



RELISE

ENSINO DO EMPREENDEDORISMO: PERCEPÇÃO DE ALUNOS DE UMA INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR¹

*TEACHING ENTREPRENEURSHIP: PERCEPTION OF STUDENTS FROM A
HIGHER EDUCATION INSTITUTION*

Luiza Eluina Moreira Cunha²

Fábio Freitas Schilling Marquesan³

Joselito Brilhante Silva⁴

RESUMO

Numa época em que os holofotes estão voltados para mudanças econômicas e sociais, é substancial destacar o papel dos empreendedores neste contexto. Apesar da consolidação teórica do empreendedorismo, algumas lacunas carecem de averiguações complementares, dentre elas, a percepção dos alunos sobre a disciplina de empreendedorismo. Diante disso, este estudo objetiva compreender a percepção de alunos do ensino superior sobre a disciplina de Empreendedorismo e Inovação, em uma Instituição de Ensino Superior de Fortaleza, Ceará. Utilizando uma abordagem qualitativa de caráter exploratório e descritivo, o estudo utilizou técnicas de pesquisa bibliográfica e grupo focal e teve como sujeitos de pesquisa os alunos que cursaram a disciplina ao longo de um semestre. É definida, ainda, quanto aos meios como estudo de caso, quanto à natureza como aplicada e quanto ao aspecto temporal como transversal. A coleta de dados foi feita por meio de entrevistas. Como conclusão, pode-se inferir que a disciplina de Empreendedorismo influenciou o comportamento dos alunos no sentido de despertar e contribuir para o desenvolvimento de características que os levem a empreender, despertando interesse pela inovação e novos tipos de negócios e contribuindo para descoberta do seu potencial empreendedor. Quanto à infraestrutura, constatamos que ainda depende de uma estrutura de apoio para o desenvolvimento de mais atividades práticas empreendedoras, dinâmicas e jogos de empresas. Do ponto de vista institucional, verificou-se a necessidade

¹ Recebido em 08/05/2020. Aprovado em 11/05/2020.

² Universidade de Fortaleza. luizamoreira@hotmail.com

³ Universidade de Fortaleza. marquesan@unifor.br

⁴ Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará. joselito@ifce.edu.br



RELISE

90

de desenvolver e adotar mecanismos de apoio ao ensino, à realização de palestras e rodadas de conversa com empreendedores locais e regionais, além do escritório de gestão e da incubadora de empresas já disponibilizados.

Palavras-chave: empreendedorismo, ensino superior, ensino.

ABSTRACT

At a time when the spotlight is on economic and social changes, it is substantial to highlight the role of entrepreneurs in this context. Despite the theoretical consolidation of entrepreneurship, some gaps need to be investigated, such as the students' perception of the entrepreneurship discipline. The objective of this study is to understand the students' perception of the subject of Entrepreneurship and Innovation in a Higher Education Institution of Fortaleza, Ceará. Using a qualitative exploratory and descriptive approach, the study used bibliographic research techniques and focal group and had as research object the students who studied the discipline in the semester. It is also defined as means as a case study, as to its nature as applied and as to the temporal dimension as transverse. Data collection was done through an interview. As a conclusion, it can be inferred that the discipline of Entrepreneurship influenced the behavior of the students in the sense of awakening and contribute to the development of characteristics that lead students to undertake, arousing interest in innovation and new types of business and contributing to the discovery of their potential. As for the infrastructure, it still depends on a support structure for the development of more practical entrepreneurial activities, dynamics and business games. From the institutional point of view, there was a need to develop and adopt mechanisms to support teaching, to hold lectures and talks with local and regional entrepreneurs, as well as the management office and business incubator already available.

Keywords: entrepreneurship, higher education, teaching.

INTRODUÇÃO

A aprendizagem é algo que modifica o comportamento no nível cognitivo, motor e sensorial, integrando mudanças nos valores e atitudes e promovendo uma melhor autoestima e autoconfiança. A aprendizagem do empreendedorismo ocorre, principalmente, por meio da interação, independente do tipo ou modelo de aprendizagem. Com isso, a percepção



RELISE

daqueles que estudam o empreendedorismo pode identificar diferenciais que podem representar uma influência sobre o futuro.

A aprendizagem do empreendedorismo, nos mais variados conceitos, é condicionada ao professor, sujeito da ação que, juntamente com o ambiente, assume o papel preponderante no desenvolvimento não só das competências do aluno, em termos de conteúdos curriculares, mas no desenvolvimento de atitudes proativas. A aprendizagem dentro de uma cultura empreendedora está diretamente relacionada ao sujeito (professor) e ao objeto do sujeito (aluno) envolvendo parte das teorias e como elas interagem com o meio. Assim, com os alunos sendo receptivos às oportunidades que lhes são oferecidas, é fundamental atuar fornecendo possibilidades de aprendizagem diversificadas. O aprendizado do empreendedorismo é um processo social contínuo de aprendizado individual que emerge do que os indivíduos aprendem para si e para os outros, desenvolvendo seus próprios conhecimentos e teorias num processo que envolve co-participação, reflexão, experiência e ação, que serão aplicados, adaptados e aprendidos pelos outros, pelo sucesso proporcionado. Portanto, o empreendedorismo é aprendido por meio de experiência direta, práticas, sucessos e fracassos, além dos relacionamentos com os outros (PAIVA *et al.*, 2019; RAE; WANG, 2015).

As relações e os conceitos de trabalho e emprego vêm sofrendo alterações consideráveis no decorrer do século XXI, principalmente pelo ascendente crescimento do empreendedorismo, fenômeno este capaz de provocar transformações em uma sociedade, uma vez que empreendedorismo e empreendedor fazem parte dos contextos sociais, culturais e econômicos de um corpo social, produzindo resultados com a geração de empregos, riqueza, desenvolvimento e progresso (GIOVANELA *et al.*, 2010; SALLES; DA ROSA, 2016; MARION-SANTOS; PAIXÃO, 2015).



RELISE

92

Devido a sua contribuição para o desenvolvimento da sociedade capitalista na qual estamos inseridos, o tema é muito discutido atualmente, uma vez que a compreensão do empreendedorismo tem relação com o grau de riqueza de um país que se constrói partindo da capacidade de produção de bens e serviços para seu suprimento, como também com a exploração de novas oportunidades de negócio (GIOVANELA *et al.*, 2010).

Estudos realizados pelo *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) evidenciaram que o empreendedorismo no Brasil está em crescimento desde 2011, e a Taxa Total de Empreendedores (TTE) em 2015 alcançou 39,3%, superior à observada em 2014 (34,4%). Nesse contexto, a Taxa de Empreendedorismo Anual (TEA) alcançou 21,0%, ou seja, em cada 100 brasileiros, 21 estão envolvidos com uma atividade empreendedora em estágio inicial (GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, 2015).

Considerando que o empreendedorismo não é característica própria do indivíduo, podendo ser trabalhada, ensinada e aprendida por qualquer pessoa (FILION, 1999; DORNELAS, 2014), embora que, para tanto, haja a necessidade de se promover adaptações em termos da abordagem pedagógica à lógica de cada disciplina ou campo de estudo, e que não se pode ensinar empreendedorismo como se ensina outras matérias (MORAIS, 2013).

A disciplina de Empreendedorismo está difundida nos currículos de cursos de nível superior, comumente presente nos cursos das áreas de gestão, contabilidade e engenharia. Como iniciativa política no avanço do ensino empreendedor, o governo federal, lançou o programa de capacitação Instituição Amiga do Empreendedor, parceria do Ministério da Educação (MEC) com universidades públicas e privadas. O objetivo é orientar, capacitar e promover a assistência técnica aos futuros empreendedores (BRASIL, 2016).

A educação superior tem o papel de preparar o sujeito para uma vida autônoma, crítica e reflexiva que lhe propicie as condições reais para se



RELISE

93

posicionar prontamente frente aos desafios impostos (FREIRE, 1998). A Universidade deve ser mecanismo para potencializar e inspirar o empreendedorismo, o sonho grande e a inovação no aluno a fim de gerar desenvolvimento econômico e social na comunidade (ENDEAVOR, 2014).

Neste aspecto, a pesquisa torna-se relevante ao tema do ensino do empreendedorismo, pois compreende a percepção do aluno sobre a disciplina durante sua formação no ensino superior, dado que o aluno é, possivelmente, o futuro empreendedor.

A pergunta que se busca responder com este trabalho é a seguinte: Qual é a percepção do aluno quanto a existência de infraestrutura de apoio e apoio institucional para que os mesmos adquiram um comportamento empreendedor após cursarem a disciplina de Empreendedorismo? Os objetivos, portanto, serão: verificar se há mudança no comportamento dos alunos que cursaram a disciplina; verificar se existe uma percepção quanto à infraestrutura de apoio; verificar se existe uma percepção quanto ao apoio institucional.

Tendo uma maior inserção de estudantes no aprendizado e vivência de conceitos e práticas empreendedoras, é exequível impactar positivamente a vida de uma sociedade para além das questões econômicas, contribuindo, assim, na formação com uma postura ativa diante os desafios que a atual sociedade exige (SALLES; DA ROSA, 2016).

No contexto atual, o papel da universidade e de seus professores ultrapassa a transmissão de conteúdos ou do ensinar como fazer. Universidades e professores são protagonistas de um processo de desenvolvimento das competências empreendedoras dos seus estudantes, dando-lhes as condições de autodesenvolvimento pessoal através da didática atribuída em sala (MORAIS, 2013).



RELISE

94

Apesar da consolidação teórica do empreendedorismo, algumas lacunas carecem de averiguações complementares, dentre elas a percepção discente quando se aborda o ensino do empreendedorismo sob o ponto de vista comportamental e de apoio.

EMPREENDEDORISMO

Derivado do termo em latim *imprehendere*, o termo empreendedorismo suscita variados entendimentos deturpados quanto ao seu significado, portanto, a fim de melhor desenvolvimento do assunto, cabe iniciar com a expressão que significa “o indivíduo que assume riscos ao começar algo novo” (FILION, 1999). Originário da idade média, o empreendedor caracterizava-se por participar e se encarregar dos projetos de produção em grande escala. No século XVII, a figura do empreendedor passou a ser distinta entre a pessoa que fornece o capital daquela que assume os riscos (HISRICH; PETERS, 2004). No início do século XX, o economista Joseph Schumpeter definiu o empreendedor como agente central no processo de mudanças socioeconômicas (SANTIAGO, 2009).

O empreendedorismo adota a inovação como parte essencial da rotina, a norma e a base para segurança de todo empreendimento. No entanto, é necessário que todos estejam envolvidos no esforço da inovação tornando o processo receptivo para conquista e capaz de eliminar os “produtos residuais” que envenena o empreendimento levando-o a um envelhecimento e declínio. A inovação, então, torna-se um ato que contempla os recursos com a nova capacidade de gerar riquezas e passa a ser a ênfase do empreendedorismo, tendo como matéria-prima a oportunidade de antecipar a obsolescência de bens e serviços em um cenário volátil e dinâmico, tendo a ciência que os produtos atuais serão substituídos dentro de um prazo programável. O empreendedorismo se alia à inovação para criar uma diretriz de renúncia do



RELISE

95

que está desgastado, obsoleto, improdutivo, além de deixar as pessoas ávidas por coisas novas. Para execução de todo esse processo de interação empreendedorismo/ inovação é necessário estabelecer uma estrutura e um ambiente propícios (DORNELAS, 2014; DRUCKER, 2008).

Na vasta literatura sobre o tema empreendedorismo, é possível entendê-lo através de três vertentes primordiais: uma baseada na vertente econômica oriunda das ideias de Schumpeter (1985); a segunda baseada em vertentes comportamentais oriundas da contribuição de McClelland (1972); e a terceira baseada na vertente sociológica de Weber (2003).

A vertente econômica foi lançada no campo do empreendedorismo associando-o claramente à inovação. A concepção schumpeteriana acerca do empreendedor corresponde àquele que combina capital e trabalho como fatores de produção articulados, criação de produtos ou serviços, novas fontes de matérias primas e outros meios de produção. Intimamente ligado à inovação a serviço do crescimento e a exploração de um nicho de mercado imperceptível para muitos, sendo a renovação deste ciclo a responsável por alimentar as possibilidades de expansão da economia. Nessa vertente é relatada a contribuição dos empreendedores para a formação da riqueza de uma nação, através de um processo denominado de destruição criativa, quebrando a normalidade produtiva, gerando novos paradigmas aos sistemas produtivos mantendo em marcha o motor capitalista, destruindo o antigo e criando o novo (BARBOSA *et al.*, 2016; SANTIAGO, 2009).

A vertente comportamental surge numa perspectiva interdisciplinar, com a análise sobre a influência do comportamento humano nas relações de trabalho, através do pensamento da motivação realizadora voltada para a iniciativa empresarial e que contribuiu ao estabelecer um elo entre a iniciativa empresarial e o crescimento econômico, a relação entre o progresso econômico e a existência de uma necessidade de realização, em uma



RELISE

96

determinada cultura. Une as características empreendedoras intrínsecas ao ato de empreender em resposta à relação entre as necessidades de realização, poder e afiliação e o comportamento humano. Para esta vertente, a necessidade de realização é o desejo de fazer algo melhor ou mais eficientemente do que já tenha sido feito anteriormente. E isso impulsionava o sentido de empreender das pessoas (BARBOSA *et al.*, 2016; SANTIAGO, 2009).

Por último, a vertente do empreendedorismo na visão weberiana enxerga o empreendedor como alguém que demonstra a capacidade de se livrar da tradição comum, um tipo de iluminismo liberal, fadado ao sucesso. Segundo esta vertente, este é o agente da transição para o capitalismo moderno que trabalha para si mesmo, produzindo o próprio capital e o suprimento monetário para seus próprios fins como um criador e inovador de negócios, levando em conta as características sociais do grupo no qual o indivíduo encontra-se inserido (BARBOSA *et al.*, 2016; SANTIAGO, 2009).

A prática e a ideologia do empreendedorismo são disseminadas como base de sustentação da empregabilidade, na perspectiva do auto emprego. No contexto econômico atual, com o declínio na oferta de empregos da maneira tradicional, emerge o ensino do empreendedorismo, no qual as Instituições de Ensino Superior (IES) têm papel fundamental na formação de novos empreendedores. O 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 o conseqüente desenvolvimento local e regional (BARBOSA *et al.*, 2016; SANTIAGO, 2009).



RELISE

97

O ENSINO DO EMPREENDEDORISMO

Em fevereiro de 1947, o professor Myles Mace da Harvard Business School ministra o primeiro curso sobre empreendedorismo com a denominação de *Management of New Enterprises* para 188 alunos do segundo ano do MBA em Administração. Em 1953, Peter Drucker agrega ao ensino do empreendedorismo a inovação e inicia o curso *Entrepreneurship and Innovation* na New York University. Em 1994, já eram mais de 120.000 estudantes participando de cursos sobre empreendedorismo ou sobre pequenos negócios nos EUA. No início deste milênio já havia uma infraestrutura composta por mais de 2.200 cursos em mais de 1.600 escolas, com 44 revistas acadêmicas especializadas e mais de 100 centros de empreendedorismo. Um crescimento excepcional, mas que ainda suscita estudos sobre suas perspectivas e impactos (KATZ, 2003; RIBEIRO *et al.*, 2014).

No Brasil, o primeiro curso sobre empreendedorismo acontece em 1981 na Fundação Getúlio Vargas (FGV) com uma disciplina intitulada Novos Negócios do curso de Especialização em Administração e ministrada pelo professor Ronald Degen. Este mesmo professor, no ano 1984, ofereceu a disciplina Criação de Novos Negócios – Formação de Empreendedores no curso de Bacharelado em Administração de Empresas da FGV. Neste mesmo ano, 1984, também foram ofertados similares na Universidade de São Paulo (USP) e na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), sendo que nesta última não mais no curso de Administração, mas de Ciência da Computação (RIBEIRO *et al.*, 2014).

A ideia na qual se acreditava que o empreendedorismo não poderia ser ensinado, e que seria um traço nato destinado a somente algumas pessoas foi desconstruída por vários autores estudiosos do tema. Schumpeter (1997)



RELISE

98

afirma que ninguém nasce empreendedor, mas as pessoas podem ser desenvolvidas ao longo de sua vida, tornando-se empreendedoras. Dornelas (2014) comenta que este fato não passa de mito, e que cada dia mais se torna evidente que o processo empreendedor pode ser ensinado e aprendido por qualquer pessoa.

Nota-se a preocupação de inúmeros pesquisadores em versar em seus estudos assuntos que destacam a relevância e a necessidade do ensino do empreendedorismo. De acordo com Rocha e Freitas (2014, p. 466), “a educação empreendedora é destacada como uma das formas mais eficientes de se divulgar a cultura e formar novos empreendedores”, e Dornelas (2014, p. 40) menciona que “o ensino do empreendedorismo ajudará na formação de melhores empresários, melhores empresas e na maior geração de riqueza do país”.

O ensino do empreendedorismo em universidades é relativamente recente, com crescimento nos últimos trinta anos (DOLABELA, 2009). Em diversos países percebe-se a presença do empreendedorismo nos currículos escolares, o que reflete a visão de que a educação é passo primordial para o desenvolvimento dos futuros empreendedores (FLORES; HOELTGEBAUM; SILVEIRA, 2007). Ainda que o ensino de empreendedorismo no Brasil seja recente, resultados já podem ser sentidos. Programas focam o ensino de empreendedorismo na criação de novos negócios, mas um ensino “concebendo o empreendedorismo como uma forma de ser, mais do que uma forma de fazer, irá desenvolver o potencial dos alunos para serem empreendedores em qualquer atividade que escolherem” (GARCIA, 2008).

Especialistas apontam que é imprescindível aprimorar a educação no nosso país, para que, conseqüentemente, ocorra a melhoria do ambiente para se empreender no Brasil. São necessários investimentos em projetos educacionais e em programas continuados que possam estimular o



RELISE

99

empreendedorismo, investimentos na educação e valorização do empreendedor enquanto um indivíduo ativo e inovador. Diante deste fato, percebe-se que as instituições de ensino superior estão buscando ferramentas que auxiliem o desenvolvimento do empreendedorismo no meio acadêmico, tendo em vista os anseios da sociedade por profissionais cada vez mais completos (SANTIAGO; FAIA; SILVA, 2016).

A nobre missão do processo de formar amplamente os indivíduos está destinada à educação superior, que tem a missão de preparar seus alunos para as necessidades e constantes mudanças da sociedade. Entretanto, os métodos utilizados em sala de aula ainda são questionados e debatidos. Alguns autores consideram que a metodologia de ensino tradicional adotada atualmente pelas instituições de ensino não é apropriada para a formação de empreendedores, uma vez que essa metodologia necessitaria ser diferente, passando a aguçar os alunos a gerar seu próprio conhecimento a partir do projeto e criação de seu próprio empreendimento (DOLABELA, 2008).

Souza *et al.* (2004) constataram que os meios de ensino do empreendedorismo são ainda tradicionais, contraditórios à necessidade de criar um ambiente que desperte e proporcione suporte à atividade empreendedora, ofertando espaços aos alunos para discussão e reflexão, como por exemplo os estudos de caso ou jogos empresariais. Já Rocha e Freitas (2014, p. 466), afirmam que existe “[...] certa dificuldade de se avaliar a eficiência do ensino-aprendizagem desse tema”. Dentre as causas levantadas estão a falta de recursos de apoio pedagógico, baixa divulgação dos recursos existentes, inexistência de rede de intercâmbio de informações e conhecimentos sobre empreendedorismo e falta de capacitação dos docentes sobre o tema (SANTIAGO; FAIA; SILVA, 2016).

Paiva *et al.* (2019) mostram que a participação de diferentes pessoas num programa de ensino do empreendedorismo resultou nos seguintes



RELISE

100

benefícios: (1) desenvolvimento de lógica e raciocínio por meio da exploração e pesquisa de conhecimento, utilizando técnicas de análise, a definição de objetivos e soluções alternativas e a tomada de decisões que, com base na ambição dos alunos, leva-os à definição de planos de negócios de maior ou menor sucesso; (2) superação de barreiras e obstáculos, lidando com sucesso e fracasso, uma experiência que lhes permita uma história e uma capacidade de lidar com as dificuldades de gerir um negócio; (3) a busca por uma definição de uma forma de trabalhar, com integração em campos multidisciplinares e trabalho em equipe que lhes proporcione escolhas para orientar seu futuro profissional, especializando-se ou não, mudando ou não sua orientação temática e técnica.

Mehlhorn *et al.* (2017) destacam nove itens que emergiram da análise fatorial que captou as percepções dos alunos sobre importantes capacidades empreendedoras para o agronegócio que puderam ser desenvolvidas com o estudo do empreendedorismo. Estes incluem a capacidade de: (1) comunicação oral e escrita; (2) conduzir e motivar; (3) reconhecer oportunidades; (4) resolver problemas; (5) liderar; (6) ser criativo; (7) permanecer otimistas; (8) agir com ética; e, (9) trabalhar em equipe.

Pruett e Sesen (2017) concluíram que os debates sobre o ensino de empreendedorismo precisam ser renovados para se compreender melhor os alunos e incorporar mais profundamente o elemento comportamental. Em seis países (Turquia, China, Índia, Estados Unidos, Bélgica e Espanha) com culturas, economias e ambientes empresariais amplamente variados, os alunos se veem consistentemente mais empreendedores do que a Universidade e os professores percebem, embora existam diferenças entre professores e alunos em relação a motivos e barreiras ao empreendedorismo, aos ambientes universitários e aspirações dos estudantes.



RELISE

Diante de tal contexto, as instituições de ensino superior precisam ter cuidado no sentido de criar condições diferenciadas e adequadas para um processo natural de ensino e de aprendizagem, do empreendedorismo em seu sentido amplo e o desenvolvimento das competências empreendedoras requeridas no contexto atual da sociedade (MORAIS, 2013). Existem dois modelos de oferta do ensino de empreendedorismo nas universidades: programas amplos e programas focados.

O programa amplo é o oferecido para todos os alunos e o programa focado é oferecido para cursos específicos da universidade. Os programas amplos ainda se dividem em magnéticos, com ensino de empreendedorismo centrado em um curso e oferecido a todos os alunos, e radiante, no qual cada curso possui o seu próprio programa de ensino de empreendedorismo (STREETER; JAQUETTE; HOVIS, 2002). O modelo adotado na Universidade de Fortaleza – UNIFOR pode ser considerado amplo, pois é oferecido a todos os alunos dos cursos da universidade, por meio de disciplina optativa do curso de Administração.

Nesse contexto, a educação empreendedora surge com a finalidade de conscientizar os alunos a respeito do empreendedorismo e da carreira empreendedora, além de desenvolver qualidades pessoais relacionadas às competências necessárias para o mundo moderno, dentre elas a criatividade e a capacidade de assumir riscos e responsabilidades (MARTINS; DIESEL; DA SILVA, 2016). Desta forma, tentou-se nesta seção esclarecer o ensino do empreendedorismo nas IES, proporcionando subsídios para a análise dos dados coletados. Entretanto, para melhor compreensão dessa etapa de reflexão sobre as informações coletadas, cabe trazer a descrição dos procedimentos metodológicos adotados para a realização da pesquisa.

Ribeiro *et al.* (2014) salientam a importância das IES na formação de cidadãos empreendedores e mostram que o caminho para a inovação e para



RELISE

enfrentar a redução de empregos provenientes da nova realidade global passa, obrigatoriamente por elas e pelas micro e pequenas empresas. Entretanto, as IES brasileiras precisam se preparar para o ensino do empreendedorismo, modificando as metodologias, as ferramentas e os currículos a fim de se desenvolver competências empreendedoras nos alunos. A lógica da falta de interdisciplinaridade, da sala de aula como único espaço de aprendizagem e da visão do egresso como um empregado precisa ser urgentemente revista.

MÉTODO

A metodologia é a forma geral do processo de pesquisa que faz uma reflexão sobre o método partindo de uma base teórica, passando pela coleta e análise dos dados e chegando à interpretação dos resultados, considerando o planejamento das diferentes etapas da pesquisa, estabelecendo os procedimentos metodológicos e fontes de dados, bem como as estratégias de análise e apresentação que serão utilizadas (BOA *et al.*, 2012). De um modo geral, todo esse delineamento descreve como a pesquisa foi realizada.

A classificação desta pesquisa, seguindo a classificação de Gil (2010), é definida quanto aos meios como estudo de caso, quanto à abordagem como qualitativa, quanto à natureza como aplicada, quanto aos objetivos como exploratória e descritiva e quanto ao aspecto temporal como transversal.

Este trabalho se caracteriza como uma pesquisa exploratória, com a abordagem qualitativa de análise. Elegeu-se esta opção de modalidade, pois permite investigar o assunto proposto, buscando um aprofundamento do tema do ensino do empreendedorismo junto aos alunos que cursaram a disciplina de Empreendedorismo durante um semestre.

Para a coleta de dados foi utilizada a entrevista no formato de grupo focal. A entrevista em grupo focal foi realizada de forma semiestruturada, com um pequeno grupo de entrevistados e de maneira natural. Esta técnica permite



RELISE

103

ao pesquisador colher informações inesperadas. “Os grupos de foco constituem o processo mais importante da pesquisa qualitativa.” (MALHOTRA, 2006, p. 157).

A primeira fase do estudo foi composta pela seleção do referencial bibliográfico sobre o tema em questão. No segundo momento, foi aplicada uma entrevista em formato de grupo focal, a fim de identificar as compreensões, dificuldades e facilitadores para a didática de ensino do empreendedorismo. Foi utilizado um roteiro com questões abertas para o balizamento e direcionamento do grupo focal. O momento do grupo focal proporcionou uma interação entre os pesquisadores e os pesquisados, por meio qual os pesquisadores planejaram se aproximar e compreender o que os participantes envolvidos na pesquisa pensam, conhecem, fazem ou argumentam a respeito do tema empreendedorismo.

A participação dos alunos na pesquisa seguiu os seguintes critérios: estar regularmente matriculado na disciplina e autorizar verbalmente sua participação no estudo por intermédio da gravação do grupo focal. Assim, tomou-se como população desta pesquisa 17 discentes da instituição pesquisada. Segundo Malhotra (2006), a amostragem não probabilística por conveniência é aquela deixada a cargo do pesquisador e a seleção dos elementos da população para compor a amostra depende ao menos em parte do julgamento do pesquisador ou do entrevistador no campo. Por isto, adotamos a amostragem não probabilística.

ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Quando questionados sobre a importância da disciplina de Empreendedorismo na formação do estudante, a maioria apresentou uma resposta similar, nas quais todos consideraram a disciplina relevante para a sua formação e que a mesma deveria ser obrigatória na matriz curricular e não



RELISE

optativa como acontece atualmente na instituição, devido a sua importância na formação superior.

Questionados sobre a importância da disciplina para a vida profissional, emergiram respostas como: “contribui para uma nova visão sobre o empreendedorismo voltado à inovação”; “importante para aplicar na vida prática, principalmente para quem quer ser dono do seu negócio” e “serviu para identificar-se como empreendedor, reconhecendo suas características e identificando pontos fortes e fracos para se desenvolver o espírito empreendedor”. As falas dos alunos entrevistados corroboram a ideia de Dolabella (2009, p. 48-49), que “no empreendedorismo, o autoconhecimento diz respeito à percepção das próprias forças, fraquezas, habilidades, preferências, competências, desejos, forma de ver o mundo, de construir a autoestima, de pensar sobre as relações sociais, a justiça, a ética.” Os resultados corroboram com os obtidos por Weersma *et al.* (2015) onde a maioria dos estudantes de um curso de Administração (45,99%) responderam que a prática do empreendedorismo vai além de obter seu próprio negócio e que pode ser utilizada no dia a dia, seja no ambiente de trabalho, educacional ou familiar. A pesquisa evidenciou que o atributo – não desistir dos obstáculos – obteve a maior média e foi considerado determinante quando comparado com outras habilidades desenvolvidas pelos alunos nas práticas empreendedoras. O atributo que obteve menor média – criar objetivos mensuráveis com indicadores de resultado – foi considerado pelos alunos pelo fato de eles não levarem em conta a questão da mensuração dos resultados para comparação e escolha do melhor caminho a seguir para alcançar objetivos de maneira rápida e eficaz.

Com relação ao balanço de pontos fortes e fracos da disciplina, a maioria dos alunos colocou como ponto fraco a falta de prática durante a disciplina. Peter Drucker (2008) ressalta que o empreendedorismo não deve



RELISE

ser visto como ciência e nem teoria, mas sim como prática, pois é por meio dos seus resultados práticos que se torna possível compreender o espírito empreendedor do indivíduo, das comunidades e de um país.

No que diz respeito a pontos fortes e fracos, houve discordância entre os alunos, já que uma parte afirmou que estudar a teoria era relevante para a disciplina e outra parte discordou mencionando que a disciplina deveria ser totalmente prática. De outros pontos fortes mencionados, merece destaque as visitas feitas às estruturas oferecidas pela instituição, como o escritório de gestão e a incubadora de empresas, locais que os alunos puderam vivenciar na prática como ocorre o processo de criar, gerar e dar continuidade a ideias e aos negócios.

O ponto levantado corrobora com o pensamento de Malheiros (2004), de que é necessária uma abordagem andragógica e fundamentada no “aprender fazendo”, que utilize técnicas como oficinas, visitas de campo, estudos de caso, metáforas e dinâmicas. Por meio dessas técnicas é possível sedimentar melhor o aprendizado do aluno, uma vez que os alunos consideram a internet e os livros como fontes de apoio mais eficientes do que professores (ENDEAVOR, 2014). Corrobora também com o pensamento de Ribeiro *et al.* (2014) pela evidente necessidade de se revisar o processo educacional do ensino do empreendedorismo nas IES.

Os alunos foram questionados sobre a preferência em relação aos recursos didáticos. Os pontos mencionados nas falas dos entrevistados foram preferências por vídeos, bate papo com empreendedores locais, recursos áudio visuais, práticas em laboratório, simulações de criação de negócios, estudos de caso, exemplos práticos e visita às empresas. Com os erros e fracassos na simulação de empreendimentos, os alunos aprenderão a lidar com situações reais, provocando o aprendizado. Por se tratar de um assunto bastante amplo no meio acadêmico, existe grande limitação por parte das escolas e



RELISE

universidades em buscar ferramentas que auxiliam no ensino do empreendedorismo (DOLABELA, 2008).

Por fim, foi indagado quais seriam as críticas e sugestões de melhoria para a disciplina e nas falas os pontos de destaque que surgiram foram: melhorar a didática da teoria dada, fazer a disciplina mais prática, aliar a teoria ao plano de negócio desde o início da disciplina, trazer exemplos de sucesso para a sala de aula e tornar a disciplina obrigatória. Dolabela (2009, p. 40) apresenta uma versão provocativa sobre a possibilidade de se ensinar alguém a ser empreendedor. Segundo ele, “não é possível ensinar alguém a ser empreendedor, a pessoa aprende, isto é, desenvolve seu potencial empreendedor se estiver em contato com empreendedores e se o modo de ser empreendedor for um valor positivo na sociedade e na família.”

Os resultados encontrados neste estudo corroboram com as conclusões de Araújo e Davel (2018, p. 62) que ressaltam que é importante refletir no empreendedorismo como prática, processo social e na pedagogia da experiência como facilitadora de desenvolvimento pessoal e profissional dos estudantes. Além disso, na recomendação de não se limitar ao ensino para criação e gestão de negócios, mas para o desenvolvimento de potencialidades individuais e de formação profissional. Por fim, corroboram com este estudo quando apontam para a necessidade de uma aprendizagem experimental do empreendedorismo. Neste estudo foram estudadas as perspectivas do estudante, da infraestrutura e do apoio institucional, justamente, para que fosse vista uma abordagem mais holística sobre o ensino do empreendedorismo e sua relação com o aluno.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pode-se inferir que a disciplina de Empreendedorismo influenciou o comportamento dos alunos no sentido de despertar e contribuir para o



RELISE

desenvolvimento de características que levem os alunos a empreenderem, como também despertar interesse pela inovação e novos tipos de negócios, contribuindo para que o aluno descubra o seu potencial empreendedor.

Percebeu-se que o ensino do empreendedorismo ainda depende de uma estrutura de apoio para que os alunos possam desenvolver mais atividades práticas empreendedoras como as dinâmicas e jogos de empresas. Com o ensino do empreendedorismo e as possibilidades das diversas práticas em sala de aula é possível desmistificar a ideia de que o empreendedor nasce pronto, quando na verdade uma pessoa pode ser capacitada e desenvolver características para se tornar empreendedor, através do combo teoria e prática.

Do ponto de vista institucional, verificou-se a necessidade de desenvolver e adotar mecanismos de apoio ao ensino, à realização de palestras e roda de conversa com empreendedores locais e regionais e disponibilizar mais estrutura para a prática efetiva do empreendedorismo. Apesar de a instituição oferecer um escritório de gestão e uma incubadora de empresas, os alunos veem a necessidade de mais mecanismos para o desenvolvimento do espírito e da prática empreendedora.

Como limitação ao estudo tem-se o fato de ter sido realizado em apenas uma instituição de ensino superior privada e com um número reduzido de alunos. A população era composta pelos alunos matriculados na disciplina no semestre, todavia, isso não invalida a sua realização uma vez que se valeu de várias fontes teóricas e de evidências como os alunos e as suas respectivas falas.

Dado o exposto, sugere-se para estudos futuros ampliar as instituições de ensino, com um número mais expressivo de alunos entrevistados, podendo ainda ser completado com um estudo comparativo entre instituições públicas e privadas, fazendo-se um comparativo acerca do ensino do empreendedorismo.



RELISE

108

REFERÊNCIAS

ARAUJO, Gracyanne Freire de; DAVEL, Eduardo Paes Barreto. Educação empreendedora: avanços e desafios. **Cadernos de Gestão e Empreendedorismo**, v. 6, n. 3, p. 62, 2018.

BARBOSA, F. L. S. *et al.* O ensino da inovação nas disciplinas de Empreendedorismo em cursos de Administração. **Qualitas Revista Eletrônica**, v. 17, n. 2, p. 186-207, 2016.

BOA, Ana Carolina; FRANÇA, Frederico José Nistal; AMORIM, Tâmara Suely Filgueira. **Descrição e importância do “delineamento da pesquisa” em dissertações e teses**. Espírito Santo: Universidade Federal do Espírito Santo, Centro de Ciências Agrárias, Programa de Pós-Graduação em Ciências Florestais, Jerônimo Monteiro, 2012.

BRASIL. Ministério da Educação e Cultura (MEC). **Novas iniciativas para o empreendedorismo**, 2016 <http://www.brasil.gov.br/educacao/2016/10/novas-iniciativas-beneficiam-micro-e-pequenos-empresarios>

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

_____. **Quero construir minha história**. Rio de Janeiro: Sextante, 2009.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios - 5. ed.** - Rio de Janeiro: Empreende/LTC, 2014.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios**. São Paulo: Pioneira Thomson, 2008.

ENDEAVOR – Instituto Empreender Endeavor. **Empreendedorismo nas Universidades Brasileiras**. São Paulo: Endeavor Brasil, 2014. Disponível em: <<http://info.endeavor.org.br/eub2014>>. Acesso em: 10 jan 2017.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**. São Paulo, v. 34, n. 2, p. 5-28, abr/jun. 1999.

FLORES, Danusa Cunha; HOELTGEBAUM, Marianne; SILVEIRA, Amélia. O ensino do empreendedorismo nos cursos de pós-graduação em administração



RELISE

109

no Brasil. In: ENCONTRO DE ENSINO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE – EnEPQ, 1, 2007, Recife, PE. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2007.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa.** 9. Ed. São Paulo: Editora Paz e Terra, 1998.

GARCIA, L. F. **Conduta ou personalidade de um empreendedor.** *Empreendedor*. São Paulo, n. 169, p. 76, nov. 2008.

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

GIOVANELA, A. *et al.* As características da disciplina de empreendedorismo em Instituições de Ensino Superior (IES) do Estado de Santa Catarina. **Revista Gestão Universitária na América Latina**, v. 3, n. 1, p. 69-84, 2010.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM) **Global Entrepreneurship Monitor: Empreendedorismo no Brasil. Relatório Executivo 2015.** Curitiba: IBQP, 2015.

HISRISH, R. D.; PETERS, M.P. **Empreendedorismo.** 5 Ed. Porto Alegre, 2004.

KATZ, J. A. The chronology and intellectual trajetctory of American entrepreneurship education: 1876-1999. **Journal of Business Venturing**, v. 18, n. 2, 2003.

MALHEIROS, R. Um mundo de ideias e oportunidades. **Revista Empreendedor**, fev., 2004.

MALHOTRA, N. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada.** 4. ed. Trad. Laura Bocco. Porto Alegre: Bookman, 2006.

MARION-SANTOS, Ana Carolina; PAIXÃO, Marisa Regina. Estudo do perfil empreendedor do aluno de graduação em Administração egresso de instituições de ensino da região de Jundiá. **Revista de Tecnologia Aplicada**, v. 2, n. 1, 2015.

MARTINS, Silvana Neumann; DIESEL, Aline; SILVA, Jacqueline Silva da. Educação Empreendedora nos Ensinos Médio e Fundamental: Diversas Percepções. **Revista Thema**, v. 13, n. 1, p. 36-46, 2016.



RELISE

110

MCCLELLAND, D. C. **A sociedade competitiva**. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

MEHLHORN, Joey E. *et al.* Perceptions of entrepreneurship in a university agribusiness program: developing a scale. **International Journal of Food and Agricultural Economics**, v. 5, n. 2, p. 27-33, 2017.

MENDES, Jerônimo. **Manual do Empreendedor**: como construir um empreendimento de sucesso. São Paulo: Atlas, 2009.

MORAIS, Ednalva Fernandes Costa de. **Competências empreendedoras**: integração das novas tecnologias da informação, comunicação e expressão à práxis pedagógica do professor. 2013. 292f., Tese (Doutorado em Educação), Universidade de Brasília, Brasília, 2013.

PAIVA, Teresa *et al.* Impact's Perception of Entrepreneurship Competences Acquisition in Polytechnic High Education Students. In: **Global Considerations in Entrepreneurship Education and Training**. IGI Global, p. 179-201, 2019.

PRUETT, Mark; ŞEŞEN, Harun. Faculty-student perceptions about entrepreneurship in six countries. **Education+Training**, v. 59, n. 1, p. 105-120, 2017.

RAE, David; WANG, Catherine L. Entrepreneurial learning: past research and future challenges. In: **Entrepreneurial learning**. Routledge, p. 25-58, 2015.

RIBEIRO, Ricardo de Lima; OLIVEIRA, Edson Aparecida de Araujo Querido; ARAUJO, Elvira Aparecida Simões. A contribuição das instituições de ensino superior para a educação empreendedora. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, v. 10, n. 3, 2014.

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

SALLES, Elaine Veloso; DA ROSA, Ricardo Lemes. O empreendedorismo na perspectiva dos alunos do ensino médio do município de São José dos Pinhais -PR. **Caderno PAIC**, v. 16, n. 1, p. 185-204, 2016.



RELISE

111

SANTIAGO, Eduardo Girão. Vertentes teóricas sobre empreendedorismo em Shumpeter, Weber e McClelland: novas referências para a sociologia do trabalho. 2009.

SANTIAGO, N. M. S. G.; FAIA, V. S.; SILVA, J. D.. Ensino do empreendedorismo nos cursos de ciências contábeis do estado do Paraná. **ConTexto**, v. 16, p. 110-125, 2016.

SCHUMPETER, J. A. O Fenômeno Fundamental do Desenvolvimento Econômico. In: **Teoria do Desenvolvimento Econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juros e ciclo econômico**. 2a. ed. São Paulo: Nova Cultural, 1985.

_____. **Teoria do Desenvolvimento Econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e ciclo econômico**. São Paulo: Nova Cultural, 1997.

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 ANPAD, 28., Curitiba. **Anais...** ENANPAD, 2004.

STREETER, Deborah H.; JAQUETTE, John P. Jr.; HOVIS, Kathryn **University-wide entrepreneurship education: alternative models and current trends**. Department of Applied Economics and Management. Ithaca: Cornell University, 2002.

WEBER, M. **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. São Paulo: Livraria Pioneira Editora, 2003.

WEERSMA, L. A. *et al.* Análise da qualidade do curso e da prática do empreendedorismo na percepção dos alunos de graduação em administração. **Revista Gestão em Análise**, v. 4, n. 2, p. 136-151, 2015.