

## EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA: A PRÁTICA DOCENTE ESTIMULANDO A MENTE DO ESTUDANTE

ENTREPRENEURIAL EDUCATION: TEACHING PRACTICE STIMULATING THE STUDENT'S MIND

Recebido em 27.03.2020 Aprovado em 10.06.2020

Avaliado pelo sistema *double blind review*

DOI: <https://doi.org/10.12712/rpca.v14i2.41186>

### Jairo de Carvalho Guimarães

[jairoguimaraes@ufpi.edu.br](mailto:jairoguimaraes@ufpi.edu.br)

Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas/Universidade Federal do Piauí (UFPI), Teresina, Piauí, Brasil

Curso de Especialização em Gestão de Pequenas e Médias Empresas (UFPI), Floriano, Piauí, Brasil

<http://orcid.org/0000-0002-5901-5026>

### Ildamara Ferreira dos Santos

[ildamarafs@hotmail.com](mailto:ildamarafs@hotmail.com)

Curso de Especialização em Gestão de Pequenas e Médias Empresas (UFPI), Floriano, Piauí, Brasil

<http://orcid.org/0000-0001-7071-3549>

### Resumo

Empreendedorismo é um fenômeno que tem evoluído nas últimas décadas, levando ao desenvolvimento social e econômico regional. Neste sentido, surgiu a necessidade de analisar o tema sob a perspectiva da Educação Empreendedora. O estudo busca identificar se há influência do docente quanto à formação empreendedora discente, sendo o seu objetivo a descrição da influência do professor para a formação do espírito empreendedor. A pesquisa é descritiva e exploratória, orientada por meio do *Survey*, de abordagem quantitativa. Os dados foram analisados com o auxílio do *Software Excel 2013™*, cujos resultados confirmam a influência do docente quanto à intenção empreendedora dos discentes.

**Palavras-chave:** Educação Empreendedora. Docente. Propensão. Cultura Empreendedora.

### Abstract

Entrepreneurship is a phenomenon that has evolved in recent decades, leading to regional social and economic development. In this sense, the need arose to analyze the theme from the perspective of Entrepreneurial Education. The study seeks to identify if there is an influence of the teacher in relation to the entrepreneurial education of students, its objective being to describe the influence of the teacher for the formation of the entrepreneurial spirit. The research is descriptive and exploratory, guided by the survey, with a quantitative approach. The data were analyzed with the aid of the *Excel 2013™ Software*, whose results confirm the influence of the teacher regarding the students' entrepreneurial intention.

**Keywords:** Entrepreneurial Education. Teacher. Propensity. Entrepreneurial Culture.

## Introdução

As incertezas atuais no cenário social, econômico e político brasileiro têm sido determinantes para que novas perspectivas acerca da relevância do espírito empreendedor, tanto no ambiente universitário quanto no *lôcus* mercadológico, sejam estimuladas e incentivadas a fim de permitir outras possibilidades de fortalecimento e de desenvolvimento da cadeia econômica, social e tecnológica. Os aspectos relacionados ao empreendedorismo têm sido cada vez mais marcantes e alvo de estudos recorrentes com o objetivo de buscar entendimento de como acontece o fenômeno, quais as suas características, que perfil precisa o sujeito empreendedor possuir, que reflexos em termos de valor a iniciativa empreendedora pode proporcionar à sociedade e em que medida a adoção de métodos estruturais, contemporâneos, pedagógicos, e sob um rigor metodológico, têm sido implementados na academia com o fito de avançar nas ações visando ao fortalecimento do segmento.

Tomando como base a cidade de Florianópolis, localizada a 240 quilômetros de Teresina, cuja vocação econômica está centrada no comércio e na prestação de serviços, face ao histórico que a originou, muito influenciada pelo comércio fluvial conduzido por árabes e libaneses, percebe-se que a opção do empreendedorismo é uma condição real de atuação no mercado, para a geração de renda e oportunidade. Sob esta perspectiva, esta pesquisa vislumbra que a iniciação ao empreendedorismo pressupõe uma formação prévia por meio do conhecimento acadêmico – formal – ou pela experiência vivida pelo sujeito empreendedor. Portanto, no domínio de uma região na qual prevalecem o comércio e o serviço, torna-se justificada esta pesquisa no sentido de compreender a importância do professor na condução de métodos que possibilitem a formação da cultura empreendedora.

Com efeito, o estudo trabalha com uma visão voltada para a Educação Empreendedora (EE), principalmente no que diz respeito à influência do docente em relação ao estímulo ao empreendedorismo do discente, ou seja, tem a pretensão de descrever se os recursos metodológicos utilizados pelo professor de empreendedorismo influenciam de alguma forma na tomada de decisão por parte do estudante em desejar empreender e se as estratégias têm surtido efeito, do ponto de vista prático. Assim, almeja-se desvelar se o encaminhamento destes alunos de fato segue em direção ao mercado de trabalho, atuando por conta própria. O objetivo do estudo é descrever a influência do professor para a formação da intenção empreendedora do estudante contribuindo para o fortalecimento da cultura empreendedora.

Neste aspecto, a Educação Empreendedora (EE) tem se tornado um processo eficaz no sentido de fomentar a intenção dos estudantes em empreender, tendo em vista que as atuais possibilidades de aprimoramento e de crescimento profissional sinalizam um viés autônomo, em contraste com a vontade que ainda têm muitos jovens em assumir um posto formal, este indicando sérias restrições em razão do panorama vigente, cujo espaço para alocação de mão-de-obra está cada vez menor. O Ensino Superior tem contribuído de forma efetiva para a formação da cultura empreendedora (Schaefer & Minello, 2017; Schaefer & Minello, 2020; Araújo & Davel; 2018; Araya-Pizarro & Avilés-Pizarro, 2020; Asenjo & Barberá, 2014; Lanero et al., 2011; Robin; Yáñez & Santander, 2020) e o professor passa a se constituir em protagonista no processo de intermediação do conhecimento, por meio de práticas ativas, inovação e criatividade na condução do processo ensino-aprendizagem. Portanto, busca-se apontar que fatores são determinantes no processo ensino-aprendizagem para que, mediados pelo docente em sala de aula ou não, os estudantes respondam ao estímulo de maneira a recrudescer o potencial empreendedor, permitindo que o espírito empreendedor se robusteça e se forme a partir das relações contidas no processo formativo dos discentes, permitindo a fixação da cultura empreendedora no ambiente acadêmico.

O empreendedorismo é um fenômeno socioeconômico e, portanto, o tema tem sido bastante valorizado por se caracterizar como meio eficaz para o crescimento e desenvolvimento econômico de um país, tendo como principal agente promotor o empreendedor (Rocha & Freitas, 2014; Schaefer & Minello, 2020; Robin; Yáñez & Santander, 2020). Também Lenzi (2009) enfatiza que o empreendedorismo é um fenômeno que se configurou como principal fator de desenvolvimento econômico e social de um país e

que, por meio de iniciativas muitas vezes de indivíduos proativos e persistentes, tem-se a capacidade de proporcionar crescimento ao país e à população em geral. Com efeito, o ambiente acadêmico se torna cada vez mais um espaço que proporciona aos estudantes possibilidades reais, as quais, implementadas com a metodologia adequada e sob um escopo contemporâneo, promovem ações com objetivo de melhor qualificá-los para que possam explorar as potencialidades empreendedoras visando a atender suas próprias necessidades. A intenção empreendedora pode nascer, então, em espaços nos quais a atuação docente permite a apreensão dos acadêmicos para o segmento (Morianio et al., 2012).

A ideia é desvelar se os alunos do Curso de Administração da (UFPI) e do Curso de Análise e Desenvolvimento de Sistema do (IFPI), que já cursaram ou estejam cursando a disciplina “empreendedorismo” têm perfil empreendedor e se o contato com a disciplina os estimulou a compreender o empreendedorismo como um meio factível de desenvolvimento pessoal e profissional, podendo sinalizar sua intenção de buscar formas para viabilizar a criação do próprio negócio.

## Referencial Teórico

O aprofundamento dos estudos, a análise e o diagnóstico sobre como se desenvolve a Educação Empreendedora (EE), conduzida pelo professor e voltada para a potencialização das capacidades discentes, são as razões que movem este estudo. Discorrer sobre os métodos e os procedimentos no ambiente de formação do estudante de Graduação em Administração sobre como é promovida a EE é um assunto relativamente novo e que precisa ser mais bem explorado, com o fito de se obter conhecimentos abrangentes a respeito da importância do ensino do empreendedorismo para a formação de novos empreendedores.

Para a compreensão do fenômeno do empreendedorismo foram traçadas considerações teóricas sobre suas dimensões conceituais, assim como foram resgatados conceitos sobre perfil e espírito empreendedor. Sobre as características empreendedoras foram citadas algumas razões e origens que indicam como se procedeu o processo de inserção do indivíduo no universo empreendedor.

## Empreendedorismo

Muito se tem falado sobre empreendedorismo nos últimos anos, sendo este um assunto de permanente estudo na atualidade, muito em função da sua importância no desenvolvimento econômico e social das nações. Para Dornelas (2012, p. 1),

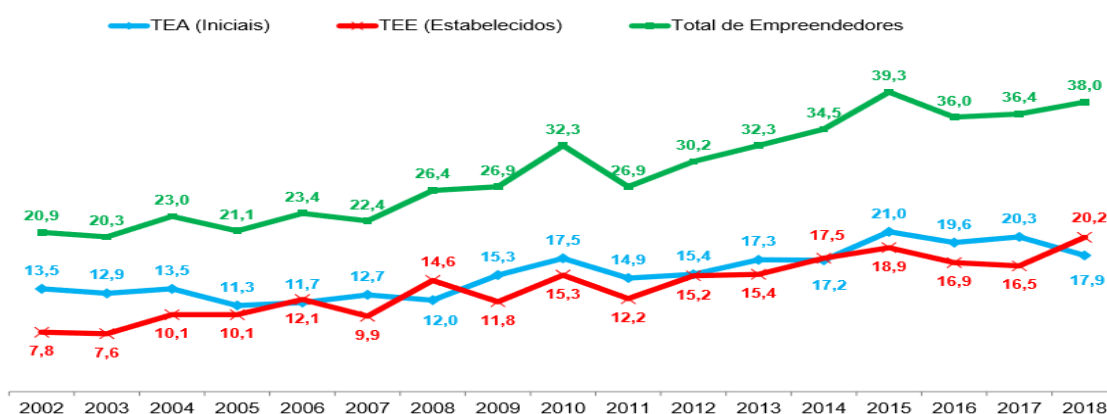
o conceito de empreendedorismo tem sido muito difundido no Brasil, nos últimos anos, intensificando-se no final da década de 1990, mas tendo o período de 2000 a 2010 como um marco na consolidação do tema e de sua relevância para o país. Existem vários fatores que talvez expliquem esse interesse pelo assunto, já que, principalmente nos Estados Unidos, país onde o capitalismo tem sua principal caracterização, o termo *entrepreneurship* é conhecido e referenciado há muitos anos [...].

O termo empreendedorismo é uma tradução da palavra francesa *entrepreneur* e que segundo Dornelas (2012) significa aquele que assume riscos e começa algo novo. Para Fillion (1999) empreendedor são as pessoas que não deixam uma boa oportunidade passar, está sempre em buscas de lucros e que assumem os riscos de seu empreendimento. Em consonância com Dornelas (2012), o SEBRAE (2017, p. 12) cita que o empreendedorismo “é o modo de pensar e agir de forma inovadora, identificando e criando oportunidades, inspirando, renovando e liderando processos, tornando possível o impossível, entusiasmando pessoas, combatendo a rotina, assumindo riscos em favor do lucro”.

Ou seja, significa dizer que, o empreendedor é aquele indivíduo que está sempre observando as coisas, aposta naquilo que o outro ainda não foi capaz de ver, está em busca de novidades e gosta do

desconhecido, não importando onde ele esteja. Parece não restar dúvidas que um dos papéis do empreendedor é por em prática suas ideias, porém de forma inovadora e sempre agindo de forma responsável (Werlang; Favretto & Flach, 2017). Segundo Werlang, Favretto & Flach (2017) quando do surgimento do fenômeno empreendedor, os empreendedores foram comparados aos economistas, visto que essas pessoas não tinham interesse apenas em fazer a economia girar, mas criar e desenvolver novos empreendimentos.

A Figura 1 faz um apanhado do desenvolvimento do fenômeno empreendedorismo entre os anos de 2002 e 2018, o qual foi trabalhado com as Taxas de Empreendedores Iniciais (TEA), Taxas de Empreendedores Estabelecidos (TEE) e Total de Empreendedores. Pode-se considerar que o fenômeno está em constante crescimento, visto que, embora em momentos pontuais tenha havido um declínio, no geral se for comparado os dados do ano de 2002 e 2018 observa-se que houve um crescimento significativo (mais de 12% TEE) e, conseqüentemente, na taxa total de empreendedorismo, a qual teve um aumento de aproximadamente 17%.



**Figura 1** - Evolução das taxas de Empreendedores Iniciais, Empreendedores Estabelecidos e Total de Empreendedores  
 Fonte: GEM, 2018, p. 10.

A partir da Figura 1 é possível afirmar o quão importante o empreendedorismo vem se tornando para o Brasil. De acordo com a pesquisa feita pelo GEM (2017) a taxa total de empreendedorismo (TTE) no Brasil em 2017 foi de 36,4%, significando dizer que, de cada 100 brasileiros com idade entre 18 e 64 anos, 36 deles estavam empreendendo. Nas pesquisas realizadas pelo GEM (2018) no Brasil, a TTE foi de 38%, significando dizer que para cada 100 brasileiros com idade entre 18 e 64 anos, 38 estavam com alguma atividade empreendedora em ação, ou seja, em 2018 no Brasil, quase 52 milhões de pessoas têm um negócio ou estão envolvidos na criação de um.

Analisando os dados entre 2017 e 2018, percebe-se que houve um acréscimo de quase 2 milhões de empreendedores no Brasil. Os dados confirmam o poder que o segmento empreendedor representa no contexto socioeconômico brasileiro, daí a sua relevância e a necessidade de aprimorar e aprofundar estudos que avaliem, de maneira sistemática, o fenômeno. O espírito empreendedor tem sido objeto constante de pesquisas acadêmicas como forma de identificar as características comuns encontradas nos indivíduos que atuam de acordo com as prerrogativas empreendedoras relatadas na literatura.

Fontenele (2010) e Muraro et al. (2018) enfatizam que a capacidade empreendedora é de fundamental importância para o progresso econômico. Ou seja, o fenômeno tem estreita relação com aspectos comportamentais, mas, sobretudo aponta para um viés econômico, daí a constatação de seu papel em uma análise socioeconômica e demográfica. Um dos cientistas que mais contribuíram para o estudo do empreendedorismo, segundo Fontenele (2010), foi Schumpeter (1934) e que tal contribuição se deu ao recuperar a figura do empreendedor na economia, apresentando-o como o principal promotor do

desenvolvimento econômico, graças à sua função de inovador e sua capacidade de fazer novas combinações de recursos produtivos.

Neste sentido, apesar de haver quem afirme que o espírito empreendedor não contribui de forma significativa com o crescimento econômico, trata-se de um fator decisivo para a economia, como afirmam Fuzetti & Salazar (2007), ao atestarem que o poder econômico do empreendedorismo e sua contribuição para economia jamais poderá ser negada, visto que inspira as pessoas pela busca de oportunidades e as encoraja a assumir riscos e incertezas, incentivando-as a gerar renda e, conseqüentemente, movimentar a economia do país. O fortalecimento do ecossistema empreendedor depende, com efeito, da postura comportamental de cada sujeito, acoplado ao apoio técnico-institucional.

O espírito empreendedor está ligado a comportamento, e comportamento é uma característica pessoal de cada indivíduo, razão pela qual muitos se sobressaem quando resolvem empreender, enquanto outros não obtêm sucesso em sua empreitada. Isto porque o comportamento não está dissociado de uma boa estruturação no processo de formação do desejo de transformação. Não se transforma e não inova simplesmente a um toque mágico, mas sob o domínio do planejamento, da capacidade de perceber situações e riscos, e muitos não têm esta percepção. Mendes (2009, p. 16) afirma que “por questões óbvias, somente uma pequena parcela da grande massa a candidatos a empreendedores legítimos atinge o tão sonhado espírito empreendedor, sendo isso que diferencia os empreendedores legítimos dos empreendedores tradicionais ou comuns”.

Mendes (2009) menciona que poucos são os privilegiados que incorporam por completo o espírito empreendedor, pois para isso não depende apenas da boa vontade ou interesse e sim de um conjunto de fatores que juntos estimulam a criação e permanência do empreendimento. Mendes (2009) se refere ao simples fato de que por mais que a pessoa queira se caracterizar como um empreendedor legítimo, ele não conseguirá apenas por vontade e interesse, pois o que define qualquer cidadão como empreendedor é o grau de características que agrega. Neste aspecto, pode-se afirmar que para se caracterizar como empreendedor é necessário um leque de características, como por exemplo: ter coragem de correr risco, ser dinâmico, paciente e sempre procurar a sustentabilidade da empresa, visando a mantê-la lucrativa e próspera. Por seu turno, Drucker (2011) assevera que espírito empreendedor representa uma característica distinta que um indivíduo ou instituição possui como diferencial.

Para Drucker (2011, p. 33), espírito empreendedor “não é um traço de personalidade”, ou seja, não tem um modelo padrão de personalidade que defina a pessoa como empreendedor ou não. O que define o espírito empreendedor é a forma como o indivíduo enxerga as oportunidades, é a vontade de fazer diferente, é a capacidade de inovação, transformação, é acima de tudo a coragem de correr riscos e a vontade de ser dono de seu próprio negócio, etc. Alinhado ao pensamento de Drucker (2011), Mendes (2009) afirma que o potencial empreendedor é criado a partir de um conjunto de características e varia de empreendedor para empreendedor (Werlang; Favretto & Flach, 2017), indicando inúmeros fatores relacionados ao perfil de cada indivíduo (Makhbul & Hasun, 2011; Meneghatti et al., 2015; Muraro et al., 2018).

Adicionalmente, Mendes (2009) esclarece que apenas os gênios são privilegiados em adquirir algumas características, pois algumas são inerentes aos empreendedores e outras são adquiridas no decorrer do desenvolvimento do negócio e que o segredo do sucesso é que não há segredos para adquiri-las, ou seja, é apenas necessário que se tenha disposição para enfrentar o desconhecido e realizar algo diferente. Com efeito, tem-se que algumas características empreendedoras podem estar visíveis em suas personalidades, mas outras precisam ser estimuladas, de modo que cada um pode se tornar um empreendedor. As experiências de vida, as vivências, o ambiente acadêmico e a família são consideradas fontes de formação das características empreendedoras. Dornelas (2007) relaciona várias características dos empreendedores de sucesso, divididas em três grupos, conforme a Figura 2.

<b>Grupo de características relacionadas à REALIZAÇÃO</b>	
✓	Busca de oportunidades e iniciativa;
✓	Correr riscos calculados;
✓	Exigir qualidade e eficiência;
✓	Persistência, e
✓	Comprometimento.
<b>Grupo de características relacionadas ao PLANEJAMENTO</b>	
✓	Busca de informações;
✓	Estabelecimento de metas, e
✓	Planejamento e monitoramento sistemático.
<b>Grupo de características relacionadas ao PODER</b>	
✓	Persuasão e rede contato, e
✓	Independência e autoconfiança.

**Figura 2** – Grupo das características dos empreendedores de sucesso

Fonte: Dornelas, 2007, p. 8.

A Figura 2 permite compreender que algumas características podem ser desenvolvidas nos empreendedores, tendo em vista que, de fato, o empreendedor precisa perseguir tais fatores para assegurar o sucesso da empreitada. Hashimoto (2009, p. 3) afirma que “muitas pessoas têm atitude empreendedora sem necessariamente possuir um negócio [...] assim, qualquer pessoa, e não apenas um empresário, pode adotar uma atitude empreendedora [...]”. Ou seja, todo e qualquer cidadão pode ter espírito empreendedor, uma visão de negócio sem nunca ter tido um empreendimento. Entende-se que toda e qualquer pessoa pode desenvolver o espírito empreendedor. Conforme Hashimoto (2009), para definir atitude empreendedora é necessário manifestar pelo menos alguns dos sete elementos que são apresentados na Figura 3.

<b>Elementos</b>	<b>Características</b>
1. Superação	A capacidade de ir além, superar qualquer obstáculo, sobrepujar os limites, desafiar, questionar o <i>status quo</i> , duvidar dos paradigmas impostos, provocar discussões romper com padrões preestabelecidos.
2. Criatividade	Pensar em algo novo, diferente ou único. Olhar para onde todos olham e ver o que ninguém vê, identificar oportunidades nos locais mais improváveis.
3. Iniciativa	É fazer o que precisa ser feito, sem que seja solicitado, é agir sem ser mandado, conquistando sua própria autonomia.
4. Energia	Ter energia é estar sempre disposto para trabalhar, ir à luta e partir para a execução, transformar a iniciativa em “acabativa”.
5. Valor	É a capacidade de gerar algum benefício para alguém. São os resultados finais da iniciativa que são valorizados por alguém.
6. Compromisso	É assumir a responsabilidades e as consequências. Cumprir o que foi prometido e levar uma ideia às últimas consequências, mesmo que isso prejudique a si mesmo. Caracteriza aqueles que são determinados e perseverantes, que não desistem nunca.
7. Risco	Capacidade de aceitar o fato de que as coisas podem não sair como se planeja e que o erro é uma forma de aprendizado. Pessoas que assumem riscos confrontam o compromisso com o valor e dedicam mais energia para minimizar o risco ou os seus efeitos.

**Figura 3** – Elementos de identificação do perfil empreendedor

Fonte: Hashimoto, 2009, p. 4.

Analisando a Figura 3 e resgatando o pensamento de Hashimoto, pode-se dizer que qualquer pessoa pode ser um empreendedor. Neste sentido, pode-se inferir que Hashimoto (2009) e Lenzi (2009) definem o espírito empreendedor como sendo algo possível em qualquer ser humano, muitas vezes sendo necessário desenvolver, estimular e implementar meios para que estas pessoas potencializem o viés empreendedor.

## Educação empreendedora e seu papel na transformação socioeconômica

As dinâmicas mudanças no mercado de trabalho e no mundo têm exigido dos indivíduos características e competências antes não demandadas e que, atualmente, precisam ser desenvolvidas para o desempenho exigido pelas organizações. Para tanto, observa-se a importância da Educação Empreendedora (EE) nos currículos de alguns cursos. Assim como a compreensão sobre o empreendedorismo, a Educação Empreendedora (EE) se transformou em tema de recorrentes estudos no ambiente acadêmico, dada à sua relevância na promoção, por meio de mecanismos metodológicos e pedagógicos, de meios visando à instauração do espírito empreendedor, em qualquer instância educacional. O fato é que o Ensino Superior tem contribuído significativamente para a formação de novos empreendedores (Schaefer & Minello 2020; Shepherd & Patzelt, 2018; Gomes et al., 2018; Muraro et al., 2018).

Na década de 80 no Brasil, o ensino do empreendedorismo passou a ser oferecido no Curso de Administração da Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas/FGV/SP, vindo a disciplina a constar nos currículos universitário apenas na década de 70 (Oliveira; Melo & Muyllder, 2016), face às transformações econômicas à época. Mas foi só na década de 1990 que o ensino do empreendedorismo ganhou destaque no Brasil. Isso ocorreu em decorrência das altas taxas de desemprego entre os jovens no país, o que chamou a atenção para a necessidade de se desenvolver habilidades empreendedoras para o mercado de trabalho. Naquele cenário, o ensino do empreendedorismo e a abertura de novos negócios apresentaram-se como uma possibilidade de reverter a situação econômica do país (Silva; Mancebo & Mariano, 2017).

Segundo Schaefer & Minello (2017, p. 4), Politis (2005) enfatiza “que uma parte da aprendizagem empreendedora é, por natureza, experiencial, ou seja, a aprendizagem por meio de experiências e vivências se trata de um processo complexo, impulsionado pelo comportamento do empreendedor, e que desempenha papel importante quando se procura compreender a sua aprendizagem”. Filion e Lima (2010) afirmam que o processo empreendedor é visto como um processo individual, porém a aprendizagem empreendedora é um processo iterativo, sendo construído essencialmente por meio de interseções relacionais. Filion & Lima (2010, p. 37) enfatizam que “o sistema empreendedor se compõe, entre outros elementos, de intersubjetividades heterogêneas”, ou seja, na visão dos autores, o desenvolvimento empreendedor é formado por vários elementos, não havendo uma fórmula única para se tornar um empreendedor. Porém, ao decidir enveredar no campo, o sujeito denota sabedoria e perspicácia. McNally, Honig & Martin (2018, p. 2) afirmam que a sabedoria “[...] é composta de coisas como conhecimento, coragem, valores e consciência das próprias deficiências de conhecimento”.

Observando os dados da pesquisa do Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2014), que mapeou a atividade empreendedora em 73 países, o ensino de empreendedorismo está entre os principais indicadores das condições para a atividade empreendedora. Assim, é possível afirmar que a Educação Empreendedora (EE) é um dos principais instrumentos na formação de novos empreendedores e na disseminação da cultura empreendedora (Schaefer & Minello, 2017). Dolabela (2008) assevera que a Educação Empreendedora ou disseminação de uma cultura empreendedora significa preparar pessoas capazes de criar empresas, isto é, a Educação Empreendedora é apontada como uma das formas mais eficientes de se criar e divulgar a cultura empreendedora e a formação de novos empreendedores (Rocha & Freitas, 2014; Meneghetti et al., 2015).

Percebe-se que a Educação Empreendedora é uma ferramenta essencial para o fomento ao empreendedorismo, pois através dela é possível que as pessoas despertem “seu lado” empreendedor e que com isso haja um avanço na criação de novos empregos e, conseqüentemente, uma melhoria na economia do país. Lima et al. (2015) abordam que vários fatores contribuem com o crescente avanço do interesse pela aprendizagem de EE. Dentre os fatores, está a certeza de que a formação empreendedora contribui para o surgimento de novas empresas, de novos postos de trabalho e de novas oportunidades.

O desenvolvimento de programas, cursos e atividades de treinamento sobre empreendedorismo tem avançado em diversos países. Segundo Filion (2000, p. 2), as questões mais abordadas por quem desenvolve estudos sobre empreendedorismo são: qual é a diferença entre gerenciamento e empreendedorismo? O que um programa de formação empreendedora deveria conter? Quais cursos deveriam ser oferecidos? Como esses cursos deveriam ser ministrados? Assim como no trabalho desenvolvido por Filion (2000) este estudo não tem a pretensão de responder esses questionamentos, mas pretende mostrar o quanto e porque a Educação Empreendedora é considerada importante e como o instrumento didático-pedagógico adotado pelo professor tem instigado os alunos a pensarem no tema como uma possibilidade real de realização profissional e pessoal.

Em complemento ao pensamento de Filion (2000), Schaefer & Minello (2016) afirmam que há necessidade de uma análise mais complexa acerca do que venha ser Educação Empreendedora. E para tal entendimento a respeito do assunto são necessários certos questionamentos como: “Como os empreendedores aprendem? Como a capacidade empreendedora se desenvolve? O empreendedorismo pode ser ensinado/aprendido em instituições de ensino? O que ensinar? De que forma? Como potencializar e facilitar essas aprendizagens?” (Schaefer & Minello, 2016, p. 61).

É fato que o ensino do empreendedorismo é muito complexo. Filion (2000) enfatiza ainda a diferença entre educação geral, gerencial e Educação Empreendedora. Na educação geral, a ênfase está na aquisição de conhecimento, enquanto na educação gerencial o que se pretende é a aquisição de *know-how* e, na educação empreendedora, o que se busca principalmente é a aquisição de autoconhecimento. Ou seja, pode-se afirmar que a Educação Empreendedora (EE) é obviamente mais complexa, visto que não basta apenas obter conhecimentos sobre algo, nem somente a aquisição de *know-how*. Na EE, o importante é a pessoa se autoconhecer antes de tudo, impondo à mesma que se sinta como um ser com habilidades empreendedoras.

Em consonância com Filion (2000), Dolabela (2008) fala da diferença entre a formação tradicional e a formação empreendedora, sendo que a Educação Empreendedora (EE) evoca novas formas de aprendizado e novas formas de relacionamento. Para o autor, ser empreendedor não é apenas uma questão de acúmulo de conhecimentos, mas o desenvolvimento de valores, atitudes, comportamentos, modos de percepção de si mesmo e do mundo voltados à capacidade de inovar, de correr riscos, de conviver com a incerteza e perseverar. Neste sentido, apreende-se que é essa intensidade e complexidade que torna a educação tão importante para a sociedade, pois por seu intermédio as pessoas podem desenvolver características importantes para o desenvolvimento e a implementação da iniciativa empreendedora. De acordo com a UNCTAD (2011, p. 7) existem quatro áreas principais para a Educação Empreendedora, sendo elas:

- a) Incorporação do empreendedorismo na educação e formação;
- b) O desenvolvimento curricular;
- c) O desenvolvimento do professor, e
- d) O engajamento com o setor privado.

Ainda de acordo com UNCTAD (2011, p. 8) “[...] Nunca é demasiado cedo para começar a expor os estudantes para negócios e empreendedorismo”. Significa dizer que quanto mais cedo as pessoas tiverem contato com a EE, melhor. O ensino do empreendedorismo seria bem mais eficaz se tivesse início nas séries iniciais do ensino fundamental, percorrendo por todos os níveis de ensino. Portanto, é oportuno reforçar a importância do ensino do empreendedorismo nas séries iniciais, visto que o risco das pessoas não terem contato com a EE é enorme, podendo realmente inibir possíveis indivíduos empreendedores. Há necessidade de se repensar o paradigma educacional para Educação Empreendedora (EE), de modo que as escolas e as universidades alinhem seus planos pedagógicos de maneira convergente aos ambientes abertos para o ensino do empreendedorismo (Silva; Mancebo & Mariano, 2017). Segundo Rocha &



Freitas (2014) existem vários métodos, técnicas e recursos pedagógicos para orientar a aprendizagem em empreendedorismo.

Schaefer & Minello (2017) afirmam que a Educação Empreendedora pode aumentar a qualidade da preparação e o número de jovens inovadores, proativos e com iniciativa, tanto para trabalharem em uma organização ou atividade autônoma, quanto para tocarem seu próprio negócio. Os autores citam, ainda que, em ambas as ações, o impacto socioeconômico é bastante relevante. Dolabela (2008), por sua vez, afirma que todas as pessoas nascem empreendedoras, sendo assim não se ensina ninguém a empreender e sim a desenvolver a capacidade empreendedora existente em cada um. Já para Fillion (2003) se aprende empreendedorismo comumente pela transmissão de valores, através de convivências constantes com empreendedores, ou seja, através da troca de saberes com pessoas que tenham experiência com atividades empreendedoras. Ou seja, para o referido autor, é possível ensinar/aprender empreendedorismo e, portanto, a aprendizagem se dá de maneira gradual.

As IES têm uma função social muito importante de gerar novos conhecimentos e aprimorar a prática existente, introduzindo valores na sociedade que possam incentivar e formar empreendedores por meio dos processos educacionais (Oliveira; Melo & Muylder, 2016), concebendo a cultura empreendedora. Portanto, percebe-se a importância tanto da educação tradicional como da Educação Empreendedora para a formação pessoal e profissional de um cidadão, principalmente no tocante ao empreendedorismo, visto que, como observado, o empreendedorismo é um fenômeno que pode se desenvolver em todo e qualquer indivíduo e que pode ser desenvolvido por meio de experiência, observação, vivência/convivência. Todavia, o ensino formal do empreendedorismo ainda é um dos principais aliados para o sucesso do empreendimento.

### Procedimentos metodológicos

O presente trabalho possui uma abordagem quantitativa, de natureza descritiva e exploratória. Estudos quantitativos (Martins & Theóphilo, 2009) são aqueles em que as informações coletadas podem ser quantificadas, ou seja, podem ser mensuradas. Severino (2007, p. 123) afirma que pesquisa descritiva é aquela que, “além de registrar e analisar os fenômenos estudados busca identificar suas causas, seja através da aplicação do método experimental/matemático, seja da interpretação possibilitada pelos métodos qualitativos”, enquanto que o caráter exploratório é a base, um treinamento ou preparação para a pesquisa descritiva. Severino (2007, p. 123) ainda acrescenta ainda que, pesquisa exploratória “é aquele tipo de pesquisa que busca apenas levantar informações sobre um determinado objeto, delimitando assim um campo de trabalho, mapeando as condições de manifestações desse objeto”.

Foi utilizado como técnica de pesquisa o *survey*. Quanto ao instrumento de coleta de dados foi adotado o questionário estruturado. Todas as abordagens foram feitas pessoalmente. Quanto à técnica de análise foram utilizadas Inferências estatísticas e matemáticas. Os sujeitos da pesquisa são os discentes da UFPI – Universidade Federal do Piauí (Curso de Administração) e IFPI – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia (Curso de Análise e Desenvolvimento de Sistemas – ADS), ambos dos *campi* de Floriano (PI), os quais tenham cursado ou estejam cursando a disciplina de empreendedorismo, constante em suas respectivas matrizes curriculares.

### Análise e Interpretação dos Dados

Esta seção apresenta os resultados obtidos por meio da aplicação do questionário, de cunho estruturado, composto por 18 (dezoito) questões, as quais foram enviadas a um grupo de 86 discentes, obtendo o retorno de 71 entrevistados, correspondendo a 83% do contingente abordado.

A pesquisa foi realizada nos dias dois (2) e três (3) de setembro de 2019, sendo que no dia 02 a abordagem foi realizada com os alunos do 7º período do Curso de Administração e no 6º período do Curso de ADS.

No dia 03 a abordagem foi feita com os alunos do 8º período do Curso de Administração. A disciplina empreendedorismo na UFPI é ofertada no 7º período e no IFPI está vinculada ao último período do curso de ADS (6º). Assim, na UFPI foram colhidas percepções de duas turmas (7º e 8º), enquanto que o IFPI apenas uma turma participou do estudo.

O questionário foi aplicado de forma presencial, em horários em que os alunos estavam reunidos em sala de aula. A compilação dos dados foi feita com uso de Figuras, recorrendo-se ao *software* EXCEL™ 2019. A Figura 4 apresenta os períodos, quantidades de alunos matriculados e entrevistados, e a amostra.

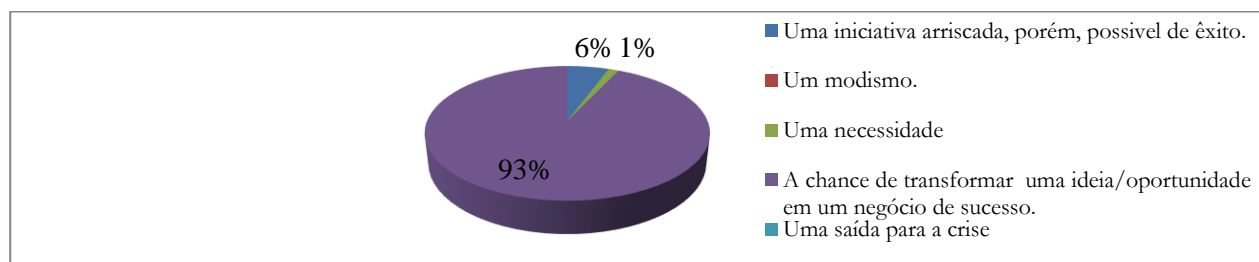
IFES	CURSO	PERÍODO	TOTAL DE ALUNOS MATRICULADOS	TOTAL DE ALUNOS ENTREVISTADOS	AMOSTRA DE (%)
UFPI	Administração	7º período	32 alunos	26 alunos	81%
		8º período	34 alunos	28 alunos	82%
IFPI	Análise e Desenvolvimento de Sistema - ADS	6º período	20 alunos	17 alunos	85%
<b>TOTAL</b>			<b>86</b>	<b>71</b>	<b>83%</b>

**Figura 4** – Descrição das IES, Cursos e quantitativo de alunos

Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

De acordo com a Figura 4, o percentual de respondentes foi considerado expressivo, tendo em vista que de um total de 86 alunos matriculados nos referidos cursos 71 deles participaram da pesquisa, ou seja, 83% dos alunos matriculados foram entrevistados. Em relação ao gênero, 54% dos respondentes são do sexo masculino e 46% são do sexo feminino. No tocante à faixa etária, dos 71 estudantes entrevistados 48% estão na faixa etária entre 19 e 22 anos; 35% estão entre 23 e 26 anos; 10% deles têm idade entre 27 e 30 anos; 7% tem idade acima de 31 anos e nenhum dos entrevistados tem menos de 19 anos.

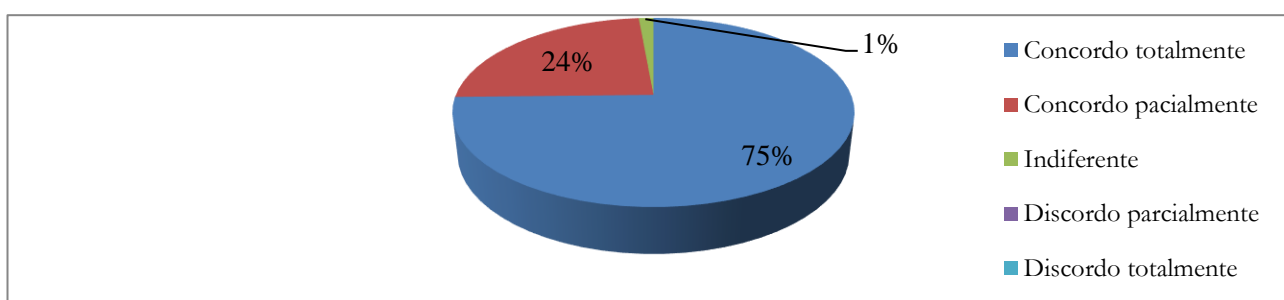
Estudos feitos pela GEM (2018) apontam que, em 2018 houve um aumento da participação dos jovens com idade entre 18 a 24 anos entre os empreendedores iniciais. Neste sentido, pode-se observar que a maioria do público entrevistado está entre a faixa etária que mais tem iniciado atividades empreendedoras nos últimos anos, fazendo com que se acredite que estes alunos podem apresentar propensão ao desenvolvimento de práticas empreendedoras, desde que a aprendizagem ativa aponte repercussões positivas a partir da dinâmica e da metodologia de transposição empregadas pelo professor.



**Figura 5** – Entendimento acerca do conceito de empreendedorismo

Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

A Figura 5 apresenta o entendimento dos entrevistados a respeito do conceito de empreendedorismo. Foram apresentadas aos entrevistados seis alternativas, sendo que cinco alternativas apresentavam um conceito pronto e a última alternativa (outro) deixava o campo livre para o entrevistado expressar sua opinião acerca do conceito. Não houve registro de indicação para esta opção. Do total de alunos entrevistados, 93% deles definem empreendedorismo como “a chance de transformar uma ideia/oportunidade em um negócio de sucesso”, 6% acreditam que o empreendedorismo “é uma saída para crise” e apenas 1% deles relacionam o fenômeno como uma “necessidade”. Diante das posições consignadas e considerando a posição externada pela maioria, pode-se afirmar que os entrevistados têm um entendimento atualizado a respeito do termo empreendedorismo, sugerindo que o fenômeno empreendedorismo não é um tema desconhecido para este público e que na relação ensino-aprendizagem há abordagem do tema no percurso formativo do estudante (Araújo & Davel, 2018; Araya-Pizarro & Avilés-Pizarro, 2020; Gomes et al., 2018), representando, portanto, um ponto relevante no propósito deste estudo.

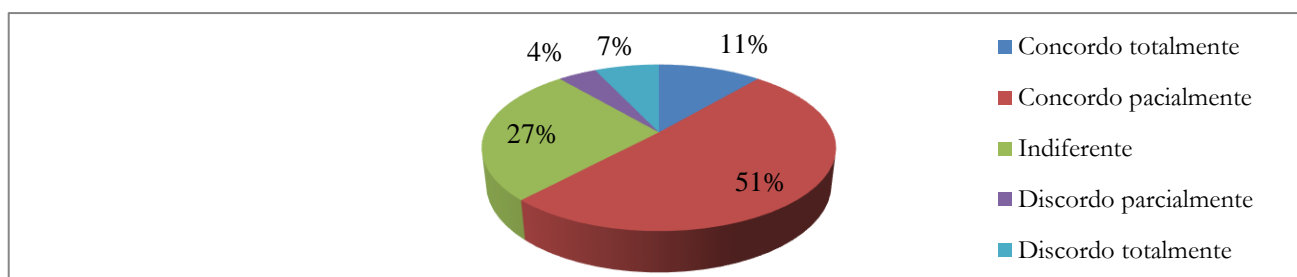


**Figura 6** – Importância do ensino do empreendedorismo para a sua área de formação

Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

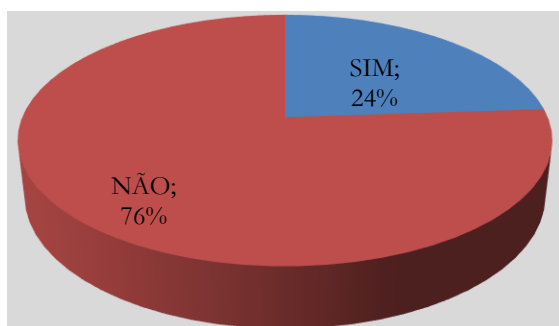
A Figura 6 mostra o quanto os entrevistados consideram importante o empreendedorismo em sua área de formação. Analisando os resultados, pode-se concluir que a disciplina empreendedorismo está sendo bem avaliada pelos entrevistados, tendo em vista que 75% concordaram totalmente que a disciplina é importante na formação, enquanto 24% concordaram parcialmente e somente 1% se posicionou indiferente. Os resultados também explicitam que nenhum dos alunos tem concepção negativa acerca do ensino do empreendedorismo, visto que as opções que discordavam da importância do fenômeno não tiveram marcações. Sendo assim, pode-se afirmar que o ensino do empreendedorismo é importante para os discentes entrevistados, sugerindo quase uma unanimidade em favor da abordagem da temática no processo de formação, apontando-a como uma disciplina relevante na produção de estímulos que facilitem a realização de projetos profissionais e pessoais. A intensificação da dialética no campo contribui para a formação da cultura empreendedora.

Um ponto importante a ser observado é que o empreendedorismo não é aceito somente no Curso de Administração, como se costuma pensar. Tal afirmação se torna válida pelo fato de que 24% dos alunos entrevistados cursam ADS (Análise e Desenvolvimento de Sistemas – IFPI), uma área distinta de Administração e, mesmo assim, praticamente todos afirmam achar importante o empreendedorismo em sua área de formação. Isto desvela outra realidade com um significado que merece um olhar diferenciado: o empreendedorismo pode estar presente em qualquer área do conhecimento humano (Araújo & Davel, 2018; Araya-Pizarro & Avilés-Pizarro, 2020; Gomes et al., 2018; Bomfim; Teixeira & Montenegro, 2019; Spudeit et al., 2019), não necessariamente no campo das Ciências Sociais Aplicadas, como de praxe se presume. Em estudo recentemente publicado por Odilon Neto, Guimarães & Lukosevicius (2019), foi detectada a propensão ao empreendedorismo em licenciandos do Curso de Pedagogia, confirmando que o fenômeno deixou de se restringir apenas às áreas da chamada categoria econômica.

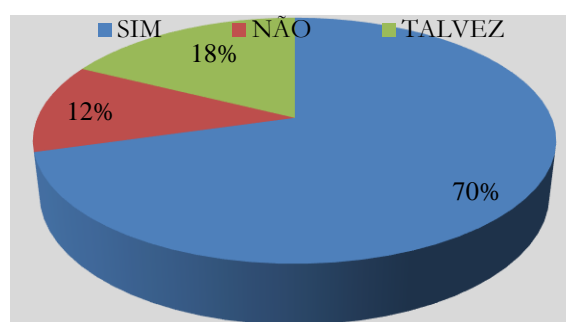


**Figura 7** – Percepção do quanto o entrevistado se considera empreendedor  
 Fonte: Dados da pesquisa, 2019

A Figura 7 apresenta a opinião dos entrevistados em relação a quanto se considera uma pessoa empreendedora. É possível afirmar que a maioria tem propensão ao empreendedorismo, visto que, apesar de apenas 11% se considerarem totalmente empreendedores, 51% disseram concordar parcialmente, ou seja, do total de 71 entrevistados, 62% deles se consideram empreendedores, sendo que 27% deles, por alguma razão, não quiseram opinar ou ainda não realizaram uma autoavaliação que permitisse asseverar que têm propensão ou reúne características de empreendedores. Apenas uma minoria não se considera empreendedores. As Figuras 8 e 9 são interpretadas de forma concomitante, a fim de um melhor entendimento, visto que as afirmativas se complementam.



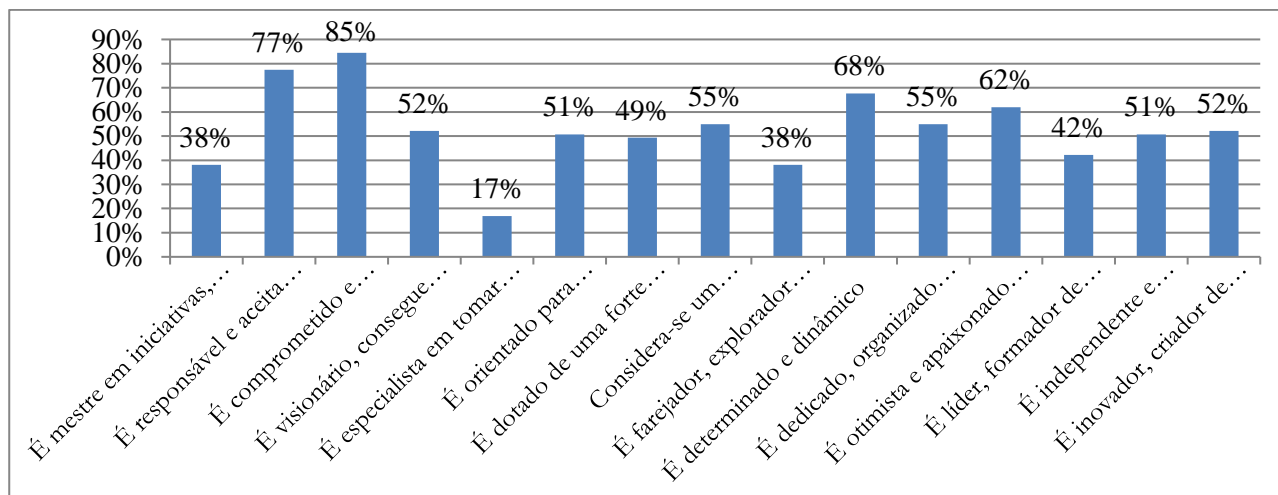
**Figura 8** – Situação empreendedora do aluno  
 Fonte: Dados da pesquisa, 2019.



**Figura 9** – Universidade e Empreendedorismo  
 Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

A Figura 8 mostra a realidade empreendedora dos alunos entrevistados. Para obter tal afirmação foi perguntado aos alunos se atualmente eles estão com algum empreendimento ativo. Dos 71 entrevistados, somente 24% estão empreendendo atualmente. Não foi intenção deste estudo identificar o segmento de negócio, mas apenas desvelar se algum dos entrevistados participa de algum empreendimento. A Figura 9 mostra a relação entre empreender e Educação Empreendedora (EE).

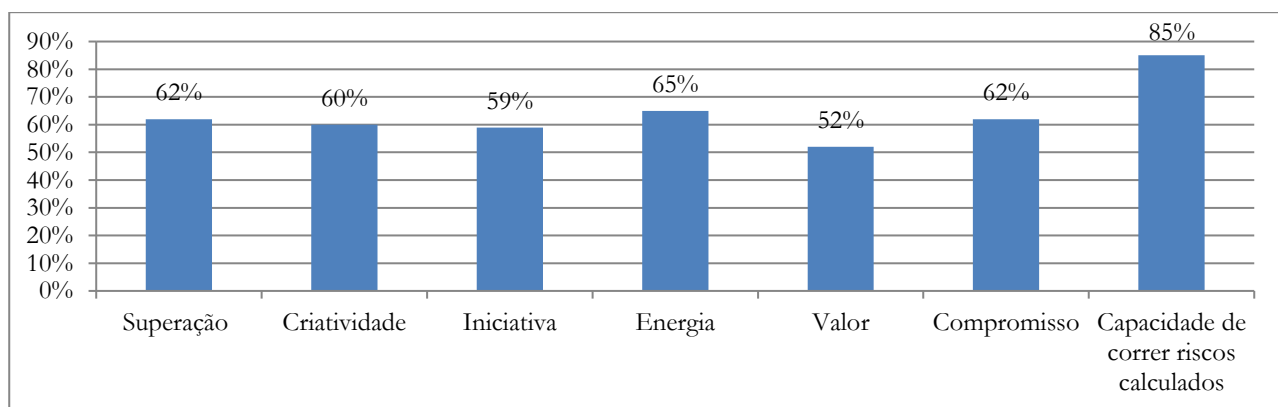
Para consolidar essa relação, foi perguntado aos alunos que atualmente estão com alguma atividade empreendedora se o espaço acadêmico contribui/contribuiu para tal ação. Os alunos tinham três opções de respostas, sendo: SIM, NÃO e TALVEZ. Do total de empreendedores ativos, segundo suas percepções, 70% deles afirmam que o espaço acadêmico contribui/contribuiu para tal afirmação, 12% responderam que não e 18% responderam que talvez tenha contribuído. Portanto, é possível afirmar que a Educação Empreendedora (EE) tem papel crucial para o desenvolvimento empreendedor das pessoas, especialmente em uma cidade em que há, de fato, o viés empreendedor presente na maioria dos negócios instalados e onde as opções de trabalho formal são escassas. As questões de número 8, 9 e 12 – de múltipla escolha – permitiram aos alunos optar por mais de uma alternativa.



**Figura 10** – Características empreendedoras  
Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

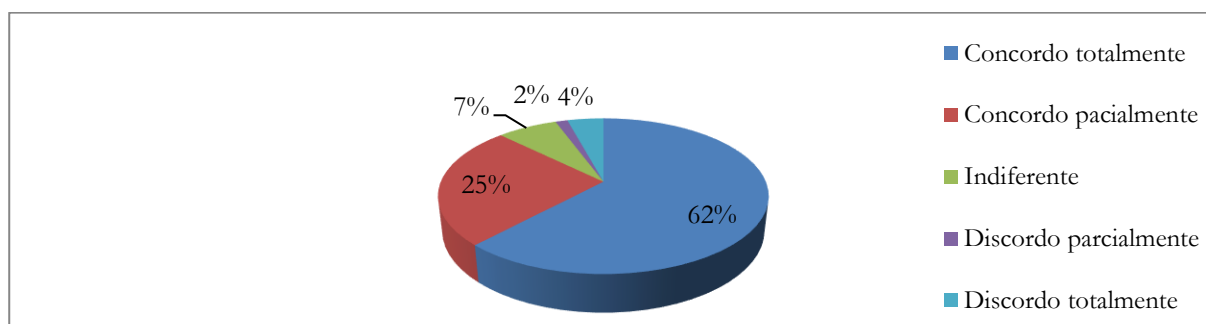
A Figura 10 apresenta uma relação de características que predominam no sujeito empreendedor. Conforme os dados obtidos, todas as características estão presentes no grupo estudado. As características com maior predominância são as que se referem ao comprometimento e confiança no que faz, sendo que, de uma amostra de 71 (setenta e um) alunos, 85% afirmaram ter essa característica; em seguida, com 77% de participação, vem a alternativa que diz respeito à responsabilidade, maturidade de assumir riscos e as possibilidades de fracassar. A terceira característica mais presente no grupo é ser determinado e dinâmico, com uma porcentagem de 68%. Seguindo a análise, em quarto lugar vêm os que se consideram otimistas e apaixonados pelo que faz. As demais características tiveram posicionamentos variando entre 55% e 17%, sendo que a que menos predomina é a característica que está associada em ser especialista para tomar decisões (17% das respostas).

Diante do exposto, é possível inferir que mesmo algumas características estando menos presentes que outras, não significa que eles não possam desenvolver uma cultura empreendedora, pois, como afirma Mendes (2009), esse conjunto de característica quantifica quão empreendedor a pessoa é, porém não significa que para ser um empreendedor o indivíduo necessita de ter desenvolvido todas elas. Portanto, pode-se considerar que os alunos estudados apresentam propensão ao empreendedorismo, visto que nenhuma das características deixou de ser selecionada. Neste sentido, é cabível citar que, se para uma pessoa se tornar empreendedor dependesse apenas da presença de algumas dessas características, esses alunos já poderiam ser tachados como empreendedores (Werlang; Favretto & Flach, 2017; Makhbul & Hasun, 2011; Meneghatti et al., 2015; Muraro et al., 2018).



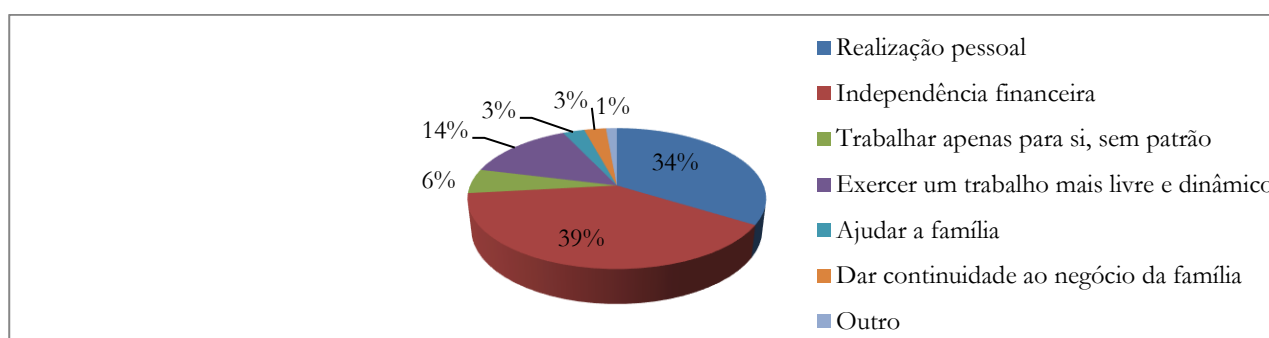
**Figura 11** – Elementos de identificação do perfil empreendedor  
Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

A Figura 11 mostra os elementos de identificação do perfil empreendedor. De acordo as respostas, pode-se afirmar que os fatores apresentam uma boa ascendência nos alunos, sendo possível afirmar que o grupo estudado tem perfil empreendedor bem definido. Dos elementos listados, o que tem predominância é aquele que diz respeito à capacidade de correr riscos calculados, com concentração de 85% das respostas. Neste caso, vale ressaltar que esta é uma das características mais importantes de um empreendedor, pois se não tiver coragem de arriscar provavelmente não iniciará um negócio. Em segundo lugar, vem o elemento energia, com 65%; em terceiro e quarto lugares, respectivamente, estão os elementos superação e compromisso, com percentual idêntico de 62%. Os demais elementos tiveram respostas variando entre 60% e 52%. Nesta questão em específico, é possível afirmar que o grupo estudado apresenta tendência ao empreendedorismo, conforme pôde-se apreender na literatura, visto que os elementos necessários para identificar uma pessoa como empreendedor estão presentes nos discentes e numa escala que, pode se dizer, significativa.



**Figura 12** – Possibilidade de empreender, no futuro  
 Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

A Figura 12 analisa a possibilidade de no futuro os entrevistados possuírem um negócio próprio. As respostas foram as seguintes: dos 71 alunos entrevistados, 62% concordam totalmente; 25% concordam parcialmente, 7% não quiseram opinar e os que discordaram totalizaram 6%. Neste sentido, é possível afirmar que há evidências de espírito empreendedor nos alunos em questão, sendo que numa amostra de 71 alunos, 87% deles se veem empreendendo no futuro. Estes resultados apontam que a grande maioria dos entrevistados têm, a partir das discussões em sala de aula, propensão a empreender, o que revela o lado construtivo da intervenção docente na formação da cultura empreendedora (Schaefer & Minello, 2020; Araújo & Davel; 2018; Araya-Pizarro & Avilés-Pizarro, 2020), indicando a relevância da Educação Empreendedora, notadamente em contextos sociais com baixo índice de oportunidades formais.



**Figura 13** – Motivos que levaria o grupo estudado a abrir o próprio negócio  
 Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

A Figura 13 exhibe os motivos pelos quais o grupo estudado abriria seu próprio negócio. Foram apresentadas 7 (sete) alternativas para a questão, sendo que a última alternativa deixava o entrevistado livre para colocar uma resposta diferente das citadas. Conforme atestam os dados obtidos, têm-se que 39% dos entrevistados responderam que o principal motivo que o levaria a empreender é a independência

financeira; 34% responderam que seria a realização pessoal; 14% disseram que seria um trabalho mais livre e dinâmico. As outras alternativas tiveram menos indicações, sendo que 6% responderam que um dos motivos seria trabalhar para si próprio, sem patrão; ajudar a família e dar continuidade ao negócio da família tiveram uma percentagem de 3% e somente 1% tem outros motivos para empreender, porém não foi exposto qual motivo seria.

Apesar de ser comum as pessoas quererem ajudar a família financeiramente, ter o desejo de trabalhar para si, sem a interferência de patrão, exercer um trabalho livre e dinâmico, e muitas vezes dar continuidade a um negócio familiar, a alternativa que de fato teve mais peso para identificar uma pessoa como empreendedora é a realização pessoal e a independência financeira que o indivíduo deseja alcançar através daquele empreendimento. Neste sentido, é possível afirmar que o grupo estudado apresenta propensão ao empreendedorismo, visto que apresentou motivos plausíveis para pretender empreender.

Este resultado merece uma análise destacada. O Estado do Piauí é um dos mais pobres da Federação e suas receitas advêm expressivamente dos repasses do FPE – Fundo de Participação dos Estados. O parque industrial é restrito, não há porto que permita o escoamento do que poderia ser produzido em alta escala e a vocação do estado está centrada no comércio e na prestação de serviços. Embora o Piauí detenha uma fronteira agrícola na região Sul do estado, produzindo arroz, feijão, soja, milho e algodão, os micro e pequenos negócios têm forte prevalência e representam uma realidade que demandará muito tempo para mudar.

Técnicas e Metodologias utilizadas pelo professor da disciplina de Empreendedorismo	1	2	3	4	5
Aulas expositivas	0%	2%	3%	44%	54%
Visitas técnicas a empresas	1%	4%	11%	15%	69%
Elaboração de Plano de Negócio	0%	1%	1%	21%	77%
Discussão de <i>cases</i> (Estudos de casos)	1%	1%	12%	48%	38%
Leituras direcionadas e vinculadas ao tema	1%	3%	7%	51%	38%
Formação de grupos de discussão e debates	1%	1%	14%	38%	46%
<i>Brainstorming</i>	0%	1%	24%	26%	49%
Seminários e palestras com empreendedores	1%	6%	4%	34%	55%
Criação de empresas fictícias	1%	1%	8%	34%	56%
Exibição de filmes e vídeos, com discussão crítica em seguida	1%	1%	13%	39%	46%
Realização de jogos de empresas e/ou simulações	1%	1%	10%	37%	51%
Aplicação de provas dissertativas	4%	14%	23%	31%	28%
Realização de dinâmicas em grupo	3%	1%	10%	25%	61%

54%

**Tabela 1** - Técnicas e Metodologias de ensino utilizadas pelo professor da disciplina de Empreendedorismo

Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

**1 – Não tem importância; 2 – Pouco importante; 3 – Indiferente; 4 – Importante; 5 – Muito importante.**

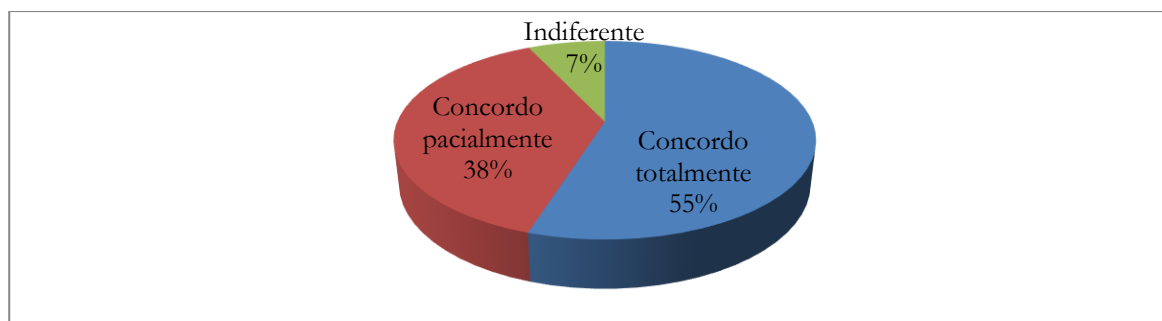
A Tabela 1 refere-se aos instrumentos didáticos pedagógicos utilizados pelos professores ministrantes da disciplina de empreendedorismo nos cursos citados. Foi pedido para que os discentes entrevistados apontassem quais as técnicas e/ou metodologias o professor da disciplina de empreendedorismo utiliza para estimulá-lo a pensar no segmento como uma possibilidade de realização profissional, bem como informar o grau de relevância para a formação do espírito empreendedor.

De acordo com os dados obtidos, todas as técnicas/metodologias se fazem presentes na vida acadêmica dos alunos, sendo que algumas com mais ou menos importância, porém, todas com uma relevância considerável no aprendizado desses alunos. Analisando as posições contidas na Tabela 1, tem-se que as percentagens para as alternativas [não tem importância, pouco importante e indiferente] foram mínimas, sendo que para a alternativa [1 – Não tem importância] o maior percentual foi de 4%. Para a opção [2 – Pouco importante] o maior percentual foi de 14%, o qual se refere à metodologia de aplicação de provas dissertativas, indicando que os entrevistados não apreciam este tipo de avaliação, optando por alternativas

que exploram a capacidade de criar, imaginar, pensar fora da caixa, ousar, características apropriadas para as pessoas que de fato têm intenção no segmento empreendedor. Os entrevistados que expuseram sua indiferença [3 – Indiferente] para as alternativas apresentadas, indicaram que *brainstorming* (24%) e provas dissertativas (23%) foram as prevalentes no contexto formativo.

Na opção que julga os instrumentos como [4 – Importante] os percentuais ficaram entre 15% e 51%, tendo sido fundamentais esses recursos metodológicos no [ensino/aprendizagem do grupo estudado. Para a alternativa [5 – Muito importante] os percentuais estão entre 28% e 77%. De acordo com os dados, parece restar evidenciada a aceitação por parte dos alunos dos métodos e das técnicas implementados, bem como a importância de cada recurso utilizado pelo professor para o aprendizado deles. Faz-se importante citar quais os instrumentos didáticos pedagógicos menos e mais admirados pelos alunos estudados. Sendo assim, se somados os percentuais dos itens [4 – Importante] e [5 – Muito importante], o recurso que menos é admirado e acredita-se que tenha menos aproveitamento por parte deles é o item que se refere à aplicação de provas dissertativas, com 59% das respostas consignadas.

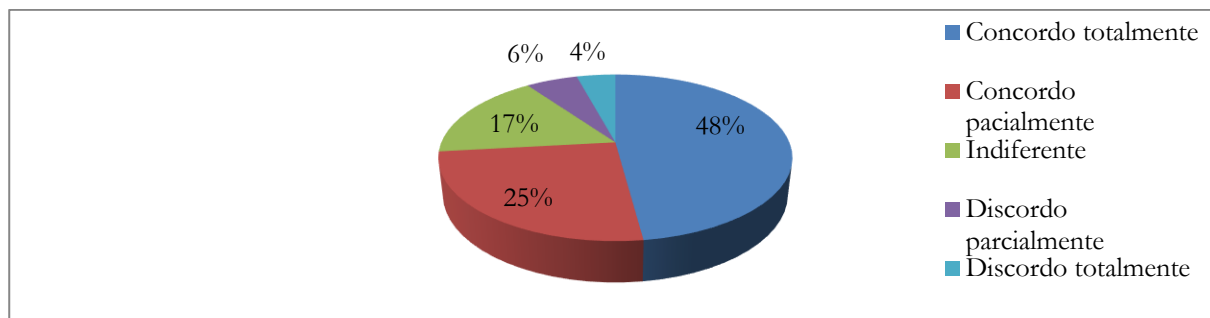
O mais importante para alunos pesquisados é a orientação didática voltada para a elaboração do Plano de Negócio, com 98% das respostas. Reconhece-se, assim, que o Plano de Negócio é uma ferramenta utilizada com evidência não apenas na formação dos estudantes, mas como meio capaz de transformar uma ideia em algo que possa ser apoiado por outros investidores (Mason & Stark, 2004). Porém, vale lembrar que, apesar dessa escala de “menos e mais importante”, todos os instrumentos didáticos pedagógicos têm importância no contexto formativo, visto que todos os itens tiveram percentuais acima de 59%, ou seja para uma escala de 0% a 100%, todos os itens que obtiveram percentuais acima de 59% podem ser considerados de elevada significância. Sendo assim, é possível inferir que os instrumentos didáticos/pedagógicos utilizados pelos professores têm influência na vida acadêmica dos alunos, sugerindo que a maneira como conduz os encontros acadêmicos e como decide utilizar as técnicas, os métodos e os recursos em sala de aula repercutem nos modelos mentais dos estudantes, fomentando o espírito empreendedor.



**Figura 14** - Opinião dos entrevistados quanto aos instrumentos didáticos utilizados  
Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

A Figura 14 apresenta a opinião dos entrevistados a respeito dos instrumentos didáticos/ pedagógicos utilizados na disciplina de empreendedorismo e se estes estimulam os alunos a querer empreender. Em resposta a essa indagação, a Figura 13 aponta que 55% dos entrevistados afirmaram que os instrumentos pedagógicos os estimulam a querer empreender, 38% concordam parcialmente e 7% não souberam ou não quiseram opinar. Avaliando as respostas obtidas, é razoável afirmar que a metodologia utilizada em sala de aula pelos professores da disciplina de empreendedorismo desperta o lado empreendedor dos alunos, pois como se pôde observar a grande maioria (93% dos entrevistados) afirmou que os recursos metodológicos utilizados são úteis para seus aprendizados. Tal constatação sugere que as dinâmicas pedagógicas adotadas pelos professores têm contribuído para fomentar o espírito empreendedor dos alunos, sendo este de fato o objetivo maior da disciplina, representando uma tendência natural de que os discentes, no estágio de vida profissional, considerem a iniciativa empreendedora como uma alternativa viável e iminente.



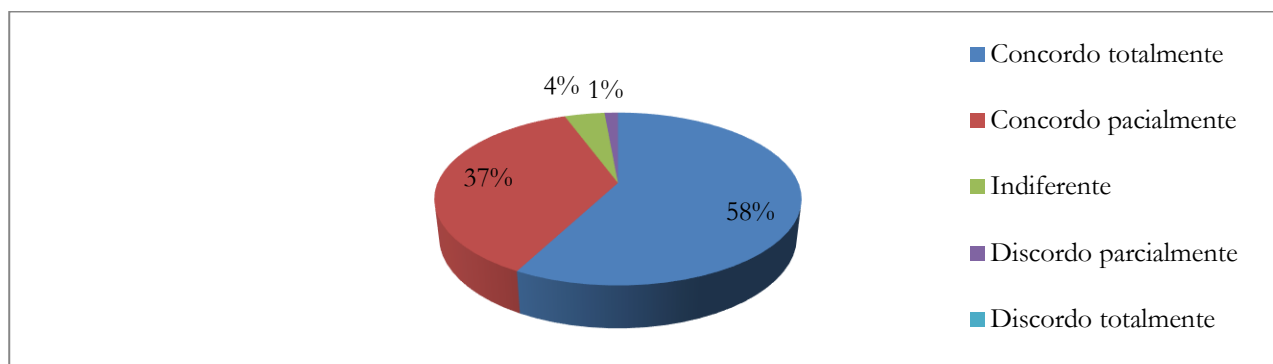


**Figura 15** - Antes do contato com a disciplina, você já se sentia motivado a empreender

Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

A Figura 15 mostra a percepção dos alunos quanto ao ensino do empreendedorismo, se estes alunos, antes do contato com a disciplina já se sentiam motivados a empreender. De acordo com os dados da Figura foram obtidos os seguintes resultados: 48% dos entrevistados concordaram totalmente que mesmo antes de ter contato com o ensino do empreendedorismo já se sentiam motivados a empreender; 25% concordaram parcialmente; 17% se disseram indiferentes e apenas 10% responderam que não se sentiam motivados a empreender antes do contato com a disciplina de empreendedorismo. Essa afirmação pode ser justificada pelo fato da maioria das pessoas entrevistadas estarem na faixa etária que mais inicia atividades empreendedoras no país, conforme o GEM (2018). Outra justificativa seria o fato de todas as pessoas serem de certa forma empreendedoras. Como afirma Hashimoto (2009, p. 3): “Muitas pessoas têm atitude empreendedora sem necessariamente possuir um negócio [...] assim, qualquer pessoa, e não apenas um empresário, pode adotar uma atitude empreendedora [...]”.

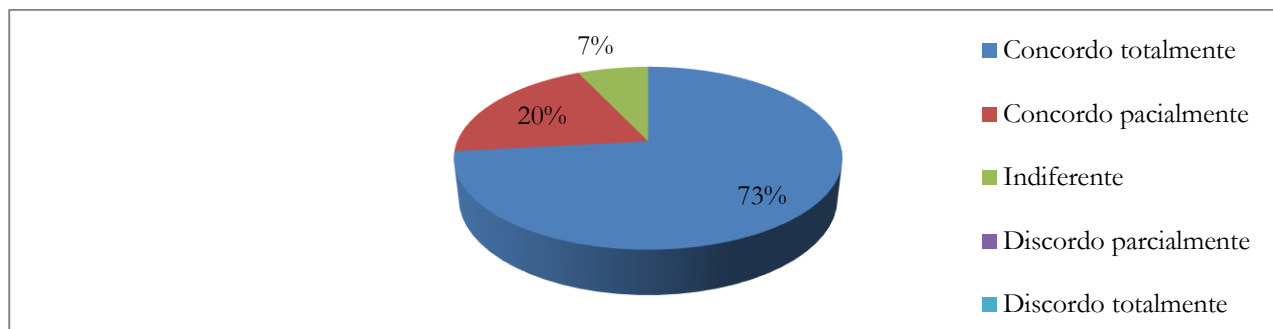
Ou seja, todo e qualquer indivíduo pode desenvolver seu lado empreendedor, ter uma visão de negócio sem nunca ter tido um empreendimento ou contato direto com o ensino do empreendedorismo, mas não resta dúvida de que o contato direto com a Educação Empreendedora (EE) e, portanto, com o movimento de estímulo para a adoção da ação empreendedora, constitui uma etapa positiva na construção da intenção empreendedora, notadamente quanto ao desenvolvimento da vertente que fomenta o empreendedorismo por oportunidade.



**Figura 16** – O ensino do empreendedorismo motiva o aluno a querer empreender

Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

A Figura 16 representa os resultados no que diz respeito se a Educação Empreendedora (EE) leva os alunos a quererem empreender. Dos 71 alunos entrevistados, 58% disseram que SIM, concordando totalmente; 37% concordam parcialmente; 4% não quiseram/souberam opinar e apenas 1% acham que não influencia. Diante dos dados e com base em estudos realizados (Araújo & Marques Júnior, 2017; Araya-Pizarro & Avilés-Pizarro, 2020; Bomfim; Teixeira & Montenegro, 2019; Fontenele, 2010; Lima et al., 2015), é perceptível o quanto a Educação Empreendedora (EE) é importante e bem aceita pelas pessoas, visto que um percentual significativo avalia que por meio da EE será possível promover transformações profissionais e pessoais.



**Figura 17** – A disciplina de empreendedorismo deveria fazer parte da grade curricular dos cursos  
 Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

A Figura 17 busca entender a percepção das pessoas quanto à inserção da disciplina empreendedorismo em todos os Cursos de Graduação. Observa-se que a grande maioria concorda, sendo que 73% responderam que concordam totalmente; 20% concordam parcialmente e apenas se mostraram 7% indiferentes, de modo que ninguém discordou da possibilidade de colocar a disciplina empreendedorismo na matriz curricular de todos os Cursos de Graduação. De acordo com a posição dos estudantes, pode-se afirmar que a inserção da disciplina seria bem-vinda a todos os cursos, razão pela qual sugere-se que os NDE – Núcleos Docentes Estruturantes dos Cursos de Graduação possam considerar a disponibilização do componente curricular empreendedorismo como uma disciplina obrigatória ou, pelo menos, optativa, visando a estimular os jovens a pensarem no empreendedorismo como uma possibilidade fática de realização pessoal e profissional.

## Considerações Finais

O empreendedorismo vem ganhando destaque nas agendas, eventos e debates nacionais e internacionais. O empoderamento do empreendedorismo está se agigantando a cada dia, e em consequência, ações que ajudem no aprimoramento do espírito empreendedor têm sido colocadas como prioritárias, tendo em vista a grande influência que o fenômeno do empreendedorismo exerce no desenvolvimento social e econômico de um país. Neste sentido, a Educação Empreendedora (EE) é considerada como uma das ferramentas mais eficientes no desenvolvimento da cultura empreendedora e conseqüentemente da formação de novos empreendedores. Portanto, o interesse pela EE tem crescido bastante nos últimos anos, aumentando significativamente o número de estudos a respeito do tema. As IES têm sido consideradas um dos principais ambientes para a realização de práticas empreendedoras, *locus* privilegiado onde se incentivam a criação e a disseminação da cultura empreendedora.

Como apontado no decorrer do estudo, a Educação Empreendedora se diferencia da educação tradicional, em alguns aspectos, visto que a EE evoca novas formas de aprendizado e novas táticas de relacionamento, sendo considerada mais importante para a EE a apreensão de conhecimentos do que a transmissão de conhecimentos.

O presente estudo teve como intuito pesquisar se os alunos do Curso de Administração da UFPI e os alunos do Curso de Análise e Desenvolvimento de Sistema (ADS) do IFPI, *Campus* Florianópolis, sentem-se estimulados a empreender através do contato com os recursos metodológicos utilizados pelos professores. Ou seja, a ideia é desvelar se há influência do professor para a formação da intenção empreendedora do estudante universitário, contribuindo para a formação do espírito empreendedor e, portanto, forjando a possibilidade de tornar os estudantes propensos a atuar no segmento, durante ou após a sua formação acadêmica.

Após a obtenção dos dados por meio do questionário as informações foram organizadas a fim de possibilitar a tabulação desses dados. Foi necessário o auxílio do *software* Excel™ para o tratamento dos

dados obtidos. Após a tabulação, foi possível interpretar as informações e com isso chegou-se à conclusão de que há evidências que indicam forte influência do professor para a formação da intenção empreendedora discente, haja vista que a grande maioria afirma que se veem no futuro trabalhando para si próprio e isto se deve, como as respostas indicam, ao desempenho do professor na condução da disciplina. Também assinalaram os entrevistados que os recursos didáticos e pedagógicos utilizados na disciplina de empreendedorismo os estimulam a empreender, indicando que o professor opera meios para conduzir os discentes a adotarem modelos mentais favoráveis ao comportamento empreendedor. Além disso, em todas as perguntas elaboradas, a maioria dos alunos deu respostas positivas a respeito do assunto em questão, favorecendo, destarte, a institucionalização da cultura empreendedora nos espaços, objeto da presente pesquisa.

A pesquisa realizada aponta que o empreendedorismo é bem visto e aceito nos cursos sob investigação, sendo possível entender que o ensino do empreendedorismo se faz importante em todo e qualquer curso, esteja ele inserido na Educação Básica ou no Ensino Superior. Diante dos resultados obtidos pode-se afirmar que os discentes pesquisados apresentam evidências de espírito empreendedor a partir das relações didático-pedagógicas implementadas, tendo o objetivo do estudo sido atingido, cujo propósito foi descrever a influência do professor para a formação da intenção empreendedora do estudante. O estudo sugere que estes alunos apresentam propensão ao empreendedorismo e que o professor por meio da utilização de um vasto número de recursos metodológicos se personifica como articulador, envidando esforços para que a motivação em empreender no ambiente acadêmico se torne cristalino. Aqui, o docente atua como agente facilitador e mediador da ação, provocando os alunos a pensarem nas reais possibilidades de engajamento no segmento. É mister ressaltar que o tema em uma perspectiva voltada ao ensino do empreendedorismo (Educação Empreendedora) não se esgota nesse trabalho, podendo ser abordado em outros estudos e ópticas diferentes como, por exemplo: o papel da Educação Empreendedora na criação de Pequenas e Médias Empresas no contexto da pós pandemia (COVID-19).

Novos estudos podem ser desenvolvidos com alunos de outros cursos e de outras Instituições de Ensino Superior, tanto quanto promovendo comparações entre estudantes da Educação Básica (Ensino Médio) e da Educação Superior, como também promovendo análises comparativas entre estudantes de Cursos Superiores, de outras grandes áreas do conhecimento, como Ciências Humanas, Ciências Exatas, Ciências Naturais, tendo em vista que o espírito empreendedor se disseminou e não há um só campo que restrinja o seu alcance e vigor na consecução de intenções pessoais com o propósito de promover efetivas transformações no ambiente socioeconômico brasileiro.

## Referências

Araújo, F. S. G., & Marques Júnior, S. (2017). Antecedentes da Motivação para Empreender no Turismo na Região Seridó Potiguar. *Revista Hospitalidade*, São Paulo, 14(1), p. 1-25, ago.

Araújo, G. F., & Davel, E. P. B. (2018). Educação empreendedora: avanços e desafios. *Cadernos de Gestão e Empreendedorismo*, 6(3), p. 47-68, set./dez. DOI: <https://doi.org/10.32888/cge.v6i3.12767>

Araya-Pizarro, S. C., & Avilés-Pizarro, N. B. (2020). Enseñar a emprender en universidades de la Región de Coquimbo, Chile: Perfil docente y prácticas de enseñanza. *Revista Actualidades Investigativas en Educación*, 20(1), p. 1-26, jan./abr. DOI: [10.15517/AIE.V20I1.39817](https://doi.org/10.15517/AIE.V20I1.39817)

Asenjo, M. P. F., & Barberá, J. P. (2014). Evaluación del impacto de la educación superior en la iniciativa emprendedora. *Historia y Comunicación Social*, 18(Número Especial), p. 377-386, nov. DOI: [https://doi.org/10.5209/rev\\_HICS.2013.v18.44256](https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2013.v18.44256)

Bomfim, L. C. S.; Teixeira, R. M., & Montenegro, L. M. (2019). Empreendedorismo Feminino em Empresas de Turismo e Intenções de Crescimento dos Negócios. *Caderno Virtual de Turismo*, 19(2), jun./ago. DOI: <https://doi.org/10.18472/cvt.19n2.2019.1465>

Dolabela, F. (2008). *Oficina do empreendedor*. Rio de Janeiro: Sextante.

Dornelas, J. C. A. (2012). *Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios*. Rio de Janeiro: Elsevier.

\_\_\_\_\_. (2007). *Empreendedorismo na prática: Mitos e verdades do empreendedor de sucesso*. Rio de Janeiro: Elsevier.

Drucker, P. F. (2011). *Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios*. São Paulo: Cengage Learning.

Filion, L. J., & Lima, E. (2010). As representações empreendedoras: importantes temas para avançar em seus estudos. *Revista de Negócios*, Blumenau, 15(2), p. 32-52, abr./jun.

Filion, L. J. (2003). *Um roteiro para desenvolver o empreendedorismo*. Recife: IEL.

\_\_\_\_\_. (2000). Empreendedorismo e Gerenciamento: Processos distintos, porém complementares. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, 7(3), jul./set, p. 2-7.

\_\_\_\_\_. (1999). Empreendedorismo: Empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. *Revista de Administração*, São Paulo, 34(2), p. 5-28, abr./jun.

Fontenele, R. E. S. (2010). Empreendedorismo, Competitividade e Crescimento Econômico: Evidências Empíricas. *RAC – Revista de Administração Contemporânea*, Curitiba, 14(6), p. 1094-1112, nov./dez.

Fuzetti, D. L. K., & Salazar, J. N. A. (2007). Empreendedorismo: evidências conceituais e práticas na visão econômica e administrativa. *Revista de Administração da Unimep*, 5(2), p. 27-53, maio/ago.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. (2018). *Empreendedorismo no Brasil*. Relatório executivo. Disponível em <<https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/02/Relat%C3%B3rio-Executivo-Brasil-2018-v3-web.pdf>>. Acesso em 26 out. 2019.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. (2017). *Empreendedorismo no Brasil*. Relatório executivo. Disponível em <[https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL\\_web.pdf](https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL_web.pdf)>. Acesso em 25 out. 2019.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. (2014) *Empreendedorismo no Brasil*. Relatório executivo. Disponível em <[https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/gem%202014\\_rel%C3%B3rio%20executivo.pdf](https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/gem%202014_rel%C3%B3rio%20executivo.pdf)>. Acesso em 21 out. 2019.

Gomes, J. H.; Alves, L.; Vaquinhas, M. M.; Melo, R.; Pato, L., & Cruz, C. (2018). O ensino superior e o empreendedorismo. In: Parreira, P.; Alves, L.; Mónico, L.; Sampaio, J. H., & Paiva, T. *Competências empreendedoras no Ensino Superior Politécnico: Motivos, influências, serviços de apoio e educação*. Guarda, Portugal: Instituto Politécnico da Guarda.

Hashimoto, M. (2009). *Lições de empreendedorismo*. Barueri, SP: Manole.

- Lakatos, E. M., & Marconi, M. A. (2003). *Fundamentos de metodologia científica*. 5. ed. São Paulo: Atlas.
- Lanero, A.; Vázquez, J. L.; Gutiérrez, P., & García, M. P. (2011). The impact of entrepreneurship education in European universities: an intention-based approach analyzed in the Spanish area. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 8(2), p. 111-130, mar. DOI: [10.1007/s12208-011-0067-8](https://doi.org/10.1007/s12208-011-0067-8)
- Lenzi, F. C. (2009). *A nova geração de empreendedores: guia para elaboração de um plano de negócios*. São Paulo: Atlas.
- Lima, E., Lopes, Rose M. A., Nassif, V. M. J., & Silva, D. (2015). Ser seu Próprio Patrão? Aperfeiçoando-se a educação superior em empreendedorismo. *RAC – Revista de Administração Contemporânea*, Rio de Janeiro, 19(4), p. 419-439, jul./ago. DOI: [10.1590/1982-7849rac20151296](https://doi.org/10.1590/1982-7849rac20151296)
- Makhbul, Z. M.; & Hasun, F. M. (2011). Entrepreneurial Success: An Exploratory Study among Entrepreneurs. *International Journal of Business and Management*, 6(1), p. 116-125, jan. DOI: [10.5539/ijbm.v6n1p116](https://doi.org/10.5539/ijbm.v6n1p116)
- Martins, G., & Theóphilo, C. R. (2009). *Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas*. São Paulo: Atlas.
- Mason, C., & Stark, M. (2004). What do Investors Look for in a Business Plan?: A Comparison of the Investment Criteria of Bankers, Venture Capitalists and Business Angels. *International Small Business Journal*, 22(3), p. 227-248, jun.
- McNally, J.; Honig, B., & Martin, B. (2018). A preliminary exploration of the development of wisdom in entrepreneurship education. *Iberoamerican Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 7(1), p. 1-34, jan./abr. DOI: <http://dx.doi.org/10.14211/regepe.v7i1.797>
- Mendes, J. (2009). *Manual do empreendedor: Como construir um empreendimento de sucesso*. São Paulo: Atlas.
- Meneghatti, M. R.; Ribeiro, I.; Cancelier, G. R.; Silva, J. M., & Santos, P. S. (2015). Perfil empreendedor: uma análise a partir de alunos do Curso de Administração. *RECC – Revista Eletrônica Científica do CRA-PR*, 2(2), p. 48-58, jul./dez.
- Moriano, J. A.; Gorgievski, M. J.; Mariola, L.; Stephan, U., & Zarafshani, K. (2012). A Cross-Cultural Approach to Understanding Entrepreneurial Intention. *Journal of Career Development*, 39(2), p. 162-185. jan. DOI: [10.1177/0894845310384481](https://doi.org/10.1177/0894845310384481)
- Muraro, R.; Lazzari, F.; Eberle, L.; Milan, G. S., & Verruck, F. (2018). Avaliação do perfil empreendedor em meio acadêmico. *Revista Gestão e Desenvolvimento*, Novo Hamburgo, 14(2), p. 136-156, jul./dez.
- Odilon Neto, M.; Guimarães, J. C., & Lukosevicius, A. P. (2019). Empreendedorismo para todos: o perfil empreendedor dos licenciandos de Pedagogia. *Revista Livre de Empreendedorismo e Sustentabilidade*, 4(Edição Especial), p. 38-75, set.
- Oliveira, A. G. M., Melo, M. C. O. L., & Muijder, C. F. (2016). Educação Empreendedora: O Desenvolvimento do Empreendedorismo e Inovação Social em Instituições de Ensino Superior. *RAD – Revista Administração em Diálogo*, São Paulo, 18(1), p. 29-56, jan./abr. DOI: <http://dx.doi.org/10.20946/rad.v18i1.12727>.

Robin, C. F.; Yáñez, D., & Santander, P. (2020). Do universities train entrepreneurs? *Revista Actualidades Investigativas en Educación*, 20(1), p. 1-23, jan./abr. DOI: [10.15517/aie.v20i1.40148](https://doi.org/10.15517/aie.v20i1.40148)

Rocha, E. L. C., & Freitas, A. A. F. (2014). Avaliação do ensino de empreendedorismo entre estudantes universitários por meio do perfil empreendedor. *RAC – Revista de Administração Contemporânea*, Rio de Janeiro, 18(4), p. 465-486, jul./ago. DOI: <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac20141512>

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequenas Empresas. *Iniciando um Pequeno Grande Negócio: o empreendedor*. Disponível em <<https://ava.sebrae.com.br/cursos/iniciando-um-pequeno-e-grande-negocio>>. Acessado em 15 de maio de 2019.

Severino, A. J. (2007). *Metodologia do trabalho científico*. São Paulo: Cortez.

Silva, F. C., Mancebo, R. C., & Mariano, S. R. H. (2017). Educação Empreendedora como Método: O Caso do Minor em Empreendedorismo e Inovação da UFF. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*. 6(1), p. 196-216, jan./abr. DOI: [10.14211/regepe.v6i1.411](https://doi.org/10.14211/regepe.v6i1.411)

Schaefer, R., & Minello, I. F. (2017). A formação de novos empreendedores: natureza da aprendizagem e educação empreendedoras. *Revista da Micro e Pequena Empresa*, Campo Limpo Paulista, 11(3), p. 2-20, set./dez. DOI: <http://dx.doi.org/10.21714/19-82-25372017v11n3p220>

\_\_\_\_\_. (2016). Educação Empreendedora: Premissas, Objetivos e Metodologias. *RPCA – Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, Rio de Janeiro, 10(3), p. 60-81, jul./set. DOI: <http://dx.doi.org/10.12712/rpca.v10i3.816>

\_\_\_\_\_. (2020). Empreender como uma forma de ser, saber e fazer. *RPCA – Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, Rio de Janeiro, 1(4), p. 160-193, jan./mar. DOI: <https://doi.org/10.12712/rpca.v14i1.34722>

Shepherd, D. A., & Patzelt, H. (2018). *Entrepreneurial Cognition: exploring the mindset of entrepreneurs*. Suíça: Palgrave Macmillan.

Spudeit, D.; Poleza, M.; Madalena, C. S.; Romeiro, N. L. (2019). Formação para o Empreendedorismo nos Cursos de Bacharelado e Licenciatura em Biblioteconomia, Ciência da Informação e Gestão da Informação no Brasil. *Perspectivas em Gestão & Conhecimento*, 9(1), p. 232-247, jan./abr. DOI: <http://dx.doi.org/10.21714/2236-417X2019v9n1p232>

UNCTAD Secretariat (2011). “Entrepreneurship Education, Innovation and Capacity-Building in Developing Countries,” United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), Geneva. Disponível em <[http://unctad.org/en/docs/ciimem1d9\\_en.pdf](http://unctad.org/en/docs/ciimem1d9_en.pdf)>. Acessado em 11 de junho de 2019.

Werlang, N. B.; Favretto, F., & Flach, R. O. (2017). O. Development and Evolution of Entrepreneurs Skills in Students of a Graduation Course in Administration. *Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia*, Passo Fundo, 4(2), p. 30-50, jul./dez. DOI: <https://doi.org/10.18256/2359-3539.2017.v4i2.2039>