisa.

O gráfico 16 apresenta as atividades desenvolvidas pela IES e a quantidade de alunos que reconhecem as atividades ofertadas. A Semana Científica e o Desafio SEBRAE Universitário mostraram que há pouco conhecimento dos participantes da pesquisa, com 9,44% e 12,94% respectivamente. Para 24,13% dos entrevistados apontaram as atividades como oficinas de empreendedorismo; 22,73% deram destaque às palestras; 18,53% ao Workshop do Empreendedor e 12,24% às empresas juniores como atividades oferecidas na faculdade.

A IES visa à aplicabilidade do aprendizado teórico para que se tenham profissionais mais completos, com um cabedal de conhecimentos práticos, com o intuito de formar cidadãos com proatividade, que intercedam na sociedade agregando valores em suas atividades. Os somatórios dos gráficos 15 e 16 também compõem a teoria adotada por Thomas A. Ulrich e George S. Cole, onde eles falam sobre os estilos de aprendizagem reflexivos e ativos, divididos em reflexivo-teórico, reflexivo aplicado, ativo-teórico e ativo aplicado. Atividades como aulas e palestras teóricas ou dinâmicas, estudos de caso e conceituação de um tema, fazem parte do estilo reflexivo, por sua vez, trabalhos em grupos,

simulações de gerenciamento e gestão, estágios de observação e aplicabilidade, planos de negócios e planejamento estratégico fazem parte do estilo ativo (Henrique & Cunha, 2008).

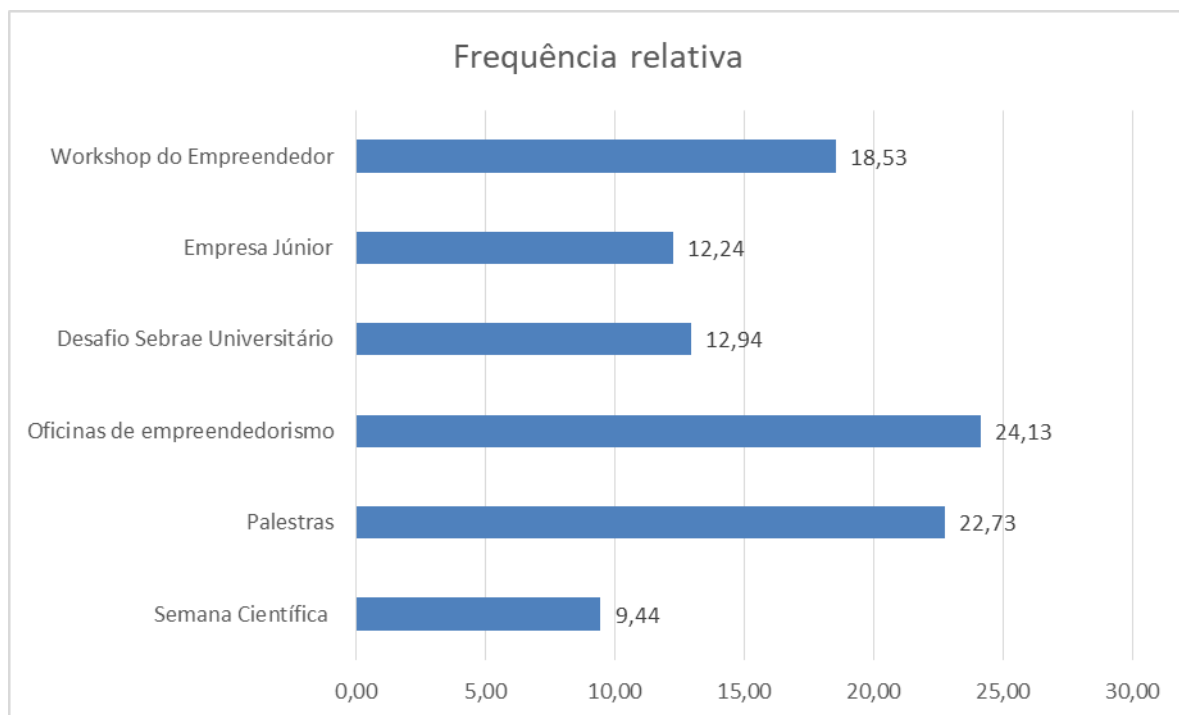


Gráfico 16 - Atividades que a IES oferece.

Fonte: Questionário aplicado pela autora. Elaboração própria. Ressalta-se que, nesta questão foi permitido marcar mais de uma alternativa, assim, o modo de análise foi distinto das demais perguntas, pois a porcentagem 100% é referente ao total de participantes da pesquisa.

Nota-se que no gráfico 17 foi possível analisar que 51,72% dos participantes da pesquisa concordam totalmente com as ferramentas utilizadas na IES na formação de empreendedores. Destaca-se que 38,79% concordam parcialmente; um total de 4,31% discorda parcialmente com métodos usados nas faculdades; e somente 2,59% respectivamente não concordam nem discordam ou discordam totalmente sobre as ações utilizadas para empreender, o que pode ser considerado um cenário positivo no processo educacional na formação de novas gerações ao empreendedorismo.

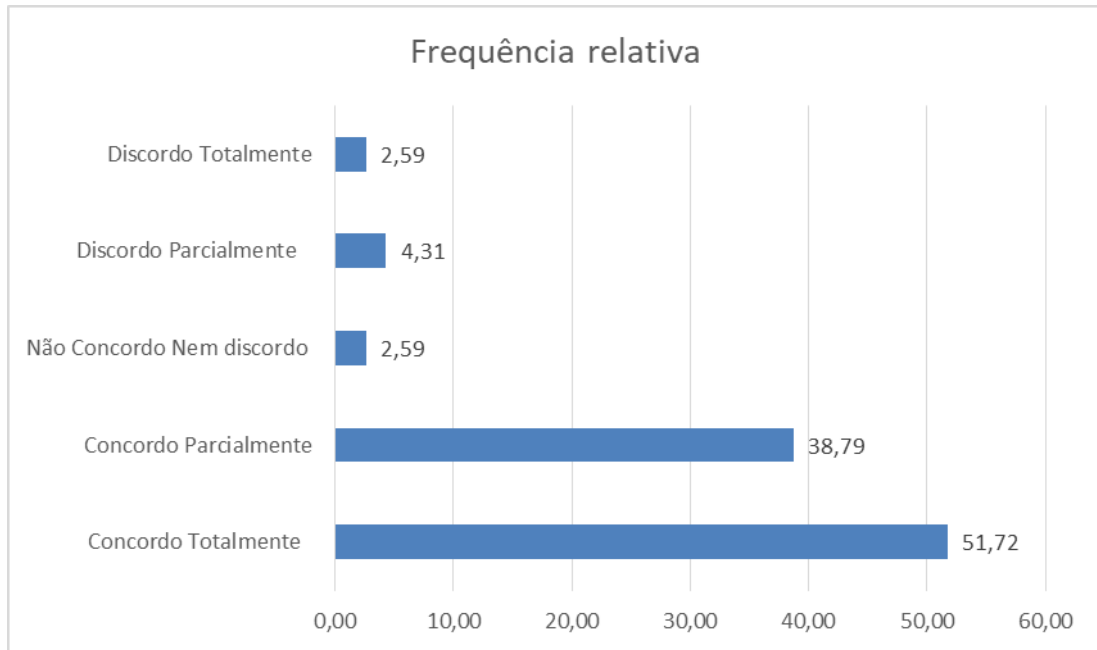


Gráfico 17 - As ferramentas utilizadas pela IES na formação de empreendedores.

Fonte: Questionário aplicado pela autora. Elaboração própria.

O gráfico 18 revela que 50% dos alunos concordam parcialmente que as experiências adquiridas durante o curso serão suficientes para tornar-se um bom profissional na sua área de formação; já 27,59% concordam totalmente no papel da faculdade para sua carreira no mercado de trabalho; e 12,07% não concordam nem discordam. Destaca ainda que 9,48% discordam parcialmente e somente 0,86% discordam totalmente.

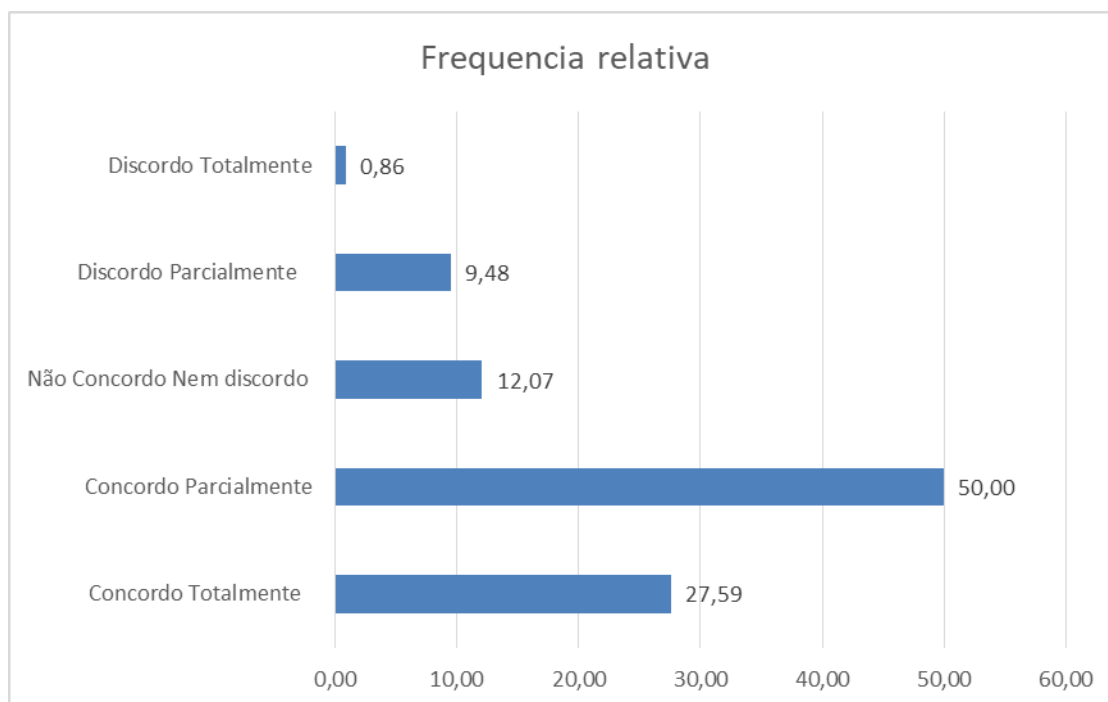


Gráfico 18 - A faculdade favorece ao estudante oportunidade para realizar o que aprendeu na área profissional.

Fonte: Questionário aplicado pela autora. Elaboração própria.

Observa-se na análise do gráfico 19 que 49,14%, a maioria dos participantes, concordam parcialmente que as ferramentas oferecidas pela IES favorecem a oportunidade do aluno torna-se futuro um empreendedor capacitado. Destaca que 20,69% concordam totalmente, 15,52% não concordam nem discordam, 8,62% discordam parcialmente e somente 6,03% discordam totalmente.

E assim pode-se inferir que a formação de estudantes em empreendedores, com métodos de ensino e aprendizagem, permite a vivência dos participantes, práticas de ensino teórico que contribuem para a prática de carreira profissional de sucesso através da educação empreendedora.

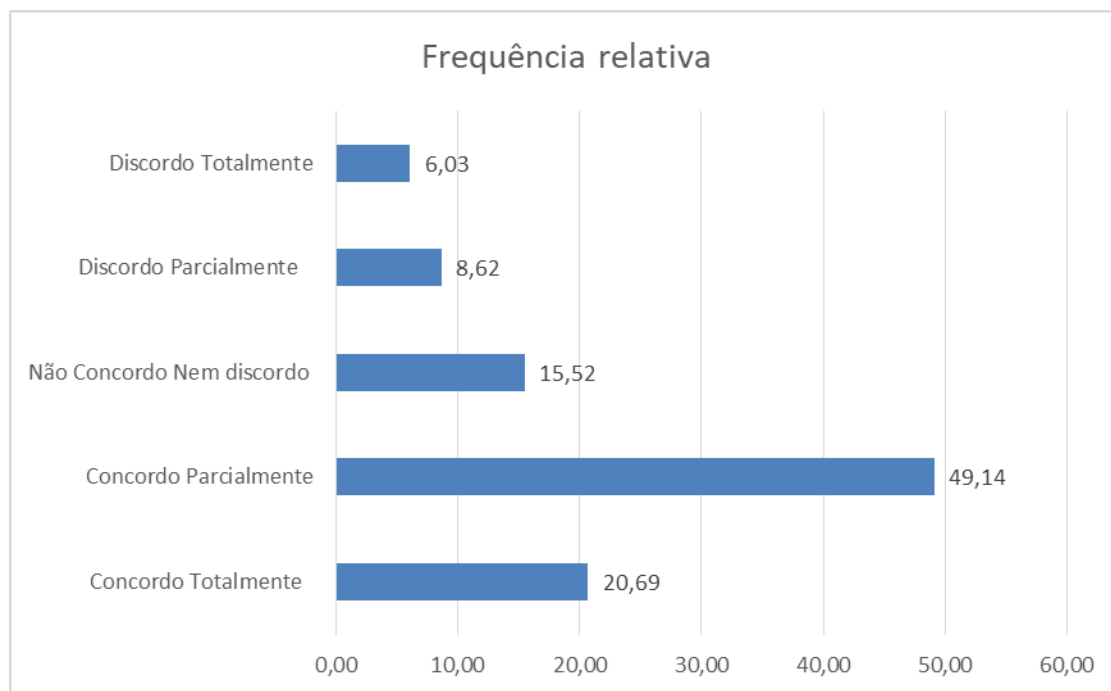


Gráfico 19: A faculdade favorece aos estudantes oportunidade para se tornar um futuro empreendedor capacitado.

Fonte: Questionário aplicado pela autora. Elaboração própria.

4.2 – Sínteses das análises dos dados

O questionário aplicado na pesquisa de campo mostrou de forma detalhada que a maioria dos entrevistados, um total de 69 alunos, foi do sexo feminino onde 38 do curso de Gestão de Recursos Humanos e 31 do curso de Administração.

Quanto aos fatores que levaram a fazer o curso universitário, foi o desejo de ter uma formação profissional qualificada para o mercado de trabalho. Desta maneira 38 alunos de Gestão de Recursos Humanos e 38 de Administração chegaram à faculdade por busca pessoal.

A importância de fazer um curso de graduação para sentirem-se mais competitivos foi declarada por 49 alunos de Administração e 43 de Gestão de Recursos Humanos, o que reforça que a cada dia a procura para uma formação qualificada se fortalece no cenário do mercado do trabalho, pois, observou-se na pesquisa que no futuro muitos universitários desejam ser empreendedor formal, trabalhar em uma grande empresa ou ser funcionário público quando graduado.

Nestes quesitos o que se apurou foi que no curso de Gestão de Recursos Humanos os alunos são mais motivados a empreender, onde mais de 40 alunos responderam que as palestras e cursos promovem o empreendedorismo; em comparação com Administração que ficou na média de 25 respondentes.

Analisando os dados verificou-se que os alunos ouviram falar de forma expressiva sobre empreendedorismo na faculdade. Fato que demonstrou ser local ideal para o desenvolvimento do empreendedorismo através da utilização das ferramentas da Educação Empreendedora.

Uma das formas da Instituição de Ensino Superior promover o entendimento da cultura empreendedora no processo de inovação e criação é estimular o aluno a ser empreendedor. Os dados da pesquisa demonstraram que a IES está cumprindo o seu papel, pois mais de 40 alunos de cada curso de Administração e Gestão de Recursos Humanos concordam que se sentem estimulados na faculdade a empreender, onde (Zhou; Etzkowitz, 2017) apud (Etzkowitz; Dzisah, 2008) atribuem a inovação em “uma combinação mais produtiva que assume significados mais amplos em uma sociedade cada vez mais baseada em conhecimento”.

Destacam-se nos dados da pesquisa que as principais competências empreendedoras desenvolvidas na IES são: ter visão a longo prazo para 44 alunos de Gestão de Recursos Humanos e 25 de Administração; trabalho em equipe para 48 alunos de Gestão de Recursos Humanos e 23 de Administração e construir bons relacionamentos para 34 alunos de Gestão de Recursos Humanos e 19 de Administração.

Quanto à questão dos estilos de aprendizagem na IES foi enfatizado que a semana acadêmica, palestras, elaboração de planejamentos estratégicos e planos de negócios, workshop do empreendedor e oficinas de empreendedorismo são oferecidos para os acadêmicos. Estas ferramentas utilizadas tiveram aprovação de 34 alunos de Gestão de Recursos Humanos e 26 de Administração. Entretanto, concordam parcialmente que a faculdade favorece oportunidade para realizar o que aprendeu na área profissional.

A maioria dos alunos concorda que o empreendedorismo tem relação com o desenvolvimento social, econômico, profissional e pessoal, e com a criação e inovação de produtos. O nível de motivação quando se aborda o termo empreendedorismo é alto, vários alunos possuem interesse no assunto, sendo que muitos atribuem atividades empreendedoras no seu cotidiano, porém, muitos ainda não possuem muito conhecimento sobre o assunto.

Apurou-se, ainda, que há integração entre educação e empreendedores entre os cursos de Administração e Gestão de Recursos Humanos, o que sinaliza para a importância da cultura empreendedora em todos os campos, diante da evidente perspectiva interdisciplinar quanto ao estudo do empreendedorismo. E é a partir desse viés que os alunos poderão

acumular uma bagagem de conhecimento, extraída de áreas distintas, o que, contribuirá para a internalização do conceito de empreendedorismo.

Além disso, os alunos percebem a promoção do empreendedorismo com as atividades que a IES desenvolve, tais como Semana Acadêmica, Workshop e Palestras. Nas etapas para o ensino de empreendedorismo foram notórios a postura e o papel do professor como educador empreendedor para inspirar os alunos (Silva; Lima & Silva, 2015, p.13).

Foi possível verificar através das análises dos dados que as ferramentas da Educação Empreendedora utilizadas na faculdade no processo de incentivo e promoção ao empreendedorismo é mais sensível no curso de Gestão de Recursos Humanos, na decisão de buscar empreender como uma opção na inserção ao mercado de trabalho.

Fato importante, pois na atualidade a gestão de pessoas, pela área de Recursos Humanos, tem sido vista como uma atividade estratégica para que a organização obtenha o sucesso desejado. Dutra (2002) afirma que, “apesar das grandes transformações na organização da produção, os conceitos sobre gestão de pessoas e sua transformação em práticas gerenciais têm ainda como principal fio condutor o controle sobre as pessoas”. E, por fim dos acadêmicos pesquisados, 32 de Administração e 25 de Gestão de Recursos Humanos, concordam parcialmente que a faculdade favorece aos estudantes oportunidade para se tornarem um futuro empreendedor capacitado.

CONCLUSÃO

O termo empreendedorismo vem crescendo. Hoje se fala sobre o tema em casa, no trabalho, nas organizações, nas Instituições de Ensino Superior e até mesmo em grupos de amigos. A importância da disseminação da cultura empreendedora no Brasil dá-se pelo fato de que cada vez mais, existem micro e pequenos empreendedores e que, não raras às vezes, eles não têm conhecimento aprofundado sobre o que é uma empresa e quais são os passos para o sucesso.

Conforme abordagem realizada, empreendedorismo não diz respeito somente à criação de empresas. O termo pode ser tratado nos âmbitos sociais, econômicos, profissionais e pessoais, pois, além de referir-se à criação de empresas, também está voltado ao desenvolvimento social e econômico do país, à inovação e criação de produtos e serviços e também ao conhecimento de si mesmo, o que indica que ser empreendedor também é uma forma de agir.

Em relação ao problema e ao objetivo geral dessa dissertação, qual seja identificar se os estudantes pesquisados estão motivados a tornarem empreendedores após a formação acadêmica e como os alunos dos Cursos de Administração e Gestão de Recursos Humanos percebem a promoção do empreendedorismo em sua IES, observa-se que os questionamentos foram respondidos com sucesso, onde se comprovou nas pesquisas desenvolvidas com os universitários.

Verificou-se que os estudantes pesquisados percebem que a Instituições de Ensino Superior promove cultura empreendedora e concordam que o ambiente da IES contribui para seu desenvolvimento empreendedor, pois 86,62% dos respondentes perceberam a prática da cultura empreendedora na instituição. O levantamento realizado indica que os alunos afirmam que são estimulados a desenvolver competências empreendedoras, criativas e inovadoras. Quanto às atividades, às técnicas e aos estilos de aprendizagem oferecidos, conclui-se que a IES possui metodologias adequadas ao ensino do empreendedorismo.

Ainda, conclui-se que a educação empreendedora é uma importante estratégia para o desenvolvimento social e econômico do país e que, nesta Instituições de Ensino Superior a promoção da cultura empreendedora é percebida pela maioria dos alunos concluintes dos Cursos de Administração e Gestão de Recursos Humanos. Apesar dos resultados positivos do levantamento realizado, muito há que ser feito para que a educação empreendedora alcance à

todos os alunos concluintes e que eles consigam compreender os ensinamentos e possam refletir a respeito, de modo que esta reflexão reverbere em atitudes empreendedoras.

Com relação às hipóteses levantadas no estudo todas foram confirmadas, visto que a educação de qualidade pode oportunizar que o estudante perceba que o aprendizado sobre empreendedorismo é um incentivo para empreender. Desta forma o acadêmico é estimulado a ter melhores condições de vida, com métodos direcionados à formação do empreendedor, por meio do conhecimento de si e suas potencialidades, e prepará-lo para ter consciência sobre suas competências e o que precisa desenvolver para abrir o próprio negócio e empreender no mundo atual, por meio do conhecimento sobre gestão, estratégia, investimento e riscos. Além de permitir a vivência do espírito empreendedor, o qual enxerga suas habilidades e promove mudanças.

O presente estudo mostrou que as instituições de ensino superior enfrentam dificuldade de adequar os métodos de ensino e aprendizagem à formação do empreendedor. Esse fato pode estar relacionado às regras e normas regulamentadas do ensino, que ainda não foram adaptadas às necessidades dos empreendedores, ou seja, um aluno que ainda não tem uma cultura de pensar em empreender, um corpo docente que acaba se dedicando a uma carreira acadêmica, mas com pouca experiência de empreendedorismo, experiência que pode fazer a diferença no ensino e na aprendizagem. Assim os métodos de ensino e aprendizagem para formação do empreendedor tem que necessariamente trabalhar com o significado (Rogers, 1985), experimentação (Rogers, 1985) e interação com meio (Piaget, 1988) para simular a vida real do empreendedor.

As práticas das instituições de ensino superior podem auxiliar na formação de empreendedores, pois o estudo constatou que as práticas, ou seja, os métodos aplicados já são trabalhados com aprendizagem significativa e experimental (Rogers,1985) e com aprendizagem por interação com o meio (Piaget 1988). Assim, o estudo registrou os métodos de ensino e aprendizagem direcionada à formação do empreendedor.

É importante enfatizar que estudo recém-elaborado por Carvalho e Silva (2019, p. 210) fortalece os pilares desta dissertação, pois destaca que “empreender tornou-se uma das principais opções de carreira profissional, e tem cada vez mais feito parte da realidade de cursos universitários. Empreender tem sido uma opção de carreira profissional para muitos recém-formados que terminam a sua formação e decidem investir na criação do seu próprio negócio”.

Um desafio que se estabelece diz respeito à aplicação do questionário e da metodologia desenvolvidos ao longo do estudo em outros cursos no âmbito da própria Instituição de Ensino considerada, já que o empreendedorismo se constitui em uma oportunidade que está aberta para todos os campos de estudo.

Uma recomendação seria que as mais diversas fontes de financiamentos (públicas e/ou privadas) para pessoas físicas e jurídicas, deveriam ser melhor divulgadas dentro das instituições de ensino de tal modo que os acadêmicos venham a ter uma visão mais completa sobre a questão da educação empreendedora e influir positivamente no processo de formação de novos empreendedores, inclusive, por intermédio de uma parceria mais próxima entre as instituições relacionadas a tais linhas de financiamentos. Entretanto estudos demonstram que no contexto brasileiro existe uma burocracia e dificuldade de obter estes financiamentos, além de outras barreiras para criação de novos empreendimentos, conforme dados do estudo de (E. Lima, R.M. A. Lopes, V. M. J. Nassif, D. Silva, 2014).

Finalmente, salienta-se que o empreendedorismo está sendo tratado durante a formação acadêmica dos alunos para que possam considerar a ideia de empreender como possibilidade de carreira após a conclusão do curso. Desta maneira a educação empreendedora tem por intuito formar cidadãos capazes de ser comprometidos, líderes, proativos, com capacidade de correr riscos calculados, que busquem a melhoria contínua e agreguem valor por onde atuarem na sociedade, seja gerando riqueza, emprego ou sustentabilidade empreendedora.

Como sugestões de pesquisas futuras, sugere-se realizar estudos a partir da ótica dos atores do processo educacional, ou seja, verificar junto aos professores e aos alunos, possíveis dificuldades, desafios e oportunidades para vivenciar o empreendedorismo nas universidades.

BIBLIOGRAFIA

- André, M. E. D. A. (1995). Etnografia da prática escolar. São Paulo: Papirus.
- Anna Gabriela M. de Oliveira, Marlene Catarina de Oliveira L. Melo, Cristiana Fernandes de Muylder. (2015). RAD Vol.18, n.1, Jan/Fev/Mar/Abr, p.29-56. São Paulo.
- Appolinário, F. (2006). Metodologia da ciência: filosofia e prática da pesquisa. São Paulo: Pioneira Thomson.
- Silva, A. M. M. (2016). Inovação tecnológica e empreendedorismo. Rio de Janeiro: SESES.
- Barbosa, R. P. & Otte, H.(2019). Inovação e Empreendedorismo. 1ª edição SESES Rio de Janeiro.
- Carvalho, C. Silva, I. G.(2018). Perspectivas Empreendedoras no Brasil e no Mundo. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), União Brasileira de Educação Católica (UBEC) (organizadores)- Curitiba: CRV.
- Carlioni, C. Michel, M.(2015). O desafio de abrir e manter uma empresa em operação no atual contexto socioeconômico. Artigo Científico. Disponível em< http://faef.revista.inf.br/imagens_arquivos/arquivos_destaque/hFHflZwwNkljV5o_2013-4-29-10-41-15.pdf Acesso em 30 de agosto de 2019.
- Creswell, John. (2010). Projeto de pesquisa: métodos quantitativo, qualitativo e misto. 3ª. ed. Porto Alegre, Artmed.
- Degen, R. J. (1989). O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial. 8ª. ed. São Paulo: McGraw-Hill.
- Dolabela, F. (1999). Oficina do Empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. São Paulo: Cultura -Editores Associados.
- Dolabela, F. (2003). Pedagogia Empreendedora: O Ensino do Empreendedorismo na Educação Básica, voltado para o Desenvolvimento Sustentável. São Paulo: Editora de Cultura.
- Dolabela, F. (2006). O segredo de Luísa. Ed. Editora de Cultura LTDA.; 2º edição. São Paulo.
- Dolabela, F. (2008). Oficina do Empreendedorismo. Rio de Janeiro: Sextante.
- Dornelas, J. A. C. (2005). Empreendedorismo: transformando ideia em negócios. 2ª. ed. Rio de Janeiro: Elsevier.
- Dornelas, J. A. C. (2008). Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 3ª ed. Rio de Janeiro: Elsever.
- Drucker, P.F.(2002). Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): práticas e princípios. São Paulo: Pioneira Thomson.
- Drucker, P.F.(2008). Inovação e espírito empreendedor: práticas e princípios. São Paulo: Cengage Learning.

- Dutra, J. S.(2002). *Gestão de Pessoas: Modelos, Processos, Tendências e Perspectivos*. São Paulo: Atlas.
- Etzkowitz, H.; Dzisah, J. Triple Helix Circulation: the heart of innovation and development. *Internacional Journal of Technology Management & Sustainable Development*, v.7, n.2, p 101-15, 2008.
- Filion, L. J. (1999). Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. *Revista de Administração*, v.34, n.2, p. 6-28.
- Gil, A. C.(1991). *Como elaborar projetos de pesquisa*. 2ª. ed. SP: Atlas.
- Gil, A. C. (1999). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 5ª. Ed. SP. Atlas.
- Gil, A. C.(2001). *Métodos e técnicas da pesquisa social*. 5ª. ed. São Paulo.
- Henrique, D. C.; & Cunha, S. K. (2008). Práticas didático-pedagógicas no ensino de empreendedorismo em cursos de graduação e pós-graduação nacionais e internacionais. *RAM – Revista de Administração Mackenzie*. v. 9, n. 5, 2008, p. 112-136. Disponível em: <<http://editorarevistas.mackenzie.br/index.php/RAM/article/view/187/187>> Acesso em 20 Ago. 2019.
- Hisrich, R. D.; Peters, M. P. (2004). *Empreendedorismo*. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.
- Jacques M. J. & Saes, A. M. (2017) *Pioneirismo e educação empreendedora: projetos e iniciativas*. São Paulo: Com Arte.
- Silva Júnior, E. N. S. (2010). *Empreendedorismo: Processo Empreendedor. Uma proposta prática voltada ao Empreendedor de Negócios*. Monografia (Curso de Administração) – Universidade UNEMAT. 2010. Disponível em <http://sinop.unemat.br/site/publicacoes-gerais/monografias/> Acessado em: 12 de setembro de 2019.
- Mantuani, D. O.(2005). *Empreendedorismo: A Importância Do Planejamento Na Gestão De Pequenas Empresas*. Monografia (Curso de Administração) - Faculdade UNIFAMMA. 2005. Disponível em< www.udnifarma.edu.br/administração/artigos/dilma_o_montuani.doc> Acessado em: 3 de dezembro de 2007.
- Matias, J. (s/d). *Como Desenvolver a Criatividade!* Publicações eletrônicas. Disponível em < <http://www.josematias.pt/TemasTecnodid/DesenvolverCriatividade.pdf> > Acesso em 29 de junho de 2019.
- Minayo, M. C. S. (Org); Deslandes, S. F.; Cruz Neto, O. Gomes, R. (1994). *Pesquisa Social: teoria, método e criatividade*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- Pasquini, K. C. R. S., Rodrigues, R., Vendrame, F. C., Sarraceni, J. M., Ribeiro, M. C. (2009). *Empreendedorismo*. Artigo Científico. Disponível em <<http://www.unisalesiano.edu.br/encontro2009/trabalho/aceitos/CC32500287890.pdf>> Acesso em 15 de setembro de 2019.
- Piaget, J. (1998). *Psicologia e Pedagogia*. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária.

Mirizete de Jesus dos Santos – Análise da educação empreendedora no processo de formação de novos empreendedores em uma instituição de ensino superior de Brasília, Brasil.

SEBRAE - <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sc/sebraeaz/educacao-empreendedora>. Acesso em 20 julho 2019.

Schaefer, Ricardo; Minello, Italo Fernando. (2016). Educação Empreendedora: premissas, objetivos e metodologias revista pensamento contemporâneo em Administração, vol. 10, núm. 3, Universidade Federal Fluminense Rio de Janeiro, Brasil.

Fabiana Ferreira Silva. Hérique Costa Ribeiro de Lima. Melissa Fernanda Belmiro Firmino Silva. (2015). Experiências Exitosas no Ensino Universitário de Empreendedorismo Successull Experiences In Univesitary Education And Enterprenourship. Veredas Favip ano 11 | volume 8 | número 2.

Souza, E. C. L & Guimarães T. A.(2005). Empreendedorismo além do plano de negócio. São Paulo: Editora Atlas.

Souza, H.(2015). Cultura empreendedora. Rio de Janeiro: SESES.

Tschá, E. R.; Cruz Neto, G.G. (2014). Empreendendo colaborativamente ideias, sonhos, vidas, e carreiras: o caso das células empreendedoras. In: BECKER, A. R. Educação Empreendedora: a formação de futuros líderes. In: GIMENEZ, F. A. P. et. al. (org.) Educação para o empreendedorismo. Curitiba: Agência de Inovação da UFPR,.

Rogers, C.(1985). Liberdade de aprender em nossa década. Tradução por José Octavio de Aguiar Abreu. Porto Alegre: Artes Médicas.

Sites consultados:

G1.globo.com/economia/noticia/2019/10/24/brasil-cai-em-ranking-do-banco-mundial-que-mede-a-facilidade-para-fazer-negocios.ghtml . Acesso em: 27 outubro 2019.

Baggio, Adelar Francisco; Baggio, Daniel Knebel. Empreendedorismo: Conceitos e definições: Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia, Passo Fundo, v. 1, n. 1, p. 25-38, jan. 2015. ISSN 2359-3539. Disponível em: <https://seer.imed.edu.br/index.php/revistas/article/view/612>. Acesso em: 20 jan. 2020. doi: <https://doi.org/10.18256/2359-3539/reit-imed.v1n1p25-38>.

Da Silva, Eduardo Robini et at. Caracterização das Pesquisas de Teses em Administração com Abordagem Quantitativa. Revista de Administração de Roraima – RARR, [S.l.], v. 6, n. 1, p. 204-223, aug. 2016. ISSN 2237-8057. Disponível em: <https://revista.ufr.br/adminrr/article/view/3032>. Acesso em: 25 jan. 2020. doi:[http:// dx.doi.org/10.18227/2237-8057rarr.v6il.3032](http://dx.doi.org/10.18227/2237-8057rarr.v6il.3032).

WIKIPEDIA: Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Ensino_superior. Acesso em 22 de novembro 2019.

WIKIPEDIA: Disponível em: <https://en.m.wikipedia.org/EMPRETEC>. Acesso em 24 de janeiro 2020.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor, Empreendedorismo no Brasil – Relatório Executivo 2014. Disponível em:

Mirizete de Jesus dos Santos – Análise da educação empreendedora no processo de formação de novos empreendedores em uma instituição de ensino superior de Brasília, Brasil.

<http://www.ibqp.org.br/upload/tiny_mce/Download/GEM_2014_Relatorio_Executivo_o_Brasil.pdf>. Acesso em: 05 ago. 2019.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor, Empreendedorismo no Brasil – Relatório Executivo 2018. Disponível em: <<http://materiais.cer.sebrae.com.br/relatorio-executivo-gem-2018>>. Acesso em: 19 julho 2019.

E. Lima, R.M. A. Lopes, V. M. J. Nassif, D. Silva. Ser seu Próprio Patrão? Aperfeiçoando-se a Educação Superior em Empreendedorismo. Disponível em <http://www.anpad.org.br/rac>, Rio de Janeiro, v. 19, N. 4, ART. 1, PP.49-439, Jul/Ago. 2015. Acesso em 23 janeiro 2020.

Etzkowitz, H; Zhou, H. Hélice Tríplice: inovação e empreendedorismo universidade-indústria-governo. Disponível em <http://dx.doi.org/10.1590/s0103-40142017.3190003>, São Paulo, Estud. Av. vol. 31 no. 90, Mai/Ago. 2017. Acesso em 24 de janeiro 2020.

Leite, A., & Oliveira, F (2007). Empreendedorismo e Novas Tendências. Estudo EDIT VALUE Empresa Junior, 5, 1-35. Disponível em: www.foreigners.textovirtual.com/empreendedorismo-e-novastendencias-2007.pdf Acesso em: 06 dez. 2010.

Barbalho, A & Uchoa V. C (2019). Empreendedorismo social como campo em formação no Brasil: o papel das instituições Ashoka, Endeavor e Artemisia. Disponível em: www.scielo.br. Acesso em 19 jan. 2020.

APÊNDICE ÚNICO: QUESTIONÁRIO DA PESQUISA

Informações para o (a) participante Voluntário (a)

Você está convidado (a) a responder este questionário anônimo que faz parte da coleta de dados da pesquisa de Mestrado Internacional com título Análise da Educação Empreendedora no Processo de Formação de Novos Empreendedores, sob a responsabilidade da pesquisadora Mirizete dos Santos e a Universidade Lusófona Humanidade e Tecnologias.

Caso você concorde em participar da pesquisa, leia com atenção os seguintes pontos:

a) você é livre para a qualquer momento, recusar-se a responder as perguntas que lhe ocasionam constrangimento de qualquer natureza; b) você pode deixar de participar da pesquisa e não precisa apresentar justificativa para isso; c) sua identidade será mantida em sigilo; d) caso você queira, poderá ser informado (a) de todos os resultados obtidos com a pesquisa.

Roteiro de Entrevista para Acadêmico Concluinte dos Cursos de Administração e Gestão de Recursos Humanos de uma Instituição de Ensino Superior de Brasília.

I – IDENTIFICAÇÃO

Sexo: _____
Idade: _____
Curso: _____
Turno: _____
Semestre: _____

II – PERGUNTAS ESPECÍFICAS

1 - O que o levou a procurar a fazer esse curso (escolha uma alternativa abaixo):

Quero apreender sobre como abrir uma empresa na minha área.	
Quero apreender habilidades e competências para empreender.	
Quero formação e habilidades e participar de concursos públicos.	
Quero formação profissional qualificada para o mercado de trabalho.	
Precisava iniciar alguma atividade que me desse algum retorno financeiro.	

2 - Como chegou à faculdade? (Escolha uma alternativa abaixo).

Influência dos amigos.	
Influência dos familiares.	
Busca pessoal mesmo.	
Outros.	

3 - Sente-se que será mais competitivo que seus concorrentes após graduados?

() Sim

() Não

4 - Como você se vê no futuro (escolha uma alternativa abaixo):

Quero ser empreendedor formal quando graduado.	
Quero ser empreendedor informal quando graduado.	
Não quero ser empreendedor.	
Quero trabalhar em uma grande empresa.	
Quero ser funcionário público.	
Outro.	

5 – A sua Faculdade utiliza de ferramentas de qualificação profissional que contribuem no desenvolvimento ao empreendedorismo? Marque quais, abaixo:

Cursos	
Palestras	
Feiras	
Rodadas de Negócios	
Seminários	

6 – Indique na relação abaixo onde você ouviu falar do termo empreendedorismo (marque uma ou mais alternativas abaixo):

Veículos de comunicação	
Grupo de amigos	
Trabalho	
Faculdade	
Escola	
Casa	

6.1 – Indique abaixo seu nível de motivação em relação ao empreendedorismo (escolha uma alternativa abaixo):

Alto, e atribuo atividades empreendedoras no meu dia a dia.	
Alto, porém, não conheço muito sobre o assunto.	
Médio	
Baixo	
Indiferente	

6.2 – Indique os fatores de motivação para o desenvolvimento do empreendedorismo (marque uma ou mais alternativas abaixo):

Necessidade de Trabalhar	
Possibilidade de ter o próprio negócio	
Novos Desafios em outras áreas de conhecimento	
Reconhecimento e valorização no trabalho	
Falta de oportunidade no mercado de trabalho	
Satisfação Pessoal	
Desenvolver redes de contatos e construir bons relacionamentos	
Perseguir objetivos desafiantes e importantes para si mesmo	
Contribuição para o desenvolvimento social e econômico	

6.3 – Indique qual o seu entendimento sobre empreendedorismo (marque uma ou mais alternativas abaixo):

O termo pode ser utilizado quando se fala no âmbito pessoal, pois o termo empreender diz também sobre a forma de ser e agir.	
Quando se fala em desenvolvimento econômico e social.	
Também quando se fala em criação de empresas.	
O termo pode ser utilizado quando se fala no âmbito financeiro, pois colabora com o desenvolvimento da economia.	
Quando se fala em criação e inovação de produtos e serviços	
Apenas quando se fala em criação de empresas	

6.4 – Reconhece que as Instituições de Ensino Superior (IES) promove a cultura empreendedora?

Sim Não

6.5 – A Instituições de Ensino Superior contribuem para o desenvolvimento empreendedor dos alunos? (Marque uma alternativa).

Extremamente Muito Médio Pouco Não Contribui

6.6 – A IES estimula a criação, inovação e o aluno a ser empreendedor?

Sim Não

6.7 – Identifique as competências empreendedoras desenvolvidas na IES (marque uma ou mais alternativas abaixo).

Enfrentar obstáculos	
Construir bons relacionamentos	
Planejamento e monitoramento sistemático	
Independência e autoconfiança	
Trabalho em equipe	
Comprometimento	
Busca por oportunidades	

Oportunidade de inovar	
Assumir riscos	
Ter visão a longo prazo	

6.8 – Identifique os estilos e as técnicas pedagógicas de ensino voltadas a educação empreendedora (marque uma ou mais alternativas abaixo).

Semana Acadêmica	
Visitas técnicas a empresas	
Palestras	
Elaboração de Planejamentos Estratégicos e Planos de Negócios	
Aulas expositivas e dialogadas	
Desenvolvimento pessoal do aluno a partir da apresentação de trabalhos para todos os alunos do curso	

6.9 – Identifiquem as atividades que as IES devem oferecer para promover educação empreendedora (marque uma ou mais alternativas abaixo).

Semana Científica	
Palestras	
Oficinas de empreendedorismo	
Desafio Sebrae Universitário	
Empresa Júnior	
Workshop do Empreendedor	

7 – As ferramentas utilizadas nas IES são eficazes para a formação de empreendedores. Um dos pontos fortes que os alunos adquirem para abrir uma Empresa é a liderança e o trabalho em grupo.

- () Concordo Totalmente
- () Concordo Parcialmente
- () Não Concordo Nem discordo
- () Discordo Parcialmente
- () Discordo Totalmente

7.1 – A Faculdade favorece ao estudante a oportunidade de realizar aquilo que aprendeu em sala de aula de tal forma que irá absorver experiência suficiente para se tornar um bom profissional na sua área.

- Concordo Totalmente
- Concordo Parcialmente
- Não Concordo Nem discordo
- Discordo Parcialmente
- Discordo Totalmente

7.2 – A Faculdade favorece ao estudante a oportunidade de realizar aquilo que aprendeu em sala de aula de tal forma que irá absorver experiência suficiente para se tornar um futuro empreendedor capacitado.

- Concordo Totalmente
- Concordo Parcialmente
- Não Concordo Nem discordo
- Discordo Parcialmente
- Discordo Totalmente