

A Influência do Ensino de Empreendedorismo nas Intenções de Direcionamento Profissional dos Estudantes de Curso Superior: uma Avaliação a partir da Percepção dos Alunos

Autora: Cristina Dai Prá Martens

Resumo

O empreendedorismo tem sido objeto de ensino e pesquisa crescente nos últimos anos no Brasil. Uma das maneiras como este tema vem emergindo no ambiente universitário é através da criação de disciplinas em cursos superiores que, de alguma forma, visam estimular o desenvolvimento do empreendedorismo nos estudantes. Dentro desse contexto, o presente artigo tem como objetivo apresentar os resultados de uma pesquisa realizada com alunos que cursaram a disciplina de empreendedorismo nos anos de 2003 e 2004, em uma instituição de ensino superior do Rio Grande do Sul. Como metodologia utilizou-se a pesquisa survey de caráter descritivo. A coleta de dados foi realizada por meio de questionário estruturado, junto aos alunos de nove turmas da disciplina, em dois momentos distintos: no primeiro e no último dia de aula. Como resultados do estudo, apresenta-se o perfil dos estudantes com relação às intenções de direcionamento profissional a curto e longo prazo, as expectativas deles com relação à disciplina de empreendedorismo no início do semestre, a percepção deles com relação aos resultados obtidos ao final do semestre (final da disciplina) e a sua influência nas intenções de direcionamento profissional dos estudantes.

Palavras-chave: empreendedorismo, ensino de empreendedorismo, disciplina de empreendedorismo, ensino superior, direcionamento profissional.

1 Introdução

O mercado de trabalho está passando por uma verdadeira revolução com novos padrões de relações de trabalho, onde o emprego formal está desaparecendo e surge a necessidade de se encontrar outras alternativas de colocação profissional. Da mesma forma que a tecnologia tem revolucionado os hábitos de milhões de pessoas, a nova relação entre empresas e funcionários, a forma dos profissionais enxergarem suas carreiras e a mudança na gestão de recursos humanos têm contribuído para formar um cenário empregatício muito diferente de algumas décadas atrás.

Com base nesta realidade emerge o tema empreendedorismo, que já existe de longa data, porém nos últimos anos é que tem sido muito difundido no meio empresarial e, especialmente, no meio acadêmico, começando a nortear a forma de agir de algumas instituições de ensino que tradicionalmente preocupavam-se em preparar profissionais para este mercado de trabalho. O mais novo desafio dessas instituições passa a ser o de inserir o ensino do empreendedorismo como parte de todos os cursos superiores oferecidos, independente da área de conhecimento, focando o desenvolvimento da capacidade empreendedora dos estudantes, como ferramentas de suporte ao desenvolvimento de novas e inovadoras atividades, buscando assim a geração de novas fontes de emprego e renda e do consequente desenvolvimento local e regional.

Dornelas identifica o momento atual como sendo “a era do empreendedorismo”. Segundo ele, “são os empreendedores que estão eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riqueza para a sociedade” (DORNELAS, 2001, p.21).

A percepção da importância do empreendedorismo no desenvolvimento econômico e social tem provocado o surgimento de um grande número de pesquisas sobre o assunto. Segundo Filion (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 atraem especialistas de diferentes disciplinas, levando-os a discutir e observar o que é feito nas outras disciplinas com relação a esse tema.

A própria educação empreendedora têm sido alvo de instituições de ensino diversas espalhadas pelo mundo, cada uma focada em seus contextos regionais. Em regiões onde não há uma tradição empreendedora, as universidades enfrentam o desafio de construir, encontrar educadores experientes e reunir os recursos necessários para tal; em outras regiões a educação empreendedora é vista como uma ferramenta para estimular o desenvolvimento econômico; há também regiões onde a educação empreendedora é nova e ainda em fase de experimentações; ao mesmo tempo que já existe uma 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 através da implantação de uma disciplina de empreendedorismo em uma instituição de ensino superior. Apresenta-se, como objetivo central, verificar a influência da disciplina de empreendedorismo nas intenções de direcionamento profissional dos estudantes de ensino superior, a partir da percepção dos que cursaram a disciplina. Fazem parte das etapas deste estudo a identificação das intenções de direcionamento profissional dos estudantes pesquisados, as expectativas deles com relação à disciplina de empreendedorismo no início do semestre, a percepção deles com relação aos resultados obtidos ao final do semestre (final da disciplina) e a sua influência nas intenções de direcionamento profissional dos estudantes. Na seção 2 é feita uma breve retomada de alguns conceitos pertinentes ao tema; na seção 3 aborda-se a metodologia utilizada na pesquisa; na seção 4 são apresentados e discutidos os resultados; e na seção 5 é feita a conclusão onde são salientados os aspectos principais do estudo.

2 Empreendedorismo

2.1 Conceito de 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 e VENKATARAMAN, 2000). Segundo estes 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 primeiros autores normalmente identificados como os pioneiros no campo do empreendedorismo são os economistas Cantillon, em 1755 e Say, em suas publicações de 1803, 1815, 1816, 1839. Eles estavam interessados não somente na economia, mas também nos aspectos gerenciais das empresas, no desenvolvimento e na gestão dos negócios. Cantillon e Say consideraram os empreendedores como assumidores de risco, basicamente porque investiam o seu próprio dinheiro (FILION, 2000). “Os empreendedores eram pessoas

que mediam as oportunidades com a visão para fazer lucros e assumiam os riscos inerentes” (CANTILLON *apud* FILION, 2000, p. 2). Jean Batiste Say dizia 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 criativa”. 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 (2000) afirma 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, 2000). Mas o autor comportamental que teve importância mais marcante foi David McClelland, para quem “um empreendedor é alguém que exercita o controle sobre a produção que não é apenas para o seu consumo pessoal” (MCCLELLAND *apud* FILION, 2000, p. 4).

Nos Estados Unidos o empreendedor é frequentemente definido como aquele que começa o seu próprio, novo e pequeno negócio. Todas as empresas novas têm muitos pontos em comum, mas, segundo Drucker (1987), para ser empreendedora, uma empresa tem que possuir características especiais; além de ser nova e pequena deve ter algo diferente, algo específico, algo inovador. “A inovação é o instrumento específico dos empreendedores, o meio pelo qual eles exploram a mudança como uma oportunidade para um negócio diferente ou um serviço diferente” (DRUCKER, 1987, p. 25). 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, grandes empresas já consolidadas, organizações não lucrativas e organizações governamentais.

2.2 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 através de políticas e programas adequados à realidade do empreendedor, da disseminação de uma cultura empreendedora, do apoio ao futuro empreendedor tanto no aspecto 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. 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).

A pequena e a média empresa tem tido uma importância crescente nas últimas décadas. 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).

No Brasil essa situação não tem sido diferente. Segundo dados do IBGE (SEBRAE, 2004a), o total de empresas formais em atividade no Brasil, em 2001, alcançava 4,63 milhões de unidades, nos setores da indústria, comércio e serviços. As microempresas representavam 93,9% do total de firmas e o conjunto das micro e pequenas empresas alcançava 99,2% do total, sendo que as grandes empresas representavam apenas 0,3% das empresas brasileiras. Timmons (*apud* DOLABELA, 1999b), aponta para alguns números interessantes que retratam a importância da pequena empresa: desde a segunda guerra mundial 50% de todas as inovações e 95% de todas 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 a raio X, entre outros.

A edição de 1999 do Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 1999), estudo que é realizado anualmente e coordenado por dois centros de referência mundial em empreendedorismo, o Babson College, dos Estados Unidos, e a London Business School, da Inglaterra, demonstra ações pelo mundo em prol do desenvolvimento do empreendedorismo a partir da década de 1990. Com base nesse relatório alguns exemplos podem ser citados. A Alemanha tem implementado um número crescente de programas que destinam recursos financeiros e apoio na criação de novas empresas, através de centros de inovação, provendo espaço e outros recursos para empresas iniciantes. O Reino Unido, no final de 1998, publicou um relatório sobre seu futuro competitivo, enfatizando a necessidade de se desenvolver uma série de iniciativas para intensificar o empreendedorismo na região. Em 1995, o decênio do empreendedorismo foi lançado na Finlândia, pelo Ministério de Comércio e Indústria, com o objetivo de dar suporte às iniciativas de criação de novas empresas, com ações em três grandes áreas: criar uma sociedade empreendedora, promover o empreendedorismo como uma forma de geração de emprego e incentivar a criação de novas empresas.

Outros casos são o de Israel, que como resposta ao desafio de assimilar um número crescente de imigrantes, uma gama de iniciativas tem sido implementada por meio de Programa de Incubadoras Tecnológicas, com o qual mais de quinhentos negócios já se estabeleceram nas 26 incubadoras do projeto. Houve ainda uma avalanche de investimento de capital de risco nas empresas israelenses, sendo que mais de cem empresas criadas em Israel encontram-se com suas ações na NASDAQ (Bolsa de ações de empresas de tecnologia e Internet, nos Estados Unidos). Na França, há iniciativas para promover o ensino de empreendedorismo nas universidades, particularmente para engajar os estudantes. Incubadoras com sede nas universidades estão sendo criadas. Uma competição nacional para novas empresas de tecnologia foi lançada e uma fundação de ensino de empreendedorismo foi estabelecida.

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 SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e a SOFTEX (Sociedade Brasileira para Exportação de Software), a criação das primeiras Incubadoras e o início do ensino do empreendedorismo nas universidades na década de 1980, bem como programas de treinamento e capacitação para empreendedores, tendo uma maior ênfase a partir de 1990.

De acordo com a edição de 2004 da pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM 2004), o Brasil ocupa atualmente a sétima posição no ranking de países empreendedores, com uma taxa de atividade empreendedora total (TAE) de 13,5%, entre os 34 países pesquisados. O Brasil também tem se destacado pela grande quantidade de pessoas que iniciam seus negócios por necessidade (empreendedores 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, onde as dificuldades de inserção no mercado de trabalho levam as pessoas a buscarem alternativas de ocupação. Outro aspecto que pode contribuir com isso, no caso do Brasil, é a educação formal dos empreendedores, que ainda é 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 semelhante à nossa) e 30% sequer concluíram o ensino fundamental.

Embora o alto grau de empreendedorismo do brasileiro, o perfil dos negócios brasileiros 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. Além disso, de acordo com pesquisa sobre a mortalidade das micro e pequenas empresas no Brasil (SEBRAE, 2004b), 49,4% das empresas encerram suas atividades com até dois anos de existência, 56,4% o fazem com até quatro anos de existência e 59,9% das empresas não passam de quatro anos de existência. A mesma pesquisa aponta os principais fatores de mortalidade das organizações, estando em primeiro lugar as falhas gerenciais. Também são apontados fatores que contribuem para o sucesso das organizações, destacando-se as habilidades gerenciais, bom conhecimento do mercado e boa estratégia de vendas.

2.3 Formas de empreender

Embora o empreendedor seja comumente definido como empresário, as formas de ser um empreendedor podem variar bastante. Segundo Lavoie (*apud* FILION e DOLABELA, 2000), existem diversas “avenidas empreendedoras”, ou seja, diferentes opções e formas de empreender. Cada uma delas implica um tipo de atividade e requer determinado conhecimento, além da capacidade gerencial, que é comum a todas as formas de empreender e base para a sustentação e o futuro de qualquer empreendimento. Degen reforça a importância da capacidade gerencial ao afirmar que “o sucesso do empreendedor não depende do fator ‘sorte’, mas sim da aplicação sistemática de técnicas gerenciais sintonizadas para o desenvolvimento de novos empreendimentos” (DEGEN, 1989, p. 4).

É importante considerar que qualquer pessoa pode ser empreendedora na esfera profissional, tanto a que está empregada quanto a que quer agir por conta própria. Filion e Dolabela (2000) sugerem algumas formas de ser empreendedor, entre as quais são destacadas:

- Intraempreendedor: é o funcionário empreendedor, o empreendedor dentro da organização em que trabalha e que não lhe pertence. Ele precisa aprender a conceber visões, a bem estruturar seus projetos e a criar um quadro positivo para dar coerência a suas realizações. É criativo e agente de mudança, pois acrescenta a inovação ao que já existe.
- Empreendedor proprietário de uma empresa: concentra sua energia na inovação e no crescimento, seja criando sua empresa ou desenvolvendo algo novo em uma empresa já existente (que comprou, por exemplo).
- Empreendedor como autônomo: possui desafios muito semelhantes aos do proprietário de uma microempresa, salvo que o autônomo trabalha sozinho ou com colaboradores ocasionais, sem um registro formal de pessoa jurídica.

- Tecnoempreendedorismo: são os empreendedores inventores que preferem comercializar pessoalmente seus produtos e freqüentemente procuram associados ou formam equipes a quem cofiam a gestão da empresa.
- Empresas cooperativas e coletivas: essas empresas são cada vez mais numerosas. São uma alternativa para agrupar pessoas ou empresas em torno de projetos coletivos. O processo decisório baseia-se na participação de todos e os criadores de empresas cooperativas e coletivas devem aprender a administrar as diferenças existentes dentro do grupo.
- Empreendedorismo social: normalmente tratam-se de organizações sem fins lucrativos, de cunho comunitário, em benefício da coletividade.

De acordo com 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. 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”.

2.4 O ensino de empreendedorismo

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. 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. 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.

Embora a formação empreendedora seja comumente confundida com a formação de administração, Solomon, Duffy e Tarabishy (2002) afirmam que 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 estes autores, a educação empreendedora deve focar em negociação, liderança, desenvolvimento de novos produtos, pensamento criativo e exposição à inovação tecnológica. Também deve tratar sobre o empreendedorismo como opção de carreira, a busca de recursos financeiros, a proteção de idéias, as características que definem a personalidade empreendedora e as mudanças associadas a cada estágio de desenvolvimento dos negócios. Eles 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.

Dolabela (2003, p. 130) afirma que “o empreendedorismo é um fenômeno cultural, diz respeito ao sistema de valores de uma comunidade, à sua visão de mundo. Não é um conhecimento ‘transportável’, aplicável universalmente como a álgebra”. Em função disso, a educação empreendedora deve fundamentar-se numa forte conexão e cooperação com as forças vivas da comunidade. Assim, o veículo da aplicação do processo empreendedor pode ser uma disciplina (ou várias) inserida em um curso de terceiro grau, onde o professor deve estar disposto a enfrentar o desafio de introduzir novo conteúdo e novos processos didáticos e a superar os obstáculos que inevitavelmente se apresentam a quem quer inovar; ao mesmo tempo que deve ter a disponibilidade e a vontade de estabelecer vínculos com o mercado, com

empresas e empreendedores, com o ambiente onde os conhecimentos que domina são transformados em riqueza (DOLABELA, 1999a).

Para Souza (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 um processo de formação de atitudes e características do que como uma 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 variadas metodologias de ensino, onde as estratégias que permitam reflexão sobre o próprio comportamento são as bastante adequadas. Guimarães (2002) também aponta para algumas das metodologias de ensino mais comumente utilizadas para o desenvolvimento de empreendedores, entre elas encontram-se os depoimentos de empreendedores, estudos de caso, desenvolvimentos de projetos e de planos de negócios.

Dolabela (1999a), criador da metodologia para o desenvolvimento de empreendedores chamada Oficina do Empreendedor, afirma que o professor passa a ter uma 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 busca 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.

3 Metodologia

Para a realização deste trabalho utilizou-se como método a pesquisa survey de caráter descritivo, 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 uma instituição de ensino superior situada na região central do estado do Rio Grande do Sul, considerada catalisadora do desenvolvimento da região onde está inserida. Como instituição comunitária, o Centro Universitário Univates 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 de uma disciplina de empreendedorismo no currículo de todos os cursos da instituição, em março de 2003.

Para efeitos desta pesquisa utilizou-se dados primários relativos a dois anos dessa atividade, cuja unidade de análise foram os estudantes das nove turmas da disciplina de empreendedorismo realizadas nos anos de 2003 e 2004. A coleta de dados foi feita na própria sala de aula, utilizando-se para isso dois questionários estruturados adaptados de Dolabela (1999a), em dois momentos distintos: 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 uma taxa de resposta de 94,2% no início do semestre e de 83,8% no final do semestre (totalizando 822 respostas). 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. Na próxima seção é feita a descrição e a análise dos dados coletados.

4 Descrição e análise dos dados

Esta seção apresenta, inicialmente uma caracterização dos respondentes da pesquisa; na seqüência são apresentadas as expectativas dos alunos com a disciplina de empreendedorismo; num terceiro momento aborda-se aspectos das intenções de direcionamento profissional dos estudantes e finalmente aponta-se para resultados percebidos pelos alunos com relação à disciplina de empreendedorismo.

4.1 Caracterização dos respondentes

Primeiramente entende-se como importante apresentar alguns dados de identificação dos respondentes. Como a disciplina de empreendedorismo é curricular presente em todos os cursos da IES, participaram da pesquisa alunos de 25 diferentes cursos. Na TABELA 1 é possível visualizar o número de alunos dos respectivos cursos que responderam às pesquisas realizadas no início do semestre (aqui caracterizados como *antes*) e no final do semestre (caracterizados como *depois*), salientando-se uma maior presença de alunos dos cursos de administração e enfermagem.

TABELA 1: Número de estudantes respondentes por curso: no início e no final do semestre.

Curso	Antes		Depois		TOTAL
	Freq.	Percent.	Freq.	Percent.	
Administração	70	16,09%	67	18,21%	137
Enfermagem	78	17,93%	47	12,77%	125
Gestão de micro e pequenas empresas	40	9,20%	39	10,60%	79
Comércio exterior	33	7,59%	28	7,61%	61
Farmácia	24	5,5%	23	6,3%	47
Química industrial	22	5,1%	21	5,7%	43
Secretariado executivo	17	3,9%	18	4,9%	35
Educação física	18	4,1%	14	3,8%	32
Fisioterapia	16	3,7%	16	4,4%	32
Ciências contábeis	15	3,5%	12	3,3%	27
Pedagogia	13	3,0%	10	2,7%	23
Letras	12	2,8%	10	2,7%	22
Negócios agroindustriais	12	2,8%	7	1,9%	19
Jornalismo	9	2,1%	9	2,5%	18
Biologia	10	2,3%	8	2,2%	18
Publicidade e propaganda	8	1,8%	9	2,5%	17
Ciências exatas	12	2,8%	4	1,1%	16
Relações públicas	5	1,2%	6	1,6%	11
Engenharia da produção	5	1,2%	4	1,1%	9
Nutrição	3	0,7%	4	1,1%	7
Direito	4	0,9%	3	0,8%	7
Engenharia da computação	2	0,5%	3	0,8%	5
Economia de empresas	3	0,7%	2	0,5%	5
Engenharia de controle e automação	3	0,7%	2	0,5%	5
Matemática	1	0,2%	2	0,5%	3
Total	435	100%	368	100%	803

No total foram 822 respondentes. Essa diferença do total para o número 803 que consta na TABELA 1, trata-se de 19 alunos que não informaram o seu curso ao responder o instrumento no final do semestre.

Com relação à atividades profissional dos estudantes, constatou-se que a grande maioria deles já desenvolvem atividades profissionais (93,7%), a maior parte como funcionários em organizações e uma parcela deles são empresários (16,8%). Mais da metade deles já atuam em atividades relacionadas à área de estudo.

TABELA 2: Atividade profissional atual dos estudantes

Atividade profissional		
Empregado na área em que estuda	149	33.3%
Empregado em outra área	120	26.8%
Estagiário na área em que estuda	51	11.4%
Já tem uma empresa na área em que estuda	47	10.5%
Nenhuma	30	6.7%
Já tem uma empresa em outra área	28	6.3%
Outra	15	3.3%
Estagiário em outra área	8	1.8%
Total	448	100.0%

4.2 Expectativas com a disciplina de empreendedorismo

Procurou-se identificar, no início do semestre, quais eram as expectativas dos alunos com relação à disciplina de empreendedorismo, avaliando-se mais especificamente três aspectos. O primeiro deles tratava das expectativas de aprendizado. Os resultados dos 435 respondentes podem ser observados na TABELA 3, onde destaca-se, em primeiro lugar, a identificação de oportunidades, uma das características fundamentais para os empreendedores (era admitida mais de uma resposta).

TABELA 3: Expectativas de aprendizado na disciplina de empreendedorismo

Expectativa aprendizado		
Como identificar oportunidades	272	62.52%
Como planejar seu negócio	192	44.13%
Liderança e processo decisório	165	37.93%
O que é ser empreendedor	157	36.26%
Como negociar	118	27.12%
Como criar uma pequena empresa	88	20.22%
Outros	5	1.14%
Total	997	

O segundo aspecto com relação às expectativas com a disciplina refere-se à utilização de recursos didáticos, onde percebeu-se, claramente, o maior interesse dos alunos por conhecer a experiência de terceiros (empreendedores), realizar atividades que permitam aprender fazendo e fazer trabalhos em sala de aula. Com uma média mais reduzida, retratando a menor preferência dos alunos, encontram-se os trabalhos em casa e os trabalhos individuais.

A questão foi respondida numa escala de preferência de 1 a 3, representando, respectivamente, não gostaria, gostaria e gostaria muito.

TABELA 4: Preferência com relação aos recursos didáticos a serem utilizados na disciplina

Expectativas quanto aos recursos didáticos			
	Média	Desvio-padrão	Mediana
Aulas expositivas	2.20	0.63	2.00
Atividades de auto-aprendizado	1.92	0.66	2.00
Estudos dirigidos e análise de caso	2.19	0.68	2.00
Trabalhos em sala de aula	2.47	0.66	3.00
Trabalhos em casa	1.55	0.70	1.00
Trabalhos em grupo e seminários	2.13	0.72	2.00
Atividades para aprender fazendo	2.51	0.57	3.00
Conhecendo a experiência de terceiros	2.72	0.51	3.00
Trabalhos individuais	1.68	0.69	2.00
Total	2.15	0.74	

Pergunta semelhante foi feita para identificar o terceiro aspecto, a preferência dos alunos com relação ao material didático. Novamente com respostas numa escala de 1 a 3, identificou-se uma maior preferência pela utilização de cópias de resumos de aula e transparências (média 2,49), textos escolhidos distribuídos (média 2,40), bibliografia diversa para pesquisa (média 2,17) e uma preferência bem menor pela adoção de um único livro básico (média 1,46).

Estas respostas dos alunos com relação às expectativas com a disciplina no que se refere ao aprendizado, aos recursos e aos materiais didáticos tem por objetivo direcionar, de certa forma, algumas condutas do professor, uma vez que a disciplina de empreendedorismo deve ter um caráter diferenciado das disciplinas tradicionais. Segundo 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.

Uma vez que se propõe a inserção de uma disciplina no currículo de diversos cursos, parte-se do pressuposto de sua importância na formação do estudante. A presente pesquisa permitiu identificar a percepção dos estudantes com relação a isso. Ao serem questionados a respeito, no início do semestre, a grande maioria dos respondentes (83,2%) afirmaram ser a disciplina fundamental ou importante para a sua formação, ao contrário de um pequeno grupo que não a considerou importante. Ao final do semestre a pergunta foi repetida e foi possível observar um incremento neste número, onde 96,1% dos respondentes confirmaram ser a disciplina fundamental ou importante na sua formação. Também houve um pequeno incremento no grupo dos que não consideram a disciplina de empreendedorismo importante. A diferença aqui constatada é significativa (qui-quadrado com $p=0,000$), salientando-se aquela evidenciada no grupo de alunos que passou a considerar a disciplina como importante na sua formação, aumentando de 26,8% (no início do semestre) para 43,8% (no final do semestre). A TABELA 5 retrata essa realidade, que só vem a fortalecer as iniciativas de desenvolvimento do empreendedorismo que estão sendo realizadas nas instituições de ensino superior.

TABELA 5: Importância da disciplina de empreendedorismo na formação do estudante

Importância da disciplina (respostas no início do semestre)			
É fundamental para sua formação	244	56.4%	56.4%
Não é fundamental, mas é importante na sua formação	116	26.8%	26.8%
Não é importante na sua formação	8	1.8%	1.8%
Não tem uma idéia clara sobre o assunto	65	15.0%	15.0%
Total	433	100.0%	

Importância da disciplina (respostas no final do semestre)			
É fundamental para sua formação	202	52.3%	52.3%
Não é fundamental, mas é importante na sua formação	169	43.8%	43.8%
Não é importante na sua formação	15	3.9%	3.9%
Não tem uma idéia clara sobre o assunto	0	0.0%	0.0%
Total	386	100.0%	

4.3 Intenções de direcionamento profissional dos estudantes

Um dos focos centrais desta pesquisa é o direcionamento profissional dos estudantes. No início do semestre, no primeiro dia de aula da disciplina de empreendedorismo, procurou-se identificar suas intenções profissionais a curto prazo e a longo prazo, sendo esta última entendida como a forma de realização profissional em termos de toda vida.

No que se refere à inserção profissional pretendida logo após formados, constatou-se que houve um equilíbrio entre os estudantes que pretendem atuar com uma empresa própria e os que pretendem ser empregados, com um ponto percentual de diferença apenas (de um total de 427 respondentes). Ao final do semestre, após concluída a disciplina, a pergunta foi feita novamente aos estudantes (388 respondentes). Pôde-se observar uma diferença nas respostas, com um leve aumento no grupo de alunos que pretendem, logo depois de formados, atuar com uma empresa própria, um aumento dos que pretendem atuar como profissionais autônomos e uma redução no grupo de alunos que pretendem atuar como empregados. Os números podem ser visualizados na FIGURA 1.

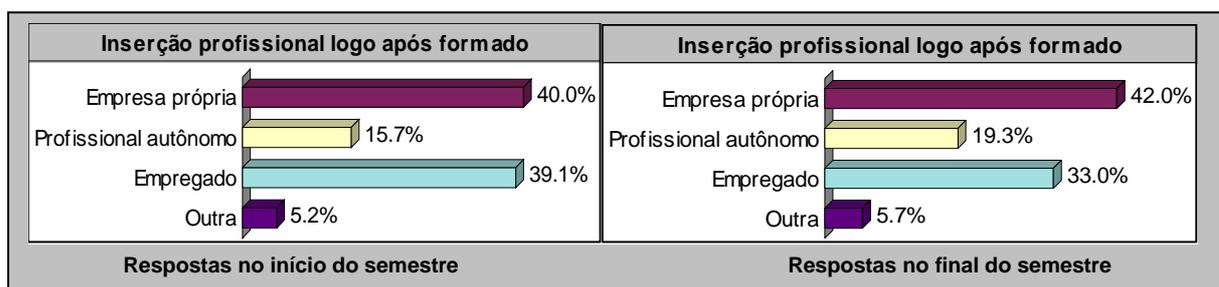


FIGURA 1: Intenções profissionais a curto prazo: inserção profissional pretendida logo após formado.

Com relação às intenções de direcionamento profissional a longo prazo, também procedeu-se da mesma forma. No início do semestre, de um total de 432 respondentes, percebeu-se que um grande número de alunos pretende realizar seus sonhos profissionais sendo donos do próprio negócio (72,2%) e um número bem menor pretende fazê-lo sendo funcionário. Ao final do semestre, com as respostas à mesma pergunta (381 respondentes),

observou-se um crescimento dos que pretendem ter seu próprio negócio, com um incremento para 79,5%. As respostas antes e depois da realização da disciplina podem ser observadas na FIGURA 2.

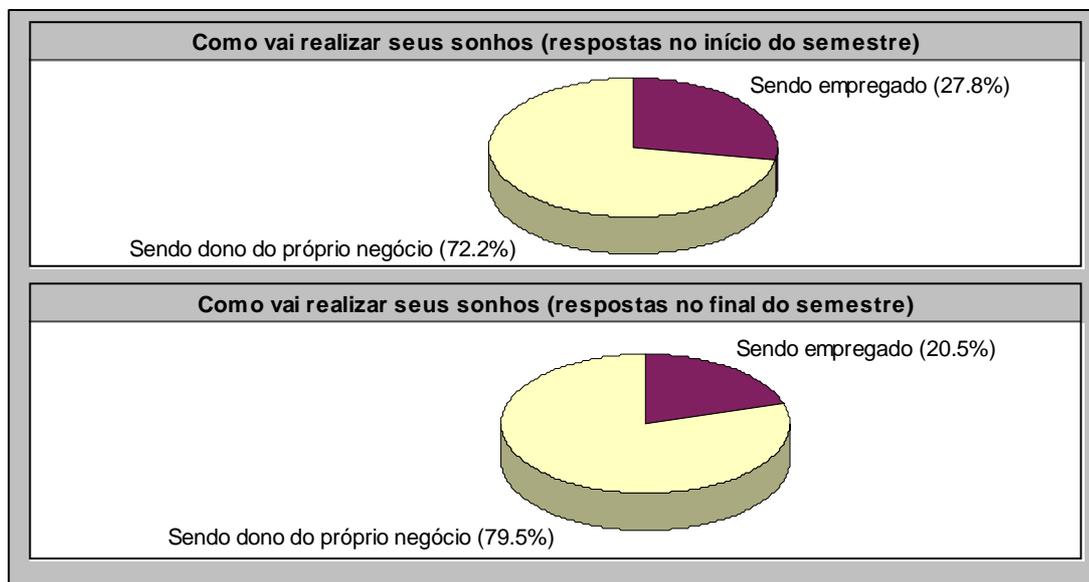


FIGURA 2: Intenções de direcionamento profissional a longo prazo: como pretende realizar seus sonhos em termos de toda vida.

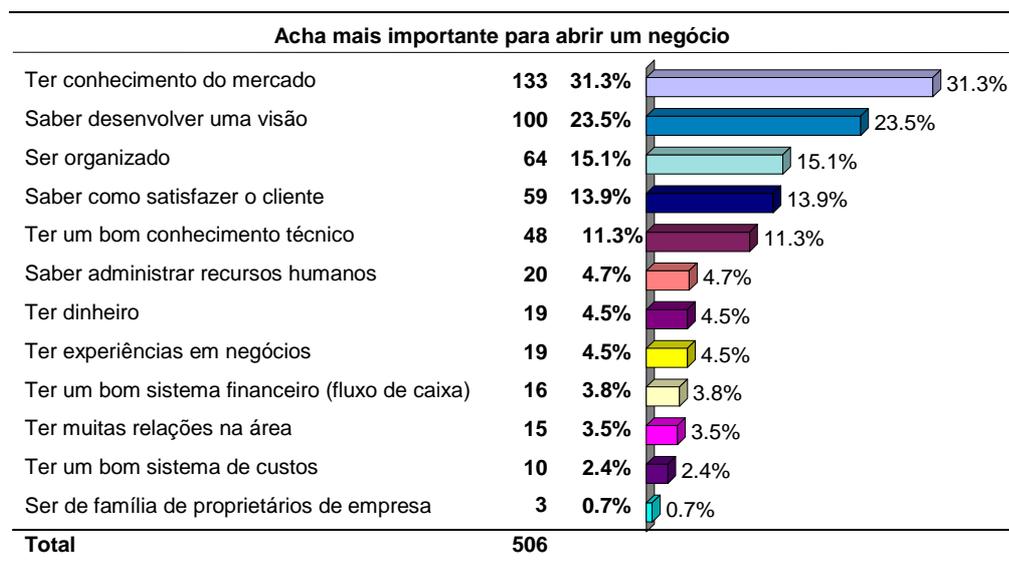
Utilizando-se de análise estatística através do teste qui-quadrado foi possível confirmar a existência de diferença significativa (qui-quadrado com $p=0,014$) entre as respostas dos estudantes no início do semestre e no final, no que se refere às intenções de direcionamento profissional a longo prazo. Isso pode refletir uma mudança de opinião dos alunos em função de ter cursado a disciplina de empreendedorismo.

Os resultados apresentados nas figuras 1 e 2 retratam um fato muito positivo para os objetivos da disciplina de empreendedorismo, que tem a intenção de estimular o desenvolvimento de uma atitude mais empreendedora por parte dos alunos, procurando proporcionar-lhes novas formas de olhar para suas vidas, especialmente na esfera profissional.

A partir do interesse dos alunos em serem empresários, buscou-se identificar a origem deste interesse. De um total de 431 respondentes, 75,4% informaram que pensam em ter seu próprio negócio por vontade pessoal. Um número bem menor afirma que este interesse decorre da influência da família, onde muitos são empreendedores (4,9%) e apenas em poucos casos fica evidente a dificuldade de colocação profissional, quando 2,3% dos estudantes informaram que pensam em ter seu próprio negócio em função da dificuldade de arrumar emprego. Um outro percentual de respondentes reafirmou não pensar em ter seu próprio negócio (17,4%).

Embora muitos dos estudantes sejam de cursos de outras áreas que não a empresarial (conforme pode ser verificado na TABELA 1 apresentada anteriormente), procurou-se identificar o que os alunos consideram mais importante para abrir um negócio. As respostas são apresentadas no TABELA 6, a seguir (a questão admitia mais de uma resposta e teve 425 respondentes):

TABELA 6: Aspectos considerados mais importantes para abrir um negócio

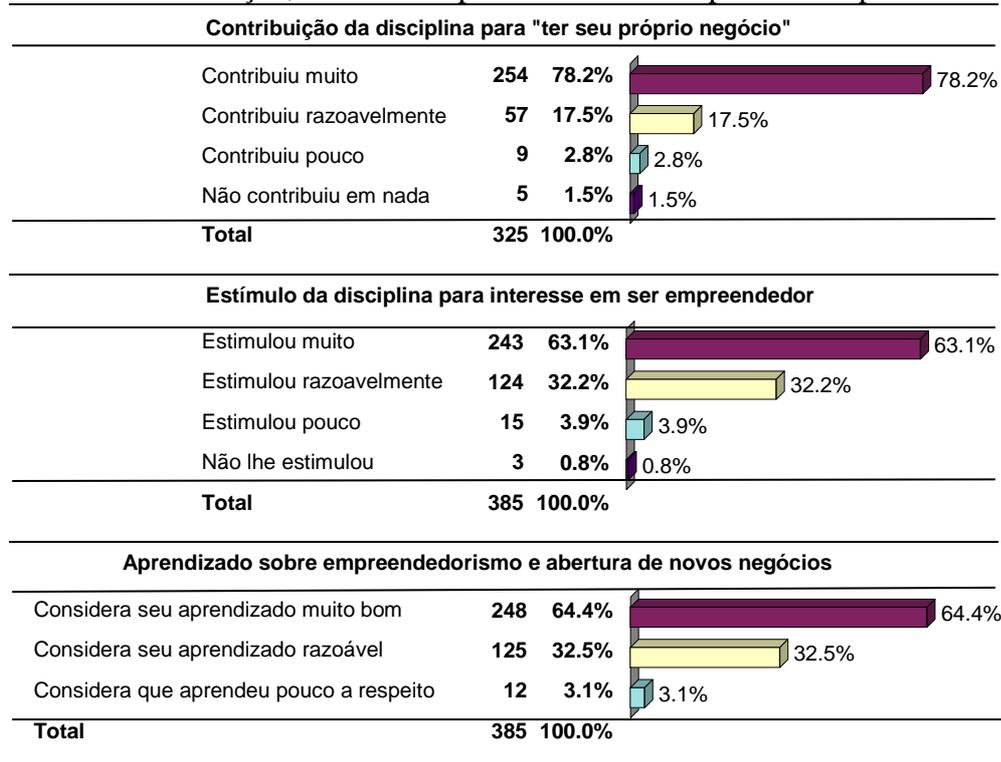


Os dois itens que prevalecem – ter conhecimento do mercado, com 31,3% e saber desenvolver uma visão, com 23,5% – podem ser diretamente relacionados com a teoria visionária de Filion (1991), que facilita o entendimento de como se forma uma idéia de empresa e quais são os elementos que a sustentam. A visão, para este autor, é uma imagem projetada no futuro, do lugar que se quer ver ocupado pelos seus produtos no mercado, assim como a imagem projetada do tipo de organização necessária para consegui-lo. De acordo com isso, o conhecimento do mercado e o desenvolvimento da visão, são, portanto, muito importantes no processo de planejamento e criação de novos negócios.

4.4 Resultados da disciplina

De acordo com a percepção dos alunos ao final da disciplina, vários aspectos remetem a resultados positivos decorrentes desta proposta de desenvolvimento de empreendedorismo e merecem ser salientados. Entre eles destacam-se a contribuição da disciplina para quem tem interesse em ter seu próprio negócio, o estímulo ao empreendedorismo e o aprendizado sobre empreendedorismo e abertura de novos negócios. A TABELA 7 apresenta a percepção dos alunos com relação à estes aspectos.

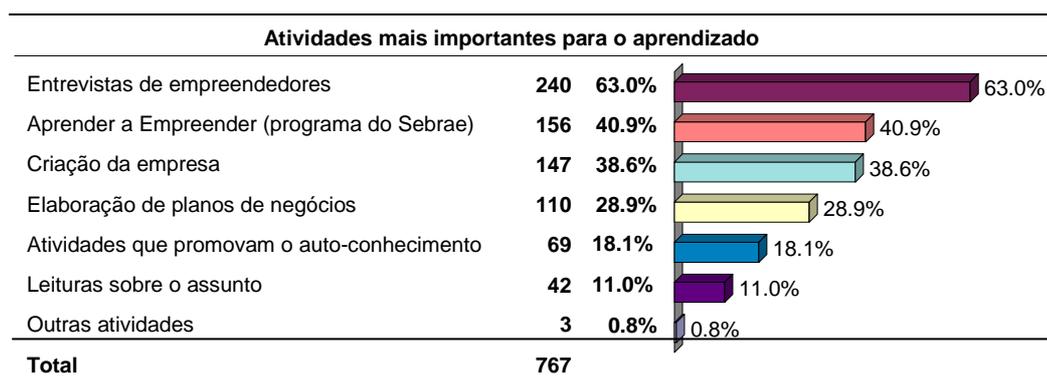
TABELA 7: Contribuição, estímulo e aprendizado da disciplina de empreendedorismo



Com os resultados desta tabela, onde grande parte dos alunos considera que a disciplina contribuiu muito para quem quer ter seu próprio negócio, estimulou muito ao empreendedorismo e proporcionou um bom nível de aprendizado sobre empreendedorismo e novos negócios, mais uma vez fica clara a importância desta atividade de desenvolvimento de empreendedorismo, dentro da ótica que se acredita que com estímulos e ambiente adequados a atitude empreendedora possa ser potencializada.

Ainda com relação ao aprendizado e relacionando-o com as atividades didáticas, os alunos informaram, na sua percepção, quais as atividades que mais contribuíram para o aprendizado na disciplina (381 respondentes). Aparecem com destaque as entrevistas de empreendedores, recurso didático considerado em questão anterior como preferido por eles; na seqüência são destacados o Aprender a Empreender, curso à distância sobre empreendedorismo realizado em parceria com o Sebrae e também a atividade de criação de uma empresa fictícia. Na TABELA 8 são apresentados os resultados em geral. Era admitida mais de uma resposta.

TABELA 8: Atividades consideradas pelos alunos como mais importantes para o aprendizado



Cabe salientar que diversas pesquisas anteriores (DOLABELA, 1999a; SOLOMON, DUFFY e TARABISHY, 2002; GUIMARÃES, 2002; FERREIRA e MATTOS, 2004; SOUZA *et al*, 2004; CUNHA, 2004; entre outros autores) já 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. Cabe ao professor que trabalha com o desenvolvimento de empreendedores estimular e contribuir para a criação de um ambiente que incite o aprendizado como decorrente da ação.

Para reafirmar a importância da disciplina, numa avaliação geral, 86,5% dos alunos que cursaram a disciplina considerou que estaria perdendo se ela não constasse no currículo de seu curso, ao passo que os outros 13,5% disseram que não estariam perdendo sem a disciplina. A maior parte dos alunos considera que a disciplina deveria ser oferecida nos primeiros anos do curso: 30,2% dos alunos acreditam que ela deveria ser oferecida no primeiro ano, 24,6% no segundo ano e um pequeno percentual (9%) acredita que ela deveria ser oferecida no último ano do curso (nono ou décimo semestres), ficando a opinião dos outros respondentes dividida entre o terceiro e o quarto ano.

Na atribuição de uma nota geral para a disciplina, como mais uma medida de avaliação, a média das notas atribuídas pelos alunos ficou em 8,8 (desvio-padrão de 1,02), variando entre o mínimo de 4,0 e o máximo de 10,0, tendo uma maior concentração entre 9,0 e 10,0, com 62,9% dos alunos. 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 uma maior ou menor satisfação dos alunos.

5 Conclusões

Ao final deste estudo cabe lembrar o objetivo proposto inicialmente de verificar a influência da disciplina de empreendedorismo nas intenções de direcionamento profissional dos estudantes de ensino superior, a partir da percepção dos que cursaram a disciplina. Como foi verificado no decorrer da seção anterior, alguns números sinalizam que a disciplina de empreendedorismo tem influência nas intenções de direcionamento profissional dos estudantes que a cursaram. Do total de alunos que participaram da pesquisa, 96,1% consideraram que a disciplina de empreendedorismo é fundamental ou importante para a sua formação profissional, 63,1% consideram que a disciplina estimulou muito o empreendedorismo (32,2% consideram que ela estimulou razoavelmente), 78,2% consideram que a disciplina contribuiu muito para quem pretende ter seu próprio negócio (17,5% consideram que ela contribuir razoavelmente), 64,4% consideram seu aprendizado sobre empreendedorismo e abertura de novos negócios muito bom (32,5% o consideram razoável) e 86,5% consideram que estariam perdendo se não cursassem esta disciplina.

Juntamente com estes resultados percebe-se a mudança nas intenções de direcionamento profissional dos alunos, questão levantada antes da disciplina e ao final da realização da mesma, elevando o número de interessados em desenvolver atividades como empreendedores geradores de negócios. Como pretensões profissionais a curto prazo, o número de alunos que informou que pretende abrir seu próprio negócio ou realizar trabalho autônomo logo após formado aumentou de 55,7% no início do semestre para 61,3% após a conclusão da disciplina. No que se refere às intenções profissionais de longo prazo, percebeu-se um aumento de 72,2% (início do semestre) para 79,5% (final do semestre) dos alunos que pretendem realizar-se profissionalmente sendo empresários.

A partir desses resultados fica clara a importância da disciplina de empreendedorismo como um meio para estimular o comportamento empreendedor em alunos de curso superior, sugerindo-se, assim, a continuidade dessa atividade para o desenvolvimento de empreendedorismo na Univates.

Sugere-se, para estudos futuros, a continuidade deste trabalho a fim de aumentar a amostra de alunos por curso, visando identificar uma possível diferenciação nas intenções de direcionamento profissional dos estudantes de diferentes áreas, o que ainda não foi possível aqui, em função do número reduzido de alunos na maioria dos cursos. Também entende-se que seria interessante investigar, de forma longitudinal, os 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, ainda, a aplicação da mesma pesquisa em outras instituições que estejam desenvolvendo iniciativas semelhantes na busca pela formação de empreendedores.

Timmons (*apud* DORNELAS, 2001, p. 19) já afirmava que “o empreendedorismo é uma revolução silenciosa, que será para o século XXI mais do que a revolução industrial foi para o século XX”. As instituições de ensino superior, passam a ser propulsoras desse processo através da formação de empreendedores, uma vez que elas podem ser facilitadoras e estimuladoras da geração de um ambiente propício para o desenvolvimento de empreendedores.

6 Referências bibliográficas

- CUNHA, R. A. N. A Universidade na formação de empreendedores: a percepção prática dos alunos de graduação. In: Encontro da ANPAD, 28, 2004, Curitiba/PR. **Anais ...** Curitiba: ANPAD, 2004. CD ROM.
- 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.
- DOLABELA, F. Empresa emergente de base tecnológica: condições internas e ambientais de sucesso. In: **IX Seminário Nacional de Parques Tecnológicos e Incubadoras de Empresas – VII Workshop ANPROTEC**. Porto Alegre, RS, 28/09 a 01/10/1999b.
- DOLABELA, F. **Pedagogia Empreendedora**. São Paulo: Editora de 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. e MATTOS, P. L. C. L. Empreendedorismo e práticas didáticas nos cursos de graduação em administração: os estudantes levantam o problema. In: Encontro da ANPAD, 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, pp 31(3): 63-71.
- FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**. São Paulo, v.34, n.2, p.05-28, abr./jun. 1999.
- FILION, L. J. e DOLABELA, F. **Boa Idéia! E Agora?** São Paulo: Cultura Editores Associados, 2000.
- GEM Report. Global Entrepreneurship Monitor. **1999 Executive Report**. Babson College, London Business School, Kauffman Center. Boston, 1999. [on line] Disponível na Internet. URL: <http://www.gemconsortium.org/document.asp?id=140>. Acessado em 02/04/2004.

GEM Report. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil 2004** – Sumário Executivo. Babson College, London Business School, Kauffman Center. Boston, 2004. [on line] Disponível na Internet. URL: http://www.sebrae.com.br/br/aprendasebrae/empreendedorismo_brasil.asp. Acessado em 21/04/2005.

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. In: Encontro da ANPAD, 26, 2002, Salvador/BA. **Anais ...** Salvador: ANPAD, 2002. CD ROM.

KURATKO, D. F. Entrepreneurship education in the 21st: from legitimation to leadership. In: **USASBE National Conference**, January 16, 2004. [on line] Disponível na Internet. URL: <http://www.usasbe.org/knowledge/proceedings/2000/neck.pdf>. Acessado em: 09/07/2005.

MORRIS, M. H.; ZAHRA, S. A. e SCHINDEHUTTE, M. Understanding factors that trigger entrepreneurial behavior in established companies. In: **Entrepreneurship and economic growth in the american economy**. Tuscon: G. D. Libecap. 2000.[on line] Disponível na Internet. URL: <http://www.robinson.gsu.edu/rec/papers/paper11.doc> - acessado em 09/07/2005.

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

SEBRAE. **Estudos e Pesquisas**: MPes em números. SEBRAE: Brasília, 2004a. [on line] Disponível na Internet. URL: <http://www.sebrae.com.br>. Acessado em 21/04/2005.

SEBRAE. **Fatores condicionantes da taxa de mortalidade de empresas no Brasil**. Relatório de Pesquisa. SEBRAE: Brasília, 2004b. [on line] Disponível na Internet. URL: <http://www.sebrae.com.br>. Acessado em 21/04/2005.

SEELIG, T. L. Entrepreneurship Education Around the World. In: **NCIIA Annual Meeting**, San Diego, California, March 18, 2005. [on line] Disponível na Internet. URL: http://stvp.stanford.edu/presentations/Global_E-ship_Education.pdf. Acessado em 09/07/2005.

SHANE, Scott e VENKATARAMAN, S. The promise of entrepreneurship as a field of research. **Academy of Management Review**. Jan 2000, Vol.25, Issue 1, p.217-226, 9p.

SOLOMON, G. T.; DUFFY, S. e TARABISHY, A. The State of Entrepreneurship Education in the United States: A Nationwide Survey and Analysis. **International Journal of Entrepreneurship Education** 1(1): 1-22, 2002.

SOUZA, E. C. L. de; SOUZA, C. C. L. de; ASSIS, S. A. G. e ZERBINI, Thais. Métodos e Técnicas de Ensino e Recursos Didáticos para o Ensino do Empreendedorismo em IES Brasileiras. In: Encontro da ANPAD, 28, 2004, Curitiba/PR. **Anais ...** Curitiba: ANPAD, 2004. CD ROM.