

INFLUÊNCIA DO ENSINO DE EMPREENDEDORISMO NAS INTENÇÕES DE DIRECIONAMENTO PROFISSIONAL DOS ESTUDANTES

Cristina Dai Prá Martens¹ e Henrique Freitas²

RESUMO: Este artigo tem como objetivo verificar a influência da disciplina Empreendedorismo nas intenções de direcionamento profissional dos estudantes de curso superior. Utilizou-se o método de pesquisa survey, de caráter descritivo: os dados foram coletados por meio de questionário estruturado, com os alunos de nove turmas da disciplina (462 alunos), no primeiro e no último dia de aula, obtendo-se taxa de resposta de 94% e 84%, respectivamente. Como resultados, apresentam-se o perfil dos estudantes com relação às intenções de direcionamento profissional, as expectativas deles com a disciplina Empreendedorismo, os resultados decorrentes e a influência nas intenções profissionais dos estudantes, ponto em que evidências apontam para mudanças.

PALAVRAS-CHAVE: Empreendedorismo. Ensino de empreendedorismo. Disciplina de empreendedorismo. Ensino superior. Direcionamento profissional.

THE INFLUENCE OF ENTREPRENEURSHIP EDUCATION IN STUDENTS' INTENTIONS TO PROFESSIONAL ORIENTATION

ABSTRACT: The objective of this article is to verify the influence of the Entrepreneurship course in the intentions of under-graduate students in relation to professional trends. The research method used was a descriptive survey and the data were collected by structured questions from 9 groups (462 students) on the first and on the last day of classes. The response rate was 94% on the first day and 84% on the last one. As results, the profiles of the students concerning their intentions on professional choices were gathered, as well as their expectations towards the course of Entrepreneurship, the results of the study and the influence in professional intentions of the students point to changes.

KEY WORDS: Entrepreneurship. Entrepreneurship education. Entrepreneurship course. Higher education. Professional orientation

¹ Professora do Centro Universitário UNIVATES, Doutoranda pelo PPGA/EA/UFRGS. cristinap@univates.br

² Professor do PPGA/EA/UFRGS, Pesquisador CNPq, Doutor em Gestão pela UPMF/França. hf@ea.ufrgs.br

1 INTRODUÇÃO

O mercado de trabalho está passando por uma verdadeira revolução, com novos padrões de relações de trabalho, com mudanças no perfil do emprego formal que pode migrar de grandes organizações para pequenas organizações, e ocasionar a necessidade de encontrar outras alternativas de colocação profissional. Da década de 90 até os dias atuais, na realidade brasileira tem sido crescente a busca pelo auto-emprego, caracterizado pelo surgimento de empreendedores involuntários, representados principalmente por recém-formados e por trabalhadores demitidos de suas empresas (HENRIQUE; CUNHA, 2006).

Com base nessa realidade, emerge o tema empreendedorismo, que existe de longa data, porém tem sido mais difundido nos últimos anos no meio empresarial e, especialmente, no meio acadêmico, já norteando a forma de agir de algumas instituições de ensino superior que tradicionalmente se preocupam em preparar profissionais para o mercado de trabalho. O mais novo desafio dessas instituições passa a ser inserir o ensino de empreendedorismo como parte de todos os cursos superiores oferecidos, independente da área de conhecimento (SEBRAE, 2001), focando o desenvolvimento da capacidade empreendedora dos estudantes, como ferramenta de suporte ao desenvolvimento de novas e inovadoras atividades, buscando a geração de novas fontes de emprego e renda e o conseqüente desenvolvimento local e regional, já que este é um dos temas fundamentais do empreendedorismo (ANTONELLO; DUTRA, 2005).

A percepção da importância do empreendedorismo no desenvolvimento econômico e social tem provocado o surgimento de grande número de pesquisas sobre o assunto. Segundo Fillion (1999), mais de mil publicações surgem anualmente no campo do empreendedorismo, em mais de 50 conferências e 25 publicações especializadas. De acordo com o autor, o empreendedorismo é um dos raros assuntos que atrai especialistas de diferentes disciplinas, levando-os a discutir e observar o que é feito nas outras disciplinas com relação a esse tema.

A educação empreendedora tem sido alvo de instituições de ensino espalhadas pelo mundo, cada uma focada em seus contextos regionais. Em regiões sem tradição empreendedora, as universidades enfrentam o desafio de iniciar esse processo, encontrar educadores experientes e reunir os recursos necessários para tal; em outras regiões a educação empreendedora é vista como ferramenta para estimular o desenvolvimento econômico; há também regiões onde a educação empreendedora é recente e em fase de experimentações; ao mesmo tempo em que já existe rede global de educadores de empreendedorismo que permite compartilhar melhores práticas a respeito (SEELIG, 2005).

O presente estudo tem como base a experiência de uma prática de educação empreendedora por meio da implantação da disciplina Empreendedorismo em uma instituição de ensino superior (IES). Propõe-se, como objetivo central, verificar a influência da disciplina Empreendedorismo nas intenções de direcionamento profissional dos estudantes, a partir da opinião dos que a cursaram. O estudo examina as intenções de direcionamento profissional dos estudantes, as expectativas deles com relação à disciplina Empreendedorismo antes de sua realização, a opinião deles sobre os resultados obtidos ao final da disciplina e ainda a influência da disciplina nas intenções de direcionamento profissional dos estudantes. A seguir, na seção 2, é feita breve exposição de conceitos pertinentes ao tema; na seção 3 aborda-se o método de pesquisa; na seção 4 são apresentados e discutidos os resultados; e na seção 5 é feita a conclusão, salientando os principais aspectos do estudo.

2 O CAMPO DO EMPREENDEDORISMO

O campo do empreendedorismo pode ser definido como aquele que estuda os empreendedores, examina suas atividades, características, efeitos sociais e econômicos e os métodos de suporte usados para facilitar a expressão da atividade empreendedora (FILION, 1999). Envolve o estudo de origem de oportunidades; o processo de descoberta, evolução e exploração de oportunidades; e o conjunto de indivíduos que descobrem, evoluem e exploram-nas (SHANE; VENKATARAMAN, 2000). Segundo esses autores, o empreendedorismo não requer, mas pode incluir a criação de novas organizações.

Diversos autores, ao longo do tempo, têm estudado e definido empreendedorismo sob diferentes óticas, desde o surgimento do termo há alguns séculos. Os economistas, por exemplo, têm associado empreendedores com inovação, enquanto os comportamentalistas têm se concentrado nas características da criação e da intuição dos empreendedores.

Os dois autores, normalmente identificados como os pioneiros no campo do empreendedorismo, são os economistas Cantillon e Say, que realizaram seus trabalhos perto de 1800. Eles estavam interessados não somente na economia, mas também nos aspectos gerenciais, no desenvolvimento e na gestão dos negócios. Os empreendedores eram "pessoas que aproveitavam oportunidades com a perspectiva de obter lucros, assumindo os riscos inerentes" (CANTILLON *apud* FILION, 1999, p. 7). Say explicava que o "empreendedor transfere recursos econômicos de um setor de produtividade mais baixa para um setor de produtividade mais elevada e de maior rendimento" (SAY *apud* DRUCKER, 1987, p. 27).

Joseph Schumpeter, também economista, associou claramente o empreendedorismo à inovação. Ele descreveu a contribuição dos empreendedores na formação da riqueza do país, como o processo de "destruição criadora". Schumpeter (1982) define o empreendedor como aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais. Eles são o impulso fundamental que aciona e mantém em marcha o motor capitalista, gerando novos produtos, novos métodos de produção e novos mercados; revolucionando a estrutura econômica.

Filion (1999) afirmava que os economistas estiveram principalmente interessados na compreensão do papel desempenhado pelo empreendedor como o motor de sistema econômico. Assim, eles viam os empreendedores como "detentores" de oportunidades de negócios, criadores de empresas e assumidores de riscos.

Muitos autores comportamentalistas também se preocuparam com o empreendedorismo, especialmente com as características dos empreendedores. O primeiro deles foi Max Weber, que identificou o sistema de valores como um elemento fundamental da explicação do comportamento empreendedor (FILION, 1999). Mas o autor comportamentalista com importância mais marcante foi David McClelland, para quem "um empreendedor é alguém que exerce o controle sobre uma produção que não seja apenas para o seu consumo pessoal" (MCCLELLAND *apud* FILION, 1999, p. 4). De acordo com a visão do autor, um executivo poderia ser considerado um empreendedor.

Nos Estados Unidos, o empreendedor é freqüentemente definido como aquele que começa o seu próprio, novo e pequeno negócio. Mas o empreendedor deve ser mais que isso, afirma Drucker (1987): ele deve criar algo novo, algo diferente, deve mudar ou transformar valores. Para o autor, a inovação é o instrumento específico do empreendedor, o meio pelo qual ele explora a mudança como oportunidade para fazer algo diferente. Ele sempre está buscando a mudança, reage a ela, e a explora como sendo uma oportunidade.

Morris *et al.* (2000) afirmam que o empreendedorismo pode ser aplicado a uma variedade de contextos, incluindo a criação de novas empresas, o crescimento orientado de pequenas empresas, de grandes empresas já consolidadas, de organizações não lucrativas e de organizações governamentais.

2.1 O empreendedorismo no Brasil e no mundo

Muitas evidências levam a crer que o grau de empreendedorismo de uma comunidade tem relação direta com o desenvolvimento econômico do local. O ambiente favorável ao desenvolvimento de novos negócios por meio de políticas e programas adequados à realidade do empreendedor, da disseminação

de cultura empreendedora, do apoio ao futuro empreendedor, tanto nos aspectos cultural, educacional e de disponibilidade de recursos financeiros e tecnológicos, entre outros, são fatores que facilitam o desenvolvimento do empreendedorismo em uma comunidade.

No mundo inteiro, o empreendedorismo tem sido foco de interesse por instituições governamentais, empresariais e acadêmicas. Diversas iniciativas têm sido tomadas a este respeito (GEM, 1999): a Alemanha tem implementado número crescente de programas que destinam recursos financeiros e apoio na criação de novas empresas; o Reino Unido, no final de 1998, publicou relatório sobre seu futuro competitivo, enfatizando a necessidade de se desenvolver uma série de iniciativas para intensificar o empreendedorismo na região; na Finlândia, em 1995, foi lançado o decênio do empreendedorismo, visando a criar uma sociedade empreendedora, promover o empreendedorismo como forma de geração de emprego e incentivar a criação de novas empresas; em Israel, uma gama de iniciativas tem sido implementada por meio de Programa de Incubadoras Tecnológicas, com o qual mais de quinhentos negócios já se estabeleceram; na França, há iniciativas para promover o ensino de empreendedorismo nas universidades e a criação de incubadoras.

Nos Estados Unidos, o número de universidades que oferecem cursos sobre empreendedorismo evoluiu de 10 no ano de 1967 para 1.068 em 1998 (DOLABELA, 1999a). Naquele país também a pequena e a média empresa têm tido importância crescente. Desde 1970, as quinhentas maiores empresas listadas pela revista *Fortune* vêm eliminando postos de trabalho ininterruptamente. Em contrapartida, as pequenas e médias empresas americanas criaram empregos a uma taxa três vezes maior que a do país como um todo (DRUCKER, 1987). Atualmente as empresas com menos de quinhentos funcionários empregam 53% da mão-de-obra privada, e são responsáveis por 51% do PIB americano (DORNELAS, 2001). Timmons (*apud* DOLABELA, 1999b) aponta para alguns números relevantes que retratam a importância da pequena empresa: desde a segunda guerra mundial 50% de todas as inovações e 95% de todas as inovações radicais surgiram das novas e pequenas empresas. Estão aí incluídos, por exemplo, o microcomputador, o marca-passo, a troca de óleo rápida, o *fast food*, o anticoncepcional oral, a máquina de raio X, entre outros.

No Brasil, uma maior preocupação com o empreendedorismo e com a criação de micro e pequenas empresas começou a partir do surgimento de algumas entidades, como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e a Sociedade Brasileira para Exportação de Software (SOFTEX). Outros fatos importantes também foram a criação das primeiras incubadoras e o início do ensino de empreendedorismo nas universidades na

década de 80, bem como programas de treinamento e capacitação para empreendedores, com maior ênfase a partir de 1990.

O Brasil é hoje considerado um país empreendedor, de acordo com a pesquisa GEM 2005. Num ranking de 37 países, ocupa a sétima posição. Ele também tem se destacado pela grande quantidade de pessoas que iniciam seus negócios por necessidade, quase se igualando ao número de empreendedores por oportunidade. De modo geral, a taxa de empreendedorismo por necessidade tende a ser maior em países em desenvolvimento, nos quais as dificuldades de inserção no mercado de trabalho levam as pessoas a buscarem alternativas de ocupação. Outro aspecto que pode contribuir, no caso do Brasil, é a educação formal dos empreendedores, ainda baixa se comparada com a média de outros países de renda *per capita* semelhante: atualmente apenas 14% dos empreendedores brasileiros possuem formação superior (contra 23% em média, nos países de renda *per capita* à nossa) e 30% sequer concluíram o Ensino Fundamental (GEM, 2004).

Em que pese o alto grau de empreendedorismo do brasileiro, o perfil dos negócios é, em sua maioria, composto por empresas que atuam com produtos e serviços tradicionais e que têm nenhum ou pequeno potencial de expansão de mercado ou impacto na criação de empregos e na conquista de consumidores distantes ou localizados fora do país. A grande representatividade das micro e pequenas empresas, que correspondem a cerca de 99% das organizações brasileiras (SEBRAE, 2004a), também alerta para a sua alta taxa de mortalidade. De acordo com o SEBRAE (2004b), 49,4% das empresas encerram suas atividades com até dois anos de existência, 56,4% o fazem com até três anos de existência e 59,9% não passam de quatro anos. Entre os principais fatores de mortalidade das organizações encontram-se em primeiro lugar as falhas gerenciais. Por outro lado, são apontados fatores que contribuem para o sucesso das organizações, destacando-se as habilidades gerenciais, bom conhecimento do mercado e boa estratégia de vendas.

2.2 Formas de empreender

Embora o empreendedor seja comumente definido como empresário, as formas de ser um empreendedor podem variar bastante. Para Kuratko (2004), o empreendedorismo pode estar aplicado dentro ou fora de organizações, em empresas com ou sem fins lucrativos e em organizações diversas que permitam trazer idéias criativas. De acordo com Lima, Santos e Dantas (2006), a atividade empreendedora vai além da gestão de um negócio próprio ou de uma invenção revolucionária; ela representa a capacidade de realizar algo diferente, que seja capaz de acompanhar e provocar mudanças na sociedade.

Filion e Dolabela (2000) sugerem algumas formas de ser empreendedor, onde cada uma delas implicando um tipo de atividade e requerendo determinado conhecimento, além da capacidade gerencial, que é comum a todas elas: intra-empendedor (ário empreendedor); eário de uma empresa; ecomo ônomo; tecnoempreendedorismo (empreendedores inventores que preferem comercializar pessoalmente seus produtos); empresas cooperativas e coletivas (agrupar pessoas ou empresas em torno de projetos coletivos); empreendedorismo social (organizações sem fins lucrativos, de cunho comunitário).

Para Degen (1989, p. 10), "ser empreendedor significa ter, acima de tudo, a necessidade de realizar coisas novas, pôr em prática idéias próprias [...]. As pessoas que têm necessidade de realizar se destacam porque, independente de suas atividades, fazem com que as coisas aconteçam".

Nesse contexto insere-se o ensino de empreendedorismo, contribuindo para formar empreendedores.

2.3 O ensino de empreendedorismo

Alguns pesquisadores afirmam que o empreendedorismo é um comportamento transitório e que nem todas as pessoas o possuem. Shane e Venkataraman (2000) acreditam que é improvável que o empreendedorismo possa ser explicado somente pelas características pessoais, mas que tem influência das situações e do ambiente em que elas se encontram.

Segundo Dolabela (1999a), ainda não existe resposta científica sobre se é possível ensinar alguém a ser empreendedor, mas sabe-se que é possível aprender a sê-lo, e, para isso, é fundamental a criação de ambiente que propicie esse aprendizado. Para Dornelas (2001), o processo empreendedor pode ser ensinado e entendido por qualquer pessoa. Kuratko (2004) afirma que uma "perspectiva empreendedora" pode ser desenvolvida nos indivíduos.

Considerar a possibilidade de formação da personalidade empreendedora por meio da educação é fundamental para o fomento da educação em empreendedorismo e, em consequência, para o desenvolvimento social (LIMA; SANTOS; DANTAS, 2006). Nesse sentido, Henrique e Cunha (2006) apontam que as IES têm provido suas grades curriculares com o ensino de empreendedorismo, visando a contribuir para a formação de profissionais aptos a abrir um negócio, a buscar inovações dentro das organizações atuando como intraempreendedores, a contribuir para a contínua inserção e sobrevivência das organizações dentro de ambientes cada dia mais complexos.

Ramos e Ferreira (2004) apontam que o ensino de empreendedorismo no meio universitário é uma tendência. Ao longo do tempo, ele está crescendo

e deixando para trás sua fase embrionária, consolidando-se nos principais centros de graduação e pós-graduação, nos mais diversos segmentos de formação (HENRIQUE; CUNHA, 2006). Embora isso, Souza e Guimarães (2005) indicam que ainda há maior concentração de disciplinas voltadas ao ensino de empreendedorismo em cursos de Administração, Engenharias, e Ciência da Computação e Informação.

Dolabela (2003) afirma que "o empreendedorismo é um fenômeno cultural, diz respeito ao sistema de valores de uma comunidade, à sua visão de mundo". Em função disso, a educação empreendedora deve fundamentar-se numa forte conexão e cooperação com as forças vivas da comunidade, na qual o professor deve estar disposto a enfrentar o desafio de introduzir novo conteúdo, novos processos didáticos, e a superar os obstáculos que inevitavelmente se apresentam a quem quer inovar (DOLABELA, 1999a).

Embora a formação empreendedora seja comumente confundida com a formação de administração, Solomon, Duffy e Tarabishy (2002) salientam que o objetivo central da educação empreendedora deve ser diferente da típica educação em negócios, já que criar uma empresa é fundamentalmente diferente de gerenciar uma empresa. Para esses autores, a educação empreendedora deve focar em negociação, liderança, desenvolvimento de novos produtos, pensamento criativo e exposição à inovação tecnológica, entre outros.

Henrique e Cunha (2006) falam da necessidade de adequar os conteúdos e práticas didático-pedagógicas mais apropriadas para atingir tais objetivos, não utilizando apenas métodos comuns de transmissão de conhecimentos do ensino tradicional, buscando, assim, viabilizar meios de ensino que incitem maior criatividade e busca do novo, sem deixar de lado o tradicional, que em muitas circunstâncias, ainda é o mais pedagógico.

Solomon, Duffy e Tarabishy (2002) apontam para algumas das principais ferramentas de aprendizagem, devendo estar entre elas planos de negócios, contatos com empresas iniciantes, conversas com empreendedores, simulações computacionais, simulações comportamentais, entrevistas com empreendedores no ambiente de negócios, história de vida de empreendedores, viagens a campo e uso de vídeos e filmes.

Para Souza *et al.* (2004, p. 4), "desenvolver o perfil empreendedor é capacitar o aluno para que crie, conduza e implemente o processo criativo de elaborar novos planos de vida, de trabalho, de estudo, de negócios, sendo, com isso, responsável pelo seu próprio desenvolvimento e o de sua Organização". A disseminação do empreendedorismo é vista muito mais como processo de formação de atitudes e características do que como forma de transmissão de conhecimento. O auto-aprendizado, realizado em ambiente favorável, é um dos pontos basilares da metodologia. Para isso, Cunha (2004) reforça a importância

de que o corpo docente empregue variados métodos de ensino, nos quais as estratégias que permitam reflexão sobre o próprio comportamento são bastante adequadas. Guimarães (2002) também aponta para alguns dos métodos de ensino mais comumente utilizados para o desenvolvimento de empreendedores, entre eles depoimentos de empreendedores, estudos de caso, desenvolvimento de projetos e de planos de negócios.

Dolabela (1999a), criador da metodologia para o desenvolvimento de empreendedores denominada Oficina do Empreendedor, afirma que o professor passa a ter nova função: ser o criador do ambiente favorável ao desenvolvimento do empreendedor; ele passa a ser o organizador da cultura empreendedora. O autor salienta que o professor não é um especialista em apresentar respostas certas, mas, pelo contrário, deve buscar adquirir a capacidade de formular perguntas que possam desencadear nos estudantes os processos de criatividade, identificação de oportunidades, análise de viabilidade, adoção de medidas de minimização de riscos. A metodologia de Dolabela se apóia na teoria visionária de Fillion (1991), que facilita o entendimento de como se forma uma idéia de empresa e quais são os elementos que a sustentam. A partir dessa teoria, Dolabela, em sua metodologia, aponta para uma série de técnicas didáticas adequadas para o desenvolvimento de empreendedores no ensino superior.

Em revisão bibliográfica das principais publicações sobre o tema ensino de empreendedorismo, Henrique e Cunha (2006) observam que há certa variedade nas práticas e metodologias utilizadas, dentre as quais se destacam a preferência por práticas pedagógicas que incitem a ação do aluno (plano de negócios, simulação de negócios, jogos, desenvolvimento de empresas ou produtos virtuais ou reais, visitas a empresas e empreendedores e estudos de caso), assim como o estabelecimento de um equilíbrio da função do professor, que deve estar entre o papel de facilitador do processo de aprendizagem e o de professor, sendo este último focado especialmente na transmissão de conhecimentos de gestão empresarial. O estudo retrata uma realidade encontrada em diversos países.

Já no contexto brasileiro, Souza e Guimarães (2005) identificaram, a partir de pesquisa realizada com 131 IES, os principais métodos e técnicas de ensino de empreendedorismo utilizados, sendo eles: exercícios, aulas expositivas, recomendação de leitura, depoimentos de empreendedores, teoria aplicada à realidade dos participantes, casos e jogos. Eles salientam que os três últimos, que são técnicas recomendadas para o ensino de empreendedorismo, não são tão freqüentes.

De modo geral, a literatura tem proporcionado importante suporte para o desenvolvimento de iniciativas de ensino de empreendedorismo, no qual o desafio que se coloca é a sua implementação na prática curricular das IES e a

conseqüente avaliação dos resultados dessas iniciativas. A seguir, apresenta-se um primeiro esforço nesse sentido, a partir da experiência da disciplina Empreendedorismo implantada em uma IES.

3 METODOLOGIA

Para a realização deste trabalho, utilizou-se como método a pesquisa survey de caráter descritivo (PINSONNEAULT; KRAEMER, 1993; FREITAS *et al.*, 2000), uma vez que se teve como objetivo informar sobre situações, fatos, opiniões ou comportamentos que têm lugar na população analisada, buscando mapear a distribuição de um fenômeno na população estudada.

O contexto da aplicação deste estudo foi o Centro Universitário UNIVATES (www.univates.br), instituição de ensino superior situada no estado do Rio Grande do Sul, considerada catalisadora do desenvolvimento da região onde está inserida. Como instituição comunitária, a IES em questão desempenha o papel de oferecer à sociedade algo mais do que diplomas e habilidades profissionais, apresentando como um de seus objetivos institucionais formar profissionais qualificados e com visão crítica e capacidade empreendedora. A partir desta proposta, uma das ações em prol deste objetivo foi a inserção da disciplina Empreendedorismo no currículo de todos os cursos da IES, em março de 2003.

Para a pesquisa foram utilizados dados primários, relativos a dois anos dessa atividade, cuja unidade de análise foram os estudantes das nove turmas da disciplina Empreendedorismo, ministrada nos anos de 2003 e 2004. A coleta de dados foi feita na própria sala de aula, utilizando-se dois questionários estruturados adaptados de Dolabela (1999a), em dois momentos: um instrumento foi aplicado no primeiro dia de aula e outro no último dia de aula, após a conclusão da disciplina. Da população de 462 alunos que cursaram a disciplina, obteve-se taxa de resposta de cerca de 94% (435 de 462) no início do semestre e de cerca de 84% (387 de 462) no final do semestre. Os alunos que não responderam à pesquisa estiveram ausentes na data de sua aplicação.

A análise dos dados foi feita com a utilização de estatística descritiva e com o uso de alguns testes de estatística bivariada e multivariada (FREITAS; MOSCAROLA, 2000; BISQUERRA; SARRIERA; MARTÍNEZ, 2004). Na próxima seção é feita a descrição e a análise dos dados, com discussão sumária a respeito.

4 ANÁLISE DE DADOS E RESULTADOS

Esta seção apresenta inicialmente caracterização dos respondentes da pesquisa no que se refere a cursos a que pertencem, atuação profissional atual e intenções de direcionamento profissional. Na seqüência são apresentadas as

expectativas dos alunos com a disciplina Empreendedorismo e os resultados alcançados com ela. Num terceiro momento são abordados aspectos que remetem à influência da disciplina nas intenções de direcionamento profissional dos estudantes.

4.1 Caracterização dos respondentes: curso, atuação e intenções profissionais

Como a disciplina Empreendedorismo está presente no currículo de todos os cursos da IES, participaram da pesquisa alunos de 25 diferentes cursos. Destaca-se maior participação de alunos dos cursos de Administração, Enfermagem, Gestão de Micro e Pequenas Empresas e Comércio Exterior, que somados representam cerca de 50% dos respondentes. Na Tabela 1 é possível visualizar o número de alunos dos respectivos cursos que responderam às pesquisas realizadas no início do semestre (caracterizado como *antes*) e no final do semestre (caracterizado como *depois*). Do total de estudantes que participaram da pesquisa (435 antes e 387 depois), 19 não informaram o curso ao responder o instrumento no final do semestre. Como já referido anteriormente, os alunos que não responderam a pesquisa estiveram ausentes no dia de sua aplicação (último dia de aula). Os estudantes participantes da pesquisa encontravam-se nos mais variados estágios do curso, desde iniciantes até formandos.

TABELA 1 – Número de estudantes por curso que participaram da pesquisa no início (antes) e no final do semestre (depois)

Curso	Antes		Depois	
	Freq.	Percent.	Freq.	Percent.
Administração	70	16,1%	67	18,2%
Enfermagem	78	17,9%	47	12,8%
Gestão de micro e pequenas empresas	40	9,2%	39	10,6%
Comércio exterior	33	7,6%	28	7,6%
Farmácia	24	5,5%	23	6,3%
Química insustrial	22	5,1%	21	5,7%
Secretariado executivo	17	3,9%	18	4,9%
Educação física	18	4,1%	14	3,8%
Fisioterapia	16	3,7%	16	4,4%
Ciências contábeis	15	3,5%	12	3,3%

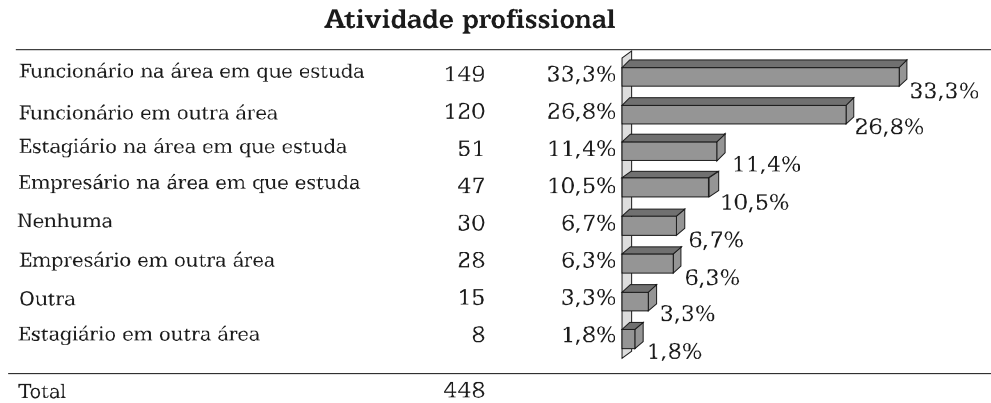
Curso	Antes		Depois	
	Freq.	Percent.	Freq.	Percent.
Pedagogia	13	3,0%	10	2,7%
Letras	12	2,8%	10	2,7%
Negócios agroindustriais	12	2,8%	7	1,9%
Jornalismo	9	2,1%	9	2,5%
Biologia	10	2,3%	8	2,2%
Publicidade e propaganda	8	1,8%	9	2,5%
Ciências exatas	12	2,8%	4	1,1%
Relações públicas	5	1,2%	6	1,6%
Engenharia da produção	5	1,2%	4	1,1%
Nutrição	3	0,7%	4	1,1%
Direito	4	0,9%	3	0,8%
Engenharia da computação	2	0,5%	3	0,8%
Economia de empresas	3	0,7%	2	0,5%
Engenharia de controle e automação	3	0,7%	2	0,5%
Matemática	1	0,2%	2	0,5%
Total	435	100%	368	100%

Fonte: Elaborada pelos autores com base em dados da pesquisa.

Cabe considerar a abrangência de áreas de atuação profissional e unidades acadêmicas que a disciplina está alcançando, diferente de boa parte das IES brasileiras, nas quais disciplinas de empreendedorismo estão mais concentradas nos cursos de Administração, Engenharias, e Ciências da Computação e Informação (SOUZA; GUIMARÃES, 2005). Fica clara a preocupação da IES estudada em proporcionar essa formação para as mais variadas áreas do conhecimento.

Com relação à atividade profissional dos estudantes, constatou-se que cerca de 95% deles já desenvolvem atividade profissional, a maior parte como funcionários nas organizações nas quais atuam (em torno de 60% dos respondentes) e parcela deles como empresários (em torno de 17%). Mais da metade já atua em atividades relacionadas à área de estudo. O Gráfico 1 apresenta mais detalhes sobre a atuação profissional dos estudantes, a partir dos 435 respondentes, sendo admitida mais de uma resposta.

GRÁFICO 1 - Atividade profissional atual dos estudantes

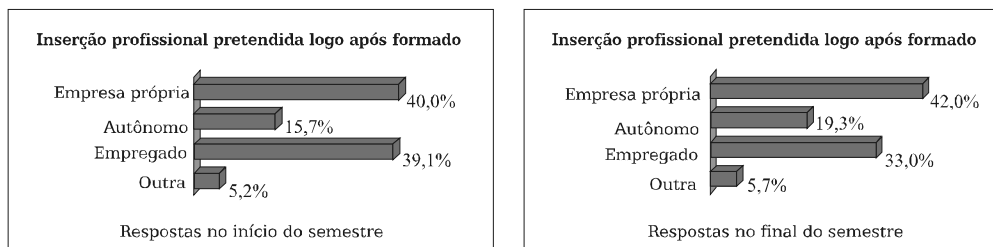


Fonte: Elaborado pelos autores, com base em dados da pesquisa (Era admitida mais de uma resposta. Total de 435 respondentes).

Um dos focos centrais desta pesquisa é o direcionamento profissional dos estudantes. No início do semestre, no primeiro dia de aula da disciplina Empreendedorismo, procurou-se identificar suas intenções de direcionamento profissional a curto prazo (logo depois de formado) e a longo prazo (forma de realização profissional em termos de toda vida). No que se refere à inserção profissional pretendida a curto prazo, de um total de 427 respondentes no primeiro dia de aula da disciplina, 40% afirmaram que pretendem ter seu próprio negócio, 15,7% atuar como profissional autônomo, cerca de 39% ser funcionários e 5% apontaram outra alternativa. Ao final do semestre, após a realização da disciplina, os números apresentaram alguma diferença (com 387 respondentes): 42% afirmaram que pretendem abrir seu próprio negócio, 19,3% pretendem atuar de forma autônoma e 33% como funcionários, restando ainda um pequeno percentual em outra alternativa.

Esses dados podem ser visualizados no Gráfico 2, no qual fica claro, após a realização da disciplina, o aumento do número percentual de alunos que pretendem atuar de forma independente (empresário e autônomo) de 55,7% para 61,3%, e a redução do número de alunos que pretendem atuar como funcionários de 39% para 33%. Considera-se esse resultado positivo, tendo em vista os propósitos da disciplina, uma vez que reflete aumento, mesmo que em pequeno grau, dos que pretendem atuar como empreendedores donos do próprio negócio.

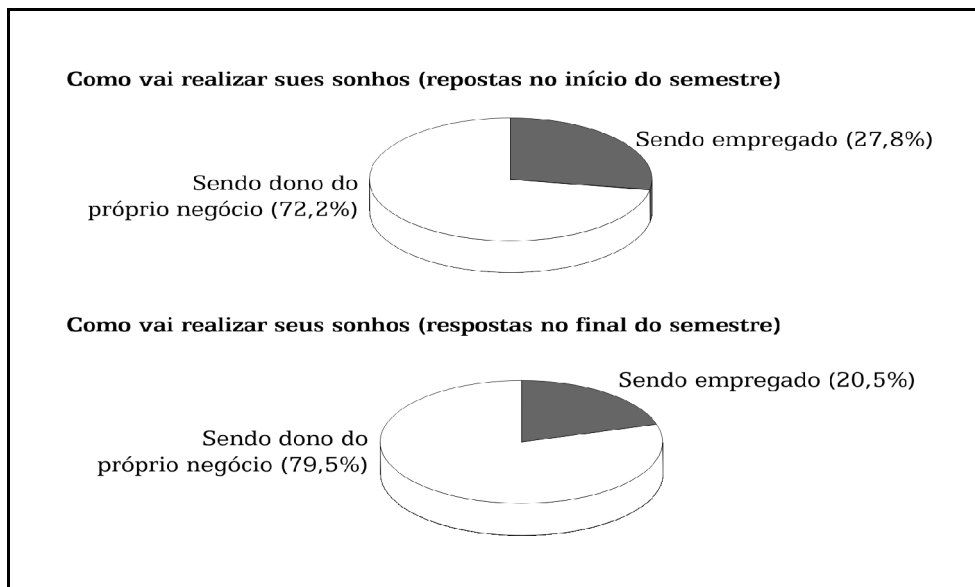
GRÁFICO 2 – Intenções de direcionamento profissional a curto prazo



Fonte: elaborado pelos autores, com base em dados da pesquisa (Total de respondentes: 427 no início e 387 no final).

Com relação às intenções de direcionamento profissional a longo prazo, no início do semestre, com a resposta de 432 estudantes, identificou-se que em torno de 72% deles pretende ter seu próprio negócio e cerca de 28% ser funcionário. Ao final do semestre, após a disciplina, observou-se aumento dos que pretendem ter seu próprio negócio (72% para cerca de 80%) e a redução dos que pretendem ser funcionários (28% para 20%), conforme Gráfico 3. Por meio do teste qui-quadrado foi possível confirmar a existência de diferença significativa ($p=0,014$) entre as respostas no início e no final da disciplina, no que se refere às intenções de direcionamento profissional a longo prazo. Esse resultado é altamente positivo pois deixa clara a evolução do antes e depois da disciplina, no que se refere aos estudantes que pretendem desenvolver negócio próprio, demonstrando que há influência da disciplina nas intenções de direcionamento profissional dos estudantes.

GRÁFICO 3 – Intenções de direcionamento profissional a longo prazo



Fonte: Elaborado pelos autores com base em dados da pesquisa (Total de respondentes: 432 no início e 381 no final).

Outra informação que agrega no resultado é a origem do interesse de ser empreendedor, apontada por mais de 90% dos estudantes como decorrente de sua vontade pessoal, o que, de certa forma, pode deixar o aluno mais predisposto ao aprendizado sobre empreendedorismo. Apenas pequeno percentual (cerca de 6%) afirmou que o interesse decorre da influência da família, na qual muitos são empreendedores, e, em poucos casos (cerca de 3% dos respondentes), o interesse foi atribuído à dificuldade de conseguir emprego.

4.2 Expectativas com a disciplina Empreendedorismo

Procurou-se identificar, no início do semestre, quais eram as expectativas dos alunos com relação à disciplina Empreendedorismo, avaliando-se três aspectos: expectativas de aprendizado, expectativas com relação aos recursos didáticos a serem utilizados, expectativa sobre os materiais didáticos da disciplina. Essas questões pretendiam dar mais subsídio à forma de condução da disciplina e atuação do professor, tendo em vista que a disciplina Empreendedorismo deve ter caráter diferenciado das disciplinas tradicionais, conforme já apontado anteriormente por diversos autores (DOLABELA, 1999a; SOLOMON; DUFFY; TARABISHY, 2002; CUNHA, 2004; SOUZA *et al.*, 2004; HENRIQUE; CUNHA, 2006;). De acordo com Dolabela (1999a), a disseminação

do empreendedorismo deve ser vista muito mais como um processo de formação de atitudes e características do que como uma forma de transmissão de conhecimento.

Com relação às expectativas de aprendizado, a partir dos 435 respondentes (era admitida mais de uma resposta), identificou-se que cerca de 63% deles apontou como principal expectativa de aprendizado *como identificar oportunidades*, aspecto que vem a ser uma das características fundamentais para os empreendedores. Na seqüência, foram apontados os seguinte itens: *como planejar seu negócio* (45%), *liderança e processo decisório* (45%), *o que é ser um empreendedor* (37%), *como negociar* (27%) e *como criar uma pequena empresa* (20%). Outros itens de menor relevância também foram apontados por 5% dos respondentes.

Algumas dessas expectativas apontadas pelos alunos vêm ao encontro de habilidades a serem desenvolvidas com o ensino de empreendedorismo, propostas pela literatura: habilidades de comunicação, especialmente persuasão; habilidades de criatividade; habilidades para reconhecer oportunidades empreendedoras; habilidades de liderança; habilidades e competências gerenciais; habilidades de negociação; e, habilidades para tomar decisões (HENRIQUE; CUNHA, 2006).

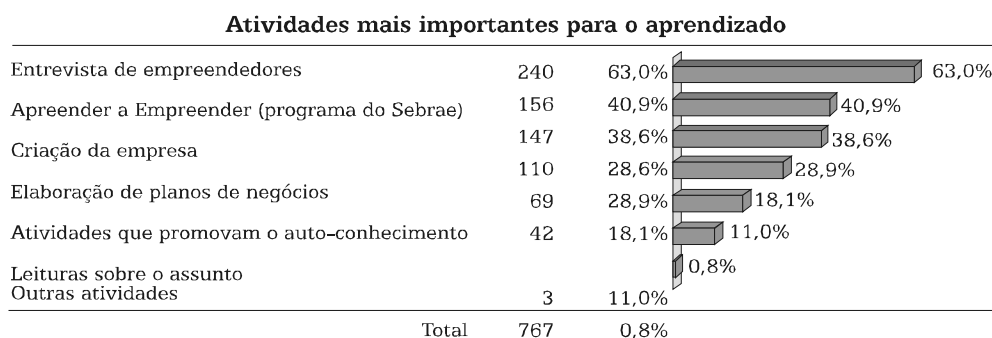
Ao final do semestre, numa avaliação do nível de aprendizado geral sobre empreendedorismo e abertura de negócios, 64% dos estudantes (de 385 respondentes) consideraram que tiveram um bom nível de aprendizado sobre empreendedorismo e novos negócios, 33% consideraram seu aprendizado razoável e apenas 3% afirmaram que aprenderam pouco. Cabe salientar que pouco mais de 50% dos alunos não são de cursos da área de gestão, o que pressupõe conhecimentos limitados a respeito, considerando-se, assim, o aprendizado apresentado como bastante importante.

O segundo aspecto que se buscou identificar – expectativas dos estudantes com relação aos recursos e atividades didáticas – apontou para maior interesse dos alunos por atividades práticas, entre elas: conhecer a experiência de empreendedores, realizar atividades que permitam aprender fazendo e fazer trabalhos em sala de aula. Por outro lado, identificou-se menor preferência pela realização de trabalhos em casa e trabalhos individuais.

Ao final da disciplina, buscou-se identificar quais atividades didáticas mais contribuiriam para o aprendizado. A partir da opinião de 381 respondentes (era admitida mais de uma resposta), destacaram-se as entrevistas e depoimentos de empreendedores (63% dos estudantes), recurso didático apontado por eles como preferido, por ocasião da pesquisa de expectativa da disciplina. Na seqüência foram apontados o Aprender a Empreender (41% dos estudantes), atividade realizada em parceria com o SEBRAE que aborda casos

reais de negócios, colocando o aluno em contato com a realidade empresarial. Em terceiro lugar, com percentual levemente inferior, foi referida a atividade de criação de uma empresa fictícia (quase 40% dos estudantes), que desafia os estudantes a criar uma empresa e efetivar negociações, propiciando o exercício prático da atividade empresarial. A elaboração de planos de negócios, com quase 30% dos alunos, foi indicada em quarto lugar. As atividades didáticas em geral e a opinião dos alunos sobre sua importância para o aprendizado podem ser visualizadas na Gráfico 4.

GRÁFICO 4 – Atividades didáticas consideradas pelos alunos como mais importantes para o aprendizado



Fonte: elaborado pelos autores com base em dados da pesquisa (Era admitida mais de uma resposta. Total de 381 respondentes).

Cabe salientar que diversas pesquisas sobre ensino de empreendedorismo (DOLABELA, 1999a; SOLOMON; DUFFY; TARABISHY, 2002; GUIMARÃES, 2002; FERREIRA; MATTOS, 2003; SOUZA *et al.*, 2004; CUNHA, 2004; HENRIQUE; CUNHA, 2006; entre outros autores) apontam para a importância da utilização de recursos didáticos variados, entre eles atividades de criação de empresas, elaboração de planos de negócios, contato direto com empreendedores em entrevistas e depoimentos, estabelecimento de vínculos com o mercado, com empresas e empreendedores. Todos esses recursos sugeridos pela literatura passaram as atividades da disciplina Empreendedorismo.

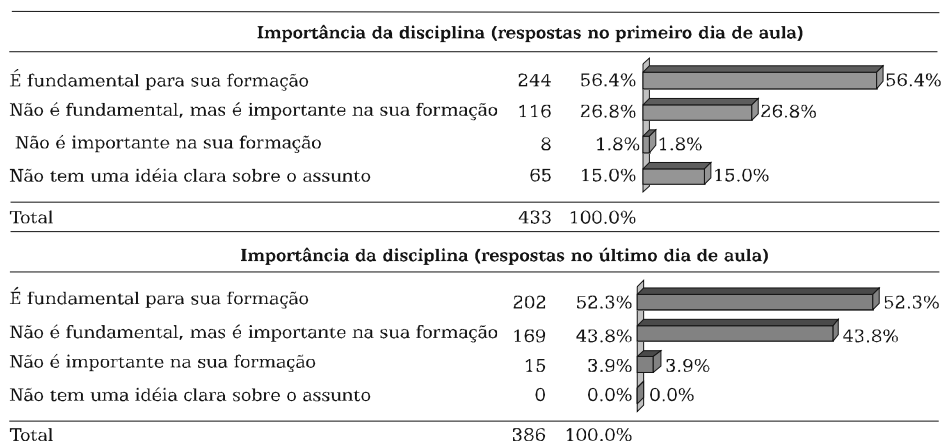
O terceiro aspecto que se pretendeu levantar refere-se às expectativas com relação ao material didático. Identificou-se maior preferência dos estudantes pela utilização de cópias de resumos de aula e transparências, textos escolhidos distribuídos, bibliografia diversa para pesquisa. Ficou em destaque menor preferência pela adoção de um único livro básico. Souza e Guimarães

(2005) apontam que as referências bibliográficas mais utilizadas no ensino estão baseadas na utilização de livros, revistas de negócios, e jornais de circulação nacional e local, com forte visão da Administração.

Ao serem questionados sobre a importância da disciplina Empreendedorismo para sua formação, no início do semestre, cerca de 83% dos estudantes (de um total de 433) afirmaram ser a disciplina fundamental ou importante para a sua formação, ao contrário de um pequeno grupo que não a considerou importante (cerca de 2%); 15% informaram não ter idéia clara sobre o assunto. Ao final do semestre, como resposta à mesma pergunta, obteve-se incremento no percentual de alunos que consideraram a disciplina fundamental ou importante para a sua formação para cerca de 96% (de um total de 386 respondentes), bem como pequeno incremento no grupo dos que não a consideram importante, passando para 4%.

O Gráfico 5 permite visualizar a evolução das respostas do início para o final do semestre, retratando a importância atribuída pelos alunos para a disciplina Empreendedorismo na sua formação. Essa diferença entre as respostas do início e do final do semestre é significativa ($p=0,000$), salientando-se a evidenciada no grupo de alunos que consideram a disciplina como importante na sua formação, que passou de 27% para 44%. Esses resultados são bastante positivos e vêm ao encontro dos propósitos de desenvolvimento do empreendedorismo, ao mesmo tempo em que fortalecem as iniciativas com este objetivo que vem sendo realizadas em IES.

GRÁFICO 5 – Importância da disciplina Empreendedorismo na formação do estudante



Fonte: Elaborado pelos autores com base em dados da pesquisa.

4.3 Influência da disciplina nas intenções profissionais dos estudantes

De acordo com a opinião dos alunos ao final da disciplina, vários aspectos remetem a resultados positivos decorrentes desta proposta de desenvolvimento de empreendedorismo e sinalizam para maior interesse dos alunos em ser empreendedores, após ter cursado a disciplina Empreendedorismo.

Quando questionados sobre a contribuição da disciplina para o estímulo ao empreendedorismo, do total de 385 respondentes, cerca de 63% afirmaram que a disciplina estimulou muito, 32% consideraram que estimulou razoavelmente e 5% afirmaram que estimulou pouco ou nada. Entende-se que esse estímulo ao empreendedorismo tenha impactado no aumento do número de alunos que pretendem ser empresários a curto e longo prazo, haja vista o alto número de manifestações positivas a esse respeito (95% deles).

Outro aspecto que merece destaque é a contribuição da disciplina para quem tem interesse em ter seu próprio negócio. Identificou-se que 78% dos alunos (do total de 325) consideraram que a disciplina contribuiu muito para quem quer ter seu próprio negócio, cerca de 18% consideraram que a disciplina contribuiu razoavelmente e apenas 4% afirmaram que ela contribuiu pouco ou nada. Esse aprendizado é corroborado por questão já abordada na subseção 4.2, que demonstrou que 97% dos estudantes consideraram seu nível de aprendizado sobre empreendedorismo e novos negócios bom ou razoável. Isso remete à possibilidade de que alunos potencialmente interessados em abrir seus próprios negócios tenham sido fortalecidos a partir da disciplina, o que também pode ter contribuído para o aumento percentual dos que pretendem atuar como empreendedores.

Na intenção de obter avaliação geral sumária da disciplina Empreendedorismo, solicitou-se aos alunos que lhe atribuíssem uma nota. Numa escala de 1 a 10, a média das notas atribuídas por eles ficou em 8,8 (desvio padrão de 1,02), tendo maior concentração entre 9 e 10, com cerca de 63% das respostas. No intuito de buscar maior compreensão sobre essa avaliação sumária, com o uso da análise de regressão linear foi possível identificar que 41,8% da variação da nota atribuída para a disciplina pode ser explicada pelo relacionamento entre as variáveis *estímulo da disciplina para o interesse em ser empreendedor* (beta 0,416 e $p=0,000$), *contribuição da disciplina para ter seu próprio negócio* (beta 0,208 e $p=0,000$) e *importância da disciplina* (beta 0,125 e $p=0,009$), o que aponta relação direta dessas variáveis com maior ou menor satisfação dos alunos. Entende-se que, em maior ou menor grau, esses aspectos contribuíram para o aumento do número de estudantes que pretende atuar como empresários.

Para corroborar a importância da disciplina, numa avaliação geral, identificou-se que 87% dos alunos que a cursaram (de um total de 387 respondentes) manifestaram que estariam perdendo se ela não constasse no currículo de seu curso. O resultado é reforçado por questão já apresentada anteriormente, na subseção 4.2, em que cerca de 96% dos estudantes (de um total de 386), consideraram, ao final do semestre, que a disciplina Empreendedorismo é fundamental ou importante para a sua formação.

Uma conclusão dessa análise é feita na seção 5.

5 CONCLUSÕES

Ao final deste estudo, cabe lembrar o objetivo proposto, de verificar a influência da disciplina Empreendedorismo nas intenções de direcionamento profissional dos estudantes de ensino superior, a partir da opinião dos que cursaram a disciplina. Ficou claro, pelas respostas dos alunos, que ocorreram mudanças nas intenções de direcionamento profissional de alguns estudantes, aumentando, assim, o número dos que pretendem atuar profissionalmente como donos do próprio negócio após ter cursado a disciplina (conforme é possível visualizar nos Gráficos 1 e 2, já referidas anteriormente).

Como foi verificado no decorrer da seção anterior, alguns dados retratam as opiniões dos alunos com relação aos resultados da disciplina, ao mesmo tempo em que podem ter influenciado a mudança nas suas intenções de direcionamento profissional: 95% dos estudantes que cursaram a disciplina Empreendedorismo consideraram que ela estimulou muito ou razoavelmente o empreendedorismo; 96% que a disciplina é fundamental ou importante para a sua formação profissional; 95% que ela contribuiu muito ou razoavelmente para quem pretende ter seu próprio negócio; 97% muito bom ou razoável seu aprendizado sobre empreendedorismo e abertura de novos negócios.

Esses dados são reflexos de um conjunto de ações da prática de ensino de empreendedorismo, que envolveu: a metodologia de trabalho da disciplina, na qual foi dada preferência a práticas pedagógicas que incitassem a ação dos alunos (HENRIQUE; CUNHA, 2006), os métodos e técnicas didáticas, que foram adotados seguindo o que é proposto por diversos autores (DOLABELA, 1999a; SOLOMON; DUFFY; TARABISHY, 2002; GUIMARÃES, 2002; CUNHA, 2004; SOUZA *et al.*, 2004); a atuação do professor, buscando equilíbrio no papel de facilitador do processo de aprendizagem e de professor, visando à criação de ambiente que propiciasse o aprendizado (DOLABELA, 1999a; HENRIQUE; CUNHA, 2006).

A partir desses resultados fica clara a importância da disciplina Empreendedorismo como meio para estimular o comportamento empreendedor em alunos de curso superior, reforçando o importante papel que as IES têm de

serem facilitadoras e estimuladoras da geração de ambiente propício para o desenvolvimento de empreendedores. Sugere-se, assim, a continuidade das ações que vêm sendo realizadas em prol do desenvolvimento de empreendedorismo na IES em questão, bem como em outras instituições que assim estejam atuando e mesmo que pretendam iniciar ações com este objetivo. Salienta-se, que um aspecto limitador é que esta é uma primeira medição da aceitação da disciplina pelos alunos, a ser enriquecida em estudos futuros por meio de abordagem longitudinal, na qual os atuais alunos possam avaliar a contribuição da disciplina em sua atuação profissional.

Os resultados deste estudo contribuirão para a IES em questão, uma vez que permitem avaliação dos trabalhos que vem sendo desenvolvidos pela disciplina Empreendedorismo, bem como de seus efeitos nos alunos, assim como poderão servir de referência para IES que pretendam desenvolver iniciativas no ensino de empreendedorismo. Entretanto, cabe salientar como um limite deste estudo o foco restrito à IES em questão, tendo em vista que os resultados decorrem do formato da disciplina, da atuação do professor, do perfil dos alunos, da característica da IES e da região onde está inserida, entre outros. Assim, antes de extrapolar os resultados, é necessário verificar como esses aspectos se comparam a outras realidades.

Considerando que a disciplina tem o objetivo de formar empreendedores num sentido amplo, não apenas empreendedores como geradores de negócio próprio, mas também intra-mpreendedores, acredita-se que uma das ações que poderiam ser desenvolvidas é a identificação da influência da disciplina na formação da personalidade empreendedora neste sentido mais amplo. Ao mesmo tempo vale questionar se a forma como a disciplina vem sendo trabalhada não está tendendo a focar na formação do empreendedor dono do próprio negócio.

Outro aspecto limitador a ressaltar é que esta é uma primeira medição da aceitação da disciplina pelos alunos, a ser enriquecida em estudos futuros por meio de abordagem longitudinal, na qual os atuais alunos possam avaliar a contribuição da disciplina em sua atuação profissional.

Assim, são sugeridas algumas possibilidades de estudo na seqüência deste: a continuação da pesquisa, a fim de aumentar a amostra de alunos por curso, visando a identificar possível diferenciação nas intenções de direcionamento profissional dos estudantes de diferentes áreas, o que ainda não foi possível neste momento, tendo em vista o número reduzido de alunos na maioria dos cursos; a investigação, de forma longitudinal, dos alunos que já cursaram a disciplina, a fim de verificar reais efeitos da mesma nas suas atividades profissionais efetivas, uma vez que a pesquisa aqui apresentada focou apenas as intenções de direcionamento profissional. Sugere-se, também,

a aplicação da mesma pesquisa em outras instituições que estejam desenvolvendo iniciativas semelhantes na busca pela formação de empreendedores.

REFERÊNCIAS

ANTONELLO, C. S; DUTRA, M. L. S. Projeto pedagógico: uma proposta para o desenvolvimento de competências de alunos. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 29., 2005, Brasília/DF. **Anais...** Brasília: ANPAD, 2005. CD.

BISQUERRA, R.; SARRIERA, J.; MARTÍNEZ, F. **Introdução à estatística:** enfoque informático com o pacote estatístico SPSS. Porto Alegre: Artmed, 2004.

CUNHA, R. A. N. A Universidade na formação de empreendedores: a percepção prática dos alunos de graduação. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 28., 2004, Curitiba/PR. **Anais...**Curitiba: ANPAD, 2004. CD.

DEGEN, R. J. **O empreendedor:** fundamentos da iniciativa empresarial. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor.**São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999a.

_____. Empresa emergente de base tecnológica: condições internas e ambientais de sucesso. In: **ÁRBORE NACIONAL DE PARQUES TECNOLÓGICOS E INCUBADORAS DE EMPRESAS**, 9., WORKSHOP ANPROTEC, 7., **Anais...**Porto Alegre/RS, 28/09 a 01/10/1999b.

_____. **Pedagogia empreendedora.**São Paulo: Cultura, 2003.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo:** transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor:** prática e princípios. São Paulo: Pioneira, 1987.

FERREIRA, P. G. G.; MATTOS, P. L. C. L. Empreendedorismo e práticas didáticas nos cursos de graduação em administração: os estudantes levantam o problema. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 27., 2003, Aratibaia/SP. **Anais...**São Paulo: ANPAD, 2003. CD ROM.

FILION, L. J. O planejamento de seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações. **Revista de Administração de Empresas**. São Paulo: FGV, jul/set, 1991, 31(3): 63-71. _____ . Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração, RAUSP**. São Paulo, v. 34, n. 2, p. 05-28, abr/jun 1999.

FILION, L. J.; DOLABELA, F. **Boa Idéia! E Agora?** São Paulo: Cultura Editores Associados, 2000.

FREITAS, H.; MOSCAROLA, J. **Análise de dados quantitativos e qualitativos:** casos aplicados. Porto Alegre: Sphinx: Editora Sagra Luzzatto, 2000. FREITAS H. *et al.*O método de pesquisa survey. **Revista de Administração, RAUSP**, São Paulo, v. 35, n. 3, p. 105-112, jul-set 2000.

GEM Report. Global Entrepreneurship Monitor. **1999 Executive Report**. Babson College, London Business School, Kauffman Center. , 1999. Disponível em: <<http://www.gemconsortium.org/document.asp?id=140>>. Acesso em 02 abr. 2004.

_____. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil 2004:** umário Executivo. College, London Business School, Kauffman Center. , 2004. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/br/aprendasebrae/empreendedorismo_brasil.asp> Acesso em 21 abr. 2005.

_____. Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil 2005:** Relatório Executivo. Babson College, London Business School, Kauffman Center. Boston, 2005. Disponível em: <[http://www.dce.sebrae.com.br/bte/bte.nsf/6A591EF71804C28003257132006C8E5B/\\$File/NT000AF176.pdf](http://www.dce.sebrae.com.br/bte/bte.nsf/6A591EF71804C28003257132006C8E5B/$File/NT000AF176.pdf)>. Acesso em: 20 jun. 2006.

GUIMARÃES, L. O. Empreendedorismo no Currículo dos Cursos de Graduação e Pós-Graduação em Administração: Análise da Organização Didático-Pedagógica destas Disciplinas em Escolas de Negócios Norte-Americanas. : ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO , 26., 2002, Salvador/BA. **Anais...**Salvador: ANPAD, 2002. CD ROM.

HENRIQUE, D. C; CUNHA, S. K. Metodologias, Recursos e Práticas Didático-Pedagógicas no Ensino de Empreendedorismo em Cursos de Graduação e Pós-Graduação Nacionais e Internacionais. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 30., 2006, Salvador/BA. **Anais...**Salvador: ANPAD, 2006. CD ROM.

KURATKO, D. F. Entrepreneurship education in the 21st: from legitimation to leadership. In: **USASBE National Conference**, January 16, 2004. Disponível em: <<http://www.usasbe.org/knowledge/proceedings/2000/neck.pdf>>. Acesso em: 09 jul. 2005.

LIMA, M. O; SANTOS, S. A; DANTAS, A. B. Propensão ao Empreendedorismo dos Alunos do Ensino Fundamental: um Estudo Comparativo com alunos de 7ª e 8ª séries, entre Instituições de Ensino Municipais e Privadas de Maceió. : ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 30., 2006, Salvador/BA. **Anais...**Salvador: ANPAD, 2006. CD ROM.

MORRIS, M. H.; ZAHRA, S. A.; SCHINDEHUTTE, M. Understanding factors that trigger entrepreneurial behavior in established companies. In: **Entrepreneurship and economic growth in the american economy**. Tuscon: G. D. Libecap. . Disponível em: <<http://www.robinson.gsu.edu/rec/papers/paper11.doc>>. Acesso em 09 jul. 2005.

PINSONNEAULT, A.; KRAEMER, K. L. Survey Research in Management Informations Systems: An Assesment, **Journal of Management Information Systems**, Autumn 1993.

RAMOS, S. C.; FERREIRA, J. M. Levantamento das Práticas e Conteúdos do Ensino de Empreendedorismo nos Cursos de Graduação em Administração na Cidade de Curitiba – PR. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 28., 2004, Curitiba/PR. **Anais...** Curitiba: ANPAD, 2004. CD ROM.

SCHUMPETER, J. **Teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SEBRAE. Empreendedorismo presente nas escolas. **Revista Sebrae**. nov 2001. Disponível em:
<http://www.sebrae.com.br/revistasebrae/01/pg_tema.htm>. Acesso em 21 abr. 2005.

_____. **Estudos e Pesquisas: MPEs em números**. SEBRAE: Brasília, 2004a. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br>>. Acesso em 21 abr. 2005.

_____. **Fatores condicionantes da taxa de mortalidade de empresas no Brasil**. Relatório de Pesquisa. SEBRAE: Brasília, 2004b. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br>>. Acesso em 21 abr. 2005.

SEELIG, T. L. Entrepreneurship Education Around the World. In: **NCIIA Annual Meeting**, San Diego, California, March 18, 2005. ível em:
<http://stvp.stanford.edu/presentations/Global_E-ship_Education.pdf>. Acesso em 09 jul. 2005.

SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. The promise of entrepreneurship as a field of research. **Academy of Management Review**, jan 2000, v. 25, Issue 1, p.217-226.

SOLOMON, G. T.; DUFFY, S.; TARABISHY, A. The state of entrepreneurship education in the United States: A Nationwide survey and analysis. **International Journal of Entrepreneurship Education** v. 1, n. 1, p. 1-22, 2002.

SOUZA, E. C. L. *et al.* Métodos e técnicas de ensino e recursos didáticos para o ensino do empreendedorismo em IES brasileiras. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 28., 2004, Curitiba/PR. **Anais...**Curitiba: ANPAD, 2004. CD ROM.

SOUZA, E. C. L.; GUIMARÃES, T. A. O ensino de empreendedorismo em instituições de ensino superior brasileiras. In: SOUZA, E. C. L.; GUIMARÃES, T. A. (org) **Empreendedorismo além do plano de negócios**. São Paulo: Atlas, 2005.

