

FUNDAÇÃO ESCOLA DE COMÉRCIO ÁLVARES PENTEADO –

FECAP

MESTRADO PROFISSIONAL EM ADMINISTRAÇÃO

ANDREA ROVAI ULIANI

**O EFEITO DA EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA NA
CARREIRA PROFISSIONAL DOS ESTUDANTES DE
EMPREENDEDORISMO**

São Paulo

2018

ANDRÉA ROVAI ULIANI

**O EFEITO DA EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA NA CARREIRA
PROFISSIONAL DOS ESTUDANTES DE EMPREENDEDORISMO.**

Artigo apresentado à Fundação Escola de
Comércio Álvares Penteado - FECAP, como
requisito para a obtenção do título de Mestre
em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Edson Ricardo Barbero

São Paulo

2018

FUNDAÇÃO ESCOLA DE COMÉRCIO ÁLVARES PENTEADO – FECAP

Reitor: Prof. Dr. Edison Simoni da Silva

Pró-reitor de Graduação: Prof. Dr. Ronaldo Frois de Carvalho

Pró-reitor de Pós-graduação: Prof. Dr. Edison Simoni da Silva

Diretor da Pós-Graduação Lato Sensu: Prof. Dr. Alexandre Garcia

Coordenador de Mestrado em Ciências Contábeis: Prof. Dr. Cláudio Parisi

Coordenador do Mestrado Profissional em Administração: Prof. Dr. Heber Pessoa da Silveira

FICHA CATALOGRÁFICA

U39e	Uliani, Andrea Rovai
	O efeito da educação empreendedora na carreira profissional dos estudantes de empreendedorismo / Andrea Rovai Uliani. - - São Paulo, 2018.
	41 f.
	Orientador: Prof. Dr. Edson Ricardo Barbero
	Artigo (Mestrado) – Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado - FECAP - Mestrado Profissional em Administração.
	1. Empreendedorismo. 2. Empreendedores – Aprendizagem. 3. Empreendedores – Educação (Superiores).
	CDD 658.421

Bibliotecária responsável: Josiene F. Silva, CRB-8/10038

ANDRÉA ROVAI ULIANI

**O EFEITO DA EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA NA CARREIRA PROFISSIONAL
DOS ESTUDANTES DE EMPREENDEDORISMO**

Artigo apresentado à Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado - FECAP, como requisito para a obtenção do título de Mestre em Administração.

COMISSÃO JULGADORA:

Prof. Dr. Eduardo Pinto Vilas Boas

Universidade de São Paulo – FEA/USP

Prof. Dr. Wanderley Carneiro

Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado – FECAP

Prof. Dr. Edson Ricardo Barbero

Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado – FECAP

Professor Orientador – Presidente da Banca Examinadora

São Paulo, 18 de Agosto de 2018.

Dedicatória

Ao Crescimento da Educação Empreendedora no Brasil.

Agradecimentos

A Deus, por me tornar uma pessoa mais forte e capaz todos os dias.

À minha família, por me incentivar a cada dia da minha jornada mesmo como os grandes desafios à frente e entender minha ausência em tantos momentos no último ano.

Aos meus pais, por investirem em mim em toda minha vida.

À FECAP, instituição de ensino que me proporcionou ainda mais desenvolvimento no meu conhecimento e na minha formação.

Ao Prof. Dr. Edson Ricardo Barbero, meu orientador, por me ajudar em um dos grandes momentos de minha vida, mostrando o quanto sou capaz de crescer e de me tornar uma excelente profissional.

Aos membros da banca, Prof. Dr. Eduardo Pinto Vilas Boas e Prof. Dr. Wanderley Carneiro, pela atenção, pelos comentários para o aprimoramento do trabalho e observações fundamentais e relevantes para a finalização desta pesquisa.

À Thays Cabette, minha revisora, que ajudou não somente na revisão do texto, mas sim no engrandecimento da minha escrita.

Aos colegas do mestrado com quem estudei, que passaram pelas mesmas etapas e ajudaram em meu crescimento.

Às amigas Samantha Coghi Zambon, Louise Cremonezi Nazareth e Tayná Triguero Dante da Silva, que me auxiliaram emocionalmente nos momentos árduos.

Resumo

O presente trabalho de mestrado contribui para os programas de graduação de Ensino Superior com grades curriculares que apresentam a ênfase em Empreendedorismo ao analisar como o processo de formação empreendedora influencia seus estudantes em suas vivências profissionais após a formação acadêmica e como experienciaram a transmissão destes conhecimentos em sala de aula. Para tanto, foram realizadas entrevistas com alunos egressos de uma instituição situada na cidade de São Paulo cuja formação em Administração oferece classes dedicadas ao tema e cujos anos de formação estiveram entre 2011 e 2017. A pesquisa é de cunho qualitativo com a utilização da técnica de entrevistas semiestruturadas aplicadas aos 13 egressos que aceitaram fazer parte do estudo. Para um maior embasamento técnico da pesquisa optou-se ainda pela realização de um debate com um docente do curso da ênfase, cujo conhecimento sobre a construção do conteúdo programático e da metodologia aplicada nas disciplinas de empreendedorismo ofereceram uma visão ampla sobre o processo de formação, possibilitando a triangulação entre expectativas externas, a perspectiva do corpo discente e o contraponto daquele que leciona. Como resultado da análise, identificou-se nos entrevistados significativa influência positiva e favorável em suas vidas profissionais. Também afirmou-se o quanto o conteúdo programático e metodologia eram muito apropriados e condizentes com a realidade vivenciada no mercado de trabalho. A perspectiva da docência enriqueceu o entendimento do processo de estruturação do projeto de aulas das disciplinas da ênfase em Empreendedorismo. Espera-se que os resultados obtidos neste trabalho agreguem nos debates realizados na esfera educacional ao fornecer subsídios concretos e realistas sobre a forma do aprendizado do tema empreendedorismo e a relevância da educação empreendedora, seja aplicada às matérias obrigatórias de graduação ou na ênfase dedicada ao tema.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Educação empreendedora. Aprendizagem empreendedora.

Abstract

The present master's work contributes to the undergraduate programs of Higher Education with curricular grades that present the emphasis in Entrepreneurship when analyzing how the process of entrepreneurial formation influences its students in their professional experiences after the academic formation and how they experienced the transmission of this knowledge in classroom. For this purpose, interviews were conducted with students from an institution located in the city of São Paulo, whose training in Administration offers classes dedicated to the subject and whose years of training were between 2011 and 2017. The research is qualitative with the use of the technique of semi-structured interviews applied to the 13 graduates who accepted to be part of the study. In addition, a debate was held with a teacher of the course of emphasis, whose knowledge on the construction of the program content and methodology applied in the subjects of entrepreneurship offered a broad vision on the process of formation, allowing the triangulation between external expectations, the perspective of the student body and the counterpoint of the one who teaches. As a result of the analysis, the respondents identified significant positive and favorable influence in their professional lives. It was also stated how much the program content and methodology were very appropriate and consistent with the reality experienced in the labor market. The perspective of teaching enriched the understanding of the process of structuring the project of classes of the disciplines of the emphasis on Entrepreneurship. It is hoped that the results obtained in this work will aggregate in the debates carried out in the educational sphere by providing concrete and realistic subsidies on the form of learning the theme of entrepreneurship and the relevance of entrepreneurial education, whether applied to compulsory undergraduate subjects or in the emphasis dedicated to the theme.

Keywords: Entrepreneurship. Entrepreneurial education. Entrepreneurial learning.

Sumário

1	Introdução.....	01
2	Revisão Teórica.....	04
2.1	Empreendedorismo nas Instituições Acadêmicas.....	04
2.2	Educação Empreendedora.....	07
2.3	Formação de Adultos - Andragogia.....	09
3	Método.....	12
3.1	Questionário de Pesquisa e Coleta de Dados.....	12
3.2	Método de Análise dos Resultados.....	14
4	Análise dos Dados.....	15
4.1	Análise das Entrevistas Realizadas.....	15
4.2	Análise do Debate com o Docente.....	21
5	Considerações Finais.....	23
	Referências	28

1 Introdução

As temáticas ligadas ao empreendedorismo têm fomentado o surgimento de uma geração de indivíduos que, cada vez mais, se ingressam em abrir seus próprios negócios. Conforme o relatório de 2016 do Global Entrepreneurship Monitor – GEM, entidade de referência no processamento e análise de dados sobre o setor de empreendedorismo em escala mundial, o Brasil está entre os primeiros colocados no *ranking* dos países com maior potencial para o surgimento de novos empreendedores nos próximos 3 anos, independentemente destes interessados já possuírem ou não outros negócios.

Ainda que o Brasil esteja em lugar de relativo destaque quanto ao potencial de futuros geradores de negócios e inovação, observa-se que em relação à taxa de empreendedores em estágio inicial está posicionado em 10º lugar na classificação geral do *ranking* quando em comparação entre 65 países e aparece na posição de número 8 no segmento de impulsionado por eficiência em comparação com outras 31 nacionalidades, conforme informações do GEM. Estudos apontam que o motivo da ocorrência do Brasil está posicionado nestas classificações citadas anteriormente, pode ser explicado pelo início tardio do país em atividades de desenvolvimento da área, cuja inserção nos debates teriam ocorrido somente em meados dos anos 90. Por outro lado, pesquisadores afirmam que houve a falta de interesse dos empreendedores em meio a uma estrutura econômica que pouco demandaria de ação por parte destes no período que sucedeu a redemocratização do país pois a maioria das empresas a se estabelecerem eram trazidas dos Estados Unidos e Europa, e replicavam o modelo internacional pronto e somente eram adaptadas para atender às especificações brasileiras.

De acordo com a definição de Shane e Venkataraman (2000), o empreendedorismo constitui um processo que envolve a descoberta e geração de novas oportunidades para criar produtos e serviços para as organizações e sociedade. Kuratko (2003) menciona que é necessário ter tenacidade para inovar ou criar algo diferente, pois o empreendedorismo é muito mais do que simplesmente criar uma empresa. O processo de criação pode ser desenvolvido por qualquer pessoa tendo ou não capacitação designada para uma atividade empreendedora, dentro ou fora das empresas (Henrique & Cunha, 2008; Kuratko, 2003). Porém, empreender consistiria, assim, em assumir risco em suas criações e transformar sua ideia em algo próspero para a sociedade a qual a empresa está integrada.

Estudos indicam que atualmente as Instituições de Ensino Superior (IES) priorizam mais o aprendizado preparatório de seus estudantes para capacitação de trabalho em grandes empresas (Kuratko, 2003) e a forma na qual os funcionários devem se comportar em seus

empregos (Welsh, Tullar, & Nemati, 2016). Desta forma, compreende-se como indicativo a possibilidade de disciplinas relativas ao empreendedorismo não serem exploradas com maior intensidade e relevância nas IES brasileiras como fundamento principal na grade curricular, quando muito tendo espaço, sim, como carga disciplinar de caráter optativo em alguns cursos de Administração ou Economia por conta da interligação das temáticas.

O aprendizado e a personalidade do estudante de empreendedorismo são moldados por meio da cultura da educação empreendedora (Krueger & Brazeal, 1994). Se o estudante for inserido em um ambiente acadêmico com profissionais empreendedores que relatam suas vivências sobre o tema durante o curso, há uma maior possibilidade de assimilação da teoria com a prática (Shapero, 1982). Obtendo essas informações, os estudantes têm a oportunidade de explorar e aprimorar melhor algumas características da personalidade empresarial e, assim, aumentar o interesse em ser um empreendedor (Shapero, 1982).

A educação empreendedora pode impulsionar a expansão do aprendizado em estudantes inovadores e proativos, bem como qualificar melhor os empreendedores para trabalharem em organizações ou abrirem seus próprios negócios (Guerra & Grazziotin, 2010).

Rauch e Hulsink (2015) reforçaram que um dos fatores que fomentam o interesse pela educação empreendedora é a influência que o empreendedorismo representa para o crescimento econômico e o nível de emprego, ideia que é corroborada por Duval-Couetil (2013) ao destacar que o ponto principal da forma de educação é oferecer aos estudantes conhecimento, habilidades e competências necessárias para criação e gerenciamento de empresas, agregando valor social e econômico para sociedade, assim gerando mais empregos e renda.

A Global Entrepreneurship Monitor (2015) enfatiza que a difusão das atividades empreendedoras está correlacionada ao grau de educação e ao nível de capacitação dos indivíduos. Contudo, a pesquisa reforça que no Brasil as instituições educacionais ainda não possuem uma estrutura completa para auxiliar os estudantes no ensino do empreendedorismo. Guerra e Grazziotin (2010) ratificam que a educação empreendedora ainda é limitada no Brasil ao levar em conta que os cursos oferecidos sobre empreendedorismo têm um enfoque restrito em desenvolvimento de planos de negócios.

Para contribuir com o desenvolvimento da educação empreendedora do Brasil, Lima, Lopes, Nassif e Silva (2014a) indicam algumas recomendações práticas para auxiliar na ampliação das ações a serem adotadas pelas instituições de ensino, incentivando a melhora na educação empreendedora para os estudantes, sendo estas: (i) as instituições não devem se limitar somente na aprendizagem de gestão de negócios, mas enaltecer também o desenvolvimento das competências empreendedoras nas aulas práticas; (ii) explorar novas

metodologias e técnicas que possibilitam aos estudantes aplicarem seu aprendizado, integrando esforços e fomentando a atividade empreendedora na instituição e entorno dela; (iii) criar um equilíbrio das aulas teóricas tradicionais com as aulas que estimulam à prática empreendedora, por meio de atividades extracurriculares e aulas de experimentação empreendedora.

Com isso, este trabalho tem como proposição instigar nos interessados sobre o tema e, principalmente, nos docentes e pesquisadores que trabalham diretamente na área uma reflexão sobre a educação empreendedora disseminada aos estudantes universitários, bem como entender a forma que este arcabouço de informação é assimilado por eles e como este conhecimento influencia a evolução da vida profissional após a formação acadêmica.

Para tanto, tomará como base a realização de entrevistas com ex-alunos em nível de graduação na área de Administração cujas escolhas tenham sido a ênfase em Empreendedorismo e, posteriormente, decodificação dos dados compilados. Todos os estudantes ouvidos são parte do corpo de formados da mesma entidade de ensino cuja escola de negócio está entre as primeiras do Brasil a oferecer especialização na área, com quase oito anos de *know-how* e turmas graduadas desde 2011. A ênfase em Empreendedorismo é uma das quatro áreas de escolha e compreende um ano completo da grade curricular dedicado ao tema.

Assim, esta dissertação almeja responder à seguinte pergunta: como a educação empreendedora influencia a carreira profissional de alunos egressos de Administração que optaram pela ênfase em Empreendedorismo durante a graduação?

Explorando a temática da educação empreendedora e dada a pertinência da questão levantada para o cenário atual em que o interesse sobre o assunto cresce, este trabalho tem como objetivos principais o de avaliar o efeito da formação focada no conceito de empreender em estudantes que tenham experienciado este conceito como ênfase em suas graduações, identificar lacunas dessa educação empreendedora e recomendar modificações metodológicas em seu processo de ensino.

Além desta introdução, o presente trabalho está organizado em cinco tópicos que instigam o entendimento do efeito da educação de nuance empreendedora nos estudantes de nível Superior. Os tópicos explorados abarcam uma breve revisão teórica sobre o tema, a estruturação e aplicação metodológica escolhida para a pesquisa, a análise detalhada dos dados colhidos, consideração final e, por fim, melhorias possíveis para a grade curricular da disciplina de Empreendedorismo e a metodologia de ensino aplicada.

2 Revisão Teórica

2.1 Empreendedorismo nas Instituições de Ensino

Existente desde o século XVIII cuja origem francesa remonta à palavra “*entreprendre*”, o termo empreendedorismo foi utilizado por Richard Cantillon em 1755 para descrever o indivíduo que exerce o julgamento comercial diante da incerteza, quando primeiro introduz a ideia ao vernáculo em seus escritos sobre economia. Contudo, o primeiro a conceituar o termo como sendo aquele que abre o próprio negócio foi Jean Baptiste Say, em 1803 (Hashimoto, 2006).

Um dos principais teóricos clássicos do empreendedorismo, Joseph Alois Schumpeter apresenta em sua obra *Teoria do Desenvolvimento Econômico*, publicado em 1911, o empreendedor como alguém que insere a inovação no sistema econômico e a transforma em realidades de mercado. Há, porém, uma distinção entre as figuras do capitalista e do empreendedor (Schumpeter, 1982), já que este segundo se preocupa com a direção da empresa mesmo não sendo, necessariamente, o dono dela; já o capitalista somente pensa no lucro da organização de negócios. Dessa maneira, enquanto o capitalista se adapta às circunstâncias, enquanto o empreendedor inova frente aos novos cenários.

Segundo Dyer (1992), esta terminologia era, ao longo do Renascimento, usualmente, utilizado para descrever os aventureiros mercantes¹, designada aos comerciantes ingleses envolvidos em qualquer comércio de exportação e representavam aqueles que estavam dispostos a se aventurar ou arriscar seu dinheiro em empreendimentos especulativos.

Tendo como berço os Estados Unidos da América, a primeira instituição a ministrar um curso sobre empreendedorismo foi Harvard Business College no ano de 1949. Posteriormente, em 1953, Peter Drucker ofertou cursos na Universidade de New York, segunda pela Babson College, que deu início o primeiro curso em nível de graduação em 1968 (Artuso, Palladino, & Ricciardelli, 2012).

Para Drucker (1987), as instituições de ensino focaram demasiadamente na prática empresarial, preparando os profissionais para as grandes organizações, as quais já possuem seus conceitos e planos de negócios formados. Com isso, esquecendo-se da formação para os primeiros passos da criação de uma empresa nova e, assim sendo, sem fundamentos prontos.

Compreende-se que para alcançar o sucesso de uma excelente estratégia para o ensino do empreendedorismo, porém, é preciso estimular a mentalidade empresarial dos jovens, incentivar a criação de novos produtos ou empresas (Filion, 1999).

¹ *Merchant adventures*: Aventureiros Mercantes.

Contudo, nos dias atuais, é perceptível uma preocupação mais substancial com o enfoque teórico do cenário epistemológico do empreendedorismo (Cheung & Au, 2010; Giovanela, Gouveia, Frâncio, & Dalfano, 2010). Na área do aprendizado acadêmico, existem habilidades que podem ser ensinadas mais facilmente para os estudantes, compondo conhecimentos de cunho prático como a arte de inovar, a criação de novos projetos ou como tornar-se mais proativo. Por outro lado, conceituações teóricas apresentam maior dificuldade de demonstração que a experiência empírica (Lautenschläger & Haase, 2011). Todavia, o exercício de aprendizagem pode ser transformo por meio de processos mais dinâmicos tendo, com isso, as aulas tradicionais que possibilitam a melhor compreensão dos aspectos teóricos e culturais sobre determinado assunto (Honig, 2004; Peterson & Limbu, 2010).

Salusse (2013) descreve que existem 2 modelos de aprendizado. O modelo lógico causal é definido pelo encontro de objetivos que o empreendedor almeja alcançar, podendo desta maneira identificar as lacunas que dificultam a realização destes; enquanto o lógico effectual refere-se ao momento em que o empreendedor traz consigo uma pré-ideia e busca, assim, outros empreendedores para investir conjuntamente. Neste segundo caso a ideia pode, futuramente, ser alterada conforme o desenvolvimento do projeto.

Vesper (1987) preconiza alguns modelos didáticos – conhecido como Modelo Vesper - para melhoria de resultados no ensino do empreendedorismo como elaborar e criar uma escola empreendedora, encorajar os estudantes na procura da comunicação com empreendedores e, por fim, não delimitar as experiências empreendedoras somente nas salas de aula ou na grade curricular.

Simon (1996) conduz o pensamento de que o ensinamento do empreendedorismo está ligado não somente às preocupações com planos de negócios e nos estudos de caso, mas na disciplina aplicada, conectada diretamente com os preceitos do design já que constitui um processo de vários fatores tal qual a observação, a busca e elaboração de alternativas, o pensamento crítico dos próprios ideais, a criatividade, a solução dos problemas e então, por fim, a criação do projeto. Com esse conjunto de ferramentas pré-estipuladas concatenadas com a pesquisa de campo, a criação e o valor agregado, o empreendedorismo transforma-se em um centro gerador de oportunidades para a sociedade em que se encontra inserido.

A educação empreendedora no Brasil começou de forma tardia quando comparada ao expoente norte-americano, tendo a Fundação Getúlio Vargas (FGV) como a primeira instituição de ensino superior a ministrar o conteúdo em sua base acadêmica. Andreassi e Tasic (2009) analisam que o estudo do empreendedorismo, até os anos 90, era um estudo bem iniciante, ministrado somente como matéria eletiva nos cursos de Gestão Empresarial. Contudo,

atualmente é disciplina aplicada na grade curricular das grandes escolas de negócios nos cursos de graduação pelo país.

Ao pesquisarem sobre um modelo na estruturação de programas de empreendedorismo no contexto brasileiro Andrade e Torkomian (2011) não encontraram nenhuma diretriz semelhante à instituída por Vesper (1987) e notaram a necessidade de se criar um modelo similar, englobando valores comportamentais, socioculturais e econômicos específicos do país, dada a importância desta pesquisa para a educação empreendedora dos jovens brasileiros e das mudanças de percepção após a vivência de ambos na instrução do empreendedorismo.

De acordo com o último relatório do Estudo GUESS Brasil (2013), o país possui uma gama de fóruns, congressos e encontros científicos que disseminam a importância da educação empreendedora nas instituições de ensino. É possível encontrar centros de empreendedorismo e células empreendedoras nas universidades que trabalham como ferramentas de incentivo aos alunos a desenvolvimento de atitudes empreendedoras, não somente no estímulo à abertura de seus próprios negócios, como ainda o fomento ao intraempreendedorismo, importante na geração de benefícios diretos para a sociedade.

Para Palomba e Banta (1999), é necessário olhar não apenas para o conhecimento ou perfil dos estudantes de empreendedorismo, mas também para aquilo que o programa de ensino transmitirá a eles. A análise tem que ser realizada sob a ótica do conteúdo ministrado nos cursos na medida em que, ao final, se tenha a certeza de que os estudantes terão o conhecimento, as habilidades e os valores agregados condizentes a um graduado em empreendedorismo.

Portanto, para o ensino acadêmico com ênfase na educação empreendedora é essencial enfoque naquilo em que o ingressante universitário realmente precisa aprimorar para se tornar um empreendedor de sucesso, as contribuições do curso para o seu crescimento, quais as abordagens e as implementações obrigatórias para essa formação, metas e objetivos dentro e fora das instituições e os instrumentos de avaliação para, ao final, examinar o progresso do estudante e do curso, realizando melhorias para os cursos futuros (Hutchings & Marchese, 1990).

2. 2 Educação empreendedora

A educação empreendedora constitui o processo de fornecer aos indivíduos a capacidade de reconhecer oportunidades comerciais e a percepção, autoestima, conhecimento e habilidades

para agir sobre elas. Inclui instrução na reconhecimento de brechas de oportunidades, comercialização de um conceito, organização de recursos em face ao risco e início de um empreendimento comercial (Jones & English, 2004).

No conceito de Mc Mullan e Long (1987), o conceito de maior influência na educação empreendedora está nas questões socioeconômicas.

Em um projeto que reúne anualmente figuras dedicadas ao tema realizado em 2008 pela Comissão Europeia e os especialistas em educação para empreendedorismo (European Commission Enterprise & Industry Directorate-General, 2008), dividiu-se a educação empreendedora sob a luz de três principais objetivos:

- a) Conscientizar e desenvolver a motivação do empreendedorismo entre os estudantes;
- b) Capacitar os estudantes nas questões necessárias para criar seus negócios e saber como administrá-los;
- c) Criar e ampliar as habilidades empresariais necessárias para encontrar e aprimorar novos negócios e averiguar novas oportunidades.

Com diretrizes programáticas específicas para a educação empreendedora, há a tendência do incremento na qualidade de ensino do empreendedorismo e, por consequência, a maior preparação destes estudantes para suas atividades autônomas ou em trabalhos nas organizações corporativas. O sucesso de tais condições citadas gera um significativo impacto socioeconômico na população e contribui beneficentemente na geração de novos negócios (Guerra & Grazziotin, 2010).

No entendimento de Preston e Green (2003), em relação do ponto de vista educacional, o melhor método de mensurar o impacto de uma intervenção educacional é a comparação das diferenças e semelhanças entre outros países e seus sistemas, realizando análises de paralelos macrocausais e de microindicadores.

Pesquisa anual do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) apontou, em 2016, o aumento no número de programas educacionais na área do empreendedorismo no Brasil. Embora haja diferenças no enfoque metodológico dos cursos ofertados, a finalidade no incentivo ao desenvolvimento econômico e social no ambiente organizacional é ponto semelhante (Holmgren & From 2005).

Análoga à adversidade da aceção de empreendedorismo, não há uma definição unificada e clara sobre a educação empreendedora na literatura (Garavan & O'Conneide, 1994). Com isso, é possível observar a existência de distinções quanto à educação empreendedora com relação ao conteúdo programático, modelo didático e resultado esperado por cada instituição ao final de cada curso (Linan, 2004). Ainda que pesquisadores tenham se debruçado na

comparação entre a educação empreendedora e a educação convencional como objetivo, apontando semelhanças e diferenças entre elas (Mc Mullan & Long 1987), nas abordagens atuais o tema é discutido em torno da metodologia, objetivo e ensino didático (Linan, 2004).

De acordo com Block e Stumpf (1992), alguns estudantes que frequentam o programa de educação empreendedora almejam ser empreendedores, outros intentam explorar o tema de uma maneira mais intelectualizada para poder compreender mais profundamente o cerne do tema e, por fim, outros têm o ensejo de distinguir melhor a necessidade do empreendedorismo e sua aplicação para empresas já estabelecidas. O entendimento desses interesses corrobora com o pensamento de Cope (2005), que afirma que a educação empreendedora é um processo dinâmico de conscientizar, analisar e aplicar o aprendizado de empreendedorismo e as experiências obtidas em resultados funcionais.

Oosterbeek, Praag e Ijsselstein (2010) questionam dois pontos negativos nos programas de educação empreendedora em contraponto aos benefícios já apontados. A primeira está relacionada à obrigatoriedade dos programas de educação empreendedora algumas instituições. Colocam-se, no mesmo ambiente, estudantes interessados sobre o tema, mentes empreendedoras e outros participantes que não possuem qualquer afeição sobre o assunto, porém, todos com a obrigação da participação nas aulas. A segunda ponderação refere-se ao fato de que, segundo a visão de Oosterbeek et al. (2010), alguns programas são ineficazes e precisam ser revistos. Para esses autores é essencial uma investigação e um aprofundamento sobre o tema, levando em conta a falta de certeza sobre a influência do impacto da educação empreendedora devido, muitas vezes, a resultados ambíguos ou insignificantes quando da realização de pesquisas específicas.

Contudo, outros estudos como Cheung (2008), Fayolle (2000), Kruzic et al. (2010), Liao e Gartner (2007), Wee (2004) e Zhao, Seibert e Hills (2005) ratificam a importância da educação empreendedora para fomentar a atividade empreendedora e a economia.

Para Paço, Ferreira, Raposo, Rodrigues e Dinis (2011), a educação empreendedora possui um efeito significativo em relação à propensão de estudantes terem vontade de abrir negócios próprios e em engrandecerem o interesse nesta área como escolha de carreira (Wilson, Kickul, & Marlino, 2007).

Tendo como amostra de estudo uma universidade sueca, Rönnqvist e Rigley (2010) concluíram que o ensino da educação empreendedora tem beneficiado os estudantes graduados na percepção da mudança em suas atitudes e habilidades empresariais. Esses alunos, ao final do curso, notaram uma adequação na compreensão e abordagem de tomada de decisão, bem como capacidade de refletir e avaliar uma oportunidade existente. A pesquisa apontou

consonância em como o ensino com experiências práticas passa a ser mais compreensível, promovendo aos estudantes a possibilidade de explorar previamente suas ideias e averiguar a aplicabilidade na realidade de suas próprias empresas ou na sociedade. Assim, foi passível de inferir que a educação empreendedora emprega um impacto positivo nos universitários, principalmente na identificação de oportunidade e comunicação com outros empresários na perspectiva de parceria futura.

No Brasil, um marco importante para a educação empreendedora iniciou-se em 1984, quando Silvio Aparecido dos Santos desenvolveu uma disciplina no curso de Administração na Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo e criou um grupo de criadores de empresas, cujo objetivo era auxiliar potenciais empresários que tinham o interesse em abrir seu próprio negócio, aproximar investidores interessados em capital de risco, professores e outras empresas que poderiam ajudar de algum modo. (Krakauer, 2014).

Em 2016, o Sebrae elaborou o Programa Nacional de Educação Empreendedora com o objetivo ampliar, promover e propagar a educação empreendedora nas instituições de ensino formal. Esta iniciativa promove o estímulo à cultura empreendedora para todos os níveis de estudantes em todo país e ajuda na reflexão para uma futura carreira profissional no setor.

Krakauer (2014) enfatiza que estudos demonstram a necessidade de uma pesquisa empírica mais aprofundada sobre educação empreendedora no contexto brasileiro, pois os estudos recentes tomam como medida comparativa de base em outros países e, por conseguinte, em realidades que não correspondem às idiossincrasias nacionais.

2. 3 Formação de adultos - Andragogia

O termo Andragogia foi tratado inicialmente por Alexander Kapp (1833) sob a definição a composição de *andros* (homens) + *agogia* (ação de conduzir), compreendendo então como significado “a arte de liderar adultos” (Ferreira, 1999). Porém, na década de 1970, Malcolm Knowles, grande disseminador do conceito e sua nomenclatura, definiu a palavra como “a arte ou a ciência de orientar adultos a aprender” (Knowles, 1978).

De acordo Knowles (1978), no processo de aprendizagem, o adulto é considerado um indivíduo autônomo, responsável, dotado de inteligência, consciente, que possui experiências de vida e motivações intrínsecas. Para melhor delimitação da ideia, classificou algumas características básicas de um estudante adulto:

- (i) Autoconceito: o estudante satisfaz suas necessidades e se compromete com suas responsabilidades, assim sente-se capaz de tomar suas próprias decisões e admira como é tratado pelos outros;

- (ii) Experiência: as experiências acumuladas oferecem uma boa base para o novo aprendizado e conseqüentemente um amplo e rico volume de recursos de aprendizagem disponível para o adulto;
- (iii) Prontidão para a Aprendizagem: o adulto se interessa em aprender algo que está relacionado com o seu cotidiano e situações reais de sua vida;
- (iv) Aplicação da Aprendizagem: a aplicação prática do objeto de estudo, sendo seu o maior interesse o conhecimento com função imediata; com isso, o estudante percebe que este novo conhecimento, poderá ajudá-lo a desempenhar outras tarefas e resolver problemas de outra maneira;
- (v) Motivação para Aprender: os adultos são mais afetados pelas motivações internas, pela autoestima e meta realizada; do que as motivações externas, que estão ligadas ao desejo de obter recompensas e prêmios.

A Andragogia se diferencia da Pedagogia, por sua vez a ciência e a técnica adotada na educação da criança, devido à forma de como é disseminado o ensino. Porém, DeAquino (2007) afirma que os estudos que abarcam a Pedagogia e a Andragogia não são opostos, mas sim complementares, pois enquanto a aprendizagem primária é tratada pela Pedagogia, a Andragogia responde ao estudo contínuo dos assuntos correlatos ao ensino da área. Ainda que discrepem qual a metodologia aplicada em cada um dos casos, Knowles, Holton III e Swanson (2009) destacam, contudo, algumas situações para o uso do método da pedagogia também ser utilizado para ensinos de adultos, seja quando o adulto não tem conhecimento ou familiaridade com o assunto, quando o adulto está muito tempo sem estudar sobre o tema ou mesmo quando o adulto não possui capacidade de ser questionador.

Com o método andragógico, o professor passa a ser um facilitador, trabalhando com as técnicas de estudos em grupos, seminários e estudos de casos (Bellan, 2005). Assim, o aluno é estimulado a encontrar novas fontes de conhecimentos e debater assuntos que o professor aborda ou quando instiga o pensar com perguntas no começo da aula, subterfúgios estes para incentivar o desenvolvimento da responsabilidade e a criatividade do aluno na resolução de problemas (Mizukami, 1986).

Néri (2000) ratifica que para melhor fixação do aprendizado, o aluno deve aplicar na prática o conteúdo aprendido, pois assim consegue reter melhor a informação e se sente motivado a prosseguir os estudos, linha de entendimento semelhante àquela seguida por Cavalcanti (1999). Por sua vez, Cavalcanti (1999) traça paralelos aos estudos do professor e pesquisador Kevin Miller quanto ao modo que os estudantes adultos apreendem conhecimento, considerando que podem reter somente 10% do que ouvem no período de 72 horas, porém são

capazes de recordar 85% do que ouvem, veem e fazem no mesmo tempo estipulado acima. Miller ainda menciona em seu estudo que as informações mais fixadas serão aquelas recebidas nos primeiros 15 minutos da palestra ou aula.

Ao estipular os pontos principais de incentivo ao aprendizado de adultos na esfera profissional, a Comissão Europeia (European Commission, 2008) encontrou como motivadores o aumento da probabilidade de encontrar um trabalho, aumento da renda, a estabilidade no emprego e o desenvolvimento pessoal e de competências profissionais.

As metodologias criadas por Knowles (1980) expressam a forma como o modelo andragógico deve ser direcionado pelos educadores, principalmente, no âmbito da educação empreendedora, na medida em que o adulto precisa ser estimulado de maneira diferente para compreender e interagir com o determinado assunto.

Assim, esta moldura conceitual corrobora com Bosma, Autio, Coduras e Levie (2009) que menciona sobre como a educação empreendedora pode auxiliar no desenvolvimento da cultura empreendedora dos alunos adultos por meio do enriquecimento do conhecimento, gerando atitudes, atividades e aspirações empreendedoras, as quais fomentam o espírito empreendedor e criam cada vez mais oportunidades de carreira.

3 Método

3.1 Questionário de Pesquisa e Coleta de Dados

Como metodologia que embasa a presente dissertação, tomou-se como medida a pesquisa de caráter qualitativo. De acordo com Flick (2009), a pesquisa qualitativa está relacionada ao entendimento dos indivíduos e suas vidas cotidianas, para além da mensuração numérica de grande escopo de amostras. Tendo como escolha um conjunto de alunos graduados em Administração que tenham optado pelos estudos com ênfase em Empreendedorismo, a motivação pela preferência desse método se deu pela possibilidade de endossar uma reflexão mais aprofundada sobre o real reflexo da educação empreendedora em suas vidas profissionais. Dinâmicas que têm como primazia a análise de reflexões que demandam complexidade exigem igualmente pesquisas de cunho qualitativo.

Sampieri, Collado e Lucio (2006) pontuam como características essenciais da pesquisa qualitativa a falta de interesse em medir estatisticamente as amostras obtidas, tendo, em detrimento, o interesse na busca do envolvimento direto com o entrevistado e suas experiências vividas, bem como a proposição de entender com profundidade o entrevistado, permitindo ao emissor a transmitir sua mensagem em sua própria linguagem.

A amostragem utilizada foi não probabilística, sendo sua escolha pela conveniência, composta por estudantes formados na escola de negócios entre 2011 e 2017 de uma renomada instituição de ensino superior da cidade de São Paulo. Em comum, todos têm a formação em Administração, sendo um dos quatro anos de graduação com a concentração em temáticas ligadas ao empreendedorismo. Foram convidados 30 egressos para serem parte da pesquisa, porém, somente 13 aceitaram o convite para participar do processo de entrevistas.

Para alcançar o êxito nesta pesquisa, foi selecionado um modelo de metodologia compartimentado em duas etapas, sendo a primeira rodada de entrevistas e um segundo momento dedicado a especialista da área por meio de um debate.

Para o trato das informações da pesquisa qualitativa com ex-alunos, foi desenvolvida a estrutura de entrevista semiestruturada tendo como objetivo principal analisar a influência da educação empreendedora após a formação acadêmica. Esse tipo de entrevista é caracterizado por uma abordagem focada em um roteiro previamente elaborado para não enviesar a pesquisa.

De acordo com Manzini (2003), um dos pressupostos de uma entrevista semiestruturada é a direção a que é conduzida essa conversa com um roteiro de questões principais estabelecidas complementadas com outras perguntas peculiares às circunstâncias desenvolvidas no momento da entrevista.

O roteiro da pesquisa foi composto, na primeira parte, por questões que possibilitam a identificação do perfil do entrevistado com dados como gênero, ano de conclusão, área de atuação e, na segunda parte, por indagações abertas, elaboradas utilizando como base os objetivos específicos da pesquisa, ou seja, a influência da educação empreendedora na vida profissional do entrevistado. Este processo viabilizou a obtenção de informações de maneira mais espontânea e respostas não relacionadas a um padrão pré-estipulado de alternativas. Cada entrevista teve duração de 1 hora.

Para se obter uma visão mais aprofundada do estudo, foi tomado como referência para a elaboração do questionário a junção de dois diferentes formulários de pesquisa sobre a influência do empreendedorismo na vida profissional realizado com estudantes em instituições internacionais aplicados por Lorz (2011) e Liñán e Cheng (2009), adaptando o conteúdo para o contexto brasileiro.

Após a montagem do questionário foi realizado um pré-teste por meio de uma entrevista com um participante que atendia os critérios estabelecidos pela pesquisa e que poderia fazer parte da amostragem. A partir das informações obtidas, foram efetuadas algumas alterações no roteiro da pesquisa, tendo algumas questões modificadas para se adequarem aos objetivos da pesquisa.

Os dados obtidos são confidenciais, garantindo o sigilo e o anonimato aos informantes, questão ética de premissa em entrevistas em profundidade (Allmark et al., 2009).

A segunda etapa dedicada à pesquisa se deu por meio de um debate com docente das disciplinas da ênfase em Empreendedorismo na mesma entidade de ensino dos entrevistados para analisar o conteúdo programático curricular do curso, essencial para melhorar os níveis de excelência na disseminação do conhecimento.

Para a aplicação desta metodologia de pesquisa, foi convidado um professor da instituição para explanar sobre o conteúdo programático utilizado nas aulas da ênfase de Empreendedorismo e explorar os resultados obtidos nas entrevistas com os estudantes, interligando a visão dos alunos e a do professor sobre o mesmo ponto na busca por responder à questão primária do trabalho, ou seja, a influência da educação empreendedora nos alunos da ênfase de empreendedorismo.

A entrevista foi presencial e durou cerca de 1 hora. A compilação dos dados analisados e os resultados obtidos foram transcritos na próxima seção desta dissertação.

3.2 Método de análise dos resultados

A análise tem como uma das principais metas obter e compreender as informações auferidas com a maior prudência possível para não haver nenhum descarte de dados importantes para o entendimento da pesquisa (Sampieri et al., 2006).

As entrevistas foram avaliadas por meio do método de análise interpretativa. Esse método foi escolhido, pois proporciona trazer para a realidade a expressão das experiências vivenciadas por cada entrevistado e as influências da educação empreendedora que se obteve ao longo de sua vida empreendedora para além da formação acadêmica.

Na seção de Análise de Dados foram transcritos alguns trechos relevantes de cada participante para cada pergunta específica da entrevista e o relato do docente no debate.

4 Análise de Dados

Para melhor entendimento, esta seção está dividida em duas partes: o primeiro segmento contém a análise das entrevistas realizadas com os estudantes egressos e, a segunda parte, o debate com o docente da instituição.

Para um melhor conhecimento da amostra de entrevistados analisada, do total de 13 egressos que aceitaram fazer parte da pesquisa, 8 se declaram homens e 5 das participantes mulheres, sendo eles predominantemente do ano de conclusão de curso de 2015, obtendo 2 participantes em 2013, 2 participantes em 2014, 8 participantes em 2015 e 1 participante em

2017. Na questão de atuação profissional, a maioria dos entrevistados possuem Franquias, correspondendo a 6 participantes. Para as demais opções, 3 participantes têm suas próprias empresas, 3 participantes não possuem empresas e somente 1 participante possui empresa familiar.

4.1 Análise das entrevistas realizadas

Esta seção contém a sequência das questões do questionário proposto aos entrevistados com a análise respectiva de suas respostas. Por questão de confidencialidade, os nomes não serão divulgados.

Questão 1 – Porque a carreira de empreendedor te atraiu mais?

Dos entrevistados que possuem empresas próprias todos responderam que o que atraiu mais na possibilidade se dedicarem ao empreendedorismo foi o fato de, primeiramente, não terem chefe e serem dono do próprio negócio. Para alguns, o ato de empreender é visto como uma forma de auxiliar a transformação das empresas e da sociedade, ajudando as pessoas com novos serviços ou produtos que facilitam suas vidas. Destacaram que, por mais que seja penoso criar e administrar uma empresa, é uma realização pessoal acompanhar o início e o crescimento do seu próprio negócio.

Segundo os entrevistados que não possuem empresas, foram feitas menções sobre a atratividade do empreendedorismo, que permite a eles se sentirem úteis para o crescimento da organização em que atuam, contribuindo com ideias inovadoras e colaborando para o avanço de suas responsabilidades profissionais.

Na visão da autora da dissertação, os entrevistados demonstraram-se com disposição proativa em seus trabalhos e incentivadores da busca de novas soluções para problemas em suas áreas de atuação, vislumbrando aprimoramento em suas funções ou nas empresas; bem como demonstraram disposição no auxílio a seus colegas de trabalho e no desenvolvimento de um melhor treinamento a seus funcionários.

Questão 2 – Se você tivesse oportunidade, gostaria de abrir seu próprio negócio?

Como a maioria dos entrevistados já possuem empresas, o questionamento teve maior impacto e possibilidade analítico naqueles egressos que não possuem seus próprios negócios.

Dentre os três alunos que não têm empresas, pois trabalham em organizações, somente um não almeja abrir o próprio negócio, pois pensa ser um processo muito complicado e burocrático, assim desanimando quanto à vontade de ter sua própria empresa. Contudo, os

outros dois entrevistados que gostariam de possuir uma empresa não o fazem por falta de aporte financeiro para isso e maturidade para a tomada de decisão. Ainda assim não desistiram da ideia e fazem economias para no futuro conseguir realizar este projeto. Um deles afirmou que também tem receio de sair do próprio emprego para abrir sua empresa, todavia se perdesse o emprego, seria um impulso para abrir o próprio negócio.

O entrevistado que trabalha na empresa de familiares mencionou em sua entrevista que tem vontade em abrir a própria empresa, porém não gostaria de ser concorrente direto de seus familiares e, com isso, tem receio de seguir esta vontade.

Já os entrevistados que possuem franquias como negócios próprios preferiram abrir tal modelo por já terem o projeto pronto, conhecimento sobre faturamento e plano de negócio estruturado.

Na perspectiva da autora, a maioria dos entrevistados se mostraram incentivados em abrir a própria empresa, porém por receios financeiros, emocionais e familiares a vontade é bloqueada ou colocada em segundo plano de vida. Sem tais amarras, porém, optariam por abrir suas empresas em busca de maior satisfação em sua vida profissional.

Questão 3 – Se você fosse abrir uma nova empresa, quem você convidaria para ser seu sócio e por quê?

Quanto à possibilidade de poderem compartilhar sociedade com alguém, pouco mais da metade dos entrevistados – sete deles – mencionaram que convidariam pessoas próximas como familiares e amigos, pois confiam plenamente e acreditam que possuem o mesmo pensamento com relação à melhor forma de administrar uma empresa e nas ambições de crescimento similares. Para eles é inimaginável que possam ser enganados como em tantos casos conhecidos de outras empresas em que existia parentesco ou amizade entre as partes.

Contudo, outra parte dos entrevistados mencionou que não convidariam pessoas próximas por considerarem que não saberiam como agir em uma situação de discussão, que o problema poderia ser direcionado para o um âmbito emocional ou que acarretaria no fim da parceria. Para estas outras seis pessoas ouvidas, o caminho seria procurar um sócio que não fizesse parte de seu círculo de amizade propriamente, mas com as mesmas diretrizes de criação e administração da empresa.

Um dos entrevistados destacou-se na resposta desta questão. A forma de busca por parceria para sua empresa constituiria no anúncio da procura de um investidor para aporte financeiro em troca de uma porcentagem da empresa. Sua prerrogativa, porém, seria a de não permitir que esta pessoa tomasse decisões importantes da empresa junto com ele.

Mesmo com o estranhamento compartilhado pela autora e os entrevistados no que se refere à questão, já que imaginaram ser muito óbvio o resultado e na similaridade das respostas, o destaque foi a seriedade e forma categórica com que muitos alunos dividiram suas reflexões, inclusive nas expressões ao relatavam suas opiniões e nas palavras empregadas

Questão 4 – Algum empreendedor estimulou ou te estimula para abrir uma empresa?

Somente seis entrevistados relataram que foram estimulados por outros empreendedores. Dentre estes, três foram convidados a abrirem a mesma franquia que aquele empreendedor que os impulsionaram, fato que os fizeram se sentirem mais seguros com a fluidez do negócio.

Os outros três entrevistados que possuem franquias não procuraram outros empreendedores, somente fizeram a análise de mercado e verificaram questões pontuais como payback, fluxo de caixa e valores de mercado. O processo foi constituído da análise de muitas franquias e, conseqüentemente, a opção que mais se encaixava no modelo que eles procuravam.

Mesmo aqueles que não são empresários responderam que são estimulados por outros empreendedores e seguem analisando as vantagens e desvantagens de terem empresas próprias ou franquizadas e participam de feiras de negócio e congressos sobre a área que têm mais interesse. Com tais ferramentas se sentem mais preparados para, no futuro, terem a possibilidade de abrir um negócio com mais certeza e confiança.

Outros entrevistados relataram que já sabiam quais ramos gostariam de seguir, pois consideravam que tinham conhecimento técnico e prático na área, o que facilitaria na administração dos processos da empresa. Portanto, mencionaram que não foram incentivados por um empreendedor específico.

Na análise da autora, todos os participantes do questionário foram estimulados de certa forma por algum empreendedor já que o tema está tão visibilizado e acessível nos dias atuais. Ainda que não se dessem conta diretamente ou compreendessem como um estímulo direto, mencionavam ou até mesmo intentavam ser empreendedores de sucesso como Mark Zuckerberg, criador do Facebook, ou Steve Jobs, criador da Apple.

Questão 5 – O quão capaz e confiante você se sentiu, com conhecimento técnico e administrativo, para abrir e administrar um negócio?

Três alunos não se sentiam confiantes no começo para abrir o próprio negócio por terem dúvidas se dariam certo na carreira e se o negócio daria o retorno que esperavam. Estes alunos disseram que compreendiam muito a teoria, porém não sabiam ao certo como colocar em prática os ensinamentos: “Sabe fazer no papel é fácil, porém quando tento colocar para realidade, não tenho mais a confiança de que dará certo. Assim, tenho medo de arriscar e perder dinheiro”, disse um dos entrevistados. Dois alunos não souberam explicar ao certo a falta de confiança para abrir o negócio, se era a falta de habilidade para empreender, o desconhecimento de riscos futuros que encontrariam ou a necessidade de mais conhecimento sobre o assunto.

Duas das trezes pessoas ouvidas já tinham tido empresas que faliram, porém ainda sim, abriram novas negócios e já sabiam no que tinham errado e o que não deveriam fazer novamente. Apesar disso, mencionaram que com o conhecimento teórico, a prática e os desafios de cada dia foram se capacitando cada vez mais, ainda que achem que cada dia é um novo dia e que atribuições novas sempre vão aparecendo. Os entrevistados que possuem franquias se sentiram mais seguros nesta questão do conhecimento, relatando que muitas informações já estavam demonstradas no plano de negócio e que somente seguiram a “cartilha” com algumas

alterações permitidas dentro das limitações, a exemplo de investir em um produto que as outras franquias não vendiam muito ou fazer promoções em seu estabelecimento.

Aquela única pessoa que possui a empresa familiar apontou que somente se sentiu capaz e confiante, pois, além de continuar um comércio que a família já possuía há alguns anos e habilidade comercial, ainda conta com a ajuda de outros amigos que atuam no mesmo ramo e com quem pode trocar informações. Este entrevistado mencionou: “Muitas coisas práticas aprendi com a minha família, vendo como meu avô e meu pai solucionavam seus problemas e como tratavam suas negociações. Por não ter estudo, eles trocavam ideias com outros conhecidos sobre o comércio e viam se dava certo ou não”.

Questão 6 – Em sua opinião, como a educação empreendedora da ênfase de empreendedorismo da instituição de ensino influenciou na sua vida profissional? Indicaria alguma melhoria no curso?

Todos os alunos, à exceção de um dos entrevistados, mencionaram que a ênfase de empreendedorismo influenciou favoravelmente suas vidas profissionais ao aprenderem conteúdos teóricos e práticos que foram aplicados em seu dia a dia. Três destes alunos que já possuem empresas puderam também levar para sala de aula suas dúvidas reais, o que colaborou na solução dos problemas. Para eles também foi perceptível o quanto suas habilidades empreendedoras como criação e inovação de ideias, facilidade na resolução de problemas, liderança e comunicação foram aprimoradas e facilitaram os processos de trabalho. Mesmo percebendo a influência positiva da educação empreendedora da ênfase, 6 entrevistados mencionaram que esta influência não foi a razão principal para abrir suas empresas: “O conteúdo ensinado é muito bom e dá uma boa base, porém não é aprofundando”, relatou um dos entrevistados.

O entrevistado que não percebeu a influência da educação empreendedora não possui empresa e hoje trabalha em uma corretora de seguros. Afirmou que não teve esta percepção de influência direta já que acha que na área que atua não é possível colocar em prática os conhecimentos em empreendedorismo. Contou que os processos da empresa são muito engessados, o que não viabilizar muitas ideias inovadoras. “Aprendo muitas coisas que sei aonde poderia aplicar para melhorar algum processo, porém aqui tudo é já incorporado conforme é feito nas outras filiais, não podendo alterar em nenhum momento qualquer procedimento”, relato do entrevistado sobre o porque de não poder alterar nada em seu trabalho.

Dentre os pontos mais mencionados a que fizeram críticas ao ensino dos conteúdos de empreendedorismo aquele a que mais da metade dos ouvidos – onze pessoas – levantou foi

quanto à duração do curso, a que acreditariam ser necessário mais tempo para o montante de conteúdos disciplinares.

Com duração de um ano dentro da grade curricular da graduação em Administração, poucos foram os participantes ouvidos, apenas duas pessoas, que acreditaram que o tempo dedicado atualmente é suficiente. Sete pessoas disseram que esse tempo deveria ser estendido para dois anos completos dedicados à formação na área para um melhor aproveitamento, enquanto outros quatro acharam que a ênfase se beneficiaria de mais seis meses de curso além do ano letivo já corrente. Para um destes alunos mencionou: “Quando estamos começando a realmente compreender o assunto de empreendedorismo é quando tudo acaba. Tenho a impressão de ser algo superficial, não realmente para eu aprender aqui e já colocar em prática lá fora”.

Outros dois pontos mencionados pelos entrevistados foram o conteúdo programático e a metodologia das aulas. Sobre o primeiro, todos os entrevistados afirmaram que o conteúdo abordado é condizente com o mercado profissional e de grande enriquecimento teórico. Na visão deles os professores são bem preparados para transmitir o conhecimento e possuem uma excelente didática.

Contudo, três entrevistados relataram esperar conteúdos mais teóricos e históricos sobre o tema e com relação à metodologia. “Sinto falta de uma base maior sobre assunto para conseguir fazer uma ligação de começo, meio e fim. Não simplesmente vir com o pacote pronto e o aluno ter que aceitar. Poderiam cativar mais neste momento para aluno também se interessar mais sobre como surgiu o empreendedorismo e pensar até aonde pode chegar”, comentou um dos entrevistados. Eles fizeram parte das turmas formadas nos três primeiros anos da disposição da ênfase em empreendedorismo pela instituição e dizem terem sentido falta das aulas mais práticas, como por exemplo a montagem do modelo de Canvas, e também criticam a forma de como a instituição aplicava suas avaliações com provas finais muito analíticas e teóricas, não sendo condizentes com uma matéria mais voltada para ideias inovadoras e criativas.

Os alunos das turmas mais recentes não mencionaram este fato e não sentiram as mesmas dificuldades quanto às aulas muito teóricas e, inclusive, relataram que a instituição possui “salas colaboração”, que incentivam os alunos no aprendizado, estimulam mais a prática e desenvolvem a criatividade ao promoverem palestras sobre o tema e com estudos de casos recentes que enriquecem o conhecimento. “Me recordo muito dos palestrantes contando sobre seus casos e mostrando algumas ideias que tiveram para superar algumas dificuldades que passaram. Também é mais fácil fixar as aulas que os professores optam por jogos ou criações de empresas fictícias, pois são diferenciadas e mexe com a criatividade e a imaginação dos

alunos. Assim, as aulas ficam mais gravadas na mente do que a aula normal na lousa “parada”, pois você consegue entender melhor e visualizar o que realmente acontece e o que esperar no mercado de trabalho”, afirmação do aluno sobre as aulas práticas nas “salas colaboração”

Na visão da autora, mesmo com algumas melhorias a serem efetuadas, os entrevistados ficaram muito animados em relatar sobre o grande incentivo que a instituição promoveu em seus alunos e a preocupação com o conteúdo e o método utilizados a cada semestre, tendo professores que estão sempre se atualizando sobre o tema com cursos específicos. São responsáveis ainda por trazerem assuntos da realidade para serem questionados e aplicados nas aulas, a exemplo discussões sobre criação de aplicativos para novos serviços ou produtos e jogos que conectam teoria e prática. Tais iniciativas práticas estimulam os alunos a desenvolverem habilidades empreendedoras ajudando para o crescimento da organização para qual trabalham ou na criação de seus negócios.

4.2 Análise do debate com o docente

O debate contou com uma entrevista com um dos docentes da instituição, que refletiu e avaliou a ênfase de empreendedorismo da instituição de acordo com as respostas dos ex-alunos, dando maior embasamento sobre a estrutura e aplicação das disciplinas neste curso.

O docente mencionou que atualiza entre 10 a 20% de seu conteúdo curricular da disciplina todos os semestres para trazer novidades aos alunos, assuntos que se destacam no momento e convidam palestrantes que relatam experiências empreendedoras, tanto as tentativas sem sucesso como aquelas mais promissoras, suas atribuições e como conseguiram resolver seus desafios. Assim, para montar o conteúdo do semestre, se baseia nos congressos, nos cursos e palestras que participa.

Segundo ele, porém, é necessário verificar o quanto a instituição quer o aprofundamento no assunto e ainda o interesse dos alunos em saber mais sobre o tema, já que empreendedorismo apresenta vasto campo, sendo desde o intraempreendedorismo até o empreendedorismo ambiental, por exemplo.

Com relação à duração da ênfase, o docente refletiu sobre como aumentar a carga horária de aulas da ênfase, que para que ocorresse seria necessário analisar e pensar em quais disciplinas da atual grade que poderiam ser substituídas por outras relacionadas ao empreendedorismo. Ele mencionou que a ideia seria trabalhar de forma transversal com a matéria, não somente no curso de Administração, como é feito nos dias atuais, porém incluir nos outros cursos de graduação como Economia e Contabilidade.

Ainda na opinião do docente, os alunos não buscam a instituição para aprender sobre empreendedorismo, levando em conta que passam três anos aprendendo sobre como administrar uma empresa e não como abrir um negócio. Porém quando aprendem, começam a se interessar sobre o assunto. Portanto, uma maneira para instigar e atrair mais os alunos seria realizações de palestras, feiras ou semana de estudos e eventos sobre empreendedorismo na própria instituição. O professor apontou que é necessário um estímulo maior para gerar um interesse nos alunos.

Em sua visão, nos primeiros anos que a ênfase foi disponibilizada na grade curricular, os alunos que se interessavam pelo assunto e tinham realmente a vontade de empreender eram minoria na classe, em contrapartida a outra parte dos alunos que optavam, é porque não se interessavam em outras ênfases apresentadas pela escola naquele momento. O docente acredita que os alunos que participam da ênfase hoje, quando finalizam, começam a ter a vontade de quer abrir seus negócios, ainda que não saibam nem quando e nem qual negócio abrirão.

O professor corrobora com a ideia da autora de que, devido ao fato da instituição ser reconhecida como uma escola de negócios, deveria possuir disciplinas obrigatórias ao longo do curso sobre o tema e não somente uma matéria antes da ênfase, além da ênfase de um ano de fato. Porém, reitera o problema da escolha pelas disciplinas a serem alteradas.

Na visão do docente, esta ação deveria ser tomada pelo coordenador do curso de administração, já que saberia avaliar melhor e identificar como poderia ser feita a troca da grade curricular, sem afetar as matérias obrigatórias de ensino do curso.

Sobre a metodologia aplicada, o professor avaliou que nos dias atuais sente uma mudança grande no ambiente das aulas quando é utilizada a “sala colaboração”, por ser um espaço mais reservado onde realmente o aluno interage mais com os outros alunos e um ambiente apropriado para as aulas práticas. Com isso, a forma de aprendizado tende ser mais assertiva, ajudando a compreender melhor o conteúdo de aula e o aprendizado a ser mais absorvido: “Dá para ver que o aluno mesmo cansado após o dia de trabalho, quando se tem essas aulas práticas, se anima e integare bem mais na aula. Já nas aulas dadas nas salas normais, alguns ficam com o celular na mão e não prestam tanta atenção” relata o docente.

Em suma, na visão do docente, algumas alterações como elaborar uma metodologia diferenciada irá depender do coordenador da instituição, pois influencia o posicionamento que a escola tem sobre a educação empreendedora. Ele afirma que a instituição avaliada não tem como pilar principal incentivar o empreendedorismo como ocorre em outras instituições que também oferecem o mesmo curso. A ideia do coordenador de cursos da instituição é ir estimulando aos poucos os alunos e oferecer embasamento no assunto.

5 Considerações Finais

A cada ano mais, as discussões sobre empreendedorismo e educação empreendedora são de crescente interesse não somente no âmbito profissional como nas discussões teóricas do ambiente acadêmico.

Sobre o processo de educação empreendedora, Lopes (2010) ratifica que além da preocupação com o conteúdo programático ensinado aos alunos, deve-se também dar ênfase às possibilidades de experiências que as instituições podem oferecer aos estudantes interessados para o melhor desenvolvimento no tema abordado.

Corroborando com esta linha de pensamento e aprofundando mais sobre a importância do estudo na área do empreendedorismo, Hashimoto (2013) menciona alguns fatores que mostram a importância da aprendizagem empreendedora e a criação de centros de empreendedorismo dentro das instituições de ensino superior. O pesquisador vê importância em tratar questões do empreendedorismo não como ensinamento a ser desenvolvido somente dentro da sala de aula, mas na necessidade de vivências práticas para assimilar as atitudes e competências empreendedoras. Aponta pela visão do mercado de trabalho em que é uma prática estimulada e valorizada cada vez mais no mercado de trabalho, o empreendedorismo não se limita somente à criação e abertura de novos negócios, mas também no intraempreendedorismo. E, por fim, como terceiro fator, aponta que um centro de empreendedorismo incentiva e estimula os alunos a trazerem os problemas das comunidades vizinhas para serem solucionados por eles mesmos e assim obtém cada vez mais experiências reais.

Man e Lau (2000) relatam que existe uma competência chamada competência de comprometimento, a qual o indivíduo demonstra a dedicação empreendedora ao seu trabalho e participa de todo o processo da empresa. O empreendedor possui a capacidade de dar continuidade na organização, mesmo tendo o insucesso e não abandonando mediante as crises econômicas.

O presente estudo buscou identificar se houve influência da educação empreendedora nos egressos do curso de Administração, daqueles que optaram pela ênfase de Empreendedorismo. Além disso, buscou analisar junto ao docente da instituição de ensino as melhorias que podem ser realizadas para aprimorar mais o estudo sobre o tema na grade curricular.

O método aplicado foi de entrevista semiestruturada e como resultado obteve um retorno favorável dos entrevistados e na maioria muito satisfatório com relação a influência da educação empreendedora em suas vidas profissionais. Somente um entrevistado – de um total

de 13 – revelou não observar esta influência no seu âmbito profissional; sendo este um dos três ex-alunos que não possui seu próprio negócio e, por sua vez, trabalha em uma empresa com processos muito fixos, não podendo adicionar ideia inovadoras.

Politis e Gabrielson (2005) relatam que aprendizagem empreendedora é um processo experiencial, o qual a experiência do indivíduo em sua carreira profissional é obtida através do equilíbrio de seu conhecimento teórico e das novas possibilidades que encontrará ao longo de sua vida profissional.

Assim, foi constatado este equilíbrio conforme o relato dos 10 entrevistados, os quais observaram a influência positiva da educação empreendedora devido a ênfase. Estes egressos obtiveram o conhecimento prévio do assunto nas aulas e por seguinte as possibilidades de abertura de suas próprias empresas ou franquias nos anos decorrentes.

Os egressos mencionaram a importância das aulas práticas com jogos e criação de empresas fictícias para se aproximar mais da realidade do mercado de trabalho. Como facilita o aprendizado, quando estudam estudos de casos e assistem palestras de outros empreendedores, os quais relatam as dificuldades que passaram e como solucionaram seus problemas.

Politis (2005) ratificam esta visão citada pelos entrevistados no item anterior, pois evidenciam que no processo de aprendizagem empreendedora há uma grande relevância na utilização da aprendizagem experiencial, baseada na história de vida, nas experiências vivenciadas e nas motivações de empreendedores de sucesso e os não bem sucedidos, facilitando os estudantes a fazerem uma comparação do conhecimento teórico e a prática utilizada pelos empreendedores.

Sobre as melhorias do curso, onze dos entrevistados consideraram que é necessário o aumento da carga horária da disciplina sobre empreendedorismo, devendo ser conteúdo obrigatório por pelo menos dois semestres próximos ao ano dedicado à ênfase. Na leitura do grupo tomado como amostra qualitativa, uma carga mais extensa sobre o assunto além de estimular mais os alunos, daria mais embasamento sobre o tema, hoje estudado apenas superficialmente em um semestre antes da ênfase de 1 ano.

Outro ponto muito considerado pelos entrevistados foi o conteúdo programático e a metodologia aplicada nas aulas. Todos entrevistados reiteraram que o conteúdo abordado nas aulas é considerado de nível e bem realista com que os espera no mercado profissional, porém alguns ex-alunos esperavam uma abordagem maior em alguns assuntos como a história do empreendedorismo.

Pontualmente, neste aspecto, como houve um viés no ano das turmas da ênfase, obteve essa divergência do ponto de vista, pois as turmas dos anos mais recentes tiveram alterações da metodologia aplicada e com isso não observaram esta dificuldade com o novo método aplicado. Esta ideia corrobora com a afirmação do docente que mencionou sobre a alteração da metodologia e dos conteúdos programáticos todos os semestres para atualização do curso.

Na visão do docente no debate, tudo depende da visão que os líderes da instituição de ensino querem transmitir para os alunos sobre empreendedorismo e até em que profundidade querem abordar o assunto. Algumas instituições que têm o empreendedorismo em sua grade curricular seguem a linha de pensamento que considera o empreendedorismo como sendo um assunto estritamente ligado à abertura de empresas e assim direcionam as aulas teóricas e práticas em torno do desenvolvimento para o plano de negócio, estudos de casos e captação de recursos. Outras instituições seguem a linha do intraempreendedorismo, da história do empreendedorismo tanto no Brasil quanto no mundo, reconhecimento das oportunidades e processo empreendedor.

Com isso, o docente responsável observa que possui algumas limitações no processo do ensino da educação empreendedora devida à política da instituição, grade curricular do curso ou mesmo limitações nas aplicações práticas do conhecimento. Contudo, a instituição em pauta neste estudo já apresenta hoje um significativo avanço na maneira de avaliar estes alunos, se diferenciando do formato das avaliações finais e dos métodos convencionais de ensino. Em seu lugar, possuem espaços chamados de “salas colaboração”, que atraem e incentivam mais a criatividade e a inovação dos alunos com jogos, estudos de casos e palestras com empreendedores em detrimento das dinâmicas já bastante desgastadas e de difícil aplicação em temáticas cuja criatividade é um importante vetor a ser aprimorado.

Existiu também uma dificuldade em obter um relato mais aprofundado sobre a influência da ênfase na vida dos egressos, pois 8 entrevistados mencionaram que a maioria dos estudantes da instituição que optam esta ênfase é devido ao fato de não apreciar as outras ênfases disponíveis no semestre que estão cursando e também porque rotulam como sendo uma ênfase mais branda em suas atividades e avaliações, comparada as outras. Esta visão foi ratificada com os 17 entrevistados que foram convidados a participar das entrevistas, porém mencionaram que devido ao fato da escolha da ênfase não ter sido feita pela vontade própria de aprender sobre o assunto, estavam impossibilitados de se expressar devidamente o que esperavam e como avaliar claramente a influência da ênfase em suas carreiras profissionais.

No debate com o docente, o mesmo mencionou este fator citado acima sobre os alunos que frequentam a ênfase, os quais não escolhem por realmente quererem aprender sobre

empreendedorismo; mas sim, por não terem outra escolha a fazer. Contudo, o docente percebe que ao final do curso, entre 3 ou 4 egressos se interessam realmente pelo tema, se aprimoram mais, se encorajam e abrem seus negócios.

Por fim, é importante deixar claro os limites deste trabalho. Todas as pesquisas possuem limitações e vieses, principalmente aqueles de cunho qualitativo, por permitirem uma gama de possibilidades a serem analisadas por cada pesquisador em que suas particularidades e bagagem de conhecimentos são fatores intrínsecos do processo.

No caso desta pesquisa, ressalta-se como fator limitante o tamanho da amostra, pois se restringiu a estudantes de uma instituição de ensino específica e aos egressos que optaram e cursaram a ênfase de Empreendedorismo no período de 2011 a 2017.

A metodologia da leitura de dados escolhida para avaliar os conteúdos das entrevistas foi análise interpretativa, porém não consistente como a única maneira aplicável quando da atividade de analisar entrevistas, podendo haver alguns direcionamentos no entendimento final das transcrições por parte do entrevistador quando da escolha por esse sistema metodológico específico.

Para os próximos trabalhos, é recomendável uma abertura maior nos definidores da amostra, realizando uma diferenciação entre os alunos que cursaram a ênfase de empreendedorismo e os alunos que não fizeram, verificando se possuem também influência e sob que gradação da educação empreendedora em suas carreiras profissionais. Também o estudo talvez possa ser aplicado não somente em uma instituição específica, mas comparando com outras instituições que possuem também o mesmo curso. Outro ponto interessante desta possibilidade de diversidade de instituições e fazer o cruzamento da grade curricular e abordagens, possibilitando o olhar crítico, inclusive, dos especialistas quanto às similaridades e idiosincrasias quanto aos temas abordados por demais núcleos educacionais.

Após este estudo sobre a influência da educação empreendedora nos alunos da ênfase, a autora recomenda à instituição em questão a criação de disciplinas optativas que incentivem mais os alunos a buscar sobre o assunto e a criações de atividades no centro de empreendedorismo que possam ajudar a comunidade em serviços de consultoria.

Referências

- Allmark, P. J., Boote, J., Chambers, E., Clarke, A., McDonnell, A., Thompson, A., & Tod, A. (2009). Ethical issues in the use of in-depth interviews: Literature review and discussion. *Research Ethics Review*, 5(2), 48-54.

- Artuso, C., Palladino, P., & Ricciardelli, P. (2012). How do we update faces? Effects of gaze direction and facial expressions on working memory updating. *Frontiers in Psychology*, 3, 362.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (2000). Attitudes and the Attitude-Behavior Relation: Reasoned and Automatic Processes. *European Review Of Social Psychology*.
- Bandura, A. (2001). Social cognitive theory: An Agentic perspective. *Annual Review of Psychology*, 52, 1-26.
- Bardin, L. (1988). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Bellan, Z. S. (2005). *Andragogia em ação: Como ensinar adultos sem se tornar maçante*. Santa Bárbara d'Oeste: SOCEP Editora.
- Block, Z., & Stumpf, S. A. (1992). "Entrepreneurship education research: Experience and challenge", in Sexton, D. L.; & Kasarda, J. D. (Eds), *The State of the Art of Entrepreneurship*, PWS-Kent Publishing Company, Boston, MA, 1, 17-42.
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review*, 13(3), 442–453.
- Bosma, N., Acs, Z., Autio, E., Coduras, A., & Levie, J. (2009). *Global Entrepreneurship Report 2008*. London Business School, UK: Babson College, USA.
- Cavalcanti, R. A. (1999). Andragogia: A aprendizagem nos adultos. *Revista de Clínica Cirúrgica da Paraíba*, 6(4), 36-41.
- Cheung, C. K. (2008). Practicing entrepreneurship education for secondary pupils through the operation of a new year stall in Hong Kong. *Asia-Pacific Education Researcher*, 17, 15–31.
- Cheung, C. K., & Au, E. (2010). Running a small business by students in a secondary school: Its impact on learning about entrepreneurship. *Journal of Entrepreneurship Education*, 13(1), 45-63.
- Cope, J. (2005). Toward a dynamic learning perspective of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(4), 373-397.
- Covin, J.G., & Slevin, D.P. (1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal*, 10, 75-87.
- Davidsson, P., & Wiklund, J. (2001). Levels of analysis in entrepreneurship research: Current research practice and suggestions for the future. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25(4), 81–100.
- DeAquino, C. T. E. (2007). *Como Aprender: Andragogia e as habilidades de aprendizagem*. São Paulo: Pearson Prentice Hall.
- Duval-Couetil, N. (2013). Assessing the impact of entrepreneurship education programs: Challenges and approaches. *Journal of Small Business Management*, 51(3), 394-409.

- Drucker, P. (1986). *Inovação e espírito empreendedor*. São Paulo: Pioneira.
- Dyer, W.G. (1992). *The entrepreneurial experience: Confronting career dilemmas of the start-up executive*. São Francisco: Jossey-Bass.
- ENDEAVOR; SEBRAE. *Empreendedorismo nas Universidades Brasileiras*. 2016. Recuperado de <https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms%2Ffiles%2F6588%2F1476473621Relatorio+Endeavor+digital+%283%29.pdf>. Acesso em: 25/01/2018.
- European Commission. (2008). *European Employment Observatory. Review: 2007*. Office for Official Publications of the European Communities: Luxembourg.
- European Commission Enterprise and Industry Directorate-General. (2008). *Entrepreneurship in higher education, especially in non-business studies: final report of the expert group*.
- Fayolle, A. (2000). Exploratory study to assess the effects of entrepreneurship programs on french student entrepreneurial behaviors. *Journal of Enterprising Culture*, 8, 169-184.
- Fayolle, A. (2006). *Essay on the nature of entrepreneurship education*.
- Fayolle, A., Gailly, B., & Lassas-Clerc, N. (2006). Assessing the Impact of Entrepreneurship Education Programmes: A New Methodology. *Journal of European industrial training*, 30(9), 701-720.
- Ferreira, T. P. (1999). *Guia do animador: Animar uma actividade de formação*. Lisboa: Edições Multinova.
- Fern, E. F. (2011). *Advanced focus group research*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Filion, L. J. (1999). Empreendedorismo: empreendedores e proprietários gerentes de pequenos negócios. *Revista de Administração*, 34(2), 5-28.
- Flick, U. (2009). *Introdução à pesquisa qualitativa*. Porto Alegre: Artmed.
- Garavan, T. N., & O'Cinneide, B. (1994). entrepreneurship education and training programmes: A Review and Evaluation—Part 2. *Journal of European Industrial Training*, 18(11), 13-21.
- Guerra, M. J., & Grazziotin, Z. J. (2010). Educação empreendedora nas universidades brasileiras. *Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas*, 67-91.
- Giovanela, A., Gouveia, A. B. C. T. de, Frâncio, S., & Dalfrano, O. (2010). As características da disciplina de empreendedorismo em Instituições de Ensino Superior do Estado de Santa Catarina. *Revista Gestão Universitária na América Latina*, 3(1), 69-84.
- Global Entrepreneurship Monitor – GEM. (2016) *Brazil Report*. Recuperado de: <http://www.gemconsortium.org/report>.
- Hansemark, O. (1998), Need for achievement, locus of control and the prediction of business start-ups: a longitudinal study, *Journal of Economic Psychology*, 24(3), 301-319.

- Hashimoto, M. (2006). *Espírito Empreendedor nas organizações: Aumentando a competitividade através do intra-empreendedorismo*. São Paulo: Ed. Saraiva.
- Hashimoto, M. (2013). *Centro de empreendedorismo no Brasil*. São Paulo: Sebrae,
- Henrique, D. C., & Cunha, S. K. (2008). Práticas didático-pedagógicas no ensino de empreendedorismo em cursos de graduação e pós-graduação nacionais e internacionais. *Revista de Administração Mackenzie*, 9(5), 112-136.
- Holmgren C, & From J. (2005). Taylorism of the Mind: entrepreneurship education from a perspective of educational research, *European Educational Research Journal*.
- Honig, B. (2004). Entrepreneurship education: Toward a model of contingency-based business planning. *Academy of Management Learning and Education*, França, 3(3), 258-273.
- Husserl, E. (2000). *L'Idée de La phenomenologie - Cinq Leçons*, Presses Universitaires, França.
- Hutchings, P., & Marchese, T. (1990). "Watching assessment: Questions, stories, prospects," *Change*, 22(5), 12-38.
- Izedomni, P.F. & Okafor, C. (2010). The effect of entrepreneurship education on students' entrepreneurial intentions. *Global Journal of Management and Business Research*, 10(1), 49-56.
- Jones, C., & English, J. (2004). "A contemporary Approach to Entrepreneurship Education", *Education þ Training*, 46 (8/9), 416-423.
Recuperado de www.emeraldinsight.com/0040-0912.htm
- Kingry, M.A., Tiedje, L.B., & Frieman, L.L. (1990). Focus groups: A research technique for nursing. *Nursing Research*, 39, 124- 125.
- Knowles, M. S. (1978). *The Adult Learner: A Neglected species*. Houston.
- Knowles, M. S.; Holton III, E. F.; Swanson, R. A. (2009). *Aprendizagem de Resultados: uma abordagem prática para aumentar a efetividade da educação corporativa*. Rio de Janeiro: Elsevier.
- Krueger, N. & Brazeal, D. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(1), 91-104.
- Krueger, N. F., & Carsrud, A. L. (1993). Entrepreneurial Intentions: Applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship and Regional Development*, 5(4), 315-330.
- Kruzic, D & Pavic, I. (2010). Students' entrepreneurial characteristics: Empirical evidence from Croatia. *The Business Review*, Cambridge, 14, 216-222.
- Kuratko, D. F. (2003). Entrepreneurship education: Emerging trends and challenges for the 21st century. *The Entrepreneurship Program*. Muncie, IE, Estados Unidos: Coleman Foundation White Paper Series.

- Kuratko, D. F. (2005). The emergence of entrepreneurship education: Development, trends, and challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), 577-597. Recuperado de https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1508250
- Lautenschläger, A., & Haase, E. H. (2011). The myth of entrepreneurship education: Seven arguments against teaching business creation at universities. *Journal of Entrepreneurship Education*, 14 (1), 147-161.
- Lavieri, C. (2010). Educação... empreendedora? In: LOPES, Rose Mary A. (Org.). *Educação empreendedora: Conceitos, modelos e práticas*. Rio de Janeiro: Elsevier; São Paulo: Sebrae.
- Lee, S.H., & Wong, P.K. (2004). An exploratory study of technopreneurial intentions: A career anchor perspective. *Journal of Business Venturing*, 19(1), 7-28.
- Lee, S.M., Chang, D. & Lim, S.-B. (2005), "Impact of entrepreneurship education: A comparative study of the US and Korea", *The International Entrepreneurship and Management Journal*, 1(1), 27-43.
- Liao, J., & Gartner, W. B. (2007). The influence of pre-venture planning on new venturecreation. *Journal of Small Business Strategy*, Fall 2007/Winter 2008, 18, 1-21
- Lima, E., Lopes, R. M., Nassif, V., & Silva, D. (2014a). "Opportunities to improve entrepreneurship education: Contributions considering Brazilian challenges". *Journal of Small Business Management*. Recuperado de <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/jsbm.12110>.
- Liñán, F. (2004). Intention-Based Models of Entrepreneurship Education. *Piccola Impresa/ Small Business* 3(1), 11-35.
- Liñán, F., & Cheng, Y. W. (2009). Development and Cross Cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617.
- Lorz, Michael. (2011). The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intention, (Dissertação de mestrado) University of St. Gallen, School of Management, Economics, Law, Social Sciences and International Affairs.
- Man, T. W. Y.; & Lau, T. (2000). Entrepreneurial competencies of SME owner/managers in the Hong Kong services sector: A qualitative analysis. *Journal of Enterprising Culture*, 8 (3), 235-254.
- Manzini, E. J. (1990/1991). A entrevista na pesquisa social. *Didática*, São Paulo, 26/27, 149-158.
- Manzini, E. J. (2003). Considerações sobre a elaboração de roteiro para entrevista semi-estruturada. In: Marquezine MC, Almeida MA, Omote S, org. Colóquios sobre pesquisa em Educação Especial. Londrina: Eduel, 1, 11-25.
- Morgan, D. L. (1997). 'Focus groups as qualitative research' in *Qualitative Research Methods Series*, 16. London: Sage Publications.

- McMullan, W., & Long, W. (1987). Entrepreneurship education in the nineties. *Journal of Business Venturing*, 2(3), 61-275. doi: 10.1016/0883-9026(87)90013-9
- Minayo, M.C.S. (2007). *O desafio do conhecimento: Pesquisa qualitativa em saúde* (10a ed.). São Paulo: HUCITEC.
- Mizukami, M. G. N. (1986). *Ensino: As abordagens do processo*. São Paulo: EPU-EDUSP.
- Murphy, P. J., Liao, J., & Welsch, H. P. (2006). A conceptual history of entrepreneurial thought. *Journal of Management History*, 12(1), 12-35. doi: 10.1108/13552520610638256.
- Noel, T.W. (2002). Effects of entrepreneurial education on intent to open a business: An exploratory study. *The Journal of Entrepreneurship Education*, 5, 3-13.
- Oliveira, M., & Freitas, H. M. R. (1998). Focus group – pesquisa qualitativa: Resgatando a teoria, instrumentalizando o seu planejamento. *Revista de Administração*, 33(3), 83-91.
- Oosterbeek, H., Praag, M., & Ijsselstein, A. (2010). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation. *European Economic Review*, 54(3), 442-454.
- Paço, A. M. F., do, Ferreira, J.M., Raposo, M., Rodrigues, R.G., & Dinis, A. (2011). Behaviours and entrepreneurial intention: Empirical findings about secondary students. *Journal of International Entrepreneurship*, 9(1), 20–38.
- Palomba, C., & Banta, T.W. (1999). *Assessment Essentials: Planning, Implementing, and Improving Assessment in Higher Education*.
- Peterson, R. T., & Limbu, Y. (2010). Student characteristics and perspectives in entrepreneurship courses: a profile. *Journal of Entrepreneurship Education*, 13(1), 65-83.
- Pinheiro, J. Q., Farias, T. M., & Lima, J. Y. A. (2013). Painel de especialistas e estratégia multimétodos: reflexões, exemplos, perspectivas. *Psico*, 44(2), 4.
- Politis, D. (2005). The process of entrepreneurial learning: A conceptual framework. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(4), 399-424.
- Politis, D., & Gabrielsson, J. (2005). Exploring the role of experience in the process of entrepreneurial learning [Working Paper Series 2005/1]. *Lund Institute of Economic Research*, Lund, Sweden.
- Preston, J., & Green, A. (2003), “The macro-social, training and skills in comparative perspective”, Report No. 9, *Centre for Research on the Wider Benefits of Learning*, London.
- Rauch, A., & Hulsink, W. (2015). Putting Entrepreneurship Education Where the Intention to Act Lies: An Investigation Into the Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Behavior. *Academy of Management Learning & Education*, 14(2), 187-204.
- Rönqvist, R., & Rigley, B. (2010, Spring). *Entrepreneurship Education and its Outcomes: A study investigating students' attitudes and motivations after completing an entrepreneurial program* (Dissertação Mestrado) Umeå School of Business. Umeå, Sweden.

- Salusse, A. M. (2014). *O Ensino de empreendedorismo com fundamento na teoria effectuation* (Dissertação de Mestrado). Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas. São Paulo, SP, Brasil.
- Salusse, M. A., & Andreassi, T. (2016). O Ensino de Empreendedorismo com Fundamento na Teoria Effectuation. *Revista de Administração Contemporânea*, 20(3), 305-327. Recuperado de http://www.anpad.org.br/periodicos/arq_pdf/ahead_25.pdf
- Sampieri, R. H; Collado, C. F.; Lucio, P. B. (2006). Metodologia de Pesquisa (3ª ed., F. C. Murad, M. Kassner, S. C. D. Ladeira, Trad.). São Paulo.
- Sarasvathy, S. D. (2001). Causation and effectuation: toward a theorical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. *Academy of Management Review*, 26(2), 243-263. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/259121>
- Sarasvathy, S. D. (2008). Effectuation: elements of entrepreneurial expertise. *Edward Elgar Publishing*, Inc. Massachussets, EUA.
- Schumpeter, J. (1982). *Teoria do desenvolvimento econômico*. São Paulo: Abril Cultural.
- Shapero, A. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. En C. Kent, D. Sexton & K. H. Vesper (Eds.), *Encyclopaedia of Entrepreneurship*. Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ. 3, 72-90.
- Shane, S. A., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Sharma, P. (2009). *The Harvard Entrepreneurs Club guide to starting your own business*. New Jersey: John Wiley e Sons.
- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - Sebrae (2017) *Relatório Especial: O empreendedorismo e o mercado de trabalho*. Recuperado de http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos_pesquisas/relatorio-especial-o-empendedorismo-e-o-mercado-de-trabalhodetalhe52,5cdfda0e84ebe510VgnVCM1000004c00210aRCRD
- Silverman, D. (2004). *Qualitative research: Theory, method and practice*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Van der Sluis, J., Van Praag, M., & Vijverberg, W. (2005). Entrepreneurship Selection and Performance: A Meta-Analysis of the Impact of Education in Developing Economies. *World Bank Economic Review*, 19(2), 225-261.
- Wee, K. N. L. (2004). A problem-based learning approach in entrepreneurship education: Promoting authentic entrepreneurial learning. *Internation Journal of Technology Management*, 28, 685-701.
- Welsh, D.H.B., Tullar, W.L., & Nemati, H. (2016). Entrepreneurship education: Process, method, or both? *Journal of Innovation & Knowledge*, 1(3), 125-132.

Wilson, F., Kickul, J., & Marlino, D. (2007). Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: Implications of entrepreneurship education. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 31(3), 387–406.

Zhao, H., Seibert, C., & Hills, C. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90, 1265–1272.