

O ENSINO DO EMPREENDEDORISMO EM CURSOS DE GRADUAÇÃO: PANORAMA DAS PRÁTICAS DOS CURSOS DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

ENTREPRENEURSHIP EDUCATION IN UNDERGRADUATE COURSES: OVERVIEW OF THE PRACTICES OF COURSES IN THE APPLIED SOCIAL SCIENCES

LA ENSEÑANZA DEL EMPREENDEDORISMO EN CARRERAS DE GRADO: PANORAMA DE LAS PRÁCTICAS EN LAS CARRERAS DE CIENCIAS SOCIALES APLICADAS

ANA CLÁUDIA AZEVEDO MACHADO

Mestre

Universidade do Vale do Itajaí - Brasil

ana_azevedo@univali.br

FERNANDO CÉSAR LENZI

Doutor

Universidade do Vale do Itajaí - Brasil

lenzi@univali.br

NILVANE BOEHM MANTHEY

Doutoranda

Universidade do Estado de Santa Catarina

nilvane_9@hotmail.com

Submetido em: 31/03/2017

Aprovado em: 29/09/2017

Doi: [alcance.v24n4\(Out/Dez\).p574-590](https://doi.org/10.15628/alcance.v24n4(Out/Dez).p574-590)

RESUMO

A presente pesquisa teve como objetivo analisar as práticas de Ensino do Empreendedorismo na percepção dos acadêmicos de graduação do Centro de Ciências Sociais Aplicadas - Gestão de uma universidade comunitária de Santa Catarina. Os procedimentos metodológicos foram divididos em duas etapas: etapa exploratória de abordagem qualitativa e etapa descritiva de abordagem quantitativa. A etapa exploratória se desenvolveu mediante análise documental das ementas dos cursos de Graduação e, posteriormente, desenvolveu-se a pesquisa quantitativa mediante aplicação de uma *survey* respondida por 659 acadêmicos dos cursos de Administração, Ciências Contábeis, Logística, Marketing e Recursos Humanos. A análise dos resultados da pesquisa possibilitou verificar as atividades dos cursos do Centro de Ciências Sociais Aplicadas que contribuem para a formação empreendedora dos acadêmicos. Embora os resultados mostrem que algumas práticas precisam ser melhoradas e desenvolvidas junto aos acadêmicos, as respostas obtidas apontam que há interesse pelo tema empreendedorismo entre os alunos e que a instituição promove ações para desenvolvimento das competências empreendedoras. Como contribuição principal, a pesquisa proporcionou visualizar que aulas expositivas-dialogadas são mais utilizadas para o ensino de empreendedorismo. Esse resultado aponta para a necessidade de desenvolver práticas de ensino diferenciadas voltadas para a aprendizagem ativa (participativa) dos alunos.

Palavras-chave: Ensino Superior. Empreendedorismo. Ensino do Empreendedorismo.

ABSTRACT

The aim of this research was to analyze the practices of Entrepreneurship Education in the perception of undergraduate students of the Center for Applied Social Sciences – Business Administration, of a Community University in the state of Santa Catarina. The methodological procedures were divided in two stages: an exploratory step with a qualitative approach and a descriptive step with a quantitative approach. The exploratory stage was developed through a documentary analysis of the undergraduate courses, followed by a quantitative survey with the application of a survey, which was applied to 659 students of the courses in Business Administration, Accounting, Logistics, Marketing and Human Resources. The analysis of the results of the research showed the activities of the courses of the Center for Applied Social Sciences that contributed to the students' entrepreneurial formation. Although the results show that some practices need to be improved and developed among the students, the responses to the survey indicate that there is an interest in entrepreneurship among students, and that the institution promotes actions to develop entrepreneurial skills. As a main contribution, the research showed that expository-dialogue classes are most used for the teaching of entrepreneurship. This result indicates a need to develop differentiated teaching practices aimed at the active (participatory) learning of the students.

Keywords: Higher Education. Entrepreneurship. Teaching Entrepreneurship.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo analizar las prácticas de Enseñanza del Emprendedorismo en la percepción de los académicos de grado del Centro de Ciencias Sociales Aplicadas - Gestión de una universidad comunitaria de Santa Catarina. Los procedimientos metodológicos fueron divididos en dos etapas: etapa exploradora de abordaje cualitativa y etapa descriptiva de abordaje cuantitativa. La etapa exploradora se desarrolló mediante análisis documental de la estructura de las carreras de Grado y, posteriormente, se desarrolló la investigación cuantitativa mediante aplicación de una *survey* respondida por 659 académicos de las carreras de Administración, Ciencias Económicas, Logística, *Marketing* y Recursos Humanos. El análisis de los resultados de la investigación posibilitó verificar las actividades de las carreras del Centro de Ciencias Sociales Aplicadas que contribuyen para la formación emprendedora de los académicos. Aunque los resultados muestran que algunas prácticas necesitan ser mejoradas y desarrolladas junto a los académicos, las respuestas obtenidas apuntan que hay interés por el tema emprendedorismo entre los alumnos y que la institución promueve acciones para desarrollo de las competencias emprendedoras. Como contribución principal, la investigación proporcionó visualizar que aulas expositivas dialogadas son más utilizadas para la enseñanza de emprendedorismo. Este resultado apunta para la necesidad de desarrollar prácticas de enseñanza diferenciadas volcadas para el aprendizaje activo (participativo) de los alumnos.

Palabras clave: Enseñanza Superior. Emprendedorismo. Enseñanza de Emprendedorismo.

1 INTRODUÇÃO

O interesse em estudar o empreendedorismo e o ensino do empreendedorismo vem ganhando impulso e crescendo a cada dia. Esse quadro não se deve apenas à importância que o tema têm para o desenvolvimento da economia e da sociedade, mas também à possibilidade de apoiar e de incentivar os empreendedores e os futuros empreendedores a desenvolver sua atividade com mais responsabilidade, dedicação e determinação.

A necessidade de uma nova escola atenta ao ensino de empreendedorismo, de acordo com Machado (2005), fez com que o governo criasse a Lei n. 9394/96, que trata das Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB), juntamente com o Decreto n. 2.208/97, estabelecendo um novo modelo educacional. Esse modelo foi idealizado com base na construção de competências e de habilidades, tendo como seu objetivo o processo de aprendizagem no qual o “aprender a aprender” e o “aprender a fazer” estivessem sempre presentes em uma lógica de formação de atitudes, de condutas e de crenças. A consequência seria, então, a existência de alunos mais autônomos, submetidos a uma educação empreendedora voltada para o desenvolvimento de um potencial empreendedor.

O ensino superior tem um papel muito importante no que concerne ao ensino do empreendedorismo. De acordo com Lavieri (2010), o ensino do empreendedorismo não teve origem nas escolas regulares, como uma habilidade a mais a ser desenvolvida nos alunos, nem nas discussões filosóficas dos educadores, sua origem está

ligada, portanto, aos cursos de administração de empresas, quase como uma necessidade prática. Foi, portanto, nas faculdades de administração, que o ensino do empreendedorismo se desenvolveu, estando nelas o maior contingente de pesquisas sobre os empreendedores.

Nos anos 80, segundo Fillion (1999), o campo do empreendedorismo cresceu e se espalhou por quase todas as ciências humanas e gerenciais. Esse processo foi marcado por dois eventos: a publicação da primeira enciclopédia, contendo o que havia de melhor e mais moderno sobre o assunto, e a primeira grande conferência anual, a Conferência de Babson, dedicada à pesquisa no novo campo. De acordo com Silva (2010), são vários os autores que marcaram a trajetória evolutiva do empreendedorismo e, conseqüentemente, contribuíram para o aprimoramento de seu conceito, sendo os mais expressivos: Cantilon, Say, Schumpeter e McClelland.

O empreendedorismo está ligado à criação de um negócio e vinculado à competição, embora apresente, em sua origem e evolução, uma história e um significado mais relevante. Até o século XX, os empreendedores eram identificados como catalisadores e inovadores por trás do progresso econômico, ou seja, como agentes de mudanças. Especialistas na área, como Peter Drucker, veem o empreendedor como aquele capaz de causar mudanças, mas que, também, sabe aproveitar as oportunidades criadas pelas mudanças (com base em ANDRADE, 2009).

Um dos principais desafios do ensino do empreendedorismo está na necessidade de aplicar ao ensino e às etapas do aprendizado aquilo que é o cerne da atividade: a inovação. É preciso introduzir, cada vez mais, graduações nos sistemas de aprendizado vinculados às atividades empreendedoras (FILION, 2000). Ao falar em aprendizagem do empreendedorismo, Fillion (1993) destaca que a educação para o empreendedor deve auxiliar o indivíduo, no seu desenvolvimento, pelo reforço de suas características diferenciadas. Em certo sentido, isto se assemelha à educação para a liderança, principalmente por dar apoio, em vez de pressionar até se obter a conformidade.

Estudos sugerem que níveis elevados de educação para o empreendedorismo são importantes para o desenvolvimento das atividades laborais mesmo para o indivíduo que trabalha como empregado (PINCHOT, 1985), pois a formação empreendedora proporciona conhecimentos específicos e desenvolve as capacidades que facilitam o desenvolvimento pessoal e profissional (GIMENEZ, 2015). Os estudantes que acumulam conhecimento sobre negócios, como abrir e gerir uma empresa, conseguirão ser integrar-se de forma fácil ao mercado de trabalho em uma economia que muda continuamente (GIMENEZ, 2015; VILCOV; DIMITRESCUB, 2015).

Pesquisas que avaliam as metodologias abordadas no ensino do empreendedorismo no âmbito das IES são relevantes para possibilitar a compreensão de quais as abordagens pedagógicas apresentam um diferencial para a assimilação dos conteúdos e, conseqüentemente, para o desenvolvimento do perfil empreendedor (TEZZA, 2004; SILVA, 2010).

O objetivo geral de pesquisa é analisar as práticas de Ensino do Empreendedorismo na percepção dos acadêmicos de graduação do Centro de Ciências Sociais Aplicadas – Gestão de uma Universidade Comunitária de Santa Catarina. Pretende-se aprofundar a discussão sobre o desenvolvimento do perfil empreendedor e as estratégias de ensino, com a análise exploratória e qualitativa das práticas de ensino do empreendedorismo, e etapa descritiva quantitativa, verificando como os acadêmicos do Centro de Ciências Sociais Aplicadas - Gestão percebem as práticas de ensino.

Como problema de pesquisa, tem-se a seguinte questão a responder: Quais as práticas de ensino do empreendedorismo que, na percepção dos acadêmicos, contribuem para sua formação empreendedora nos cursos de graduação, do Centro de Ciências Sociais Aplicadas - Gestão de uma Universidade Comunitária de Santa Catarina?

Como contribuição, o resultado da pesquisa proporciona às IES avaliar suas práticas de ensino, de modo a compreender visualizar se está sendo possibilitada a formação empreendedora dos acadêmicos de graduação, para que possa tomar as decisões necessárias e realizar ações, a fim de que seus acadêmicos sejam profissionais e empreendedores responsáveis.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Empreendedorismo e Educação Empreendedora

O termo empreendedorismo tem origem francesa, derivada da palavra *entrependre*, e identificava os indivíduos que se encarregavam das expedições militares no início do século dezesseis. Por volta de 1700 o termo foi estendido para descrever pessoas que corriam riscos e suportavam incertezas, a fim de realizar inovações (CUNNINGHAM; LISCHERON, 1991). Posteriormente, os empreendedores foram identificados como catalisadores e inovadores por trás do progresso econômico, ou seja, os agentes de mudanças (SCHUMPETER, 1934; DRUCKER, 1986; FILLION, 1991).

Associa-se o empreendedor ao indivíduo que é inovador (SCHUMPETER, 1934; AITKEN, 1965; GIMENEZ, 2015), assume riscos (PALMER, 1971), possui liderança (BAUMOL, 1968), toma iniciativa (DRUCKER, 1986; SHAPIRO, 1989), coordena recursos escassos (CASSON, 1982), desenvolvendo oportunidades e atingindo objetivos (FILION, 2000), e que promove a prosperidade (SCHUMPETER, 1934).

Cada vez mais as profissões tomam inclinação empreendedora e direcionam-se à concepção de diferentes tipos de empreendedorismo: os que empreendem quando montam a sua própria empresa (FILION, 1991); os que empreendem nas empresas em que são empregados (intraempreendedorismo) (PINCHOT, 1989); os empreendedores sociais (MARTIN; ROGER; OSBERG; SALLY, 2007) e os empreendedores ambientais (COHEN; WINN, 2007). Assim, torna-se crescente a demanda pela educação e formação empreendedora (FILION, 2000).

A educação empreendedora difere-se do modelo de ensino tradicional por se calcar em atividades experienciais, cujo aluno é o autor da aprendizagem, e as atividades práticas são contextualizadas com exemplos reais visando preparar o indivíduo para lidar com as incertezas, com a falta de recursos e a falta de diferenciação, típicas do início de uma organização (FILION, 1999; LOPES, 2010). Ressalta-se que neste processo o ensino formal é a primeira etapa dos mecanismos educativos para a formação do empreendedor, pois é o meio de transferir aos estudantes conhecimentos, habilidades e motivação para encorajá-los a empreender (MACHADO, 2005; CRUZ, 2013).

O ensino do empreendedorismo tem sua origem nos cursos de administração de empresas, quase como uma necessidade prática (LAVIERI, 2010), cujo ensino do empreendedorismo como disciplina foi se desenvolvendo e se moldando por intermédio de estudos e trabalhos interdisciplinares, impulsionados pelas necessidades de mercado (VIEIRA et al., 2013). A ênfase de educação universitária para o empreendedorismo deve ser focada na preparação para o mundo dos negócios, proporcionando a transformação do conhecimento teórico e informação, ensinando os indivíduos desenvolverem e gerir uma empresa (BASCI; ALKANB, 2015).

2.3 Metodologias de Ensino de Empreendedorismo

Como em qualquer situação de ensino, a aprendizagem empreendedora só ocorre se o aluno estiver motivado para tal (GUIMARÃES, 2002), e o comportamento esperado do estudante vai ao encontro dos conhecimentos, das habilidades e das atitudes que compõem as competências do sujeito empreendedor (ROCHA; FREITAS, 2010). Neste contexto, a estrutura para a educação empreendedora no ensino superior pode ser dividida em três objetivos, conforme sugerido pela *European Commission Enterprise and Industry Directorate- General*, apresentados na Figura 1.

Figura 1: Pilares dos Objetivos do Ensino do Empreendedorismo

Ensino de Empreendedorismo		
Objetivo 1: Desenvolver o espírito empreendedor entre os estudantes, promovendo a sua conscientização.	Objetivo 2: Treinar os estudantes para abrir e administrar uma empresa, instruindo-os sobre financiamentos, aspectos legais e impostos.	Objetivo 3: Desenvolver habilidades empreendedoras para identificar e explorar oportunidades de negócios, transferindo conhecimentos.

Fonte: Adaptada de Rocha e Freitas (2014).

Para o desenvolvimento das competências empreendedoras, faz-se necessário aliar métodos tradicionais de ensino que visam ao desenvolvimento de habilidades e conhecimentos técnicos, às formas alternativas de ensino que visam aproximar o indivíduo da realidade empreendedora (LOPES, 2010; CRUZ, 2013). Neste contexto, as IES, além de serem fontes de conhecimento, devem ser os principais centros de compartilhamento do conhecimento, da ciência e da tecnologia voltada para a formação do profissional empreendedor, de forma a incentivar os alunos a despertarem dentro de si o espírito empreendedor e a explorarem o espaço potencial para

o empreendedorismo (TSCHA; NETO, 2014).

Estudos sobre o ensino de empreendedorismo em IES ressaltam aspectos importantes sobre o desenvolvimento empreendedor, apresentado no Quadro 1.

Quadro 1: Aspectos relevantes para o desenvolvimento do empreendedor.

Autores:	Aspectos do ensino de empreendedorismo:
Guimarães (2002)	Estreitar relações entre IES e comunidade empresarial fortalece o empreendedorismo.
Machado (2005); Martens; Freitas (2008); Rocha; Freitas (2014);	O ensino superior voltado para o empreendedorismo pode ser eficaz para mudar atitudes.
Ferreira et al. (2006)	O ensino de empreendedorismo pode incrementar o pensamento criativo, a inovação e a habilidade de descobrir problemas e resolvê-los de maneira original.
Henrique; Cunha (2006), (2008); Ribeiro et al. (2012)	Importância de aprender a empreender na prática (experiências passadas, trabalho em pequenas empresas e consultorias júnior).
Costa; Oliveira (2008)	O interesse empreendedor dos estudantes é consistentemente influenciado pela vocação empreendedora, suporte social, e pela percepção de domínio das habilidades empreendedoras.
Silva (2010); Junior (2013)	A formação continuada e constante dos docentes bem como o projeto pedagógico do curso devem estar alinhados ao objetivo de formar o empreendedor.

Fonte: Adaptado dos autores.

Assim, as práticas didáticas ou as estratégias de ensino são de fundamental importância para o ensino do empreendedorismo e compreendem as metodologias e as ferramentas que a IES e seus docentes disponibilizam aos alunos, cuja abordagem dinâmica e ativa que proporciona ao aluno aprender fazendo é o ideal para a aprendizagem empreendedora (BASCI; ALKANB, 2015). Neste contexto, os programas devem privilegiar atividades que demandem muita participação por parte dos alunos (ULRICH; COLE, 1987; GUIMARÃES, 2002).

Ulrich e Cole (1987), utilizando-se do modelo de aprendizagem de Kolb (1976), sugeriram uma matriz com técnicas pedagógicas para cada tipo de aprendizagem, apresentado no Quadro 2.

Quadro 2: Matriz de estilos de aprendizagem e técnicas pedagógicas de Ulrich e Cole

III - Ativo aplicado (mudanças em habilidades e atitudes): - jogos de papéis - simulações - exercícios estruturados - processo de discussões - grupo T - diários - projetos de campo	II - Reflexivo-aplicado (mudança na avaliação): - filmes - aulas expositivas dialógicas - diálogos - discussões limitadas - casos - exame/avaliação de problemas - instrução programada
IV - Ativo-teórico (mudança na compreensão): - trabalhos em equipe - discussões - experimentos/pesquisa - leituras indicadas - análise de artigos	I - Reflexivo-teórico (mudança no conhecimento): - aulas expositivas - leituras obrigatórias - anotações do professor - instrução programada (conceitos) - artigos teóricos - exames de conteúdo

Fonte: Guimarães (2002, p. 120)

Na concepção de Ulrich e Cole (1987), as abordagens pedagógicas mais adequadas aos cursos que objetivem a formação empreendedora, e por eles denominadas de ensino direcionado ao empreendedorismo, estão dispostas nos quadrantes três e quatro. Tais abordagens, diferentemente das tradicionais, exigem que o professor assuma um papel secundário no processo, agindo apenas como um orientador da aprendizagem. Isso porque caberá ao aluno participar ativamente das atividades propostas, refletir sobre os resultados, propor

redirecionamentos ou recomendações e avaliar contextos.

Ferreira, Ramos e Gimenez (2006) propõem agrupar as práticas de ensino para o empreendedorismo em quatro eixos: teóricas (aulas expositivas, trabalhos teóricos individuais e em grupo, exigência de ficha de leitura e provas dissertativas); práticas (estudos de caso e trabalhos práticos individuais e em grupo); incentivo à rede de relacionamentos (seminários com executivos e empresários, visitas a empresas, tarefa extraclasse e visita à empresa) e de simulação de atividades empreendedoras (desenvolvimento de produto ou empresa fictícia, elaboração de plano de negócio).

Vieira et al. (2013) pesquisaram sobre as práticas didático-pedagógicas utilizadas no ensino do empreendedorismo no Brasil e destacaram as aulas expositivas, estudos de caso, trabalhos em grupo e elaboração do plano de negócios como as mais relevantes. O propósito fundamental da educação para o empreendedorismo é familiarizar os alunos com os aspectos econômicos da vida em um mundo em que há uma crescente interdependência econômica e requer habilidades sociais de integração dos indivíduos (VILCOV; DIMITRESCUB, 2015).

3. METODOLOGIA

A presente pesquisa é de natureza exploratória e descritiva com abordagens qualitativas e quantitativas. Na etapa qualitativa, a pesquisa ocorreu com a coleta de dados secundários nos planos de ensino dos cursos de graduação do Centro de Ciências Sociais Aplicadas – Gestão em cinco campi de uma Universidade Comunitária de Santa Catarina, são eles: Administração, Ciências Contábeis, Logística, Marketing, Recursos Humanos, Comércio Exterior e Gestão Portuária.

Nesta fase, o objetivo foi obter informações dos cursos especialmente relacionadas às disciplinas que visam desenvolver o empreendedorismo, observando-se: objetivo geral da disciplina, ementa, unidade, conteúdo e estratégias de ensino. Analisaram-se 410 planos de ensino do primeiro semestre de 2014 e buscaram-se as disciplinas voltadas ao desenvolvimento do empreendedor, observando-se as metodologias de ensino que cada disciplina utiliza e também as estratégias de ensino dos cursos. Dos 410 planos de ensino analisados, 77 deles apresentam disciplinas de empreendedorismo ou que abordam a temática de empreendedorismo. De posse destas informações, distribuíram-se as metodologias, tomando como base a matriz de estilos de aprendizagem e técnicas pedagógicas propostas por Ulrich e Cole (1987), que utilizam como ponto de partida o modelo de aprendizagem de Kolb (1976).

A etapa quantitativa desenvolveu-se com a aplicação de *survey* a uma amostra não probabilística e por conveniência a 808 acadêmicos dos cursos do Centro de Ciências Sociais Aplicadas - Gestão, e destes 659 foram válidos para utilização na pesquisa. A aplicação dos questionários aconteceu em dias alternados com os acadêmicos regularmente matriculados no semestre 2014/02, que já cursaram ou em curso da disciplina de empreendedorismo ou outras disciplinas que abordam a temática de empreendedorismo. Os alunos dos cursos: Comércio Exterior e Logística não participaram da pesquisa porque algumas disciplinas já estavam concluídas, em função de ser final de semestre.

A *survey* do tipo Likert de 7 pontos foi desenvolvida baseando-se em Machado (2005) e Pereira Junior (2013), e resultou em um questionário com doze variáveis assim distribuídas: 5 variáveis que buscam verificar o interesse do acadêmico pelo tema empreendedorismo, a vontade de tornar-se empreendedor, a importância do empreendedor para a sociedade, e motivos que o levariam a se tornar empreendedor; e 7 variáveis buscando identificar a importância da educação empreendedora, as metodologias de ensino empreendedor, a avaliação do curso sobre a formação de competências empreendedoras, bem como as atividades de maior frequência desenvolvidas nos cursos. Optou-se pelo formato de questionário no modelo *survey*, pois este é adequado para descrever um fenômeno de interesse e uma forma de extrair uma ideia mais concreta sobre a opinião da população pesquisada (COOPER; SCHINDLER, 2003) ideal para estudos descritivos.

A validação do questionário ocorreu mediante aplicação deste para quatro alunos do curso de Administração e para um professor na busca de verificar: coerência entre a escrita e o propósito da pergunta; erros de escrita; clareza da questão; entendimento da forma como o questionário estava estruturado. Mediante a aplicação prévia, validou-se o questionário mediante pequenos ajustes na escrita, tendo em vista que este já havia sido aplicado em pesquisas prévias dos autores. Para analisar os dados quantitativos, foram empregados os *softwares* Google Forms para a tabulação dos dados, e SPSS para a análise descritiva.

4. APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

4.1 Análise das Estratégias de ensino em empreendedorismo

Nesta etapa são apresentadas as estratégias de ensino classificadas por curso: Administração, Ciências Contábeis, Comércio Exterior, Gestão Portuária, Logística, Marketing e Recursos Humanos. Identificaram-se as disciplinas de cada curso, cujo objetivo é desenvolver o perfil empreendedor do discente. Posteriormente, identificaram-se as estratégias de ensino das respectivas disciplinas.

As disciplinas que possuem abordagem de ensino voltada ao desenvolvimento do perfil empreendedor estão identificadas por campi e por curso no Quadro 3.

Quadro 3: Disciplinas com abordagem voltada ao empreendedorismo

Curso	Campi	Disciplinas
Administração	B	Empreendedorismo, Teorias da Administração, Responsabilidade Social, Gestão de Competências, Inovação, Comportamento Humano, Estudo do Comportamento, Gestão de RH, Estratégia, Viagem.
	Bg	Teorias da Administração, Comportamento Humano, Gestão de RH, Estratégia, Casos em Administração, Comportamento Humano, Seminários Avançados.
	I	Seminário em Administração, Teorias da Administração, Inovação, Comportamento Humano, Projetos Sociais, Gestão de RH, Estratégia, Gestão, Seminários Avançados.
	K	Comportamento Humano, Gestão de RH, Estratégia, Viagem.
	T	Seminários em Administração, Teorias da Administração, Organização e Métodos, Inovação, Comportamento Humano, Mercadológica, Gestão de RH, Casos em Administração, Estratégia, Empreendedorismo, Gestão, Gestão Pública.
Ciências Contábeis	Bg	Gestão para Contadores, Empreendedorismo, Responsabilidade Social, TCC.
	I	Empreendedorismo, Responsabilidade Social, TCC.
Comércio Exterior	I	Gestão comex, Comportamento Organizacional, Mercadológica, Psicologia, Negociações.
Gestão Portuária	I	Negociações, Mercadologia Internacional, Interdisciplinar.
Logística	I	Teorias da Administração, Logística, Gestão em RH.
Marketing	I	Inovação, Gerência de produtos, Responsabilidade Social, Empreendedorismo.
Recursos Humanos	B	Treinamento, Liderança, Planejamento Estratégico.
	K	Análise Organizacional, Psicologia, Empreendedorismo, Gestão de Competências, Inovação.

Fonte: Desenvolvido a partir dos planos de ensino das disciplinas.

Pode-se perceber no Quadro 3 que todos os cursos apresentam disciplinas de empreendedorismo ou que abordam a temática de empreendedorismo. Isso foi possível após a análise detalhada de cada plano de ensino, em que foram analisados as estratégias, os objetivos e as ementas de cada disciplina, o que possibilitou a verificação que a área da gestão tem a preocupação de preparar o acadêmico (a) para os novos desafios que o mercado apresenta e também de desenvolver características e ações empreendedoras. Com um mercado atual, em que a mudança está diretamente ligada às empresas, é imprescindível que os futuros profissionais de gestão busquem, a cada dia, independente da sua área de atuação, ser empreendedores.

Após a identificação das disciplinas, cuja abordagem inclui o desenvolvimento do empreendedorismo, procedeu-se à análise das estratégias de ensino com a análise de conteúdo, utilizando-se da matriz de estilos de aprendizagem e técnicas pedagógicas que utilizam como ponto de partida o modelo de aprendizagem desenvolvida por Ulrich e Cole (1987) a partir de estudos de Kolb (1976), observando-se as práticas pedagógicas por estilo de aprendizagem por curso, apresentadas no Quadro 4.

Quadro 4: Práticas pedagógicas por tipo de aprendizagem dos cursos de graduação.

Curso	Práticas pedagógicas por estilo de aprendizagem			
	I-Reflexivo-Teórico	II-Reflexivo-Aplicado	III-Ativo-Prático	IV-Ativo-Teórico
Administração	Leitura e produção de textos; resolução de questões; atividades individuais, participação nas bancas; resumos.	Aula expositiva dialogada; estudo de caso; casos para ensino; vídeos.	Palestrante externo; seminários; viagem técnica.	Atividades de pesquisa; debate de artigos; exercícios práticos; atividade em equipe; ministrar microaula.
Ciências Contábeis	Aulas na modalidade EAD (chat, fórum e correio eletrônico); exercícios práticos.	Estudo de caso; aula expositiva dialogada; aula expositiva com o apoio de audiovisual.	Palestra.	Avaliação do perfil empreendedor; desenvolvimento de plano de negócio.
Comércio Exterior	Pesquisa de feiras internacionais; Relatórios; resumo em mapa conceitual da teoria estudada; resenhas; teste oral.	Análise de casos; análise de reportagens; aula expositiva dialogada; estudo dirigido de artigos e reportagens; filme; <i>brainstorming</i> .	Discussão em grupo; simulações; seminário.	Dinâmicas de grupo.
Gestão Portuária	Pesquisa bibliográfica; trabalhos dirigidos; trabalhos/avaliações individuais e/ou em grupos.	Aula expositiva dialogada; casos práticos; exemplos práticos; análise de casos internacionais; vídeo.	Simulações; seminário; apresentação da dinâmica da simulação.	Leitura e discussão de textos, livros, notícias e artigos científicos.
Logística	Estudo dirigido; atividades individuais ou em grupo em sala e extra sala; participação nas bancas; elaboração de relatórios, resumo.	Apresentação e debate de estudo de caso; aula expositiva dialogada com recursos: análise de texto, transparência, vídeo, estudos de casos, dinâmicas, vídeos, debates e pesquisa, análise de texto.	Seminários.	Análise de estratégias de empresas reais e planejamento estratégico de empresas fictícias; debate; aula prática; discussão do resultado da pesquisa realizada em uma empresa da região.
Marketing	Exercícios de verificação de aprendizagem; exposição oral; leituras de artigos de forma dirigida; estudo dirigido; leitura de textos.	Aula expositiva dialogada; estudo de caso.	Seminários.	Dinâmica de grupo; estudo de situações problema; estudos de campo; exercícios de imaginação; percepção; memória e criação; oficina e exercícios de imaginação; lógica e criatividade; vivências.
Recursos Humanos	Aplicação de testes; relatório de reflexão; trabalho em grupos.	Aula expositiva dialogada; estudo de caso; filme.	Seminário com artigos científicos; visita técnica.	Aula prática; dinâmica de grupo; workshop de oratória; entrevista com empreendedores da região; oficina de planejamento de recursos humanos; dramatização dos conceitos; grupos de oposição (debate).

Fonte: Desenvolvido a partir dos planos de ensino das disciplinas, e com base em Ulrich e Cole (1987).

Ao analisar o quadrante 1 e 2 do Quadro 4, foi possível perceber que as estratégias utilizadas pelos cursos do Centro de Ciências Sociais Aplicadas – Gestão são as mais tradicionais, não havendo a prática do aluno.

No que se refere ao desenvolvimento do perfil empreendedor, foi possível perceber nos cursos estudados que as estratégias de ensino dos quadrantes 3 e 4, do Quadro 4, que são aquelas mais dinâmicas, cujos alunos têm maior participação nas aulas, com ações e atividades, são as mais utilizadas, o que está de acordo com o que afirma Guimarães (2002). Para este autor, as abordagens pedagógicas mais adequadas aos cursos que objetivem a formação empreendedora, e por eles denominadas de ensino direcionado ao empreendedorismo, estão dispostas nos quadrantes três e quatro. Tais abordagens, diferentemente das tradicionais, exigem que o professor assuma um papel secundário no processo, agindo apenas como um orientador da aprendizagem, cabendo ao aluno participar ativamente das atividades propostas, refletir sobre os resultados, propor redirecionamentos ou recomendações e avaliar contextos.

Atividades educativas de orientação profissional devem ser encaminhadas para a formação em competências específicas e cumprir os requisitos de aprendizado sustentável: usando métodos ativos; estudos de caso, monitoramento e avaliação do negócio, etc. (GUIMARÃES, 2002; VILCOV; DIMITRESCUB, 2015). Os programas de educação para o empreendedorismo e atividades dirigidas para desenvolver competências empreendedoras proporcionam ao indivíduo começar o seu período de maturidade com carreiras de sucesso, tomar o risco e a responsabilidade de estabelecer e desenvolver seus negócios (VILCOV; DIMITRESCUB, 2015).

4.2 Análise percepção do discente quanto ao ensino de empreendedorismo

Além da pesquisa nos planos de ensino e aplicação do questionário, verificou-se, junto às secretarias dos cursos participantes da pesquisa, o número de acadêmicos regularmente matriculados no semestre 2014/02, conforme apresentado na Tabela 1.

Tabela 1: Número de respondentes por curso.

Nome do Curso	Nº de alunos	Nº de respondentes	% sob total de alunos	% sob total de respondentes
Administração	1965	504	25,80%	76,50%
Ciências Contábeis	710	62	8,73%	9,40%
Logística	288	37	12,85%	5,60%
Marketing	61	14	22,95%	2,10%
Recursos humanos	108	42	38,89%	6,40%
Comércio Exterior	777	0	0%	0%
Gestão Portuária	173	0	0%	0%
Total	4082	659		100%

Fonte: Elaborada com base em dados da pesquisa.

A Tabela 1 apresenta o número de acadêmicos, regularmente matriculados, no semestre 2014/02, e, também, o número de acadêmicos em cada um dos cursos do Centro de Ciências Sociais Aplicadas – Gestão, que responderam ao questionário.

Vale ressaltar que o curso de Administração é oferecido em cinco *campi*, totalizando 1.965 acadêmicos. O curso de Ciências Contábeis é oferecido em dois *campi*, com o total de 710 alunos. O curso de Logística é oferecido somente em um *campus* e totaliza 288 acadêmicos. O curso de Recursos Humanos é oferecido em dois *campi*, com 108 acadêmicos. O curso de Marketing é oferecido em um *campus* e possui 61 acadêmicos. O curso de Comércio Exterior possui 777 alunos e o curso de Gestão Portuária 173 alunos, mas não tiveram participação no preenchimento do questionário. Por isso, a população total para a aplicação do questionário é 3.312 alunos, regularmente matriculados, no semestre 2014/02.

Percebe-se que, dos 659 acadêmicos respondentes, 504 são do curso de Administração; 62, do curso de Ciências Contábeis; 37, do curso de Logística; 14, do curso de Marketing; 42, do curso de Recursos Humanos, sendo que o curso com maior representatividade, nesta pesquisa, foi o Curso de Administração, que apresentou um percentual de participação de 76,50%. A soma da participação dos demais cursos chega a 23,50%.

Comparando os dados demonstrados, na Tabela 1, é possível perceber que, dos 1965 alunos do curso de Administração, de todos os *campi*, 504 participaram da pesquisa, respondendo ao questionário, o que

representa um percentual de 25,65%. O curso de Ciências Contábeis teve um percentual de participação de 8,73%; o curso de Logística, 12,85%; o curso de Marketing, 22,95%; o curso de Recursos Humanos obteve um percentual de 38,89% de participação na pesquisa, pois dos 108 acadêmicos do curso, 42 responderam ao questionário.

Na aplicação do questionário, os acadêmicos foram perguntados sobre o interesse por desenvolver o perfil empreendedor. Os acadêmicos apontaram o ambiente profissional e a área de formação como os principais motivos para estudar empreendedorismo. Em seguida, a variável “área de formação”. As variáveis “autoemprego” e “família” obtiveram um número de respondentes bem próximos e as variáveis “amigos” e “desemprego” foram as que tiveram o menor número de respondentes. Percebe-se, com essa análise, que a variável “ambiente profissional” é a que mais influencia, e a variável “desemprego” é a que menos influencia o interesse dos respondentes, pelo *empreendedorismo*.

Ao analisar os resultados, triangulando com o referencial teórico, cabe lembrar que os autores Costa e Oliveira (2008) destacam que estudos acerca do *empreendedorismo* têm sua atenção dirigida ao contexto social, como a influência de agentes sociais próximos ao empreendedor (como amigos e família), ao aspecto ambiental (como as normas nacionais), além do contexto geral de convivência cotidiana do empreendedor (ambiente profissional, área de formação, etc.).

No que se refere ao interesse e à importância de ser empreendedor, a maioria dos pesquisados veem o empreendedor como um indivíduo importante para a sociedade, sendo que a maioria já pensou ou pensa em se tornar empreendedor. No que se refere ao que levaria os acadêmicos a abrir uma empresa, os pesquisados responderam que seria a realização pessoal e a possibilidade de trabalhar de forma autônoma. Nesta última questão fica evidente a vertente comportamental do empreendedorismo, que destaca como principal motivação a busca de auto realização, uma vantagem não material do empreendedorismo, bem como a autonomia (DOLABELA, 2005; GIMENEZ, 2015).

Questionados sobre a importância da educação voltada para o empreendedorismo, em média 75% dos pesquisados consideraram de alta a muito alta a importância. O fato dos alunos mostrarem, em suas respostas, que a educação voltada ao *empreendedorismo* que é importante, está de acordo com os autores citados nesta pesquisa. Um estudo realizado pela Endeavor Brasil (2014) demonstra que os alunos que já fizeram alguma disciplina de *empreendedorismo* apontam que não tinham muitas capacidades empreendedoras antes de fazerem a disciplina. Hoje, apontam que são muito mais confiantes do que antes. Essa mudança de percepção pode estar fortemente associada às aulas de *empreendedorismo*, mas também, indiretamente, a outras variáveis, como curso ou tempo em que o aluno está na faculdade.

A Tabela 2 apresenta a frequência das atividades de ensino apresentadas nos cursos na percepção dos acadêmicos.

Tabela 2: Frequência das atividades de ensino dos cursos.

VARIÁVEIS	N	Mín.	Máx.	Média	Desvio padrão	Coeficiente de Variação	Assimetria		Curtose	
							Estatística	Modelo padrão	Estatística	Modelo padrão
Aulas expositivas	659	1,0	7,0	4,698	1,8504	39,39%	-0,358	0,095	-0,866	0,190
Leituras obrigatórias	659	1,0	7,0	4,015	1,6839	41,94%	0,072	0,095	-0,784	0,190
Análise de artigos	659	1,0	7,0	4,429	1,5823	35,72%	-0,068	0,095	-0,786	0,190
Apresentações de filmes	659	1,0	7,0	3,457	1,6656	48,19%	0,481	0,095	-0,587	0,190
Diálogos	659	1,0	7,0	5,226	1,5255	29,19%	-0,604	0,095	-0,322	0,190
Análises de Casos	659	1,0	7,0	4,973	1,5076	30,32%	-0,415	0,095	-0,425	0,190
Avaliação de problemas	659	1,0	7,0	4,809	1,5902	33,07%	-0,360	0,095	-0,629	0,190
Jogos de empresas	659	1,0	7,0	2,886	1,8245	63,22%	0,752	0,095	-0,493	0,190

(Continua)

(Conclusão)

VARIÁVEIS	N	Mín.	Máx.	Média	Desvio padrão	Coeficiente de Variação	Assimetria		Curtose	
							Estatística	Modelo padrão	Estatística	Modelo padrão
Simulações empresariais	659	1,0	7,0	3,514	1,9819	56,39%	0,337	0,095	-1,082	0,190
Exercícios estruturados	659	1,0	7,0	4,475	1,7039	38,08%	-0,256	0,095	-0,683	0,190
Processos de discussões	659	1,0	7,0	4,604	1,5996	34,74%	-0,242	0,095	-0,656	0,190
Projetos empresariais	659	1,0	7,0	3,850	1,8410	47,82%	0,100	0,095	-1,044	0,190
Trabalhos em equipe	659	1,0	7,0	5,920	1,2394	20,94%	-1,173	0,095	1,027	0,190
Experimentos e pesquisas	659	1,0	7,0	4,137	1,9350	46,78%	-0,095	0,095	-1,129	0,190

Fonte: Elaborada com base em dados da pesquisa.

A Tabela 2 se refere às respostas sobre a questão “Das 14 atividades de ensino listadas abaixo, indique aquelas que são frequentes em seu curso”. Os resultados apontam que as médias variaram entre 2,886 e 5,920. A média mais alta se refere à alternativa “trabalho em equipe” e a média mais baixa se refere à alternativa “jogos de empresas”. A variável “diálogo” apresentou uma média de 5,226. As variáveis “aulas expositivas”, “leituras obrigatórias”, “análise de artigos”, “análises de casos”, “avaliação de problemas”, “exercícios estruturados”, “processos de discussões” e “experimentos e pesquisas” apresentaram médias entre 4,015 e 4,973. As variáveis “apresentações de filmes”, “simulações empresariais” e “projetos empresariais” tiveram média entre 3,457 e 3,850. Com esses resultados, é possível perceber que, das 14 atividades listadas, 10 delas são consideradas como mais frequentes, no seu curso, de acordo com as respostas dos acadêmicos.

O resultado apresentado, nessa questão, mostra que “trabalho em equipe” é a atividade de ensino mais frequente, no curso do qual o acadêmico faz parte. Um estudo realizado por Ferreira, Ramos e Gimenez (2006) descreve as práticas pedagógicas das IES dos EUA, mostrando que os eixos teóricos e práticos apresentam trabalhos teóricos individuais e em grupo e trabalhos práticos individuais e em grupo, respectivamente. O autor Pereira Junior (2013) afirma que, para uma pessoa ser considerada empreendedora, ela deve adquirir algumas habilidades técnicas e gerenciais, como, também, possuir algumas características pessoais. No campo técnico, deve ser capaz de captar informações, ter facilidade de se comunicar, de liderar e de trabalhar em equipe, dentre outros fatores. Ao fazer uma comparação com esta pesquisa realizada, pode-se perceber que a atividade “trabalhos em grupo” também é utilizada com bastante frequência, nas universidades pesquisadas, pelos autores citados.

Na pergunta que se refere à avaliação do acadêmico sobre o curso no qual ele está matriculado, observa-se que, na opinião dos acadêmicos, a variável “formação de habilidades e competências empreendedoras” teve a menor média, já a variável “formação de uma visão” que proporcione ao aluno nível crítico, inovação, ética e, principalmente, “saber fazer”, teve a maior média.

Essa situação mostra que os cursos da área da gestão, de acordo com a amostra pesquisada, precisam dar mais atenção à variável “formação de habilidades e competências empreendedoras”. De acordo com Lenzi (2008), um indivíduo com competências individuais bem definidas poderá utilizá-las para ações empreendedoras. Mas o indivíduo não pode ter, somente, as suas competências bem definidas, é necessário que exista ou que se busque a forma adequada para que elas gerem resultados concretos à organização.

Em relação às características de um perfil empreendedor, os alunos expressaram qual a importância dessas características para a formação empreendedora. Foram elencadas 19 características empreendedoras e os acadêmicos avaliaram e expressaram a importância de cada alternativa. Dentre as mais importantes para o empreendedor, os acadêmicos destacaram criatividade, habilidade para conduzir situações e liderança.

Com relação à frequência das práticas empreendedoras que o acadêmico teve acesso em seu curso, foi possível perceber que, segundo a opinião dos acadêmicos, a variável “palestra” é a prática empreendedora que eles mais têm acesso, e a variável “Empretec – Sebrae” é a prática empreendedora que eles têm menos acesso no curso.

Essa avaliação dos alunos deve orientar os professores a analisarem suas práticas pedagógicas, quando

o que se deseja é formar empreendedores. De acordo com Fillion (1999) e Lopes (2010), a educação empreendedora é diferente do processo de ensino tradicional, por se calcar mais na atividade do próprio aluno, numa forma mais experiencial, mais prática e contextualizada, no mundo real, e que prepara o indivíduo para lidar com as incertezas, a falta de recursos e a indiferenciação típica do início de uma organização.

Além das palestras, que têm a oportunidade de mostrar aos alunos o que de novo está acontecendo, as experiências e os conhecimentos de outras pessoas, os seminários, as feiras, os concursos de planos de negócios e o Empretec do SEBRAE, são práticas que devem ser mais bem abordadas pelos professores que ministram as disciplinas, as quais têm como objetivo formar empreendedores, pois são práticas importantes para o desenvolvimento dos alunos e para torná-los pessoas mais inovadoras.

Com relação às atividades curriculares, que são utilizadas com maior frequência nos cursos que eles estão matriculados, foram analisados: “disciplinas obrigatórias”, “disciplinas práticas”, “estudo de caso”, “semanas de cursos”, “estágio supervisionado” e “projeto final de curso”. Na análise foi possível verificar que, na opinião dos alunos, a atividade curricular mais frequente foi “disciplinas obrigatórias” e a menos frequente, no seu curso, foi o “estágio obrigatório”.

Ao analisar os planos de ensino dos cursos que fizeram parte deste estudo, foi possível verificar que o curso de Administração oferece a disciplina Estágio Extracurricular, nos 7º e 8º períodos; o curso de Ciências Contábeis oferece as disciplinas TCC 1 e TCC 2, nos 7º e 8º períodos; o curso de Comércio Exterior oferece a disciplina Estágio e TCC, também, nos 7º e 8º períodos; o curso de Logística oferece as disciplinas Projeto de Pesquisa em Logística e TCC, nos 5º e 6º períodos. Os cursos de Marketing, Recursos Humanos e Gestão Portuária não oferecem a disciplina de Estágio e nem de TCC.

A única disciplina que estava no questionário era a de TCC, do curso de Ciências Contábeis, pelo fato de ter sido a única disciplina que se verificou, na análise dos planos de ensino, a abordagem de *empreendedorismo*. Os planos de ensino das disciplinas de Estágio Extracurricular do curso de Administração e Projeto de Pesquisa em Logística, do curso de Logística, não apresentaram abordagem de *empreendedorismo*, por isso elas não foram destacadas no questionário respondido pelos acadêmicos. A disciplina Estágio e TCC, do curso de Comércio Exterior, não foi colocada no questionário porque os acadêmicos de Comércio Exterior não responderam à pesquisa.

Dos 659 alunos, somente 23, o que representa 3,49% do total dos respondentes, responderam que já cursaram a disciplina de TCC, sendo seis alunos do curso de Administração, e dezessete, do curso de Ciências Contábeis. O pequeno índice de respostas à alternativa Estágio Supervisionado pode ter ocorrido em função das seguintes situações: o pequeno percentual de alunos que responderam ter cursado a disciplina; os cursos de Marketing e Recursos Humanos não oferecerem essa disciplina; os alunos do curso de Comércio Exterior não terem participado da etapa de aplicação do questionário; os 37 respondentes, do curso de Logística, que oferece a disciplina TCC, no 6º período, não responderem à alternativa TCC; e pelo fato da disciplina de Estágio Supervisionado ser ofertada nos 7º e 8º períodos, sendo que o total de respondentes desses períodos somam 178 alunos, o que corresponde a 27,01% do total dos respondentes.

Já a atividade curricular “disciplinas obrigatórias” obteve a maior média (5,680), porque, em todos os cursos pesquisados para este trabalho, os alunos têm um determinado número de disciplinas obrigatórias que precisam ser cursadas.

A Tabela 3 apresenta as atividades extracurriculares mais presentes nos cursos na percepção dos acadêmicos pesquisados.

Tabela 3: Frequência da utilização das atividades extracurriculares nos cursos.

Variável	N	Mín.	Máx.	Média	Desvio padrão	Coeficiente de Variação (%)	Assimetria		Curtose	
							Estatística	Mode-lo padrão	Estatística	Mode-lo padrão
Visitas técnicas	659	1,0	7,0	3,077	1,9520	63,43%	0,647	0,095	-0,783	0,190
Entrevistas à empreendedores/empresários	659	1,0	7,0	3,202	1,9170	59,87%	0,481	0,095	-0,967	0,190
Exposição de trabalhos acadêmicos	659	1,0	7,0	4,155	1,9250	46,33%	-0,033	0,095	-1,138	0,190
Projetos de Iniciação Científica	659	1,0	7,0	4,020	2,0086	49,97%	0,007	0,095	-1,197	0,190
Minicursos/Workshop	659	1,0	7,0	3,023	1,9267	63,74%	0,601	0,095	-0,820	0,190
Empresa Júnior	659	1,0	7,0	2,775	1,9681	70,91%	0,840	0,095	-0,563	0,190
Centro Acadêmico	659	1,0	7,0	3,410	2,0824	61,07%	0,305	0,095	-1,249	0,190

Fonte: Elaborada com base em dados da pesquisa.

A Tabela 3 se refere às atividades extracurriculares, destacadas pelos respondentes, que são utilizadas com maior frequência nos cursos que eles estão matriculados. A maior média se refere à variável “exposição de trabalhos acadêmicos”, e a menor média se refere à variável “empresa júnior”. As variáveis “minicursos/workshop”, “visitas técnicas”, “entrevistas a empreendedores/empresários”, “centro acadêmico” e “projetos de iniciação científica” tiveram as seguintes médias: 3,023, 3,077, 3,202, 3,410 e 4,020, respectivamente.

Com base na análise dos dados, da Tabela 3 e, também, por meio de uma pesquisa para saber se todos os *campi* possuem Empresa Júnior, verificou-se que nem todos os *campi* possuem essa atividade extracurricular, o que contribuiu para que os alunos associassem as menores notas à variável “empresa júnior”, fazendo com que apresentasse a menor média.

Com a análise das atividades extracurriculares apresentadas no questionário e as médias apresentadas, percebe-se que os cursos que participaram deste estudo poderiam oferecer aos alunos as atividades extracurriculares que apresentaram médias inferiores a três, pois são atividades que auxiliam no desenvolvimento da sua formação empreendedora. O contato com empresários, empreendedores, empresas e, também, a experiência como aluno em uma empresa júnior contribuíram para as pessoas estarem mais preparadas para enfrentar os desafios que, possivelmente, enfrentarão, quando abrirem uma empresa ou mesmo para empreenderem dentro do trabalho que já realizam.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve, como objetivo geral, analisar as práticas de ensino do *empreendedorismo* na percepção dos acadêmicos de graduação, do Centro de Ciências Sociais Aplicadas - Gestão, de uma Universidade Comunitária de Santa Catarina.

Para alcançar o objetivo geral, o estudo foi realizado em três partes. Primeiro foi categorizar os conteúdos programáticos das disciplinas que abordam a temática de *empreendedorismo* nos cursos de graduação do Centro de Ciências Sociais Aplicadas – Gestão, que foi possível a partir da seleção de todos os cursos que fazem parte do centro em estudo para, então, analisar todos os planos de ensino e destacar as disciplinas de

empreendedorismo e, também, aquelas que abordam a temática de ensino do *empreendedorismo* na sua matriz curricular. Na análise dos planos de ensino, verificaram-se alguns itens, tais como o nome do curso, o *campus*, a disciplina, o período, o objetivo geral, a ementa, a unidade, o conteúdo e a estratégia de ensino, a fim de elaborar a primeira categorização e, assim, inserir os dados em uma planilha. A categorização possibilitou, também, conhecer melhor de que modo os professores dos cursos e das disciplinas do Centro de Ciências Sociais Aplicadas – Gestão preparam seus planos, para o semestre e de que forma conduzem as suas aulas.

A segunda parte da pesquisa foi apresentar as estratégias de ensino adotadas pelos professores das disciplinas que abordam a temática de *empreendedorismo* nos cursos de graduação, do Centro de Ciências Sociais Aplicadas – Gestão, que resultou nas estratégias de ensino abordadas por curso e as estratégias de ensino abordadas por disciplina.

Na análise das estratégias foi possível verificar que a estratégia “aula expositiva dialogada” é a mais utilizada por todos os cursos que fazem parte deste centro e deste estudo. O que permite dizer que essa se constitui uma evidência de que os métodos tradicionais de ensino ainda são utilizados com bastante frequência. O professor precisa ficar atento a esses métodos e procurar utilizar outros métodos que possam incentivar a criatividade e o interesse do aluno, a fim de que interajam e participem mais ativamente das aulas. O “aprender a fazer” é essencial para um aluno que pretende ser empreendedor, dentro do local que trabalha ou no seu futuro negócio. É importante procurar desenvolver, no aluno, sua capacidade de criar, de inovar, de fazer diferente, e de ser cada vez melhor no seu trabalho e nas atividades que realiza.

Na terceira parte, então, buscou-se identificar a percepção dos acadêmicos, regularmente matriculados, nas disciplinas que abordam a temática de *empreendedorismo* nos cursos de graduação do Centro de Ciências Sociais Aplicadas - Gestão quanto à contribuição para a sua formação empreendedora, que foi possível por meio da pesquisa realizada com os acadêmicos, desses cursos, nas disciplinas que abordassem a temática do *empreendedorismo* em sua matriz curricular. O questionário, formado por 12 questões, abordou temas que vão da importância do empreendedor para a sociedade às características do empreendedor, e às atividades curriculares e extracurriculares que eles têm acesso no seu curso.

Ao analisar os resultados obtidos nesta pesquisa, foi possível perceber que os acadêmicos consideram que o empreendedor é importante para a sociedade e que possuem interesse em se tornar um deles, sendo a criação de uma empresa a oportunidade para se tornarem empreendedores. Eles não consideram o fato de se tornar um empreendedor somente como uma necessidade, como alguém ficar desempregado e se tornar um empreendedor. Os acadêmicos enxergam o empreendedorismo como uma oportunidade porque, em todas as atividades que as pessoas realizam no seu dia a dia, ser empreendedor é fundamental, seja no seu trabalho, seja na abertura de um novo negócio.

Foi possível perceber, também, que a educação para o *empreendedorismo* é muito importante na visão dos acadêmicos participantes da pesquisa. Saber da expressiva importância do ensino do *empreendedorismo*, para os acadêmicos, é motivo para que os docentes busquem meios para ensinar de que modo empreender para abordar quais as vantagens e quais as desvantagens de uma pessoa ser empreendedora nas suas atividades pessoais e profissionais e, assim, poder ter suas empresas, buscando melhorar, a cada dia, o seu desempenho tanto como pessoa como profissional.

Os acadêmicos evidenciaram, na pesquisa, que possuem acesso a várias atividades de ensino, no seu curso, principalmente ao trabalho em equipe. Eles evidenciaram, também, que as características empreendedoras, apresentadas no questionário são consideradas importantes para a sua formação empreendedora. Dentre as características empreendedoras que constam no questionário, cabe citar que a característica com a menor média, atribuída pelos acadêmicos, foi a “agressividade”, sendo a que teve a maior média a “criatividade”.

A questão relacionada à formação de habilidades e de competências empreendedoras é uma alternativa que precisa de mais atenção por parte dos docentes, pois, para Lenzi (2008), as competências empreendedoras derivam ou assemelham-se com as competências individuais, possibilitando perceber que um indivíduo com competências individuais bem-definidas poderá utilizá-las para as ações empreendedoras, mas que não basta ter somente competências individuais bem-definidas, é necessário, sobretudo, que se busque o espaço adequado para que essas competências gerem resultados concretos à organização.

Dessa forma, é necessário auxiliar os acadêmicos a desenvolverem suas competências empreendedoras, a fim de que eles possam ter como foco a busca de resultados, com coragem de assumirem riscos, de tomarem decisões mais assertivas e com capacidade de serem mais inovadores.

As duas últimas perguntas do questionário tratavam das práticas curriculares e extracurriculares, utilizadas com maior frequência, nos cursos estudados. Da análise destas questões, observou-se que é necessário atentar mais à atividade curricular de estágio docente, pois foi a atividade com o menor percentual, muito embora

seja uma das disciplinas mais importantes dos cursos, pois é por meio dos estágios e do TCC que os estudantes têm a oportunidade de sair a campo e de vivenciar tudo aquilo que aprenderam no curso.

Na questão das atividades extracurriculares, foi possível perceber que os acadêmicos precisam ter acesso às atividades as quais apresentaram médias inferiores a três, pois são atividades que poderiam auxiliá-los no seu desenvolvimento e na sua formação empreendedora. Os alunos precisam ter contato com empresários, com empreendedores, com empresas e, também, ter a experiência em uma empresa júnior, a fim de estarem mais preparados para os desafios que enfrentarão, quando abrirem uma empresa ou mesmo para empreenderem dentro do trabalho que já realizam.

Analisando cada uma das questões aplicadas, verificou-se que os cursos do Centro de Ciências Sociais Aplicadas - Gestão contribuem para a formação empreendedora dos acadêmicos. De acordo com Ferreira (2003), a formação empreendedora, seja em qualquer área, visa alcançar um desempenho eficiente, eficaz e efetivo, na obtenção da qualidade e da produtividade do que realiza.

Embora algumas atividades e práticas precisem ser melhoradas e desenvolvidas junto aos acadêmicos, a maioria das respostas obtidas mostra que eles se interessam pelo *empreendedorismo* e reconhecem as atividades que já tiveram acesso, no seu curso, que contribuem para a sua formação empreendedora. No que se refere à instituição estudada, percebe-se que ela procura oferecer disciplinas que abordam a temática de *empreendedorismo*, mas, além dessas disciplinas, é preciso que a instituição ofereça aos seus acadêmicos a possibilidade de ter contato com exemplos, experiências e vivências práticas, interagindo com empreendedores e empresários, para que, assim, a universidade possa contribuir com o desenvolvimento das características e das competências empreendedoras, dos acadêmicos dos cursos da área de gestão, formando, desse modo, empreendedores com capacidade de tomar decisões com maior assertividade, de correr riscos, de serem persistentes, de serem independentes e que busquem desenvolver sua criatividade, estando preparados para os desafios.

Como futuras pesquisas sugere-se buscar conhecer o quanto a metodologia de ensino desenvolvida no curso desenvolve o perfil empreendedor dos acadêmicos, além de pesquisas exploratórias sobre as metodologias para desenvolver especificamente cada competência empreendedora. Sugere-se, ainda, realizar pesquisas enfatizando o período do curso em comparação com as metodologias de ensino e o desenvolvimento do perfil empreendedor. Seria importante desenvolver pesquisas longitudinais para verificar se o aluno com alta intenção de se tornar um empreendedor irá estabelecer seu negócio após a graduação. A partir das sugestões anteriores, será possível fazer uma análise mais aprofundada das relações entre: ensino superior, empreendedorismo e ensino do empreendedorismo, possibilitando que se avance no estudo científico do tema.

6. REFERÊNCIAS

- AITKEN, H. G.J. Explorations in enterprise. **Cambridge**: Harvard University Press, 1965.
- ANDRADE, R. C. **O empreendedorismo na escola**. vol. 5. Porto Alegre/Belo Horizonte: Artmed/Rede Pitágoras, 2009.
- BASTOS, A. V. B.; GONDIM, S. M. G.; LOIOLA, E. Aprendizagem Organizacional versus Organizações que Aprendem: características e desafios que cercam essas duas abordagens de pesquisa. **Revista de Administração**, n. 3, p. 220-230, jul./ago./set. 2004.
- BASCI, E.S.; ALKANB, R. M. Entrepreneurship Education at Universities: Suggestion for A Model Using Financial Support. **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, n. 195, p. 856 – 861, 2015.
- BAUMOL, W. J. Entrepreneurship in economic theory. **The American economic review**, p. 64-71, 1968.
- CASSON, M. The entrepreneur: An economic theory. **Rowman & Littlefield**, 1982.
- COHEN, B. WINN, M. I. Market imperfections, opportunity and sustainable entrepreneurship. **Journal of Business Venturing**. v. 22, p. 29 – 49. 2007.
- COHEN, B. WINN, M. Introdução à teoria e à prática. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.
- COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. Métodos de Pesquisa em Administração. 7a. ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.
- COSTA, F. J.; OLIVEIRA, D. M. Fatores de Influência no Interesse Empreendedor: uma análise junto a estudantes da área de gestão. In: SemeAd – Empreendedorismo em organizações 11. 2008. **Anais... SEMEAD**, ago. 2008.
- CRUZ, G. T. **Educação Empreendedora**: uma análise do comportamento empreendedor e do desempenho

- individual de microempresários no contexto brasileiro. 169 fls. Dissertação. (Mestrado em Administração). Faculdade de Economia, Administração e Ciência da Informação e Documentação (FACE), Universidade de Brasília. Brasília, 2013.
- CUNNINGHAM, J. B.; LISCHERON, J. Defining Entrepreneurship. **Journal of Small Business Management**, v. 29, n. 1, p. 45 – 61, 1991.
- DORNELLAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
- DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor**. São Paulo: Pioneira, 1986.
- FERREIRA, L. F. F.; CAPRA, L. P.; PEREIRA, L. S.; ABREU, M. A. S. S.; SILVEIRA, F. A. Desde os Primórdios até hoje em dia: será que o empreendedor ainda faz o que Schumpeter dizia? Evolução das características empreendedoras de 1983 a 2010. In: Encontro da ANPAD, 35. 2011. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, set. 2011.
- FILION, L. J. **Empreendedorismo: Ciência, Técnica e Arte**. Brasília: CNI/IEL Nacional, 2000.
- FILION, L. J. Empreendedorismo: Empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, v. 34, n. 2, p. 5-28. São Paulo, abr./jun. 1999.
- GUIMARÃES, L. O. **A experiência universitária norte-americana na formação de empreendedores**. Contribuições das universidades de Saint Louis, Indiana e Babson College. 316fls. Tese. (Doutorado em Administração). Fundação Getúlio Vargas de São Paulo. Escola de Administração de Empresas de São Paulo. São Paulo, 2002.
- HENRIQUE, D. C.; CUNHA, S. K. Práticas didático-pedagógicas no ensino de empreendedorismo em cursos de graduação e pós-graduação nacionais e internacionais. **RAM – Revista de Administração Mackenzie**, v. 9, n. 5, 2008.
- KOLB, D. A. Management and the learning process. **California Management Review**, v. 18, n. 21, 1976.
- LAVIERI, C. Educação...empreendedora? In: LOPES, R.M. A. (Org.). **Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas**. Rio de Janeiro: Elsevier - São Paulo: Sebrae, 2010.
- LOPES, R.M.A. (Org.). **Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas**. Rio de Janeiro: Elsevier - São Paulo: Sebrae, 2010.
- MACHADO, M. R. L. **Educação do empreendedorismo: um estudo em instituição de ensino superior**. 162 fls. (Mestrado em Ciências em Engenharia de Produção). Universidade do Rio Grande do Norte. Natal: 2005.
- MARTIN, R.; OSBERG, S. Social Entrepreneurship: The Case for Definition. **Social Innovation Review**, v. 5, p. 27-39, 2007.
- PINCHOT, G. **Intraempreendedor: por que você não precisa deixar a empresa para tornar-se um empreendedor**. São Paulo: HARBRA, 1989.
- PEREIRA JÚNIOR, F. G. A. **As contribuições do curso de graduação em administração na formação empreendedora dos alunos de uma Instituição de Ensino Superior de Bacabal – MA**. 73 fls. Dissertação. (Mestrado Profissional em Administração). Fundação Pedro Leopoldo. Pedro Leopoldo: 2013.
- RIBEIRO, R. L.; ARAÚJO, E. A. S.; OLIVEIRA, E. A. A. Q. A contribuição das instituições de ensino superior para a educação empreendedora. **The 4th International Congress University Industry Cooperation**, Taubaté, dez. 2012.
- ROCHA, E. L. C.; FREITAS, A. A. F. **Avaliação do Ensino de Empreendedorismo entre Estudantes Universitários por meio do Perfil Empreendedor**. RAC, Rio de Janeiro, v. 18, n. 4, art. 5, p. 465 – 486, jul./ago. 2014.
- SHAPIRO, C. The Theory of Business Strategy. **The RAND Journal of Economics**, v. 20, p. 125-137, 1989.
- SCHUMPETER, J.A. **The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle**. Harvard University Press. Cambridge, MA, EUA, 1934.
- SILVA, G. S. **Educação Empreendedora nas IES Cearenses: um estudo multicaso**. 121 fls. Dissertação. (Mestrado em Administração de Empresas). Fundação Edson Queiroz. Universidade de Fortaleza – UNIFOR. Fortaleza: 2010.

TEZZA, G. O. A. **O Ensino do Empreendedorismo nos cursos de Administração das Universidades do Estado do Paraná**. 142 fls. Dissertação. (Mestrado em Administração: Gestão Moderna de Negócios). Universidade Regional de Blumenau – FURB. Blumenau: 2004.

TSCHA, E. R.; NETO, G. G. C. Educação empreendedora pautada na gestão colaborativa do conhecimento: o caso células empreendedoras. In: Encontro de estudos em empreendedorismo e gestão de pequenas empresas – EGEPE, 8, Goiânia, 2014. **Anais...** EGEPE, mar. 2014.

ULRICH, Thomas A.; COLE, George S. Toward more effective training of future entrepreneurs. **Journal of Small Business Management**, v. 25, n. 4, p. 32, 1987.

VIEIRA, S. F. A.; MELATTI, G. A.; OGUIDO, W. S.; PELISSON, C.; NEGREIROS, L. F. Ensino do empreendedorismo em cursos de administração: um levantamento da realidade brasileira. R. Adm. **FACES Journal, Belo Horizonte**, v. 12, n. 2, p. 93-114, abr./jun. 2013.

VILCOVA, N.; DIMITRESCUB, M. Management of Entrepreneurship Education: a Challenge for a Performant Educational System in Romania. **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, n. 203, p. 173 – 179, 2015.