



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CEARÁ

Estevão Lima de Carvalho Rocha

**A INFLUÊNCIA DA PARTICIPAÇÃO EM
ATIVIDADES EDUCACIONAIS DE FORMAÇÃO EM
EMPREENDEDORISMO NO PERFIL EMPREENDEDOR
DE ESTUDANTES DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS**

Fortaleza – Ceará

2012

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CEARÁ

Estevão Lima de Carvalho Rocha

**A INFLUÊNCIA DA PARTICIPAÇÃO EM
ATIVIDADES EDUCACIONAIS DE FORMAÇÃO EM
EMPREENDEDORISMO NO PERFIL EMPREENDEDOR
DE ESTUDANTES DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS**

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado Acadêmico em Administração do Centro de Estudos Sociais Aplicados da Universidade Estadual do Ceará como requisito para a obtenção do título de mestre em Administração.

Orientadora: Prof^a. Dra. Ana Augusta Ferreira de Freitas

Fortaleza – Ceará

2012

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CEARÁ

Centro de Estudos Sociais Aplicados

Curso de Mestrado Acadêmico em Administração

Título: A Influência da Participação em Atividades Educacionais de Formação em Empreendedorismo no Perfil Empreendedor de Estudantes de Administração de Empresas

Autor: Estevão Lima de Carvalho Rocha

Apresentação em: _____/_____/_____

Nota: _____

Banca Examinadora

Prof^a. Dra. Ana Augusta Ferreira de Freitas (Orientadora)

Prof^a. Dra. Fátima Regina Ney Matos

Prof^o. Dr. Juvêncio Braga de Lima

Dedico este trabalho a meus pais Roberto de Carvalho Rocha e Maria Lúcia Lima de Carvalho Rocha, exemplos de vida dedicada à causa da educação.

À minha família: Sumaia, Mayara e Raul.

AGRADECIMENTOS

A finalização deste mestrado somente foi possível porque contei com a colaboração de diversas pessoas. Cada uma contribuiu com suas peculiaridades, formando um ambiente favorável para se chegar ao final deste importante projeto. A princípio, agradeço a Deus por me dar forças, recuperar minha saúde e permitir concluir este estudo. Em segundo lugar, agradeço à minha esposa Sumaia e a meus filhos Mayara e Raul pela compreensão das ausências causadas durante o tempo que levou este projeto de formação acadêmica.

No campo profissional, tive a felicidade de conhecer excelentes professores, aos quais, na pessoa da professora Fátima Regina, registro meus mais sinceros agradecimentos. Vale destacar, do mesmo modo, a pessoa da professora Ana Augusta, minha excelente orientadora, que se revelou uma profissional de elevado conhecimento, sempre atenciosa e determinada em responder aos questionamentos tão presentes em trabalhos deste nível. Meus sinceros agradecimentos.

Agradeço aos colegas de mestrado, companheiros de vários artigos, discussões e estudos que nos permitiram crescer intelectualmente, coroando-nos com o título de Mestre. Por fim, agradeço à Universidade Estadual do Ceará por nos ter oferecido um ótimo programa de Mestrado, conduzido por uma equipe comprometida e formada por um corpo docente de notáveis pesquisadores doutores.

Sucesso deve ser medido, não tanto pela posição que se atingiu, mas pelos obstáculos que foram superados durante a tentativa deste.

Booker T. Washington

RESUMO

O Empreendedorismo é um fenômeno socioeconômico que tem sido valorizado por sua influência no crescimento e desenvolvimento de economias regionais e nacionais. O principal agente promotor desse fenômeno é o empreendedor, sujeito dotado de múltiplas características que atua de uma forma dinâmica e voltada para colher resultados, frutos de seus esforços pessoais. A inserção e a busca de sujeitos empreendedores em diversas sociedades tem sido perceptível em programas e políticas públicas, econômicas e educacionais. A educação empreendedora é destacada como uma das formas mais eficientes de se divulgar a cultura e formar novos empreendedores. Nessa perspectiva, o ensino do Empreendedorismo destaca-se como um recurso utilizado para a formação de novos empreendedores. A dificuldade de se avaliar a eficiência da aprendizagem pode causar certas desorientações pedagógicas no processo educacional. Assim, o objetivo desse estudo foi analisar, por meio de técnicas multivariadas, um instrumento que tem como função mensurar a aprendizagem do ensino de Empreendedorismo, verificando a alteração do perfil empreendedor entre participantes e não participantes do processo de formação empreendedora. A pesquisa foi realizada entre estudantes universitários do curso de Administração de Empresas, na cidade de Fortaleza (CE). Os resultados evidenciaram que os estudantes que participaram de atividades educacionais de formação em Empreendedorismo apresentaram crescimento nos níveis das características empreendedoras inerentes ao perfil empreendedor. O estudo mostrou que é possível maior integração entre a proposta da formação do perfil do novo bacharel em Administração com a proposta de formação do perfil empreendedor. Ao final do trabalho, são sugeridas futuras pesquisas que tendem a complementar os estudos realizados até aqui.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Formação empreendedora. Perfil empreendedor

ABSTRACT

Entrepreneurship is a phenomenon that socioeconomic status has been valued for its influence on the growth and development of regional and national economies. The main promoter of such a phenomenon is the entrepreneur, a subject endowed with multiple features that operates in a dynamic way and driven toward harvesting results, the fruits of his personal efforts. The insertion and the search for entrepreneur individuals in different societies have been noticeable in programs and in economic and educational policies. The entrepreneurial education is highlighted as one of the most efficient ways to disseminate the culture and train new entrepreneurs. From this perspective, Entrepreneurship education stands out as a feature *used for training new entrepreneurs. The difficulty of assessing the efficiency of learning* may cause some disorientation while teaching in the educational process. The objective of this study was to analyze, by means of multivariate techniques, an instrument that aims to measure the learning of teaching Entrepreneurship, by checking the changes in the profile of the entrepreneur amidst participants and non-participants in the process of entrepreneurial training. The survey was conducted among undergraduate college students in Business Administration in the city of Fortaleza (CE). The results evidenced that students who had participated in educational activities training in Entrepreneurship grew in levels of entrepreneurial characteristics included in the entrepreneurial profile. The study has also shown that it is possible to get a closer proximity between the intended formation of the profile of the recently graduated bachelors in Administration and the intended formation of the entrepreneurial profile. At the end of the study, it is suggested that future research findings may lead to complement the studies carried on so far.

Key words: Entrepreneurship. Entrepreneurial education. Entrepreneurial profile.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1 – Esquema do norteamento da abordagem pedagógica.....	37
FIGURA 2 – Pilares dos objetivos do ensino do Empreendedorismo	39
FIGURA 3 – Análise comparativa entre natureza do Empreendedorismo e o perfil empreendedor	50
FIGURA 4 – Fluxograma da coleta de dados.....	55
FIGURA 5 – Variáveis e dimensões da escala do perfil empreendedor	57
QUADRO 1 – Termos de descrição de Empreendedorismo.....	22
QUADRO 2 – Termos que compõem a natureza do Empreendedorismo.....	23
QUADRO 3 – Características comuns entre perfil do formando e perfil do empreendedor .	33
QUADRO 4 – Esquema do norteamento da abordagem pedagógica.....	38
QUADRO 5 – Principais métodos, técnicas, e recursos pedagógicos	40
QUADRO 6 – Características do perfil empreendedor	48
QUADRO 7 – Itens representativos dos fatores.....	51
QUADRO 8 – Dimensões da análise fatorial.....	64
QUADRO 9 – Índices das dimensões	66

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – Distribuição de estudantes por IES	59
TABELA 2 – Percentual das características socioacadêmicas dos estudantes	60
TABELA 3 – KMO e teste de Bartlett	61
TABELA 4 – Matriz anti-imagem.....	62
TABELA 5 – Variância total explicada	63
TABELA 6 – Alfa de Conbrach dos itens da escala	63
TABELA 7 – Matriz dos componentes rotacionada	64
TABELA 8 – Comparação entre escalas.....	66
TABELA 9 – Teste de Levene	68
TABELA 10 – Teste M de Box.....	68
TABELA 11 – Teste de esfericidade de Bartlett.....	68
TABELA 12 – Testes multivariados hipótese Ho1	69
TABELA 13- Testes univariados hipótese Ho1	70
TABELA 14 – Estatísticas descritivas hipótese nula Ho1	70
TABELA 15 – Tamanhos amostrais das AEFÉ	71
TABELA 16 – Resultados testes multivariados e univariados Ho2.....	72
TABELA 17 – Teste de Levene hipótese Ho3	74
TABELA 18 – Resultados <i>Post Hoc</i> da hipótese Ho3	74
TABELA 19 – Testes multivariados hipótese Ho4	76
TABELA 20 – Diferenças de médias entre gêneros.....	76
TABELA 21 – Tamanhos amostrais iniciais hipótese Ho6	78
TABELA 22 – Estatística descritiva da hipótese Ho6	78
TABELA 23 – Testes multivariados hipótese Ho6	79

SUMÁRIO

1.INTRODUÇÃO	12
2.REFERENCIAL TEÓRICO	17
2.1. NATUREZA DO EMPREENDEDORISMO	17
2.2. CULTURA EMPREENDEDORA E A IMPORTÂNCIA DO EMPREENDEDORISMO PARA A ECONOMIA DOS PAÍSES.....	24
2.3 ENSINO DO EMPREENDEDORISMO	28
2.3.1. O Empreendedorismo nas Instituições de Ensino.....	28
2.3.2. Métodos, Técnicas e Recursos Pedagógicos para Ensino de Empreendedorismo	35
2.4. AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM DO EMPREENDEDORISMO.....	42
2.4.1. Modelos de Medição da Aprendizagem do Empreendedorismo.....	42
2.4.2. Modelo de Medição do Perfil Empreendedor.....	47
3. METODOLOGIA.....	52
3.1 TIPO DE PESQUISA.....	52
3.2 UNIVERSO E AMOSTRA	52
3.3. COLETA DE DADOS	53
3.4. TRATAMENTO DOS DADOS.....	55
4. RESULTADOS E DISCUSSÕES	59
4.1. ADEQUAÇÃO DO QUESTIONÁRIO	59
4.2. CARACTERÍSTICAS DA AMOSTRA	59
4.3. ANÁLISE DA ESCALA DE MEDIÇÃO DO PERFIL EMPREENDEDOR	60
4.4. ANÁLISE DO PERFIL EMPREENDEDOR DOS ESTUDANTES.....	66
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	82
REFERÊNCIAS	86
APÊNDICE	95

1. INTRODUÇÃO

O Empreendedorismo é um tema que vem sendo explorado em diversas pesquisas devido ao papel que desempenha na economia e no desenvolvimento de regiões e países. Este papel está associado a uma característica peculiar deste fenômeno que se trata da criação de novos negócios por sujeitos empreendedores (MARTES, 2010; DEGEN; 2009; HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009). No entanto, a criação de novos negócios, isoladamente, seria menos relevante caso as implicações deste ato não promovessem a geração de benefícios para a sociedade em geral. Os empregos e a geração de renda criados a partir da abertura de novas empresas torna o empreendedorismo um destacado fenômeno socioeconômico, despertando o interesse de governos e sociedades que buscam alternativas de políticas públicas com vistas a combater o desemprego e gerar crescimento econômico.

Além disso, o Empreendedorismo tem sido mencionado como indutor do desenvolvimento econômico em face de seu *modus operandi* envolver mudanças em estruturas pré-existentes, provocadas por inovações percebidas e implantadas por um sujeito de características empreendedoras (SCHUMPETER, 1982; CASSON, 1982; SHANE; VENKATARAMAN, 2000). Os efeitos positivos do Empreendedorismo no contexto da economia e do desenvolvimento têm trazido mais pesquisadores para essa área. Interpretar com mais consistência como este fenômeno acontece tem sido uma tendência nas linhas de pesquisas desse tema (BERGLUND; JOHANSSON, 2007).

O arcabouço teórico-empírico constituído sobre o tema aponta que os sujeitos empreendedores apresentam características e comportamentos comuns. Dessa forma, como agentes benéficos para o crescimento, gerando emprego e renda, a presença destes indivíduos no meio das sociedades tem sido considerada um fator positivo, motivando ações governamentais para ampliar esta presença (FILION, 1999; DORNELAS; TIMMONS; SPINELLI, 2010). O sujeito empreendedor é um dos integrantes que compõem a natureza do empreendedorismo. Esta natureza, por sua vez, envolve a concepção do Empreendedorismo, o ambiente em que ocorre, o processo empreendedor, o comportamento do empreendedor e as transformações ocasionadas na economia e na sociedade, compondo, com este conjunto, um fenômeno multifacetado e com diversas ramificações (MURPHY; LIAO; WELSCH, 2006; BERGLUND; JOHANSSON, 2007; VERHEUL et al., 2001).

Se de um lado o tema é complexo em face de ser multidimensional, de outro lado é benéfico para a economia e a sociedade, o que torna o desafio de compreendê-lo e disseminá-lo mais relevante. Assim, diante do interesse em estimular o surgimento de mais

empreendedores, ações têm sido propostas de modo a orientar e direcionar mais indivíduos a seguirem no caminho do Empreendedorismo. A propagação da cultura empreendedora tem sido uma das formas utilizadas para este objetivo. Nesse contexto, a educação empreendedora é apontada como uma estratégia eficiente para a disseminação desta cultura (SHINNAR et al., 2012; LAVIERE, 2010). A compreensão da natureza do Empreendedorismo, portanto, tem o papel de nortear as ações que podem ser realizadas com o propósito de criar ambientes e sujeitos empreendedores, partindo-se de uma proposta de educação empreendedora.

Murphy et al. (2006) destacam o papel preponderante do sujeito empreendedor na concepção do Empreendedorismo. Embora as condições econômicas e ambientais tenham uma parcela importante para o desenvolvimento do Empreendedorismo, o processo empreendedor não acontece sem a presença deste agente que faz o processo se movimentar (SHINNAR et al., 2012). Nessa perspectiva, a educação empreendedora tem focado uma de suas correntes no ensino do Empreendedorismo a estudantes dos diversos níveis de escolaridade. Apesar das controvérsias da possibilidade de se ensinar o Empreendedorismo, estudos demonstram que esta questão já não é mais significativa (KURATKO, 2005). As inúmeras instituições que atuam no ensino de Empreendedorismo com diversificados métodos pedagógicos puseram fim a isso, passando para uma nova etapa neste subcampo do Empreendedorismo. Em vez do antigo questionamento, agora, o que se investiga é sobre o conteúdo a se ensinar, como ensiná-lo e para quem ensiná-lo (FAYOLLE, 2006; KURATKO, 2005; KATZ, 2003).

Embora o ensino do Empreendedorismo tenha sido recomendado aos diversos níveis educacionais, sua aplicação no ensino superior tem sido destacada em razão da interface entre inovação, oportunidade, gestão e desenvolvimento econômico (ACS, 2006; DEGEN, 2009). Assim, o ensino do Empreendedorismo tem se expandido, sobretudo, nas Instituições de Ensino Superior (IES). A origem do ensino do Empreendedorismo neste segmento do setor educacional deriva dos cursos de Administração de Empresas das IES norte americanas. Segundo Katz (2003), já no ano de 1999, cerca de 1600 IES dos Estados Unidos ofereciam cursos de Empreendedorismo, associados a dezenas de periódicos científicos divulgadores de pesquisas realizadas nesta área.

No ensino do Empreendedorismo no Brasil, conforme Laviere (2010), a procedência também seguiu o mesmo caminho via cursos de Administração de Empresas. Iniciando-se como disciplina em curso de especialização da Fundação Getúlio Vargas (FGV), foi introduzido posteriormente no curso de graduação em Administração da Universidade de São Paulo (USP). Dessa forma, a influência dos objetivos formativos pretendidos nos

cursos de Administração tem se mantido diante do processo de formação em Empreendedorismo desenvolvido nesses cursos (GUERRA; GRAZZIOTIN, 2010). No entanto, estudos apontam a existência de uma dicotomia entre o perfil do egresso esperado nos cursos de Administração de Empresas e o perfil do empreendedor. Enquanto o primeiro é formado com técnicas modernas para gerenciar grandes empresas, o segundo tende a criar sua própria empresa e administrá-la (NICOLINE, 2003; LAVIERE, 2010).

Diante desse quadro de vieses diferentes, o ensino de Empreendedorismo tem tido pouco destaque nos cursos nacionais de Administração. A ênfase permanece na formação do administrador para gestão de grandes empresas. Todavia, vislumbra-se outra perspectiva com as novas Diretrizes Curriculares Nacionais (DCN) para Cursos de Graduação em Administração promulgadas em julho de 2005. Essas DCN, por seu turno, jogaram luz em certas características do perfil empreendedor, ao incluir no novo perfil do egresso, características convergentes aos dois perfis. Habilidades e competências, como: criatividade, determinação e abertura às mudanças foram incorporadas ao novo perfil do administrador. Desse modo, por ter proposta semelhante no desenvolvimento dessas habilidades e competências, o ensino de Empreendedorismo tende a se tornar mais relevante nos cursos de Administração, posto que o perfil do administrador do futuro traz em consigo características empreendedoras também (LOPES, 2010).

As diferentes perspectivas na formação tradicional em Administração e a formação com traços empreendedores têm ocasionado uma necessidade em se buscarem modelos pedagógicos que atendam à formação empreendedora, compatível com as habilidades e as atitudes próprias ao perfil empreendedor. Enquanto a formação tradicional caracteriza-se por uma abordagem mais teórica e expositiva, estudos apontam que a formação empreendedora requer abordagem com base teórica associada com atividades pedagógicas práticas (RUSKOVAARA et al., 2010; PETERSON; LIMBU, 2010). Nessa perspectiva, diferentes opções pedagógicas são apresentadas na literatura com a finalidade de desenvolver a formação empreendedora entre os estudantes de graduação. Partindo de aulas expositivas sobre o Empreendedorismo, elaboração e apresentação de planos de negócios, jogos de empresas e incubadoras, vários métodos, técnicas e recursos pedagógicos são sugeridos para o ensino do Empreendedorismo.

No entanto, não somente o ensino do Empreendedorismo tem suas idiossincrasias, a avaliação deste ensino também se comporta assim. A maneira de avaliar a educação empreendedora não tem obtido consenso entre os pesquisadores do tema. Nesse sentido, são encontradas na literatura várias formas de medição para avaliar a efetividade desta educação.

Propostas de medição como: abertura de novas empresas, intenção de iniciar um negócio próprio, autoeficácia, perfil empreendedor, orientação empreendedora, potencial empreendedor e aptidão empreendedora são utilizadas em vários estudos de avaliação da formação empreendedora (MCGEE et al., 2009; WILSON et al., 2007; SILVA et al., 2009; SANTOS et al., 2010; CUBICO et al., 2010; SCHMIDT; BOHNENBERGER, 2009).

Por meio das propostas citadas no parágrafo anterior, é possível encontrar resultados que permitam mensurar a aprendizagem do ensino do Empreendedorismo. Entretanto, uma das vertentes deste trabalho diz respeito ao perfil do novo administrador preconizado nas DCN de 2005 para os Cursos de Graduação em Administração. Conforme posto anteriormente, neste novo perfil estão contidos aspectos semelhantes ao do perfil do empreendedor. Desse modo, optando-se por avaliar a aprendizagem do ensino do Empreendedorismo por meio da medição do perfil empreendedor, abre-se uma perspectiva de também se avaliar parte do perfil do novo administrador nos cursos de Administração de Empresas. Esta possibilidade torna, portanto, esta pesquisa mais relevante no âmbito dos cursos de Administração. Para este fim, uma escala de medição do perfil empreendedor desenvolvida por Schmidt e Bohnenberger (2009) foi identificada como apropriada para a avaliação da aprendizagem entre estudantes de quatro cursos de graduação em administração localizados na cidade de Fortaleza.

Diante do exposto, este estudo pretende responder ao seguinte questionamento quanto à aprendizagem de futuros empreendedores: Qual a diferença em relação ao perfil empreendedor de estudantes que participaram de atividades educacionais de formação em empreendedorismo e estudantes que não participaram?

Para responder a essa questão, o objetivo geral deste trabalho é: Analisar as diferenças no perfil empreendedor de estudantes que participaram de atividades educacionais de formação em empreendedorismo (AEFE) e estudantes que não participaram. Os objetivos específicos são os seguintes:

- 1) Investigar que tipos de AEFE proporcionam maiores alterações positivas no perfil empreendedor dos estudantes.
- 2) Identificar as alterações no perfil empreendedor entre o semestre acadêmico, o gênero e a faixa etária dos estudantes.
- 3) Identificar as alterações no perfil empreendedor e a intenção em iniciar um negócio próprio.

Para esta pesquisa acadêmica, propõe-se a hipótese geral apresentada a seguir:

HG: Estudantes que participaram de atividades educacionais de formação em Empreendedorismo (AEFE) apresentam alterações significativas no perfil empreendedor em comparação a estudantes que não participaram dessas atividades.

Este trabalho está estruturado em cinco capítulos. O primeiro capítulo é composto por esta introdução. O segundo capítulo abrange o referencial teórico, dividindo-se em quatro seções que abordam os seguintes temas: natureza do Empreendedorismo; cultura empreendedora e a importância do Empreendedorismo para a economia dos países; ensino do Empreendedorismo; e a avaliação da aprendizagem do Empreendedorismo. A metodologia é apresentada no terceiro capítulo, em cujas seções são descritas o tipo de pesquisa, o universo e a amostra, o procedimento de coleta de dados e o tratamento a que os dados serão submetidos. O quarto capítulo está reservado para a apresentação dos resultados obtidos e as respectivas análises dos achados. Por fim, O quinto e último capítulo corresponde às considerações finais, que incluem as implicações, recomendações e limitações deste trabalho.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo, retratam-se conceitos e fundamentos teóricos que dão suporte ao tema pesquisado sobre o Empreendedorismo. Na primeira seção apresenta-se um histórico da conceptualização da natureza do Empreendedorismo, descrevendo-o em termos e expressões que estão presentes na maioria dos estudos sobre o tema. A seção dois complementa o estudo sobre o Empreendedorismo, apresentando a cultura empreendedora e sua importância como força indutora para o campo do desenvolvimento econômico. Em seguida, é abordado o estado da arte no ensino do Empreendedorismo, apresentando seu contexto no que tange à oferta e aos métodos pedagógicos utilizados nas Instituições de Ensino, no cenário nacional e internacional. Por fim, a última seção apresenta exemplos e alguns resultados de modelos, parâmetros e instrumentos utilizados no procedimento de avaliação da aprendizagem do Empreendedorismo, concluindo com a apresentação do modelo de medição do perfil do empreendedor.

2.1. Natureza do Empreendedorismo

Hisrich, Peters e Shepherd (2009) argumentam não ter surgido uma definição concisa e universalmente aceita sobre o Empreendedorismo. Fillion (1999), por sua vez, aponta em sua pesquisa 25 temas possíveis de estudo no campo do Empreendedorismo. Esses temas variam desde as características comportamentais de empreendedores, passando pela educação empreendedora, processo empreendedor e pelo desenvolvimento de negócios, chegando-se até às franquias, entre outros. Esta ampla diversidade tem caracterizado a abordagem acadêmica do fenômeno do Empreendedorismo de forma multifacetada, como estar-se diante de uma estrada em que se apresentam várias vias a se seguir. Cada opção pode levar a novas descobertas. Escolher em qual delas prosseguir, dependerá da especificidade do estudo que se pretende executar (BERGLUND; JOHANSSON, 2007).

Embora existam diferentes temas, a natureza do Empreendedorismo, que representa sua condição própria de existência, situa-se como o elo que pode unir esses estudos. A identificação dessa natureza tem servido de suporte teórico preliminar para a manifestação da ocorrência do Empreendedorismo no âmbito dos estudos na área (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009). A concepção da natureza do Empreendedorismo deriva da convergência de diferentes tipos de estudos. Em um trabalho sobre a história conceitual do Empreendedorismo, Murphy, Liao e Welsch (2006) realizaram um resgate cronológico da ocorrência desse fenômeno, capturado conforme três categorias que refletem a orientação de seus estudos: a) pré-histórica; b) econômica; e c) multidisciplinar. Por meio desse resgate é

possível perceber a formação da natureza do Empreendedorismo ocorrida historicamente na forma de atuação dos empreendedores.

Na categoria pré-histórica, a manifestação empreendedora podia ser percebida na fabricação e negociação de ferramentas e recursos necessários para a superação das adversidades em antigas comunidades tribais, durante os séculos 3500 a 500 A.C. Na Roma Antiga, por volta do ano 50 A.C, a disponibilização de avenidas para as atividades comerciais estimulava a atividade empreendedora, que podia gerar riqueza, que compensava o risco de vender ou não os produtos. No período feudal, entre os séculos de 500 a 1000 D.C, as guerras entre os barões proprietários de terra proporcionava uma oportunidade de ganhos econômicos para o empreendedor. A criatividade dos artesãos permitia-lhes introduzir mudanças tecnológicas, produzindo artefatos bélicos inovadores, que eram negociados com os barões, tornando obsoletos os antigos produtos de guerra (MURPHY; LIAO; WELSCH, 2006).

Ainda conforme os autores anteriores, no segundo período da Idade Média, entre os séculos 1000 e 1500, a pacificação promovida pela Igreja reduziu o mercado da guerra. Atividades de agricultura, engenharia e arquitetura avançaram com o ambiente de paz, estimulando a adaptação e a especialização do conhecimento para a descoberta de outros tipos de oportunidades entre os empreendedores. A mudança de direção das atividades bélicas empreendedoras melhorou a aceitação deste ator socioeconômico pela sociedade, ampliando a respectiva recompensa financeira dos negócios. O comerciante Veneziano Marco Polo é citado como um empreendedor deste período da História. Estudiosos identificam sua atividade de intermediário das mercadorias trazidas do Oriente como uma das explicações da origem do termo em francês *entrepreneur*, que significa intermediário nesse idioma (DEGEN, 2009; HISRICH; PETERS; SHEPERD, 2009).

A atividade empreendedora expandiu-se nos séculos XVI e XVII. O uso de instrumentos e o conhecimento de habilidades para manejá-los possibilitaram aos artesãos melhores condições de se autossustentarem, ao ofertarem novas soluções para antigas deficiências, somadas a novos bens e serviços. A atividade empreendedora também havia se desenvolvido no Médio e no Extremo Oriente. Naquela época, os países Árabes possuíam comércio bastante desenvolvido (HISRICH et al, 2009; DORNELAS, 2008; MURPHY et al, 2006). A relação comercial estabelecida entre as nações fez migrar o modelo de regime econômico rural para o mercantilismo. Nessa mudança, a demanda e oferta por mercadorias fez surgir novas oportunidades para os empreendedores, fazendo-os aprender a gerar riqueza com o risco do mercado de compra e venda de mercadorias (SOUZA, 2006).

Nesse contexto de transição, de um comércio controlado para um mais livre e competitivo, a versão econômica do Empreendedorismo entra em cena. Nos anos 1700, o economista Richard Cantillon introduziu um conceito formal de Empreendedorismo na literatura, iniciando o movimento Clássico. Este autor definiu o empreendedor como aquele que operava sob o risco de comprar as mercadorias por um preço certo e vender por um preço incerto, utilizando-se da subjetividade para a definição dos valores monetários a serem cobrados de seus clientes. A interpretação de conotação mais voltada para a comercialização de produtos e serviços torna-se mais representativa no processo empreendedor nesse período (MURPHY et al., 2006; HISRICH et al., 2009; FILION, 1999).

No movimento Neoclássico, iniciado no final do século XIX, o economista Joseph Schumpeter apresenta em seus estudos a inovação como componente integrante do empreendedorismo. Reintroduzindo o mecanismo de mudança a esse fenômeno, a inovação representa o papel de se criar algo novo a fim de se obter melhores ganhos. A percepção e o aproveitamento de novas oportunidades, por meio de novas combinações, permite ao empreendedor oferecer novos serviços, bens, modelos de produção ou novas matérias primas (SOUZA, 2006; MURPHY et al., 2006; FONTENELE; MOURA; LEOCÁDIO, 2011). Agindo assim, uma ruptura na economia é provocada, sepultando produtos e serviços já existentes, uma vez que, comparados às novas opções oferecidas pelos empreendedores, não despertam interesse no consumidor. O empreendedor é destacado como sujeito criativo e capaz de colocar em prática a ideia transformada em inovação (MARTES, 2010; DEGEN, 2009; HITT; IRELAND; HOSKISSON, 2011).

A categoria de orientação multidisciplinar proposta por Murphy, Liao e Welsch (2006) abrange novas concepções de estudo para o Empreendedorismo. Os fatores humano e ambiental foram acrescentados aos fatores econômicos para explicar a ocorrência do processo empreendedor. No lado do fator humano, o estudo aprofundou-se em busca do conhecimento do comportamento do empreendedor. David McClelland foi um dos principais pesquisadores dessa corrente. Seu trabalho é referenciado na literatura em diversos estudos em que relaciona o conceito de empreendedor com traços psicológicos característicos. Necessidade de realização, autorrealização, desejo de reconhecimento, gosto por risco moderado, iniciativa e, necessidade de poder e controle são traços apontados como inerentes ao empreendedor. As habilidades de liderança e planejamento são também incluídas como características importantes para organizar e viabilizar o sucesso de um novo negócio (DORNELAS; TIMMONS; SPINELLI, 2010; DEGEN, 2009; MURPHY et al., 2006; SOUZA, 2006; FILION, 1999).

Murphy et al. (2006) acrescentam em sua abordagem multidisciplinar o enfoque na descoberta de oportunidades ressaltado por estudos contemporâneos no campo do Empreendedorismo. Shane e Venkataraman (2000) são pesquisadores que defendem esse enfoque. Para esses autores, o campo do empreendedorismo deve envolver o estudo das fontes de oportunidades, pesquisando o processo de descobrimento, avaliação e exploração destas. Tendo como base o sistema de informações assimétricas, a rede de relações, ou *network* do empreendedor, é apresentada como uma das fontes de captação de informações preciosas para a descoberta de oportunidades. Somado a isso, o empreendedor percebe a oportunidade por meio da habilidade em relacionar as informações em um contexto próprio, dando-lhes uma nova finalidade. Nas diferenças individuais dos empreendedores que exploram as oportunidades são incluídas: maior otimismo, experiência anterior, maior autoeficácia, mais autocontrole e tolerância em relação à ambiguidade (SHANE; VENKATARAMAN, 2000).

Paralelo ao estudo apresentado anteriormente, Berglung e Johansson (2007) realizaram um relevante estudo em 100 artigos sobre empreendedorismo veiculados em cinco conceituados periódicos científicos internacionais (*Journal of Business Venturing, Small Business Economics, Journal of Small Business Management, Entrepreneurship & Regional Development e Entrepreneurship Theory & Practice*). Para essa pesquisa, os autores necessitaram criar uma estrutura, com o propósito que se permitisse abranger tantos os tópicos mais dominantes quanto os de menor impacto no campo de empreendedorismo discutidos nesses artigos. A solução utilizada constou de uma relação de termos que descrevessem o Empreendedorismo. Os termos são legitimados por 29 autores, presentes na obra *Handbook of Entrepreneurship Research* coordenada por Acs e Audretsch (2003). A relação com os 26 termos escolhidos teve como objetivo selecionar e agrupar as diversas versões sobre o tema em linhas de discursos semelhantes (BERGLUNG; JAHANSSON; 2007). Os termos são apresentados no quadro 1.

Outro estudo relevante no campo do Empreendedorismo foi realizado por Verheulet al., (2001). Esses pesquisadores promoveram uma pesquisa sobre diferentes vertentes do Empreendedorismo na literatura, buscando criar um melhor entendimento do papel deste fenômeno em diversos países. A abordagem deste trabalho abrange 45 livros e 106 artigos científicos que tratam da definição e medição, das origens e determinantes do Empreendedorismo, assim como o impacto provocado no desenvolvimento econômico. Ao longo do trabalho, os autores vão inserindo termos pertinentes ao empreendedorismo segundo cada vertente do estudo, identificados nas obras analisadas. Seguindo a mesma metodologia de composição de uma estrutura para a descrição de Empreendedorismo adotada por

Berglunge Johansson (2007), foram selecionados, para fins acadêmicos deste presente trabalho, 29 termos do estudo de Verheulet al. (2001). Esses termos são apresentados no quadro 1.

Por meio do mesmo recurso metodológico, também é possível selecionar os termos citados no presente trabalho pertinentes ao empreendedorismo, componentes da contextualização do estudo de Murphy et al. (2006). Dessa maneira, foi possível compor uma terceira estrutura que possibilite descrever o Empreendedorismo. Tomando-se as citações desses termos ao longo das três orientações: pré-histórica, econômica e multidisciplinar, foram encontrados 28 termos que podem descrever o Empreendedorismo. Ao final do levantamento dos três estudos, as respectivas relações dos termos que descrevem o Empreendedorismo são apresentadas lado a lado no quadro 1.

Quadro 1: Termos de descrição de Empreendedorismo

Estudo de Berglung e Johansson (2007)	Estudo de Verheulet al. (2001)	Estudo de Murphy et al. (2006)
Termos de descrição de Empreendedorismo	Termos de descrição de Empreendedorismo	Termos de descrição de Empreendedorismo
Atividade de mercado	Risco	Processo de gerar riqueza
Desenvolvimento	Oportunidades	Crescimento econômico
Crescimento econômico	Recompensa	Oportunidade
Mudança	Incerteza	Percepção, avaliação e exploração de oportunidades
Realização tarefas/Dinamismo	Processo de mudança/adaptação	Risco
Inovação	Processo de decisão	Criatividade
Mudança tecnológica	Demanda por bens e serviços	Obtenção de melhores ganhos/Lucros
Livre mercado/Setor privado	Crescimento Econômico	Intermediário
Criação de novos negócios	Desenvolvimento tecnológico	Autossustento
Risco	Processo de inovação	Criação/Oferta de novas soluções
Tolerância ao risco/Autocontrole	Iniciação de negócios	Convivência com a incerteza
Capital de risco	Capital de financiamento	Subjetividade
Visa ao o lucro	Rede de relacionamento e de informações	Inovação
Incerteza	Oportunidade de lucro	Processo de mudança
Gestão/Planejamento	Capacidade de realizar tarefas no trabalho	Planejamento
Percepção de oportunidade	Competência, conhecimento e atitude adquiridos	Mudança tecnológica
Visão e ação com oportunidade	Capacidade de aprendizagem individual	Autorrealização
Força Motriz	Habilidade para perceber a oportunidade/Descoberta	Desejo de conhecimento
Rede de Informação	Possuir os conhecimentos e competências necessários para agir de acordo com a percepção da oportunidade	Iniciativa
Conhecimento/Autoeficácia	Competências de gestão/Planejamento	Necessidade de poder e controle
Descoberta/Habilidade de utilizar as informações com novas combinações	Criatividade	Rede de informações
Exploração/Persistência em viabilizar o novo negócio	Iniciativa	Habilidade de relacionar informações/Descobertas
Iniciativa/Atuação	Exposição à incerteza diante de mudanças no mercado	Maior otimismo/persistência
Estratégico/Habilidade/Liderança	Capacidade de aprender com os erros e com novas experiências	Experiência anterior
Criatividade	Busca de oportunidades	Maior autoeficácia
Processo	Locus de controle interno/Autoconfiança	Mais autocontrole
	Liderança	Tolerância à ambiguidade
	Persistência	Liderança
	Valorização da autonomia	

Fonte: Adaptado dos artigos de Berglung e Johansson (2007), Verheulet al. (2001) e Murphy et al. (2006).

Conforme afirmam Murphy, Liao e Welsch (2006), a concepção da natureza do Empreendedorismo pode ser descrita a partir da derivação de estudos diferentes neste campo. Com a continuidade de diversos estudos sobre o Empreendedorismo na Academia, sua natureza pode ser alterada, à medida que novas descobertas científicas são realizadas. Porém, para a finalidade deste trabalho, a natureza do Empreendedorismo será representada pela congruência dos termos relacionados nos três estudos postados no quadro 1. Este conjunto de termos que descrevem a existência, manifestação ou ocorrência do Empreendedorismo em um

lugar, período, instituições, pessoas ou agrupamento de pessoas pode ser considerado como a essência do Empreendedorismo. Ao selecionar os termos que apresentam significados semelhantes nos três estudos, é possível formar uma estrutura consistente para a composição da natureza do Empreendedorismo. O quadro 2 apresenta os termos consolidados que compõem a natureza do Empreendedorismo.

Quadro 2: Termos que compõem a natureza do Empreendedorismo

Termos da natureza do Empreendedorismo
Crescimento econômico
Mudança
Inovação
Desenvolvimento/Mudança tecnológica
Criação de novos negócios/soluções
Risco
Autocontrole/Autoconfiança
Lucro
Incerteza
Planejamento
Percepção de oportunidade
Rede de informação
Conhecimento/Autoeficácia
Habilidade de relacionar informações/Descoberta
Persistência na exploração de um o novo negócio
Iniciativa
Liderança
Criatividade
Processo

Fonte: elaborado pelo autor

A natureza do Empreendedorismo não é importante *per se*, mas sim, por causa de sua relevância na economia das nações. Estudos têm revelado forte relação positiva entre este fenômeno com crescimento e desenvolvimento econômico de regiões e países, sobretudo via aumento da renda *per capita* e da geração de empregos (ACS, 2006; SALIMATH; CULLEN, 2010; FONTENELE, 2010; TANG; KOVEOS, 2004). Por sua própria natureza descrita neste estudo, é possível perceber o processo desencadeado pelo empreendedor no ato que o leva até a abertura do negócio. Iniciando com a descoberta da oportunidade, este sujeito avalia risco, planeja, toma as iniciativas para abrir e funcionar a empresa, persiste, usa a criatividade e adapta o que for necessário até atingir o lucro. Criar um ambiente em que as pessoas pensem e ajam dessa forma tem sido um caminho apontado por estudiosos para a expansão do Empreendedorismo, criando uma cultura própria. A difusão e a incorporação de uma cultura empreendedora têm sido defendidas como importantes vetores para impulsionar o incremento do Empreendedorismo nos países (VERHEUL et al., 2001; SILVA; GOMES; CORREIA, 2009).

2.2. Cultura Empreendedora e a Importância do Empreendedorismo para a Economia dos Países

A cultura pode ser definida como um conjunto de sistemas de valores e normas que são específicos para um grupo ou sociedade, construídos e baseados em um processo de aprendizagem de seus membros sob um período de tempo, motivando determinados comportamentos individuais (RAUCH; FESE; WANG; UNGER, 2010; SHINNAR; GIACOMIN; JANSSEN, 2012). Verheulet al. (2001) apontam uma vasta literatura que considera a relevância da cultura na composição da estrutura econômica e sua performance em regiões e países. Entre outros estudos, estes autores citam: *Cultures and Organizations: software of the mind* (HOFSTEDE, 1991); *The Economics of Business Culture* (CASSON, 1991); *Economic Performance through Time* (NORTH, 1994). Nesse contexto, diversos estudiosos do tema têm defendido a cultura empreendedora como alternativa para se criar um ambiente favorável ao crescimento econômico no âmbito das nações (SCHUMPETER, 1982; DOLABELA, 2008; VERHEUL et al., 2001; SILVA et al., 2009; SCHMIDT; DREHER, 2008).

Em face disso, é válido afirmar que, a cultura empreendedora está associada ao comportamento que uma parcela da população pode desenvolver no sentido de agir conforme a natureza empreendedora preconiza. Desta forma, no que tange ao indivíduo, o comportamento pressupõe agir segundo a atitude empreendedora de descobrir oportunidades de negócios, criar e explorar novas empresas (SILVA et al., 2009; RAUCH et al., 2010). Estudos apontam que existem ambientes culturais na sociedade que são mais favoráveis a uma cultura empreendedora. Sociedades com maior grau cultural de individualismo e assertividade e menor grau cultural de aversão à incerteza e à aceitação de desigualdades tendem a favorecer ao Empreendedorismo (SHINNAR et al., 2012; RAUCH et al., 2010). Embora com viés voltado ao ambiente, esses estudos também têm demonstrado que existem diferentes padrões culturais de comportamentos, ainda que sob a mesma influência ambiental, entre empreendedores e não empreendedores (SHINNAR et al., 2012).

Nessa óptica, é possível perceber que, além do ambiente favorável no seio da sociedade para o desenvolvimento do Empreendedorismo, as características pessoais do empreendedor tendem a exercer papel relevante na estrutura da cultura empreendedora. Nesse sentido, a pesquisa do Global Entrepreneurship Monitor ([GEM], 2010, p.87) destaca: “As sociedades são beneficiadas com a presença de indivíduos capazes de reconhecer oportunidades de negócios no ambiente, bem como por aqueles que percebem a própria capacidade e habilidades para explorar tais oportunidades”. Em contrapartida, Shinnaret al.

(2012) apresentam em seus estudos três tipos de barreiras que têm limitado a inserção de novos sujeitos à cultura empreendedora. Falta de apoio, medo de fracasso e falta de competência são os aspectos relacionados por esses autores que constroem as barreiras nas percepções individuais do público pesquisado.

A barreira provocada por falta de apoio está associada à falta de quatro suportes: 1) assistência na avaliação da viabilidade do negócio, 2) órgãos de assistências ao empreendedor, 3) apoio formal para iniciar o negócio e 4) assistência jurídica. O medo de fracasso provoca obstáculo quanto à aceitação do risco, desencorajando o investimento a ser tomado para abrir o negócio. Já a barreira provocada pela falta de competência está condicionada a quatro itens: 1) conhecimento, 2) gestão e contabilidade, 3) competência empreendedora e 4) conhecimento de mercado e mundo dos negócios (SHINNAR et al., 2012). Segundo Shinnaret al. (2012), a primeira barreira trata de uma contingência que pode ser combatida por meio de políticas públicas, criando-se agências e programas de apoio e financiamento ao empreendedor. Quanto às demais barreiras, os autores classificam-nas como assuntos sob controle dos indivíduos.

No que concerne ao controle dos indivíduos, entende-se como os atributos, habilidades e conhecimentos que dão ao aspirante a empreendedor as condições para seguir adiante em seu projeto de abrir o próprio negócio (MURPHY et al., 2006). Na perspectiva da cultura empreendedora, os aspectos que formam e habilitam o empreendedor podem ser trabalhados paulatinamente, avaliando-se em intervalos regulares a absorção dessa cultura. Desse modo, este processo poderá evoluir de forma que se estabeleça o novo padrão comportamental pretendido (VERHEUL et al., 2001).

A importância do Empreendedorismo no crescimento e no desenvolvimento da Economia vem sendo confirmada por diversos estudiosos, fundamentados em resultados de suas pesquisas científicas. Este fenômeno socioeconômico tem sido apontado como vetor de geração de emprego e renda. E, embora existam controvérsias, a inerente abertura de novos negócios tem sido considerada positiva para o desenvolvimento econômico em diversos países e regiões (MARTES, 2010; DEGEN; 2009; VALE; WILKINSON; AMÂNCIO, 2008; TANG; KOVEOS, 2004; DORNELAS, TIMMONS, SPINELLE 2010; ROCHA et al., 2011). O ambiente econômico oriundo da cultura empreendedora produz riqueza e contribui para a melhoria da qualidade de vida das pessoas (ANGELO, 2003; DOLABELA, 2008; FILLION, 1999, MILLER et al., 2009). A significativa presença das micro e pequenas empresas (MPE) no Produto Interno Bruto (PIB) e na oferta de empregos conduzem para o reconhecimento do relevante papel do empreendedor como agente social do desenvolvimento e gerador de

riquezas (FERREIRA; RAMOS; GIMENEZ, 2006; GATICA; ARRIAGADA; RUSQUE, 2006).

O viés econômico abordado desde os estudos seminais tem situado o Empreendedorismo entre um dos fatores que induzem ao desenvolvimento econômico das nações (FILLION, 1999; MURPHY; LIAO; WELSCH, 2006; CASSON, 2010). Diversos estudos vêm sendo desenvolvidos, sobre a correlação entre estes dois fenômenos. Em consonância ao dito anteriormente, a importância dada ao Empreendedorismo decorre da criação de empregos e da produção de riqueza gerados pela ação de sujeitos, uma vez que agem em função de oportunidades, riscos e determinação em busca de resultados lucrativos que garantam seu bom viver (SCHUMPETER, 1982; CASSON, 1982; SHANE; VENKATARAMAN, 2000; HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009; DEGEN, 2009; MARTES, 2010). A relação entre Empreendedorismo e desenvolvimento econômico tem sido avaliada empiricamente por diversas pesquisas em que se associam positivamente a criação de novos negócios como fonte geradora de emprego e renda, mantendo, assim, o ciclo socioeconômico em atividade (SALIMATH; CULLEN, 2010).

Por outro lado, também se encontra na literatura que a associação da inovação com a oportunidade nem sempre tem sido adotada como premissa entre os empreendedores. Muitos têm iniciado negócios em função de uma necessidade, normalmente causada por desemprego (BRATU; CORNESCU; DRUICA, 2009). Pesquisas sustentadas por resultados empíricos têm revelado que, embora tenha existido aumento da taxa de empreendedorismo em alguns países, o crescimento econômico medido pelo PIB *per capita* apresentou diminuição em comparação ao ano anterior (FONTENELE, 2010; SOUZA; LOPES JR., 2011). A causa apontada tem sido um aumento da taxa de empreendedores por necessidade em decorrência do desemprego. A renda auferida por esses novos empreendedores, em muitos casos, tem sido inferior aos antigos salários que percebiam (SALIMATH; CULLEN, 2010; ACS 2006; TANG; KOVEOS, 2004).

Em razão disso, estudiosos do modelo do empreendedorschumpeteriano têm defendido o binômio inovação e oportunidade como característica fundamental para o sucesso da ação empreendedora no desenvolvimento econômico (MARTES, 2010; BRATU; CORNESCU; DRUICA, 2009; CASSON, 1982; SHANE; VENKATARAMAN, 2000). Para Schumpeter (1982), desenvolvimento se diferencia de crescimento econômico, no ponto em que este se refere à adaptação e ao mero aumento de capital, enquanto aquele se refere às mudanças, desequilíbrios e aumento do volume de riquezas. O termo “oportunidade” associado ao Empreendedorismo pressupõe processo criativo de novas concepções que

alterem a forma tradicional até então utilizada no respectivo segmento econômico (FERNANDES; SANTOS, 2008; MACIEL, 2009; SHANE; VENKATARAMAM, 2000). Dessa maneira, embora o empreendedor por necessidade contribua para amenizar a questão social do desemprego, estudos indicam ser o empreendedorismo oriundo da percepção de oportunidade mais apropriado para se obter crescimento que gera desenvolvimento social e econômico (ACS, 2006; BARROS; PEREIRA, 2008).

No contexto da formação de novos empreendedores, Shinnaret al. (2012) indicam a educação empreendedora como ferramenta auxiliar para informar e instruir sobre o uso e mecanismos de suporte governamental às atividades empreendedoras. Junto a isso, esses autores defendem que, por meio da educação empreendedora, é possível ensinar habilidades e conhecimentos necessários para compor as competências inerentes aos empreendedores. Isso feito, arguem Shinnaret al. (2012), tanto o medo de falir quanto a falta de competência poderão ser reduzidos, a ponto de que a atitude empreendedora prevaleça na consciência do indivíduo.

O uso da educação tem sido uma estratégia indicada quando se pretende implantar novas concepções culturais nas sociedades (LAVIERE, 2010; VERHEUL et al., 2001). No caso específico da cultura empreendedora, a educação empreendedora é o caminho apontado por diversos estudiosos do tema como um recurso eficiente para a disseminação da cultura e o aumento do nível de Empreendedorismo nas nações (DEGEN, 2009; HISRICH et al., 2009; CHEUNG; AU, 2010; DOLABELA, 2008). Dessa maneira, uma rede estruturada de educação empreendedora poderá proporcionar significativa contribuição para o crescimento da Economia via atuação continuada do processo empreendedor, protagonizada por estes agentes econômicos chamados de empreendedores (SILVA et al., 2009).

A relação existente entre Empreendedorismo, educação e cultura pode ser utilizada para direcionar melhor resultado no desenvolvimento da economia. Verheulet al. (2001) arguem que, além do aumento da autoeficácia, a educação empreendedora amplia o horizonte dos estudantes, sobretudo no nível universitário. Com essa formação, continuam os autores, os estudantes estarão melhor preparados para perceber oportunidades, juntamente com os conhecimentos necessários para abrir e manter um novo negócio. Com base nessa perspectiva, Peterson e Limbu (2010) relatam que inúmeras instituições de ensino superior na América do Norte e na Europa oferecem cursos na área do Empreendedorismo. Em relação a isso, Acs(2006) afirma que o alinhamento do Empreendedorismo por oportunidade com o ensino universitário tende a favorecer melhor desempenho no desenvolvimento da economia desses países, segundo o critério do PIB *per capita*. No entanto, em face da alegada

importância da educação para a promoção do Empreendedorismo, um dilema pertinente ao tema costuma ser posto: é possível ensinar Empreendedorismo?

2.3 Ensino do Empreendedorismo

Nesta seção, os temas abordados discorrem sobre a evolução do ensino de Empreendedorismo nas instituições de ensino, com ênfase no segmento do ensino superior, no contexto internacional e nacional. Na subseção 2.3.1, parte-se do questionamento da impossibilidade de se ensinar Empreendedorismo, mostrando-se, em sequência, as razões que tornaram ultrapassadas essa dúvida. Apresenta-se a estrutura criada neste subcampo do Empreendedorismo e a relação favorável entre o ensino de Empreendedorismo e o curso de graduação em Administração de Empresas. Na subseção 2.3.2, abordam-se os principais métodos, técnicas e recursos utilizados nos processos pedagógicos em diversos países no âmbito do ensino do Empreendedorismo, enfatizando suas aplicações e objetivos.

2.3.1 O Empreendedorismo nas Instituições de Ensino

O ensino do Empreendedorismo tem sido investigado e posto em discussão por diversos autores, que analisam sua origem, evolução, dificuldades, recursos utilizados e legitimidade, dentre outras questões (FIET, 2000; KATZ, 2003; KURATKO, 2005; ONDRACEK; BERTSON; SAEED, 2011; MASON, 2011; ROCHA et al., 2011). Fayolle (2006), por exemplo, pesquisador e diretor do *Centre de Recherche en Entrepreneuriat*, da *EMLYON Business School*, na França, relata que ainda existem correntes contrárias à possibilidade de se ensinar Empreendedorismo, em face de ser ele vinculado a um traço de personalidade e características psicológicas. Os opositores argumentam que talento e temperamento não podem ser ensinados. Nesse sentido, o pesquisador (FAYOLLE, 2006) concorda, afirma que isso é verdade entre profissionais e suas profissões, uma vez que existem alguns médicos, advogados e engenheiros talentosos e outros não. Similarmente, continua o autor, essa reflexão pode ser aplicada aos empreendedores e ao Empreendedorismo.

Como em qualquer outra disciplina, ensinar Empreendedorismo não pode garantir que os possíveis estudantes serão todos talentosos, justamente por se tratar de um curso de ação. Estudiosos do tema da educação empreendedora têm apresentado formas de ensinar Empreendedorismo em que se aborda tanto a parte voltada para o desenvolvimento de atitudes e comportamentos quanto a voltada para as habilidades e conhecimentos de gestão (PETERSON; LIMBU, 2010; FAYOLLE, 2006; MASON, 2011). Por meio de um processo

evolutivo, vasto arcabouço teórico foi sendo criado, que permitiu formar-se uma estrutura que possibilitou ensinar as nuances do Empreendedorismo. Katz (2003) apresenta um estudo cronológico sobre a evolução da educação empreendedora nos Estados Unidos da América (EUA) que se estende de 1876 a 1999. Sob três domínios: cursos, infraestrutura e publicações, o autor discorre sobre a construção de cada um desses, resultando na formação de um amplo conhecimento a respeito do Empreendedorismo.

Segundo Katz (2003), tem-se como referência seminal para a formação do arcabouço teórico dos primeiros cursos de educação empreendedora nos EUA a obra do economista Francis Walker, *The WagesQuestion*, de 1876. Ondracek et al. (2011), Laviere (2010) e Lopes (2010) apontam o curso *Management of New Enterprise*, oferecido pela Universidade Harvard em 1947, como o primeiro curso estruturado para a aplicação da educação empreendedora. Kuratko (2005), entretanto, argumenta que a força da educação empreendedora começou no ano de 1971, com o lançamento do curso de *Master of Business Administration* (MBA), com concentração em Empreendedorismo, ofertado na Universidade de Southern Califórnia. Katz (2003) revela também que o primeiro periódico científico de Empreendedorismo *Exploration in EntrepreneurialHistory* surgiu em Harvard, no ano 1949. Ainda segundo esse autor, até o ano de 1999, cerca de 2200 cursos eram oferecidos em 1600 universidades e faculdades americanas, somando-se aos mais de 100 centros de Empreendedorismo. Assim, acrescentando-se a isso mais 44 periódicos científicos na área, chega-se ao universo dos cursos, infraestrutura e publicações de Empreendedorismo constituídos até a virada do século XXI nos EUA (KATZ, 2003).

Perante o exposto, observa-se que o ensino do Empreendedorismo teve sua origem associada aos cursos de administração de empresas, particularmente, nos EUA. Desse modo, na perspectiva de se abrir um negócio próprio, o enfoque inicial dado ao ensino de Empreendedorismo consistia de cursos voltados para a administração de pequenas empresas (LAVIERE, 2010; LOPES, 2010). Em que pese a importância da formação técnica em gestão para administrar os próprios negócios, estudiosos do Empreendedorismo também procuraram vincular as características comportamentais do empreendedor ao processo de formação em Empreendedorismo. A obra seminal de David McClelland, nos anos 1960, foi um dos esteios utilizados pelos pesquisadores com esse propósito (FILION, 1999; KATZ, 2003; DEGEN, 2009). O aspecto cultural e comportamental do empreendedor tem sido, desde então, incorporado à educação empreendedora, juntamente com a formação técnica (BOYLES, 2012; ONDRACEK et al., 2011).

Em razão de uma origem tipo “costela de adão” saída do curso de Administração, percebem-se, até hoje, resistências entre coordenadores desses cursos em aprofundar-se nessa área do conhecimento (LAVIERE, 2010). Não obstante, em diversos países já é possível perceber a “costela” virando um ente independente. Os cursos de bacharelado em Empreendedorismo da Universidade Utara da Malásia (MASON, 2011), da Universidade Syracuse, da Universidade da Pensilvânia, nos EUA (ELMUTI et al., 2012) e da Faculdade BI de Administração da Noruega (LOPES, 2010) são alguns exemplos do caminho independente que o ensino do Empreendedorismo tem trilhado. Apesar das resistências, o escopo teórico, prático e estrutural desenvolvido em diferentes países foi suficiente para gerar nessas nações um relevante programa de educação empreendedora e nível superior, fato que ainda não é possível se verificar em termos de ensino superior no Brasil.

O ensino do Empreendedorismo no Brasil também teve sua origem a partir de cursos de graduação em Administração. O ponto de partida foi em 1981, com a disciplina ministrada pelo professor Ronald Degen no Curso de Especialização em Administração para Graduados (CEAG) na Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas (LAVIERE, 2010). Após isso, em 1984, a Universidade de São Paulo (USP) iniciou seu ensino de Empreendedorismo no curso de graduação em Administração de Empresas. Como característica comum, ambos os cursos tinham como foco a criação de pequenas empresas e negócios (DOLABELA, 2008; LAVIERE, 2010). Segundo Laviere (2010), devido ao ensino do Empreendedorismo ter se desenvolvido nos cursos de Administração, é possível perceber influências no modelo de ensino de Empreendedorismo adotado atualmente no Brasil, carregadas de conceitos e paradigmas ainda presentes nessas escolas de Administração.

Nicoline (2003), em artigo publicado na Revista de Administração de Empresas (RAE), apresenta uma explanação sobre a origem e a evolução dos cursos de Graduação em Administração no Brasil. Em contexto histórico-político, Nicoline (2003) revela que, o processo de transformação econômico-social a partir da Revolução de 1930 disparou uma demanda por recursos humanos mais especializados. Os investimentos em infraestrutura social, no setor de transportes, energia e comunicação trouxe a reboque a formação de grandes empresas e um Estado forte como impulsionador desse desenvolvimento. Neste cenário, surgiu a necessidade de se gerenciarem os grandes conglomerados estatais e privados. Deitado neste “berço esplêndido” de crescimento e desenvolvimento, a demanda organizacional levou ao uso de métodos mais sofisticados em Administração, referenciados tanto por meio das

teorias clássicas de Taylor e Fayol quanto por conceitos burocráticos weberianos (NICOLINE, 2003).

No contexto da época, com a finalidade de propagar o gerenciamento científico, o Governo Brasileiro criou, no ano de 1938, o Departamento de Administração do Setor Público (DASP). Desse órgão público, em 1944, originou-se a Fundação Getúlio Vargas (FGV) com o fim de preparar pessoal especializado para a Administração Pública e Privada (NICOLINE, 2003). Dez anos depois, em 1954, a FGV lança o primeiro curso de graduação em Administração de Empresas, com o objetivo de formar especialistas em técnicas modernas de administração para atuar nas grandes empresas. Os demais cursos de Graduação em Administração de Empresas surgidos após o curso da FGV seguiram a mesma tendência, formando tecnocratas para atuarem e seguirem carreiras nas empresas estatais ou nas multinacionais instaladas no País (LAVIERE, 2010).

De acordo com Conselho Federal de Administração (CFA), em 1965 foi regulamentada a profissão de Administrador por meio da Lei nº 4.769, de 9 de setembro de 1965. Após essa data, ainda segundo o CFA, o ensino de Administração, no Brasil, começou a ser regido pelos currículos mínimos aprovados pelo Conselho Federal de Educação em 1966 e, em seguida, em 1993, como exigência legal para habilitação ao exercício da profissão de Administrador. Dessa maneira, observa-se que, por Lei, os cursos de Bacharelado em Administração são obrigados a seguir um padrão curricular estabelecido com bases com viés de formação acadêmica predominantemente direcionada para o emprego em grandes empresas (NICOLINE, 2003). Em 1996, com a promulgação da Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB), novo processo de discussão é estabelecido para a formulação de novas Diretrizes Curriculares Nacionais (DCN) para os cursos de Graduação em Administração de Empresas. Ainda assim, afirmam Guerra e Grazziotin (2010), o contexto histórico dos cursos de Administração de Empresas, baseado no conceito de preparar funcionários para carreiras em grandes empresas, tem prevalecido na maioria das faculdades de Administração.

As novas Diretrizes Curriculares Nacionais (DCN) do Curso de Graduação em Administração foram promulgadas por meio da Resolução nº 4, de 13 de Julho de 2005. Embora muitas faculdades de Administração persistam em manter o viés de formação voltada para empregos em grandes empresas, o escopo das novas DCN revela ampla abrangência quanto à perspectiva do perfil desejado do formando. Nesse sentido, observam-se os artigos 3º e 4º da citada Resolução:

Art. 3º O Curso de Graduação em Administração deve ensejar, como perfil desejado do formando, capacitação e aptidão para compreender as questões científicas, técnicas, sociais e econômicas da produção e de seu gerenciamento, observados níveis graduais do processo de tomada de decisão, bem como para desenvolver gerenciamento qualitativo e adequado, revelando a assimilação de novas informações e apresentando flexibilidade intelectual e adaptabilidade contextualizada no trato de situações diversas, presentes ou emergentes, nos vários segmentos do campo de atuação do administrador.

Art. 4º O Curso de Graduação em Administração deve possibilitar a formação profissional que revele, pelo menos, as seguintes competências e habilidades:

- I - reconhecer e definir problemas, equacionar soluções, pensar estrategicamente, introduzir modificações no processo produtivo, atuar preventivamente, transferir e generalizar conhecimentos e exercer, em diferentes graus de complexidade, o processo da tomada de decisão;
- II - desenvolver expressão e comunicação compatíveis com o exercício profissional, inclusive nos processos de negociação e nas comunicações interpessoais e intergrupais;
- III - refletir e atuar criticamente sobre a esfera da produção, compreendendo sua posição e função na estrutura produtiva sob seu controle e gerenciamento;
- IV - desenvolver raciocínio lógico, crítico e analítico para operar com valores e formulações matemáticas presentes nas relações formais e causais entre fenômenos produtivos, administrativos e de controle, bem assim expressando-se de modo crítico e criativo diante dos diferentes contextos organizacionais e sociais;
- V - ter iniciativa, criatividade, determinação, vontade política e administrativa, vontade de aprender, abertura às mudanças e consciência da qualidade e das implicações éticas do seu exercício profissional;
- VI - desenvolver capacidade de transferir conhecimentos da vida e da experiência cotidianas para o ambiente de trabalho e do seu campo de atuação profissional, em diferentes modelos organizacionais, revelando-se profissional adaptável;
- VII - desenvolver capacidade para elaborar, implementar e consolidar projetos e organizações; e
- VIII - desenvolver capacidade para realizar consultoria em gestão e administração, pareceres e perícias administrativas, gerenciais, organizacionais, estratégicas e operacionais.

Tomando-se certas características ensejadas no perfil descrito no artigo 3º anteriormente citado e associando-as com as competências e habilidades pretendidas no artigo 4º, inciso V e VI, é possível montar um perfil específico resumido da seguinte forma:

O formando deve adquirir capacitação e aptidão para assimilação de novas informações, apresentando flexibilidade intelectual e adaptabilidade contextualizada no trato de situações diversas, presentes ou emergentes, devendo revelar as seguintes competências e habilidades: ter iniciativa, criatividade, determinação, vontade política e administrativa, vontade de aprender, abertura às mudanças, consciência da qualidade e das implicações éticas do seu exercício profissional, desenvolver capacidade de transferir conhecimentos da vida e da experiência cotidiana para o ambiente de trabalho e do seu campo de atuação profissional, em diferentes modelos organizacionais, revelando-se um profissional adaptável.

A partir desse perfil resumido, excerto da Resolução das DCN do curso de Graduação em Administração, é possível promover uma comparação entre os traços delineados para o perfil do formando com os traços do perfil empreendedor encontrados nas pesquisas de Veheulet al. (2001), Murphy et al. (2006) e Berlung e Johansson (2007) expostos no quadro 1 deste trabalho. Dessa forma, após verificação nas fontes citadas, foram encontradas as seguintes características comuns presentes nos dois perfis, demonstradas no quadro 3 a seguir:

Quadro 3: Características comuns entre perfil do formando e perfil do empreendedor

Características do perfil do formando	Fonte		Características comuns do perfil do empreendedor	Fonte
Adaptabilidade	DCN	→	Processo de mudança/adaptação	Veheulet al. (2001)
Criatividade	DCN	→	Criatividade	Berlung e Johansson (2007), Veheulet al. (2001) e Murphy et al. (2006)
Determinação	DCN	→	Persistência	Berlung e Johansson (2007) e Veheulet al. (2001)
Abertura às mudanças	DCN	→	Mudança	Berlung e Johansson (2007)
Vontade de aprender	DCN	→	Desejo de conhecimento	Murphy et al. (2006)
Iniciativa	DCN	→	Iniciativa	Berlung e Johansson (2007), Veheulet al. (2001) e Murphy et al. (2006)
Capacidade de transferir conhecimentos da vida e da experiência cotidiana para o ambiente de trabalho	DCN	→	Capacidade de aprender com os erros e novas experiências	Veheulet al. (2001)

Fonte: elaborado pelo autor

Uma vez que estas sete características tanto representam traços do perfil empreendedor quanto fazem parte do perfil do administrador preconizado pelas DCN, é possível afirmar que o comportamento empreendedor é uma realidade percebida positivamente na composição da formação acadêmica dos futuros administradores. Em respaldo a isso, diversos estudiosos do campo do Empreendedorismo vêm afirmando que, no contexto econômico do século XXI, as habilidades empreendedoras têm se tornado cada vez mais requisitadas nos processos de contratação de grandes organizações. Habilidades como criatividade, adaptabilidade e iniciativa são exemplos das posturas esperadas dos profissionais deste novo século (BOYLES, 2012; LOPES, 2010).

Diante dessa relação entrelaçada entre Empreendedorismo e Administração de Empresas, ensinar Empreendedorismo pode tornar-se um processo que tende a despertar mais interesse no segmento da educação superior brasileira. Nessa perspectiva, e com base nesta ampla estrutura formada no subcampo da educação empreendedora, o questionamento a respeito da possibilidade de ensinar Empreendedorismo tornou-se obsoleto (KURATKO, 2005). Estudiosos do tema advogam que a proposta do ensino de Empreendedorismo dirige-se

para outro questionamento, mais alinhado com a realidade atual. Em meio à diversidade de contextos que permeiam as interpretações para o Empreendedorismo, o que se pretende saber da educação empreendedora é: O que ensinar? A quem ensinar? Por que ensinar Empreendedorismo? Ou, Como ensinar? (FAYOLLE, 2006; MASON, 2011; LOPES, 2010; KURATKO, 2005).

Antes do processo do ensino em si, o desenvolvimento da cultura empreendedora é defendido como passo inicial importante para a eficácia do ensino de Empreendedorismo. Estudos revelam que, um ambiente favorável ao processo empreendedor tem aparecido como componente catalizador entre o ensino do Empreendedorismo e a efetiva abertura de novos negócios pelos novos empreendedores (MASON, 2011). Ondracek et al. (2011) propõem a introdução do Empreendedorismo no âmbito de uma sociedade, desenvolvendo uma cultura empreendedora entre seus membros. Esses autores defendem a educação empreendedora como instrumento de transmitir e inculcar esta cultura. Nesse compasso, Lopes (2010) e Fayolle (2006) pontuam que o sistema educacional pode contribuir para a promoção do Empreendedorismo, promovendo antecipadamente a cultura empreendedora e desenvolvendo as habilidades necessárias para se tornar um empreendedor. Sob o mesmo enfoque, autores têm defendido a inserção da cultura empreendedora nos currículos escolares nos níveis médios das instituições de ensino como primeiro passo de uma educação empreendedora, em que se visem maiores perspectivas de mudanças de comportamento dos indivíduos (CHEUNG; AU, 2010; LOPES, 2010).

Ainda nesse diapasão, conforme exposto anteriormente, o apoio externo ao empreendedor também é considerado importante para se constituir um ambiente favorável à cultura e ao desenvolvimento do Empreendedorismo (SHINNAR et al., 2012). Ao passo que estas pré-condições possam ser atendidas, recai para o ensino do Empreendedorismo a responsabilidade de formar indivíduos capazes de perceber uma oportunidade de obter lucros, criar um negócio para explorar esta oportunidade e saber administrar o novo negócio para torná-lo sustentável (FAYOLLE, 2006; HISRICH et al., 2009). Embora a educação empreendedora seja indicada para se iniciar nas escolas do ensino básico, Degen (2009) afirma que o ensino de Empreendedorismo com vistas à abertura de novos negócios oriundos da composição entre inovação e oportunidade está mais adequado aos níveis superiores da educação.

Com o processo epistemológico do Empreendedorismo (KATS, 2003; KURATKO, 2005) que formou a base de referência teórica para seu ensino, possibilitou-se criar uma série de opções de modelos pedagógicos. Não obstante, qualquer que seja a

proposta de ensino do Empreendedorismo, certos elementos pertinentes ao processo de ensino-aprendizagem precisam ser definidos. Estudiosos do subcampo da educação empreendedora têm apresentado vários modos de conduzir o processo de ensino do Empreendedorismo. Definição de currículos, conteúdos, objetivos da aprendizagem, metodologia, recursos didáticos são pontos tratados em diversos estudos nesse tema (FAYOLLE, 2006; KURATKO, 2005; MASON, 2011; DOLABELA, 2008; FIET, 2000; DORNELAS, 2008; KLEIN; BULLOCK, 2006). As diferentes opções apresentadas na literatura oferecem abordagens que vão desde o ensino teórico ministrado por aulas expositivas, passando por construção de planos de negócios, até modelos que envolvem o contexto prático real, a exemplo das incubadoras de empresas (HISRICH et al., 2009; DEGEN, 2009; LAVIERE, 2010; SCHMIDT; SOPER; FACCA, 2012). Portanto, conhecer as variadas técnicas e formatos pedagógicos, pode ajudar na formação de um projeto adequado para o ensino de Empreendedorismo.

2.3.2 Métodos, Técnicas e Recursos Pedagógicos para Ensino de Empreendedorismo

O ensino do Empreendedorismo tem apresentado uma gama de formas heterogêneas em seu processo pedagógico. Duas diferentes áreas têm conduzido a educação empreendedora, diversificando sua respectiva pedagogia. Enquanto uma área aborda a educação sobre o Empreendedorismo, a outra enfoca a educação para o Empreendedorismo (LAUTENSCHLÄGER; HAASE, 2011). Embora estas áreas se complementem, o objetivo do ensino de cada uma tende a tornar necessárias metodologias diferentes em sua condução. Na literatura recente percebe-se maior preocupação na educação voltada para ensinar o Empreendedorismo com o propósito de formar empreendedores atuantes, indo além do conhecimento teórico do tema (ELMUTI; et al., 2012; CHEUNG; AU, 2010; PETERSON; LIMBU, 2010; GIOVANELA et al., 2010). Em sinergia a isso, os pesquisadores finlandeses Ruskovaara; et al. (2010) revelam que a pedagogia contemporânea da educação empreendedora tem se caracterizado por estar centrada na atividade de autoaprendizagem do aluno, diferenciando-se do método tradicional de ensino.

Com o mesmo direcionamento, Elmutiet al. (2012) afirmam que o foco na abertura de novas empresas tem sido o eixo principal nos currículos mais recentes no ensino superior de Empreendedorismo nos EUA. Ainda para estes autores, as competências e habilidades dos empreendedores que têm assegurado a criação de novas empresas, têm sido a temática do conteúdo adotado na educação empreendedora norte-americana. Por outro lado, Lautenschläger e Haase (2011) ressaltam que existem aspectos do Empreendedorismo que

podem ser fáceis de ensinar e outros não. Habilidades e competências como criatividade, inovação, proatividade, tomada de decisão e propensão ao risco, afirmam os autores, são aspectos que ainda não se encontram devidamente respaldados por métodos de ensino adequados. A adaptação do processo de ensino oriundo dos cursos de Administração de Empresas tem sido apontada como um dos fatores responsáveis por essa deficiência pedagógica (LAVIERE, 2010; LAUTENSCHLÄGER; HAASE, 2011).

Estudiosos da educação empreendedora têm defendido uma linha pedagógica mais voltada para a prática como mais apropriada para o ensino do Empreendedorismo. A aula tradicional expositiva pode ser utilizada para repassar aspectos teóricos e culturais do empreendedorismo, direcionando os demais aspectos da ação empreendedora para métodos e recursos pedagógicos mais dinâmicos (HONIG, 2004; RUSKOVAARA et al., 2010; PETERSON; LIMBU, 2010). Elmutiet al. (2012) destacam que as habilidades requeridas de empreendedor podem ser descritas em três categorias: técnicas, administrativas e empreendedoras. Nas primeiras estão a comunicação oral e escrita, a gestão técnica e as habilidades de organização. As seguintes envolvem habilidades administrativas como planejar, tomada de decisão, marketing e contabilidade. As habilidades empreendedoras pessoais compreendem a inovação, persistência, tolerância ao risco, dentre outras. A aprendizagem dos estudantes, portanto, está sujeita à proposta pedagógica utilizada no processo de ensino.

Retornando às duas áreas da educação empreendedora arguidas por Lautenschläger e Haase (2011), observa-se que, o enfoque tomado na proposta de educação pretendida, se sobre ou para o Empreendedorismo, tende a determinar o objetivo da proposta pedagógica. No aspecto educacional, por sua vez, a definição do objetivo é o vetor norteador do processo pedagógico a ser selecionado. A formulação do objetivo educacional é tida como fundamental e prévia da abordagem pedagógica. Dessa forma, decidir o objetivo constitui-se em decidir as aprendizagens resultantes do ensino expressas em termos de comportamento esperado do estudante ao final do processo (GIL, 2007; BORDENAVE; PEREIRA, 2004). A representação esquemática desse procedimento pode ser observada na FIG. 1.

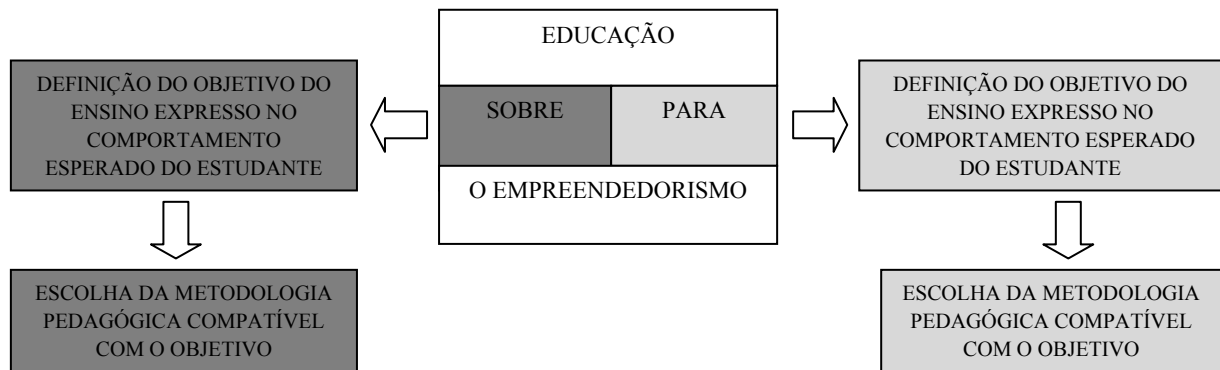


Figura 1 – Esquema do norteamento da abordagem pedagógica
Fonte: Autor

No contexto da formação empreendedora, o comportamento esperado do estudante vai ao encontro dos conhecimentos, habilidades e atitudes que compõem o sujeito empreendedor. Dessa forma, os objetivos propostos devem levar o estudante a ser capaz de: conscientizar-se sobre o que é o Empreendedorismo, ser criativo, ser inovador, descobrir uma oportunidade, planejar e abrir um novo negócio, fazer previsões, assumir riscos, persistir, lidar com conflitos, adquirir autocontrole, aprender com tomada de decisão, erros e acertos, trabalhar em equipe, formar uma rede de contatos e administrar o negócio de forma sustentável (RAE, 2000; KNOTTS, 2011; FAYOLLE, 2006; RUSKOVAARA et al., 2010; HONIG, 2004; CHENG; AU, 2010; ILANDER, 2010; ELMUTI et al., 2012; DEGEN, 2009). Em sintonia com isso, Henrique e Cunha (2008) ressaltam que ao administrar pequenos negócios, semelhante a gerentes de grandes empresas, o empreendedor precisa executar várias funções. Ao mesmo tempo em que assume todas as particularidades e as responsabilidades de proprietário do negócio, como contratos e negociações, ainda precisa atuar em áreas críticas como marketing, estratégia, contabilidade e recursos humanos.

No que tange aos objetivos, Liñán (2004) e Fayolle (2006) apresentam em seus trabalhos composições de objetivos para a educação empreendedora. Partindo-se dessas composições, é possível classificá-las de acordo com a divisão proposta por Lautenschläger e Haase (2011). O quadro 4 a seguir apresenta a distribuição das duas propostas por área da educação empreendedora, entendendo-se que o termo “sobre” compreende abordagem pedagógica de cunho teórico e, o termo “para” abordagem teórico-prática, com ênfase na prática (LAUTENSCHLÄGER; HAASE, 2011).

Quadro 4 – Esquema do norteamento da abordagem pedagógica

Autores	Área	Objetivos
LIÑÁN (2004)	Sobre o Empreendedorismo	Conscientização empreendedora: passar conhecimentos sobre pequenas empresas, autoemprego e Empreendedorismo.
	Sobre e Para o Empreendedorismo	Criando a empresa: instruir como obter financiamento. Conhecer os aspectos legais e impostos.
	Para o Empreendedorismo	Dinâmica empreendedora: desenvolver as habilidades e atitudes do comportamento empreendedor.
	Para o Empreendedorismo	Educação continuada: desenvolver melhorias nas habilidades empreendedoras.
FAYOLLE (2006)	Sobre o Empreendedorismo	Conscientização: apresentar o Empreendedorismo e suas características e a opção de carreira criando o próprio negócio.
	Para o Empreendedorismo	Potencial empreendedor: Transferir e desenvolver conhecimentos, técnicas e habilidades empreendedoras.
	Sobre e Para o Empreendedorismo	Apoio de criação de empresa: instruir sobre fontes de financiamento, recursos e aspectos legais.

Fonte: baseado nos objetivos de Fayolle (2006) e Liñán (2004)

Conforme exposto no quadro 4, é possível constatar congruência entre os objetivos dos dois autores. Dessa forma, os objetivos da formação empreendedora podem ser orientados em três bases: 1) conscientização empreendedora, 2) dinâmica e potencial empreendedor e, 3) criação de empresa. Nessa perspectiva, para cada objetivo mencionado, tem sido apontada uma proposta pedagógica compatível para que este seja atingido. Em harmonia com isso, a *European Commission Enterprise and Industry* (EUROPEAN COMMISSION, 2008b) apresenta uma estrutura para a educação empreendedora no ensino superior dividida em três objetivos: 1) desenvolver espírito empreendedor entre os estudantes, 2) treinar estudantes para abrir uma empresa e administrá-la, 3) desenvolver habilidades empreendedoras necessárias para identificar e explorar oportunidades de negócios. Uma percepção esquemática pode ser vista na FIG. 2, em que se expõem os três pilares que sustentam os objetivos do ensino do Empreendedorismo.

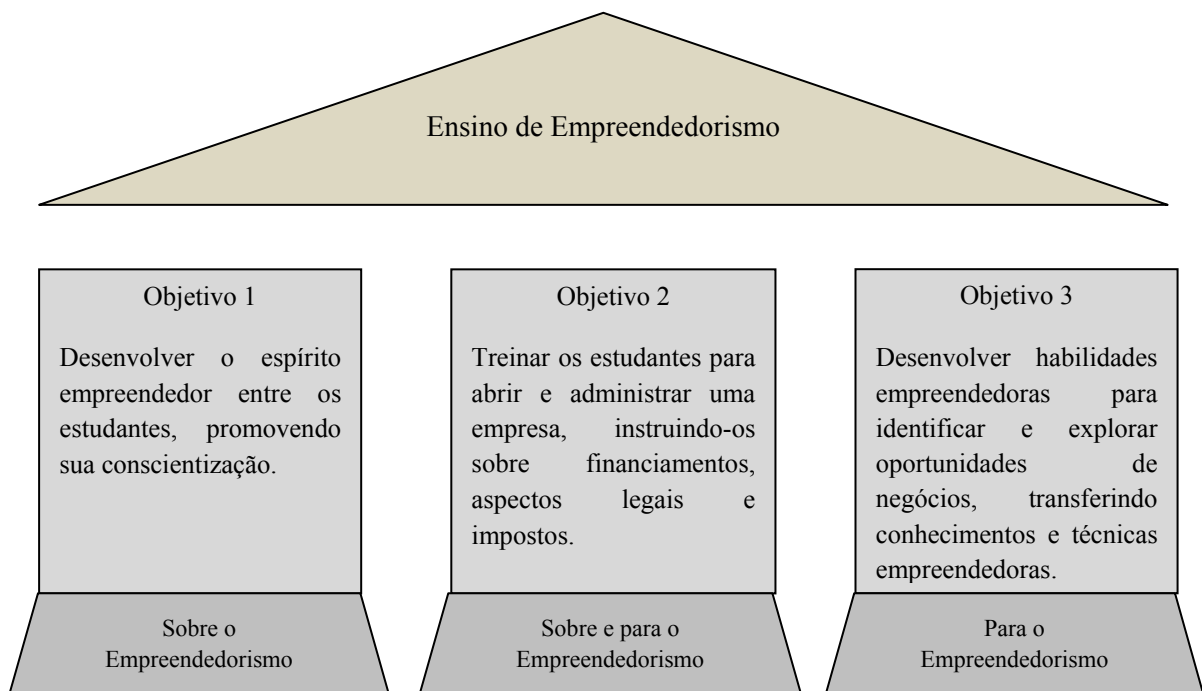


Figura 2 – Pilares dos objetivos do ensino do Empreendedorismo

Fonte: Baseado na proposta da EuropeanCommission (2008b) e nos autores Fayolle (2006) e Liñán (2004)

A formação empreendedora tem uma característica multidisciplinar (BOYLES, 2012). Para alcançar os diferentes objetivos faz-se necessário traçar um plano de ensino que adapte a metodologia pedagógica ao contexto da aprendizagem esperada. Nessa perspectiva, diferentes opções de métodos, técnicas e recursos são encontradas na literatura como forma de se promover o processo de ensino-aprendizagem da formação empreendedora (HISRICH et al. 2009; ILANDER, 2010; HONIG, 2004; KNOTTS, 2011; DORNELLAS, 2008; DOLABELA, 2008; SCHMIDT et al., 2012; DEGEN, 2009; KURATKO, 2005).

Entre as opções pedagógicas de ensino-aprendizagem são citadas palestras, recomendações de leituras, estudos de caso, visita a empresas, *brainstorming*, simulações e projetos desenvolvidos em grupos (HENRIQUE; CUNHA, 2008). Assim como, planos de negócios, entrevistas com empreendedores, uso de filmes (KURATKO, 2005) e jogos sobre Empreendedorismo (RUSKOVAARA et al., 2010). Esta miríade de opções pedagógicas é resultado da especificidade da formação empreendedora que requer modelos de ensino que permitam ao estudante desenvolver as habilidades e técnicas empreendedoras por meio de experiências práticas durante sua aprendizagem (KNOTTS, 2011; RUSKOVAARA et al., 2010; GIOVANELA et al., 2010). Distinguir qual a metodologia adequada para cada necessidade de aprendizagem tem sido uma das premissas da formação empreendedora. Isso

está presente na pesquisa realizada por Henrique e Cunha (2008) em metodologias no ensino de Empreendedorismo utilizadas em cursos de graduação nacionais e internacionais.

Uma vez que a formação empreendedora envolve uma série de conteúdos de aprendizagem, faz-se necessário organizar as diversas metodologias com as respectivas aplicações pedagógicas. Dessa forma, à luz das propostas pedagógicas pesquisadas nos periódicos científicos nacionais e internacionais, juntamente com as constantes nas obras dos autores da bibliografia nacional é possível relacionar e descrever as respectivas aplicações dos principais métodos, técnicas e recursos utilizados no ensino do Empreendedorismo. As obras didáticas: **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios** (DORNELAS, 2008), **O empreendedor: empreender como opção de carreira** (DEGEN, 2009), **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor** (CHIAVENATO, 2004), **Oficina do empreendedor** (DOLABELA, 2008), **Empreendedorismo** (HISRICH et al. 2009), **Ferramentas para empreendedores: ferramentas e técnicas para expandir seus negócios** (LUECKE, 2009), **Manual do empreendedor: como construir um empreendimento de sucesso**(MENDES, 2009), **Criação de novos negócios: Empreendedorismo para o século 21**(DORNELAS; TIMMONS; SPINELLI, 2010) e **O fenômeno do Empreendedorismo** (LEITE, 2012) são as referências bibliográficas consultadas nesta pesquisa da metodologia do ensino. As demais consultas foram extraídas de trabalhos publicados em relatórios de pesquisas e, em periódicos nacionais e internacionais. No Quadro 5 estão descritos os principais meios pedagógicos utilizados no ensino do Empreendedorismo:

Quadro 5 – Principais métodos, técnicas e recursos pedagógicos no ensino de Empreendedorismo

Métodos, Técnicas e Recursos	Aplicações
Aulas expositivas	Transferir conhecimentos sobre o Empreendedorismo, as características pessoais do empreendedor, os processos de inovação, fontes de recursos, financiamentos e aspectos legais de pequenas empresas.
Visitas e contatos com empresas	Estimular o network e incitar o estudante a sair dos limites da IES para entender o funcionamento de mercado na vida real. Desenvolver visão de mercado.
Plano de negócios	Desenvolver as habilidades de planejamento, estratégia, marketing, contabilidade, recursos humanos, comercialização. Desenvolver a habilidade de avaliação do novo negócio, analisando o impacto da inovação no novo produto ou serviço. Construir habilidade de avaliar e dimensionar riscos do negócio pretendido.
Estudos de casos	Construção da habilidade de pensamento crítico e de avaliação de cenários e negócios. Desenvolver a habilidade de interpretação e definição de contextos associados ao Empreendedorismo.
Trabalhos teóricos em grupo	Construção da habilidade de aprender coletivamente. Desenvolver a habilidade de pesquisar, dialogar, integrar e construir conhecimentos, buscar soluções e emitir juízos de valor na realização do documento escrito.

Trabalhos práticos em grupo	Construção da habilidade de atuar em equipe. Desenvolver a habilidade de planejar, dividir e executar tarefas em grupo, de passar e receber críticas construtivas. Ampliar a integração entre o saber e o fazer.
Grupos de discussão	Desenvolver a habilidade de testar novas ideias. Desenvolver a capacidade de avaliar mudanças e prospectá-las como fonte de oportunidades.
Brainstorming	Construção da habilidade de concepção de ideias, prospecção de oportunidades, reconhecendo-as como oportunidades empreendedoras. Estimular o raciocínio intuitivo para criação de novas combinações de serviços ou produtos, transformando-as em inovações.
Seminários e palestras com empreendedores	Transferir conhecimentos das experiências vividas por empreendedores desde a percepção e criação do produto, abertura do negócio, sucessos e fracassos ocorridos na trajetória empreendedora.
Criação de empresa	Transpor as informações do plano de negócios e estruturar os contextos necessários para a formalização. Compreender várias etapas da evolução da empresa. Desenvolver a habilidade de organização e planejamento operacional.
Aplicação de provas dissertativas	Testar os conhecimentos teóricos dos estudantes e sua habilidade de comunicação escrita.
Atendimento individualizado	Desenvolver a habilidade de comunicação, interpretação, iniciativa e resolubilidade. Aproximar o estudante do cotidiano real vivido nos pequenos negócios.
Trabalhos teóricos individuais	Construção da habilidade de geração de conhecimento individualizado, estimulando a autoaprendizagem. Induzir o processo de autoaprendizagem.
Trabalhos práticos individuais	Construção da habilidade da aplicação dos conhecimentos teóricos individuais, estimulando a autoaprendizagem. Estimular a capacidade laboral e de autorrealização.
Criação de produto	Desenvolver habilidade de criatividade, persistência, inovação e senso de avaliação.
Filmes e vídeos	Desenvolver a habilidade do pensamento crítico e analítico, associando o contexto assistido com o conhecimento teórico. Estimular a discussão em grupo e o debate de ideias.
Jogos de empresas e simulações	Desenvolver a habilidade de criar estratégias de negócios, solucionar problemas, trabalhar sob pressão, tomar decisões sob pressão. Aprender pelos próprios erros. Desenvolver tolerância ao risco, pensamento analítico, comunicação intra e intergrupais.
Sugestão de leituras	Prover ao estudante teoria e conceitos sobre o Empreendedorismo. Aumentar a conscientização do ato empreendedor.
Incubadoras	Proporcionar ao estudante espaço de motivação e criação da nova empresa, desenvolvendo múltiplas competências, tais como, habilidades de liderança, organizacionais, tomada de decisão e compreender as etapas do ciclo de vida das empresas. Estimular o fortalecimento da network com financiadores, fornecedores e clientes.
Competição de planos de negócios	Desenvolver habilidades de comunicação, persuasão e estratégia. Desenvolver capacidade de observação, percepção e aplicação de melhorias no padrão de qualidade dos planos apresentados. Estimular a abertura de empresas mediante os planos vencedores.

Fonte: criado pelo autor

Mediante o quadro anterior, é possível constatar a predominância de atividades pedagógicas práticas no processo de ensino-aprendizagem do Empreendedorismo. Embora permeada de atividades entre cenários simulados ou reais, pesquisadores do tema têm afirmado que no Empreendedorismo aprende-se “fazendo”, indo além da teoria, exercícios e provas avaliativas em salas de aula (ELMUTI; et al., 2012; WEE, 2004; FAYOLLE, 2006). A participação do estudante em ações que promovam o desenvolvimento prático de ideias, oportunidades, plano de negócios e criação de empresas tende a incrementar a probabilidade de o estudante identificar oportunidades reais e criar seu próprio negócio (BOYLES; 2012; KNOTTS, 2011).

No entanto, em paralelo às propostas metodológicas de ensino do Empreendedorismo, existe a preocupação em se avaliar a efetiva aprendizagem do estudante nesta área do conhecimento. Diversas maneiras de avaliação têm sido apresentadas a fim de se medir o impacto causado nos estudantes após concluírem os estudos de Empreendedorismo (LAUTENSCHLÄGER; HAASE, 2011). Nesse sentido, encontram-se na literatura métodos direcionados a medir o nível de Empreendedorismo entre os estudantes variando da medição do perfil empreendedor, da intenção empreendedora, do potencial empreendedor, dentre outros (SCHMIDT; BOHNENBERGER, 2009; MCGEE et al., 2009; SANTOS; CAETANO; CURRAL, 2010; WILSON et al., 2009).

2.4. Avaliação da Aprendizagem do Empreendedorismo

Esta seção aborda modelos e propostas de avaliação da aprendizagem adquirida por meio do processo de ensino do Empreendedorismo. A subseção 2.4.1 traz os principais modelos de medição da avaliação da aprendizagem apresentados na literatura. Além disso, pesquisas realizadas com diferentes modelos de avaliação estão expostas, ampliando-se o parâmetro de informações sobre o tema. Na subseção 2.4.2, apresenta-se um modelo de avaliação da aprendizagem baseada na medição do perfil empreendedor. A adequação deste modelo é relatada, mostrando-se a coerência entre as particularidades do modelo e a proposta de avaliação da aprendizagem de Empreendedorismo entre estudantes universitários.

2.4.1 Modelos de Medição da Aprendizagem do Empreendedorismo

O campo do Empreendedorismo em si é um fenômeno que ainda passa por um processo de construção e consolidação de sua teoria (FAYOLLE, 2006; FERREIRA et al., 2006). Desse modo, os respectivos subcampos também sofrem da mesma consequência, incluindo-se neste rol o processo da educação empreendedora (LOPES JR; SOUZA, 2005).

No caso específico da avaliação da aprendizagem, devido à característica multifacetada do Empreendedorismo, são encontradas na literatura diferentes abordagens que tratam da medição desta aprendizagem (WILSON; KICKUL; MARLINO, 2007). Essas propostas de avaliação podem ser associadas às conjunturas do processo educacional desenvolvido na formação empreendedora. Alternativas de medição como: abertura de novas empresas, intenção de iniciar um negócio próprio, autoeficácia, perfil empreendedor, orientação empreendedora, potencial empreendedor e aptidão empreendedora são encontradas na literatura como formas de avaliação da eficiência da educação empreendedora (MCGEE et al., 2009; WILSON et al., 2007; SILVA et al., 2009; SANTOS et al., 2010; CUBICO et al., 2010; SCHMIDT; BOHNENBERGER, 2009).

No entanto, tendo-se como foco a avaliação da aprendizagem do ensino do Empreendedorismo voltado a estudantes durante curso de graduação superior, certos aspectos conjunturais podem ser considerados a fim de se escolher um modelo de medição apropriado. Nesse sentido, Boyles (2012) argumenta que a medição por abertura ou intenção de abrir empresas não tem sido uma forma adequada para avaliar o resultado do ensino de Empreendedorismo para graduandos ou recém-graduados. Este autor aponta que, em suas pesquisas, a maioria dos empreendedores pesquisados abriram suas empresas a partir dos 35 anos de idade, sobretudo, devido à necessidade de adquirir experiência profissional antes de iniciar o próprio negócio. Desse modo, continua o autor, ao utilizar-se esta forma avaliativa em graduandos ou recém-graduados, o resultado da avaliação da aprendizagem poderia ficar distorcido.

Nessa mesma linha de raciocínio, observa-se que em vários estudos, a intenção de iniciar um negócio próprio também tem sido uma modalidade singular utilizada para detectar o comportamento empreendedor em indivíduos (THOMPSON, 2009). Embora este modelo avaliativo seja comumente utilizado por pesquisadores nesta área do conhecimento, seu enfoque tende a ultrapassar as barreiras das IES. Isso é possível ser percebido, uma vez que neste método de avaliar a intenção de iniciar o próprio negócio, outros fatores também são considerados, como: fatores ambientais e fatores pessoais, incluindo-se idade, sexo, experiência laboral, parentesco com empreendedores e nível educacional (IZQUIERDO; BUELENS, 2008; THOMPSON, 2009; LIÑAN; CHEN, 2009). Dessa forma, o foco no resultado da aprendizagem pode ser confundido ou desvirtuado por fatores que vão além da competência do processo do ensino do Empreendedorismo nos cursos de graduação.

Não obstante a orientação empreendedora poder ser utilizada como medição do comportamento empreendedor (SILVA et al., 2009), a maioria dos estudos que a utilizam

estão direcionados ao contexto organizacional em vez do individual (FRANK; KESSLER; FINK, 2010; SLEVIN; TERJESEN, 2011). Como exemplo disso, temos o caso de Silva et al. (2009), que realizaram estudos sob o enfoque das cinco dimensões da orientação empreendedora em indivíduos, cujo público-alvo constitui-se de empreendedores proprietários de empresas incubadas em IES. Nesse caso, como em outros encontrados, no que tange à avaliação da aprendizagem de graduandos, ao se tomar por amostra os proprietários de empresas, perde-se o foco da avaliação pretendida. Desse modo, tendo-se em mente a avaliação do processo de ensino no âmbito dos estudantes, a orientação empreendedora pode vir a não captar um diagnóstico mais adequado sobre a aprendizagem destes.

Para Guerrero et al. (2008) o potencial empreendedor está diretamente relacionado à intenção empreendedora. Ambos, afirmam os autores, são utilizados para avaliar a pretensão de o indivíduo abrir um negócio próprio. Há, no entanto, uma característica comportamental: a personalidade proativa do indivíduo, que tem sido avaliada no modelo do potencial empreendedor, diferenciando-o da intenção empreendedora (GUERRERO et al., 2008). Mesmo assim, tanto a intenção quanto o potencial empreendedor direcionam o enfoque da avaliação em termos de o indivíduo abrir ou não o próprio negócio como resultado final do processo empreendedor. Portanto, conforme se encontra na literatura, questionar os estudantes com viés voltado para a abertura de um próprio negócio, pode trazer distorções quando se pretende medir o resultado da aprendizagem entre os estudantes universitários (BOYLES, 2012).

A aptidão empreendedora é tratada por Cubico et al. (2010) associada ao perfil empreendedor. Estes autores definem aptidão empreendedora como: o potencial para criar e desenvolver empresas e autoemprego (CUBICO et al., 2010, p. 427). Dessa forma, as premissas da aptidão empreendedora estão assentadas nas características, traços, atitudes, habilidades encontradas no perfil empreendedor. Esse perfil, por sua vez, foi identificado por esses autores com os seguintes componentes: necessidade de realização, inovação, autonomia, correr riscos, autoeficácia, *locus* de controle interno, criatividade e liderança. A par disso, percebe-se como propósito da aptidão empreendedora verificar a relação da personalidade do empreendedor que se traduz em forte inclinação para reconhecer uma oportunidade, operacionalizar e enfrentar obstáculos a fim de abrir o próprio negócio (CUBICO et al., 2010).

Conforme pode ser visto no estudo de Cubico et al. (2010), a autoeficácia tem feito parte das características que compõem o perfil empreendedor. Outros estudos também

incluem este componente nas definições do perfil empreendedor (SCHMIDT; BOHNENBERGER, 2009; WILSON et al., 2007). Segundo McGee et al. (2009), autoeficácia refere-se a crença pessoal do indivíduo em sua capacidade de realizar um trabalho ou uma série específica de tarefas. Estes autores ainda afirmam que a autoeficácia influencia o comportamento do indivíduo quanto à escolha, ao nível de esforço e à perseverança, associando uma elevada presença desta característica a indivíduos empreendedores. Em razão disso, a medição da autoeficácia tem sido usada para avaliar a tendência empreendedora entre estudantes e pequenos empresários (MCGEE et al., 2009; WILSON et al., 2007; WILSON et al., 2009).

Diferentes autores têm apresentado resultados de pesquisas empíricas sobre a avaliação do ensino do Empreendedorismo conduzidas por diversos meios. Nesse sentido, alguns trabalhos são apresentados na literatura, onde se encontram dados empíricos que captam a manifestação dos estudantes perante a educação empreendedora. Como parte desse grupo de autores, Izquierdo e Buelens (2008) realizaram pesquisa exploratória entre 236 estudantes universitários espanhóis, medindo os efeitos da educação empreendedora na intenção destes estudantes em iniciar um negócio próprio. Os estudantes participaram de um curso prático de Empreendedorismo, trabalhando-se competências empreendedoras, incluindo identificação e avaliação de oportunidades de negócios, comunicação e *networking*. As medições foram extraídas antes e depois da participação no curso. Os resultados apresentados demonstraram alta relação (coeficiente de 0,75) entre a percepção das competências adquiridas e a autoeficácia e, leve relação (coeficiente de 0,12) entre a percepção de autoeficácia e a intenção de abrir um negócio próprio (IZQUIRDO; BUELENS, 2008).

Já, Cheung e Au (2010) pesquisaram entre estudantes do nível médio de Hong Kong o impacto causado nas competências empreendedoras após participarem de atividade real de montar e administrar um pequeno negócio por três meses dentro da escola. Esta experiência pedagógica mostrou-se significativa por meio da medição das médias de atributos empreendedores pesquisados antes e depois da participação na atividade. O crescimento das médias foi significativo, ao nível de 0,05, em uma escala métrica de 1 a 5, nas habilidades de análise e na resolução de problemas - variando de 2,95 para 3,43. Da mesma forma, ocorreu com a Atitude para o trabalho – variando de 3,10 para 3,57 – e, Relação interpessoal – variando de 3,15 para 3,63. Por outro lado, o incremento do atributo Habilidade de gestão não mostrou significância ao término da atividade, provavelmente, devido à pouca formação dos estudantes na área de gestão de negócios (CHEUNG; AU, 2010).

Ferreira e Mattos (2003), fazem referência a seis qualidades encontradas do perfil empreendedor: Autoconhecimento; Criatividade; Proatividade; Autonomia na tomada de decisão; Aceitação do risco e Construção de mudança promoveram pesquisa sobre atividades didático-pedagógicas voltadas ao ensino de Empreendedorismo com 432 estudantes de cursos de graduação em administração na Região Metropolitana de Recife. O objetivo do levantamento empírico foi avaliar se as atividades incentivavam ou inibiam a formação empreendedora. Os achados obtidos por meio da análise das médias das atividades, - em escala de -3 a +3 -, revelaram que as atividades de conteúdos eminentemente práticos apresentaram-se mais incentivadoras, enquanto as atividades teóricas as menos incentivadoras. As atividades práticas: Desenvolvimento de um produto fictício e Desenvolvimento de uma empresa fictícia foram as mais incentivadoras, com médias acima de 2,0 da escala. Já as atividades teóricas: Adoção de um livro texto para a disciplina e Resumo sobre o assunto da aula expositiva alcançaram as piores médias, próximas de 0,5 da escala (FERREIRA; MATTOS, 2003).

Lee, Chang e Lim (2005) realizaram pesquisa entre 379 estudantes universitários de cursos de administração da *University of Nebraska-Lincoln* dos EUA e da *Kyonggi University* da Coreia do Sul, objetivando avaliar o impacto da educação empreendedora. A pesquisa foi conduzida entre grupos de estudantes que participaram de cursos de empreendedorismo – 60 dos EUA e 102 da Coreia -, e grupos que não participaram de cursos de empreendedorismo em suas Universidades – 102 dos EUA e 115 da Coreia -. Mediante uma escala métrica variando de 1 a 5, os resultados encontrados nas médias destes grupos revelaram o impacto da educação empreendedora da seguinte maneira: quanto à intenção de criar um negócio próprio, a média dos estudantes americanos evoluiu de 2,63 do grupo dos nãoparticipantes para 2,99 do grupo dos participantes. Ainda quanto à intenção, a média dos estudantes coreanos evoluiu de 2,71 do grupo dos não participantes para 3,29 do grupo dos participantes. Quanto ao conhecimento e habilidades adquiridas para iniciar um negócio próprio, obteve-se: grupo de estudantes americanos não participantes com média de 3,82, passando a 4,00 para o grupo dos participantes. Entre os coreanos: média de 2,89 para o grupo dos não participantes, subindo para 3,43 para o grupo dos participantes do curso de empreendedorismo (LEE CHANG; LIM, 2005).

Graevenitz, Harhoff e Weber (2010) promoveram pesquisa entre estudantes do curso de administração da *Ludwig-Maxmilians-Universität* de Munique, Alemanha. A pesquisa concentrou-se em se avaliar as mudanças quanto à crença de atuar como empreendedor, ocorrido após a participação compulsória em um curso de planejamento de

negócios. Este curso abordou: capacitação em planejamento e gestão, palestra com empreendedores e desenvolvimento de um plano de negócio próprio. A medição ocorreu antes e após o referido curso. Os resultados empíricos, coletados entre 196 estudantes, revelaram que, antes da participação no curso, 71,4 % dos estudantes tinham a intenção de fundar o próprio negócio. Após o término do curso, somente 63,8 % deste mesmo grupo apresentaram a intenção de fundar o próprio negócio. Embora tenha acontecido redução na intenção de abrir o próprio negócio, os resultados apontaram um aumento significativo ($p < 0,05$) na confiança dos estudantes nas capacidades necessárias para abrir um negócio próprio (GRAEVENITZ; HARHOFF; WEBER, 2010).

A avaliação da aprendizagem do Empreendedorismo entre estudantes de graduação tem sido conduzida por diferentes modelos que, em sua maioria, tentam medir o resultado dessa aprendizagem, relacionando-a com o ato de abertura do negócio próprio ou a intenção disso. Entretanto, embora a culminância do processo empreendedor apresentado por diversos autores seja o ato da abertura do próprio negócio (DEGEN, 2009; HISRICH et al, 2009; DORNELAS et al., 2010; SHANE; VENKATARAMAN, 2000), é possível desconsiderar esta premissa, diante de certas conjunturas, para se avaliar a aprendizagem desses estudantes durante o período de graduação.

Nessa perspectiva, retomando-se as DCN da Resolução nº 4 de 2005, para Curso de Graduação em Administração, citadas na seção 2.3.1, nota-se que está contida nestas diretrizes a proposta de uma formação, cujo perfil do novo administrador apresenta, em certos aspectos, semelhança com o perfil do empreendedor. Além disso, pesquisas têm demonstrado que, independentemente da aprendizagem ou não sobre o Empreendedorismo, estudantes não manifestam o interesse de iniciar o negócio próprio como resultado imediato dessa aprendizagem (GRAEVENITZ et al., 2010). Desse modo, é possível considerar apropriada, uma alternativa que concilie a proposta das DCN com as perspectivas da formação empreendedora, juntamente ao propósito de como se avaliar a aprendizagem do ensino do Empreendedorismo de estudantes universitários. Assim, utilizar-se a medição do perfil empreendedor entre os acadêmicos de cursos de Administração, poderá vir a ser um método que atenda a essa expectativa.

2.4.2 Modelo de Medição do Perfil Empreendedor

O perfil empreendedor tem sido objeto de pesquisas acadêmicas como forma de se identificar as características e competências comuns encontradas em indivíduos que atuam seguindo as prerrogativas empreendedoras relatadas na literatura. Essas pesquisas têm

revelado um conjunto dessas características que vêm sendo encontradas constantemente em grande parte dos empreendedores pesquisados (OLAKITAN; AYOBAMI, 2011; LOPES JR; SOUZA, 2005). Um nível mais elevado de concentração destas características e competências em determinados indivíduos tem sido usado como uma maneira de se diferenciar grupos com perfil empreendedor mais elevado em comparação a outros grupos pesquisados (OOSTERBEEK et al., 2010). Assim, diante de uma perspectiva de formação empreendedora para estudantes universitários, um modelo confiável de medição deste perfil pode captar as diferentes manifestações do perfil empreendedor presente entre grupos distintos de estudantes.

Nesse contexto, Schmidt e Bohnenberger (2009) realizaram uma pesquisa em que se estudou a base conceitual do perfil empreendedor. Com o suporte deste trabalho, estes autores construíram uma estrutura com as características determinantes do perfil empreendedor. Esta estrutura está apresentada no Quadro 6 a seguir:

Quadro 6: Características do perfil do empreendedor

Características	Descrição
Autoeficaz	É a estimativa cognitiva que uma pessoa tem das suas capacidades de mobilizar motivação, recursos cognitivos e cursos de ação necessários para exercer controle sobre eventos na sua vida.
Assume riscos calculados	Pessoa que, diante de um projeto pessoal, relaciona e analisa as variáveis que podem influenciar o seu resultado, decidindo, a partir disso, a continuidade do projeto.
Planejador	Pessoa que se prepara para o futuro.
Detecta oportunidades	Habilidade de capturar, reconhecer e fazer uso efetivo de informações abstratas, implícitas e em constante mudança.
Persistente	Capacidade de trabalhar de forma intensiva, sujeitando-se até mesmo a privações sociais, em projetos de retorno incerto.
Sociável	Grau de utilização da rede social para suporte à atividade profissional.
Inovador	Pessoa que relaciona ideias, fatos, necessidades e demandas de mercado de forma criativa.
Liderança	Pessoa que, a partir de um objetivo próprio, influencia outras pessoas a adotarem voluntariamente esse objetivo.

Fonte: Schmidt e Bohnenberger, 2009.

O estudo de Schmidt e Bohnenberger (2009) teve como objetivo a construção e validação de um instrumento de medição do perfil empreendedor e sua relação com o desempenho organizacional. O instrumento de medição foi iniciado com a definição de oito constructos oriundos das características do perfil empreendedor, assim descritos pelos autores: 1) Auto-eficaz (AE); 2) Assume riscos calculados (AR); 3) Planejador (PL); 4) Detecta oportunidades (DO); 5) Persistente (PE); 6) Sociável (SO); 7) Inovador (IN); e 8) Líder (LI). Itens de medição foram criados para cada constructo, resultando em um questionário

estruturado por meio de uma escala likert. O questionário foi aplicado e respondido por 1113 estudantes universitários.

O processo de validação ocorreu por meio de uma análise fatorial, em que se confirmou uma estrutura latente de seis fatores, com KMO de 0,852 e variância total explicada de 56,4%. Mediante análise de agrupamento dos itens, Schmidt e Bohnenberger (2009) detectaram aglutinação entre os itens que se referiam à autoeficácia, detecção de oportunidades e persistência. Com base na literatura, estes autores verificaram que estas três características juntas compõem o conceito de autorrealização. Dessa forma, o fator 1 ficou denominado de Autorrealização. Os demais fatores foram assim descritos: fator 2 - Líder; fator 3 - Planejador; fator 4 - Inovador; fator 5 – Assume riscos; e fator 6 – Sociável. Com o teste de confiabilidade composta dos constructos, ficaram asseguradas a validação e a confiabilidade do instrumento de medição, expressa na afirmação de Schmidt e Bohnenberger (2009, p. 464): “foi utilizado um método robusto de validação do instrumento, o que abre uma série de possibilidades quanto a sua utilização”.

Uma forma complementar de avaliar o instrumento de medição do perfil empreendedor pode ser feita, comparando-se os respectivos fatores deste perfil com a natureza do Empreendedorismo apresentada neste trabalho. Nesse sentido, O quadro 2, da seção 2.1, apresenta os termos consolidados encontrados que compõem a natureza do Empreendedorismo. Por meio dessas informações, é possível verificar se os elementos da estrutura fatorial proposta por Schmidt e Bohnenberger (2009) para a avaliação do perfil empreendedor estão inseridos no contexto conceptual que abrange a natureza do Empreendedorismo. Nesta perspectiva, conforme exposto da FIG. 3 a seguir, percebe-se que, os seis componentes da estrutura fatorial do perfil do empreendedor estão presentes na composição de termos que compõem a natureza do Empreendedorismo, confirmando a adequação do perfil proposto de Schmidt e Bohnenberger (2009).

Figura 3: Análise comparativa entre a natureza do Empreendedorismo e o perfil do empreendedor

Termos da natureza do Empreendedorismo	Setas de correspondência	Fatores do perfil empreendedor	
Crescimento econômico		F1 – Autorrealização (autoeficácia, detecção de oportunidades e persistência)	
Mudança		F2 - Líder	
Inovação		F4	F4 - Inovador
Mudança tecnológica			
Criação de novos negócios			
Risco		F5	F5 – Assume riscos
Autocontrole			
Visa ao lucro			F3 - Planejador
Incerteza			
Planejamento		F3	
Percepção de oportunidade		F1	
Rede de informação		F6	
Conhecimento/Autoeficácia		F1	
Habilidade de relacionar informações/Descoberta			
Persistência para explorar o novo negócio		F1	
Iniciativa			
Liderança		F2	F2 - Líder
Criatividade			F6 - Sociável
Processo			

Fonte: criado pelo autor

Tendo-se feito a conferência entre o perfil do empreendedor e a natureza do Empreendedorismo, tem-se como passo seguinte organizar os itens de medição dos respectivos fatores. Dessa forma, é apresentado a seguir, no Quadro 7, os itens finais representativos de cada fator encontrado na pesquisa de Schmidt e Bohnenberger (2009). O ordenamento dos itens foi conduzido tanto pela carga fatorial resultante do processo metodológico quanto por discussões, conduzidas pelos autores, com especialistas em empreendedorismo. Com base nisso, justifica-se alguns fatores terem mais itens que outros. O Fator 5 – Inovação é um exemplo disso. Embora não recomendado ser representado somente

por dois itens, dada a importância do perfil inovador para o Empreendedorismo, esse fator foi mantido na estrutura do instrumento de medição (SCHMIDT; BOHNENBERGER, 2009).

Quadro 7: Itens representativos dos fatores

Fatores	Itens
Fator 1- Autorrealização	Frequentemente detecto oportunidades de negócio no mercado.
	Creio que tenho uma boa habilidade em detectar oportunidades de negócio no mercado.
	Tenho controle sobre os fatores para minha plena realização profissional.
	Profissionalmente, me considero uma pessoa muito mais persistente que as demais.
	Sempre encontro soluções muito criativas para problemas profissionais com os quais me deparo.
Fator 2- Líder	Tenho um bom plano para minha vida profissional.
	Frequentemente sou escolhido como líder em projetos ou atividades profissionais.
	Frequentemente as pessoas pedem minha opinião sobre assuntos de trabalho.
	As pessoas respeitam minha opinião.
	Relaciono-me muito facilmente com outras pessoas.
Fator 3 - Planejador	No meu trabalho, sempre planejo muito bem tudo o que faço.
	Sempre procuro estudar muito a respeito de cada situação profissional que envolva algum tipo de risco.
	Tenho os assuntos referentes ao trabalho sempre muito bem planejados.
Fator 4 - Inovador	Prefiro um trabalho repleto de novidades a uma atividade rotineira.
	Gosto de mudar minha forma de trabalho sempre que possível.
Fator 5 – Assume riscos	Incomoda-me muito ser pego de surpresa por fatos que eu poderia ter previsto.
	Eu assumiria uma dívida de longo prazo, acreditando nas vantagens que uma oportunidade de negócio me traria.
	No trabalho, normalmente influencio a opinião de outras pessoas a respeito de um determinado assunto.
	Admito correr riscos em troca de possíveis benefícios.
Fator 6 - Sociável	Meus contatos sociais influenciam muito pouco a minha vida profissional.
	Os contatos sociais que tenho são muito importantes para minha vida pessoal.
	Conheço várias pessoas que me poderiam auxiliar profissionalmente, caso eu precisasse.

Fonte: Schmidt e Bohnenberger, 2009

O Capítulo seguinte trata sobre os aspectos metodológicos da pesquisa.

3. METODOLOGIA

Neste capítulo, são apresentados os aspectos, delimitações, procedimentos metodológicos e empíricos utilizados para o desenvolvimento deste trabalho. O seccionamento segue proposta adotada por Vergara (2009). Assim, as seções abordam as descrições sobre o tipo de pesquisa, a amostra selecionada, a coleta de dados, o tratamento e a análise estatística dos dados em função dos objetivos deste estudo científico.

3.1 Tipo de pesquisa

A pesquisa conduzida neste trabalho caracteriza-se como uma pesquisa descritiva quanto aos fins e de campo quanto aos meios (VERGARA, 2009). Segundo Hair et al. (2005) a pesquisa descritiva descreve alguma situação por meio da mensuração de um evento ou atividade. Ainda para estes autores, isso pode ser conseguido com o uso de estatísticas descritivas obtidas de análises de dados capturados por uma estrutura especificamente criada para medir as características descritas na questão de pesquisa. Esta pesquisa também é caracterizada como quantitativa, de modo que as investigações têm natureza empírica, cuja finalidade é analisar as características de grupos de indivíduos mensuradas por meio de variáveis quantificadas nos dados coletados (MARCONI; LAKATOS, 2006).

O estudo tem delimitação de corte transversal, uma vez que os dados são coletados em uma única vez, representando o instantâneo do momento da coleta (COOPER; SCHINDLER, 2003). Vergara (2009, p. 43) define a pesquisa de campo como: “uma investigação empírica realizada no local onde ocorre ou ocorreu o fenômeno ou que dispõe de elementos para explicá-lo”. Assim, esta pesquisa enquadra-se nessa definição em face da investigação ocorrer entre os estudantes presentes nas respectivas IES selecionadas para o desenvolvimento deste trabalho científico.

Diante do exposto nos dois parágrafos anteriores, a pesquisa realizada na condução deste trabalho é do tipo: descritiva, quantitativa, de campo e transversal. Tem como finalidade descrever as características percebidas entre grupos de estudantes universitários, analisadas via dados empíricos e coletados instantaneamente por meio de variáveis específicas presentes em questionário estruturado e, utilizadas para mensurar os aspectos delineados nos objetivos deste estudo.

3.2 Universo e Amostra

Vergara (2009) associa esta seção à definição de toda a população e a população amostral da pesquisa, entendendo-se por população ou universo como um conjunto de

elementos (no caso deste trabalho, pessoas) que possuem as características que são objeto de estudo. Para a população amostral, ou amostra, a autora define como uma parte do universo escolhido mediante certo critério de representatividade. Cooper e Schindler (2003) arguem que os membros da amostra podem ser selecionados com base probabilística ou não probabilística. A primeira é baseada em procedimentos estatísticos conduzidos de forma aleatória simples, estruturada ou por conglomerado. A segunda é adotada por conveniência ou outra forma justificada. Para essa pesquisa, a seleção da amostra segue o modelo não probabilístico por acessibilidade e tipicidade (VERGARA, 2009).

O Universo de estudo deste trabalho está relacionado ao trabalho anterior realizado por esse autor e outros pesquisadores apresentados no Enanpad 2010 e publicado no periódico RAEP em 2011. O título do artigo é: Ensino de Empreendedorismo nos Cursos Presenciais de Graduação em Administração em Fortaleza: Um Estudo dos Conteúdos e Instrumentos Pedagógicos (ROCHA et al., 2011). Nesse estudo, foi realizado um levantamento sobre o ensino de Empreendedorismo nos cursos de Administração que possuíam a disciplina de Empreendedorismo em sua matriz curricular. A partir desse estudo, foram selecionados os cursos de Administração que compõem a amostra do presente trabalho. O critério de escolha se deu em função da presença de disciplina de Empreendedorismo no curso de Administração e por acessibilidade aos estudantes nas respectivas IES.

Nesse contexto, o universo desta pesquisa é composto por estudantes universitários matriculados em Curso de Administração de Empresas em Instituições de Ensino Superior localizadas na cidade de Fortaleza. A amostra é composta por estudantes pertencentes a quatro IES deste grupo de Fortaleza, distribuídas entre duas IES públicas, a Universidade Federal do Ceará (UFC) e a Universidade Estadual do Ceará (UECE), e duas IES particulares, a Universidade de Fortaleza (UNIFOR) e a Unichristus. Dessa forma, a amostra é constituída por cerca de 100 estudantes de cada IES, perfazendo um total aproximado de 400 indivíduos.

3.3 Coleta de dados

Hair et al. (2005) atestam que, em estudos de natureza descritiva de abordagem quantitativa, os dados podem ser obtidos por meio de várias escalas numéricas. Nesse contexto, o método *survey* é apresentado por estes autores como um procedimento adequado para coleta de dados primários a partir de indivíduos. Dessa forma, no âmbito desta pesquisa utiliza-se uma escala métrica de Likert com sete pontos para a mensuração do perfil empreendedor, conforme apresentado no capítulo do referencial teórico, baseada no estudo

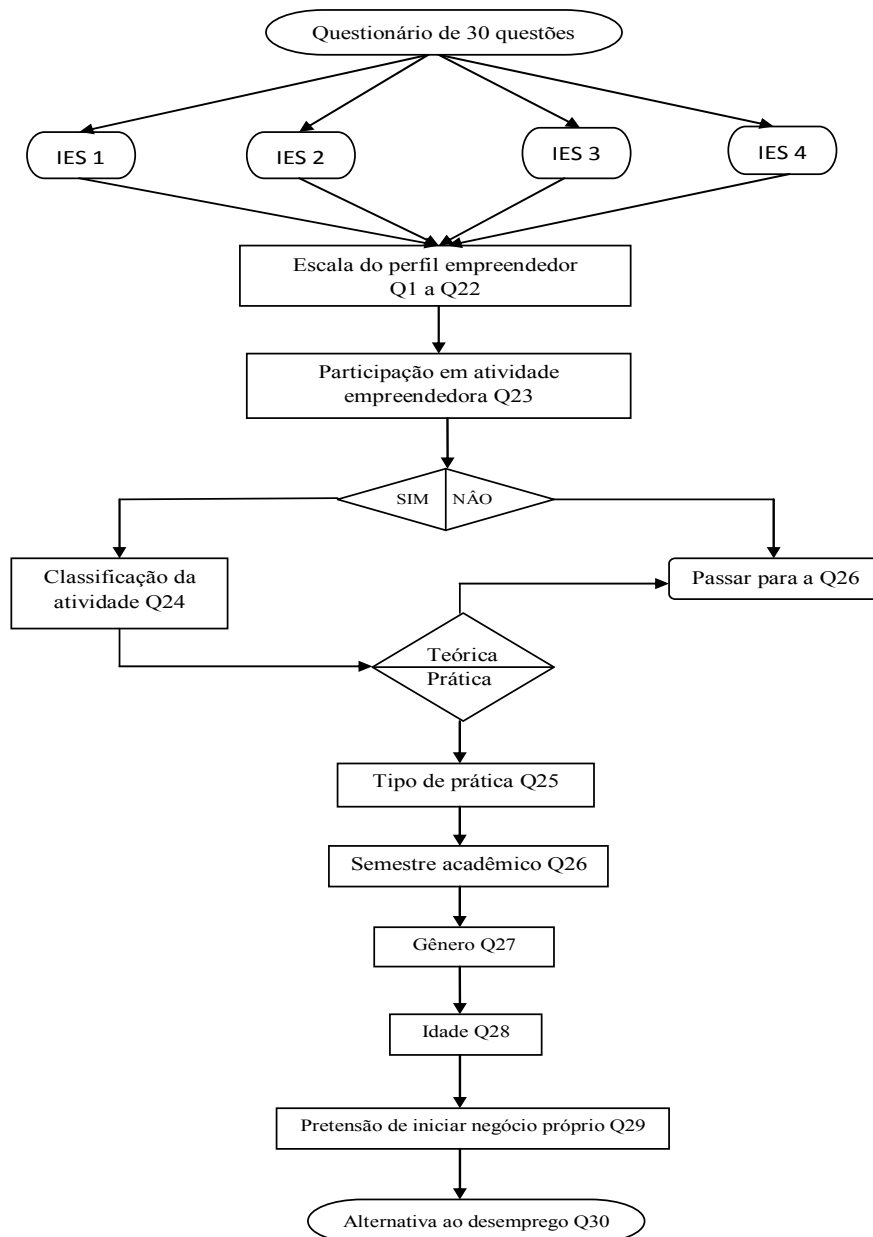
desenvolvido por Schmidt e Bohnenberger (2009). Além disso, também são coletados dados de natureza socioacadêmica por meio de escalas nominais e categóricas. Esses dados referem-se à participação em atividades empreendedoras, modelo da atividade, distinguindo-se entre prática ou teórica, tipo de atividade prática, semestre acadêmico em curso, gênero, idade, pretensão de iniciar negócio próprio e percepção quanto à alternativa ao desemprego.

O objetivo da coleta de dados é proporcionar informações que permitam uma análise consistente entre grupos de estudantes que participaram ou não de atividades empreendedoras em suas respectivas IES. Desse modo, espera-se obter dados confiáveis e robustos que proporcionem uma análise estatística comparativa entre grupos de estudantes, no que diz respeito à aprendizagem adquirida (ou percebida) após a participação em atividades educacionais de formação em empreendedorismo (AEFE). Nesta perspectiva, o escalonamento de análise de itens proporcionado pela escala somatória do tipo Likert permite avaliar o nível de concordância de cada estudante quanto às variáveis que compõem a escala multidimensional de mensuração do perfil empreendedor. A intensidade do nível de concordância é determinada mediante a variação de 1 para discordo totalmente e 7 para concordo totalmente (COOPER; SCHINDLER, 2003).

Os grupos de estudantes são divididos segundo os aspectos socioacadêmicos. Os subgrupos advindos desses aspectos permitem a tabulação de dados cruzados que fornecem informações sobre os padrões do perfil empreendedor encontradas nos diferentes subgrupos. Dessa forma, o uso de escalas nominais classifica os dados respondidos segundo a participação em atividades empreendedoras educacionais, o sexo, a idade e o semestre acadêmico. Além disso, é feito um ranqueamento entre os estudantes por meio de uma escala categórica (dicotômica) para avaliar a influência do ensino do Empreendedorismo no que tange à carreira e à atitude profissional do estudante ao concluir sua graduação (COOPER; SCHINDLER, 2003).

O instrumento de coleta usado consiste de um questionário estruturado, auto-administrado e composto de 30 itens. Os itens de 1 a 22 referem-se à escala de medição do perfil empreendedor validada por Schmidt e Bohnenberger (2009). Os itens 23, 24 e 25 estão relacionados aos aspectos acadêmico-pedagógicos, que dividem os estudantes em subgrupos que são comparados quanto à alteração da percepção do incremento do perfil empreendedor. Já os itens 27 e 28 referem-se às características sociais dos estudantes. Por fim, o item 29 avalia a intenção do estudante de iniciar o próprio negócio e o item 30 a percepção do Empreendedorismo como alternativa para o desemprego. A FIG. 4 apresenta o fluxograma da coleta de dados orientada pelo questionário posto no apêndice A.

Figura 4: Fluxograma da coleta de dados



3.4 Tratamento dos dados

Segundo Vergara (2009), os tratamentos dos dados fazem a correlação entre os objetivos da pesquisa e a forma como serão atingidos. Dessa maneira, os procedimentos e técnicas adotados são pertinentes ao tipo de dados, escalas, números e tipo de variáveis, comparações, testes estatísticos e análises que vão ao encontro da proposta deste trabalho. Assim, os dados são tratados, inicialmente, por uma análise estatística descritiva, seguida por teste de consistência de escala, análise fatorial e análise de variância multivariada. O

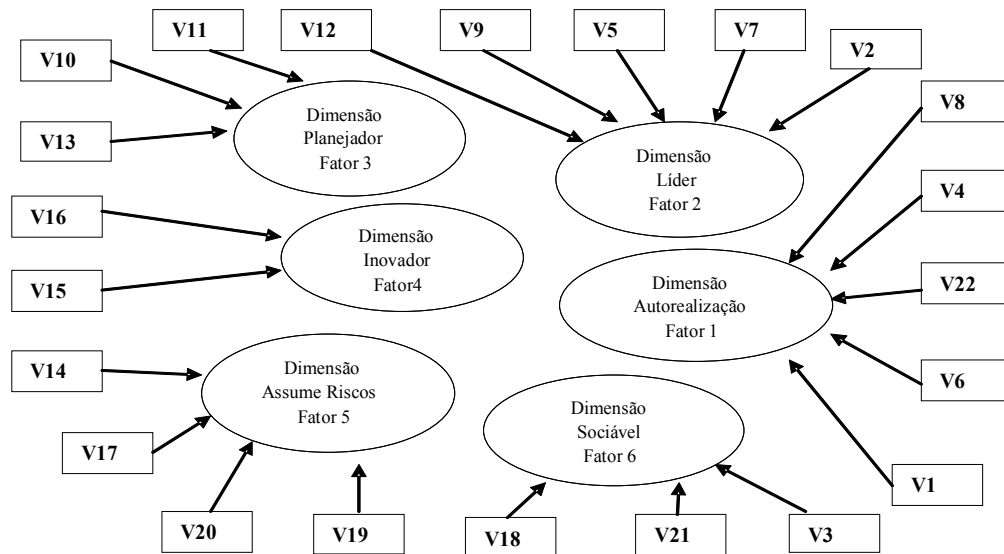
Software Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) é o recurso utilizado no tratamento e análise dos dados.

Para Corrar et al. (2011), as escalas de mensuração podem ser avaliadas mediante análise de confiabilidade dos dados. O modelo do *Alfa de Cronbach* (α) é apresentado por estes autores como opção para medir a consistência interna de escalas métricas, analisando o grau em que os itens que devem medir o mesmo constructo estão correlacionados. Desse modo, o *Alfa de Cronbach* é utilizado como instrumento de mensuração da confiabilidade da escala de medição do perfil empreendedor proposta por Schmidt e Bohnenberger (2009). O valor estatístico do *Alfa de Cronbach* varia entre 0 e 1, de modo que, quanto mais próximo de 1, maior a fidedignidade das dimensões do constructo captadas pelos itens que o compõem. Valores acima de 0,6 são aceitos como o mínimo adequado para a confiabilidade (CORRAR et al., 2011).

A análise fatorial é um recurso estatístico de análise multivariada de interdependência baseado em combinações lineares de variáveis que sintetizam as variáveis originais por meio de suas relações latentes (HAIR et al., 2005). Conforme Corrar et al. (2011), a análise fatorial desvenda a existência de variáveis não observáveis por meio da análise de variáveis observáveis. Desse modo, considerando que as seis dimensões da escala de medição do perfil empreendedor utilizada neste trabalho são produto de variáveis latentes, pretende-se inferir, utilizando-se a análise fatorial, a estrutura de relacionamento entre as variáveis que compõem esta escala. Assim, as seis dimensões propostas por Schmidt e Bohnenberger (2009) são avaliadas por esta técnica estatística, permitindo-se confirmar a estrutura destes autores. Nesse sentido, com os dados originais coletados na *survey*, usando-se a técnica da porcentagem da variância explicada é possível avaliar se os agrupamentos das variáveis apresentam carga fatorial suficiente para representar cada dimensão do perfil empreendedor (CORRAR et al., 2011; HAIR et al., 2005).

As vinte e duas variáveis que compõem a escala do perfil empreendedor são, portanto, as variáveis observáveis desta pesquisa. Estas são as variáveis submetidas à análise fatorial que devem agrupar-se, representando as seis dimensões da escala. A FIG 5 é a representação do procedimento descrito

Figura 5: Variáveis e dimensões da escala do perfil empreendedor de Schmidt e Bohnenberger (2009).



A Análise de Variância Multivariada (MANOVA) é uma técnica estatística utilizada em grupos de amostras independentes para avaliar as diferenças entre as médias destes grupos. A MANOVA verifica diferenças de grupos de variáveis categóricas (independentes) quanto aos seus impactos sobre diversas variáveis métricas (dependentes) ao mesmo tempo (HAIR et al., 2005). O teste de diferenças em médias de grupos aplica-se a esta pesquisa devido ao objetivo de se avaliarem as alterações quanto ao perfil empreendedor em grupos de alunos que participaram e que não participaram em atividades educacionais sobre o empreendedorismo. Desse modo, é possível avaliar se as diferenças entre os níveis médios dos grupos captados pela *survey* são significativas entre os grupos e dentro dos grupos. Os efeitos dos impactos encontrados são a chave para a resposta da pesquisa. As sete hipóteses nulas apresentadas a seguir são os parâmetros que conduzem esta pesquisa. Caso estas sejam rejeitadas, as hipóteses alternativas deste estudo são comprovadas (Cf. HAIR et al., 2005). A seguir, são expostas as hipóteses operacionais nulas que serão testadas com esta metodologia.

Hipóteses nulas:

H₀ (1): Não há diferença entre os níveis médios das dimensões do perfil empreendedor entre estudantes que participaram e não participaram de atividades educacionais de formação em Empreendedorismo (AEFE).

H₀ (2): Não há diferenças entre os níveis médios das dimensões do perfil empreendedor entre estudantes com base nos efeitos combinados de participação em AEFE e tipo de AEFE.

H₀ (3): Não há diferenças entre os níveis médios das dimensões do perfil empreendedor entre estudantes com base nos efeitos combinados da participação em AEFÉ e semestre acadêmico.

H₀ (4): Não há diferenças entre os níveis médios das dimensões do perfil empreendedor entre estudantes com base nos efeitos combinados da participação em AEFÉ e gênero.

H₀ (5): Não há diferenças entre os níveis médios das dimensões do perfil empreendedor entre estudantes com base nos efeitos combinados da participação em AEFÉ e faixa etária.

H₀ (6): Não há diferenças entre os níveis médios das dimensões do perfil empreendedor entre estudantes que participaram e não participaram de AEFÉ em conjunto com a intenção em iniciar um negócio.

As informações dos estudantes que permitem testar as hipóteses nulas desta pesquisa são adquiridas por meio do questionário estruturado apresentado no apêndice A. A fim de garantir maior efetividade na coleta das informações, os estudantes são abordados pessoalmente em sala de aula para responderem aos questionários, sempre acompanhados por monitores responsáveis pela distribuição e recolhimento dos formulários. Os meses de setembro e outubro de 2012 são os escolhidos para a aplicação de tais questionários. Cooper e Schindler (2003) recomendam a realização de um pré-teste em instrumentos de coleta de dados com o propósito de se verificar a adequação deste ao público-alvo, em face do objetivo da pesquisa. Assim, antes da aplicação do questionário desta pesquisa, um pré-teste de campo com 15 estudantes é realizado a fim de captar previamente qualquer desvio ou imprevisto que tende a prejudicar a informação buscada e o processo de coleta dos dados.

Em posse dos resultados do pré-teste e, se necessário, uma revisão efetiva é realizada no questionário ou na operação de campo, de modo que a verdadeira coleta ocorra sem sobressaltos. Uma vez coletados todos os dados desta pesquisa, passa-se para a etapa seguinte, que consiste na apresentação dos resultados obtidos depois de submetidos aos tratamentos estatísticos informados anteriormente nesta seção 3.4. Dessa forma, as hipóteses são analisadas uma a uma, permitindo-se avaliar o comportamento dos estudantes em cada condição proposta. As interpretações de cada resultado obtido compõem o desfecho deste trabalho.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Nesta seção, são apresentadas as análises estatísticas e as interpretações dos resultados obtidos na realização deste estudo. As técnicas estatísticas foram aplicadas, visando testar as hipóteses propostas e, com isso, responder ao problema da pesquisa posto neste trabalho. De início, apresenta-se o resultado do pré-teste, procedendo-se com a análise descritiva dos dados. Em sequência, apresenta-se o estudo da análise fatorial, findando com o estudo promovido por meio da análise de variância multivariada.

4.1 Adequação do questionário

O pré-teste foi aplicado a 16 estudantes de graduação do curso de Administração da Unichristus, em outubro de 2012. O grupo foi formado por 8 componentes do sexo masculino e 8 do sexo feminino, cursando entre o 1º e 4º semestre acadêmico. O tempo de resposta variou entre 9 e 12 minutos. Após a devolução dos questionários respondidos, foram realizadas perguntas aos estudantes a respeito da compreensão e da dificuldade em responder alguma questão. Todos afirmaram que o questionário estava de fácil compreensão e com perguntas claras. No entanto, ao ser analisado o item 29 do questionário, percebeu-se a necessidade de alterar a estrutura das opções de resposta. A indefinição de um intervalo preciso para a pretensão de iniciar um negócio próprio dificultou a compilação dos dados desse item. Assim, foi adotada uma nova estrutura para a resposta do item 29 com as seguintes opções de respostas:

- 1) Sim, entre 1 e 2 anos; 2) Sim, entre 3 e 5 anos; 3) Sim, após 5 anos e 4) Não pretendo

4.2 Características da Amostra

Feitas as correções após o pré-teste, a coleta de dados ocorreu em outubro e novembro de 2012, no ambiente das quatro IES indicadas na metodologia: Unichristus, UECE, UFC e Unifor. Neste processo, contou-se com a participação de 407 estudantes respondentes dos cursos de administração das respectivas IES. Destes, 242 participaram de AEFÉ, atingindo cerca de 60% do total. A distribuição ocorreu conforme a TAB. 1.

TABELA 1- Distribuição de estudantes respondentes por IES

IES	Unichristus	UECE	UFC	Unifor
Nº de estudantes	110	146	69	82

Fonte: Dados da pesquisa

As características socioacadêmicas dos estudantes respondentes revelam que a proporção entre homens e mulheres é bem próxima (50,9% e 48,2%), tendo a maioria dos estudantes idade até 25 anos (77,7%). A participação por semestre foi bem representada, embora tenha ocorrido maior concentração nos 3º e 4º semestres (31,7%). O resumo das frequências em percentuais pode ser visto na TAB. 2.

TABELA 2 – Percentual das características socioacadêmicas dos estudantes

Semestre	Gênero	Idade (anos)
1º e 2º - 17,9 %	Masculino – 50,9 %	Até 20 – 26 %
3º e 4º - 31,7 %	Feminino – 48,2 %	21 a 25 – 51,7 %
5º e 6º - 29,0 %		26 a 30 – 14,9 %
7º e 8º - 20,4 %		31 a 35 – 4,7 %
		Acima de 35 – 2,5%

Para os procedimentos de verificação dos dados sobre as características socioacadêmicas, foi realizado um levantamento dos casos de *missingvalues* e de *outliers* da amostra coletada. Para estas variáveis, obteve-se 5 *missingvalues* e nenhum *outliers*, o que representou 1,2% da amostra.

4.3 Análise da escala de medição do perfil empreendedor

Com o emprego da técnica de análise fatorial, objetivou-se verificar a possibilidade de condensar a informação contida nas variáveis originais da escala do perfil empreendedor em um conjunto menor de fatores (HAIR et al., 2009). A partir disso, foi possível comparar as novas dimensões encontradas com as previstas por Schmidt e Bohnenberger (2009). Antes de iniciar o processo da análise fatorial, foi realizada uma análise nos dados das variáveis que compõem a escala métrica. Hair et al. (2009) recomendam analisar os casos de dados perdidos (*missingvalues*) e casos de dados com observações atípicas (*outliers*). Desse modo, utilizou-se a técnica *listwise* para tratar os dados perdidos. Chegou-se ao número de 13 casos perdidos entre as variáveis V1 à V22 formadoras da escala. Quanto às observações atípicas, somente duas correções realizaram-se, devido a erro na digitação dos dados. Os demais *outliers* permaneceram a fim de preservar-se o contexto original dos dados coletados, acatando recomendações de Corrar et al. (2011) quanto à ética e à generalidade da pesquisa.

O tamanho final utilizado da amostra (N = 394) pode ser classificado como adequado, uma vez que a relação entre o tamanho da amostra e o número de variáveis analisadas (22) ultrapassa a proporção de $10 \div 1$ (neste caso obteve-se 17,9) sugerida por

Hair et al. (2009). A Análise fatorial exploratória foi realizada usando-se o método de extração dos componentes principais e o método ortogonal Varimax na rotação dos fatores.

Além do tamanho da amostra, testes estatísticos são recomendados a fim de se avaliar a aplicabilidade da amostra para a análise fatorial. De acordo com Hair et al. (2009), a adequação da amostra pode ser medida por meio do teste de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO), sendo indicado valores acima de 0,50 como o mínimo aceitável nesse teste. Associado a isso, o teste de esfericidade de Bartlett indica a presença de correlações significantes entre os itens da escala, não devendo o teste de significância ultrapassar 0,05 (CORRAR et al., 2011). A TAB. 3 confirma que ambos os testes foram considerados satisfatórios. O KMO apresenta valor de 0,858 maior que 0,50. Já o teste de Bartlett atingiu 2242,8 com significância de 0,001.

TABELA 3 - KMO e teste de Bartlett

<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.</i>		,858
<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	<i>Approx. Chi-Square</i>	2242,786
	DF	231
	Sig.	,000

Fonte: Dados da pesquisa

O teste estatístico da matriz de correlação anti-imagem avalia a adequação de cada variável ao modelo de análise fatorial. Valores abaixo de 0,50 indicam baixo poder de explicação dos fatores em relação a cada variável (HAIR et al., 2009; CORRAR et al., 2011). Com exceção de uma variável, os resultados apontam valores acima de 0,7, evidenciando a boa adequação para a aplicação da análise fatorial. Embora a variável V18, com valor de 0,409, pudesse ser eliminada, considerou-se ser importante sua permanência na estrutura da escala do perfil empreendedor. A TAB. 4 (parte A e B) permite verificar o poder de explicação de cada variável.

TABELA 4A – Matriz Anti-imagem de V1 a V11

	V01	V02	V03	V04	V05	V06	V07	V08	V09	V10	V11
V01	,860^a	-,153	-,075	,046	-,038	-,355	,080	-,082	-,125	-,142	-,074
V02	-,153	,878^a	-,152	-,147	,093	-,100	-,064	,062	-,058	-,166	-,021
V03	-,075	-,152	,895^a	-,080	-,056	-,021	-,026	-,089	,012	,152	-,062
V04	,046	-,147	-,080	,914^a	-,094	-,026	-,192	-,045	-,017	,007	-,099
V05	-,038	,093	-,056	-,094	,902^a	-,177	-,215	,038	-,123	-,117	-,026
V06	-,355	-,100	-,021	-,026	-,177	,863^a	-,113	-,080	,164	,067	-,019
V07	,080	-,064	-,026	-,192	-,215	-,113	,897^a	-,140	-,072	,048	,052
V08	-,082	,062	-,089	-,045	,038	-,080	-,140	,894^a	-,260	-,137	-,069
V09	-,125	-,058	,012	-,017	-,123	,164	-,072	-,260	,876^a	-,083	,016
V10	-,142	-,166	,152	,007	-,117	,067	,048	-,137	-,083	,811^a	-,273
V11	-,074	-,021	-,062	-,099	-,026	-,019	,052	-,069	,016	-,273	,849^a

Fonte: Dados da pesquisa

TABELA 4B – Matriz Anti-imagem de V12 a V22

	V12	V13	V14	V15	V16	V17	V18	V19	V20	V21	V22
V12	,863^a	-,122	-,102	,081	-,157	-,077	,013	-,094	-,004	-,062	-,046
V13	-,122	,876^a	-,059	-,015	,078	,017	-,047	-,031	,034	-,057	-,012
V14	-,102	-,059	,834^a	-,109	,006	,015	-,021	,036	-,093	-,044	,081
V15	,081	-,015	-,109	,853^a	-,313	-,100	-,081	-,017	-,082	-,029	-,024
V16	-,157	,078	,006	-,313	,787^a	-,076	,064	-,070	-,051	-,091	,031
V17	-,077	,017	,015	-,100	-,076	,794^a	,015	-,447	-,016	,042	-,010
V18	,013	-,047	-,021	-,081	,064	,015	,409^a	-,048	-,014	,323	-,128
V19	-,094	-,031	,036	-,017	-,070	-,447	-,048	,768^a	-,153	-,045	,000
V20	-,004	,034	-,093	-,082	-,051	-,016	-,014	-,153	,905^a	-,136	-,005
V21	-,062	-,057	-,044	-,029	-,091	,042	,323	-,045	-,136	,812^a	-,141
V22	-,046	-,012	,081	-,024	,031	-,010	-,128	,000	-,005	-,141	,890^a

Fonte: Dados da Pesquisa

A Variância total dos fatores atingiu 56,2 %. Malhotra (2012) recomenda que este valor seja acima de 60%. Entretanto, Hair et al. (2009) acrescentam que, pesquisas em ciências sociais, nas quais as informações tendem a ser menos precisas, é possível considerar uma solução que explique menos que 60% como satisfatória. Assim, considerando-se que a variância total explicada na análise fatorial efetuada por Schmidt e Bohnenberger (2009) atingiu 56,4%, o valor encontrado nesta pesquisa foi aceito. A TAB. 5 traz os percentuais explicativos de cada fator e o total acumulado.

TABELA 5 – Variância total explicada

Componente	% de variância	% acumulado
1	11,893	11,893
2	10,531	22,424
3	9,859	32,284
4	9,412	41,696
5	8,058	49,754
6	6,433	56,187

Fonte: Dados da pesquisa SPSS

A confiabilidade da escala do perfil empreendedor pode ser avaliada por meio da análise de sua consistência interna baseada na correlação média entre seus 22 itens (CORRAR et al., 2011). O Alfa de Cronbach (α) é a medida mais utilizada para medir o coeficiente de confiabilidade de escalas múltiplas. Para pesquisas exploratórias, o valor mínimo sugerido para o α é de 0,60 (HAIR et al., 2009). Desse modo, os resultados obtidos nesta análise estatística revelam Alfa de Cronbach não padronizado de 0,843, e padronizado de 0,853. Pestana e Gageiro (2008) indicam o intervalo de 0,8 a 0,9 para o α como uma boa consistência. Portanto, estes valores indicam que a escala é consistente, considerada satisfatória para aplicação da análise multivariada. Os resultados podem ser observados na TAB. 6. O valor de Alfa de Cronbach dos itens demonstrou não ser necessário retirar qualquer item, dado que isso não melhoraria o valor do α obtido (0,85), confirmando a permanência dos 22 itens da escala original.

TABELA 6 – Alfa de Cronbach dos itens da escala

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,843	,853	22

Fonte: Dados da pesquisa

O método da Análise de Componentes Principais (ACP) foi utilizado para determinação dos fatores. Por meio da rotação ortogonal Varimax, foi possível encontrar a carga dos fatores de cada variável em cada fator (CORRAR et al., 2011). A distribuição final dos fatores mostrou um conjunto de seis fatores formados pelas respectivas variáveis, conforme demonstra a TAB. 7. As cargas fatoriais resultantes apresentaram valores acima de $\pm 0,50$, tidas como significativas em amostras de tamanho acima de 150, como denotam Hair et al. (2009). O total de seis fatores corresponde ao total proposto por Schmidt e Bohnenberger (2009) na escala do perfil empreendedor.

TABELA 7 – Matriz dos componentes rotacionada

	Componentes					
	1	2	3	4	5	6
V09	.678					
V07	.674					
V20	.648					
V08	.623					
V05	.558					
V22		.657				
V04		.607				
V02		.600				
V03		.555				
V11			.723			
V13			.645			
V10			.640			
V14			.563			
V01				.651		
V16				.630		
V15				.605		
V06				.598		
V19					.730	
V17					.657	
V12					.616	
V18						-.835
V21						.705

*Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.
a. Rotation converged in 8 iterations.*

Fonte: Dados da pesquisa

As variáveis agrupadas em cada fator permitem denominar as seis dimensões latentes dos componentes da escala do perfil empreendedor desta pesquisa. Hair et al. (2009) sugerem que a denominação das dimensões baseiem-se nas variáveis com cargas maiores em cada fator. Desse modo, foi possível encontrar as seguintes dimensões, expostas no Quadro 8.

QUADRO 8 – Dimensões da análise fatorial

Fator	Dimensão	Variáveis
1	Líder	V09, V07, V20, V08, V05
2	Autorrealização	V22, V04, V02, V03
3	Planejador	V11, V13, V10, V14
4	Inovador	V01, V16, V15, V06
5	Assume Riscos	V19, V17, V12
6	Sociável	V18, V21

Fonte: Dados da pesquisa

Em relação à composição das dimensões da escala proposta por Schmidt e Bohnenberger (2009), foi possível notar pequenas alterações nos agrupamentos das variáveis para a formação dos fatores. Embora as dimensões finais tenham permanecido as mesmas, algumas variáveis migraram de dimensão, como foi o caso da variável V03, que migrou da dimensão Sociável para a Autorrealização e da variável V02, que migrou da dimensão Líder para a Autorrealização. No entanto, a dimensão Autorrealização engloba uma característica também componente do perfil empreendedor, a autoeficácia (CUBICO et al., 2010). Segundo McGee et al. (2009) a autoeficácia está relacionada a crença pessoal do indivíduo em sua capacidade de realizar um trabalho profissional, mobilizando recursos cognitivos a ações necessárias para exercitar controle sobre eventos de sua vida. Dessa forma, tanto a variável V03 quanto a V02 podem ser reconhecidas como uma atitude de autoeficácia, justificando-as na dimensão Autorrealização.

Para as variáveis V20 e V14, ocorreu uma migração para a composição original dos constructos previstos por Schmidt e Bohnenberger (2009). A V20, que migrou da dimensão Assume riscos para a Líder, retornou ao antigo perfil de líder apontado por estes autores, em que se enfatiza a característica de influenciar as pessoas, prevista nessa variável. Da mesma forma, a variável V14 migrou da dimensão Assume riscos para a dimensão Planejador. No estudo de Schmidt e Bohnenberger (2009), esta variável associada originalmente ao perfil planejador, justificando assim, a adequação dessas migrações.

Outra caracterização detectada remete à formação da dimensão Inovador, que passou de duas variáveis para quatro na versão desta pesquisa. As duas novas variáveis V01 e V06 abordam sobre a detecção de oportunidades de negócio no mercado. Esta abordagem apresenta certa convergência com a dimensão Inovador, uma vez que, para Schmidt e Bohnenberger (2009), o sujeito inovador relaciona ideias, fatos, necessidades e demandas de mercado de forma criativa. Além disso, Maciel (2009) e Shane e Venkataramam (2000) afirmam que o termo oportunidade associado ao Empreendedorismo refere-se ao processo criativo de novas concepções, ou inovações, que alteram a forma tradicional utilizada no mercado. Assim, as variáveis V01 e V06, justificam-se como componentes da dimensão *Inovador*.

Nessa perspectiva, considerando que a análise fatorial tem caráter exploratório e que as dimensões finais são as mesmas propostas por Schmidt e Bohnenberger (2009), avaliou-se que a utilização da escala encontrada nesta pesquisa foi satisfatória para continuar com a proposta deste trabalho. Na TAB. 8, são apresentadas as comparações dos principais dados entre as escalas de Schmidt e Bohnenberger (2009) e a desta pesquisa. O perfil

empreendedor encontrado nos resultados empíricos também foi sustentado pela pesquisa teórica, sobretudo nos estudos de Berglung e Johansson (2007), Verheul et al. (2001) e Murphy et al. (2006).

Tabela 8 – Comparações entre as escalas

	Escala de Schmidt e Bohnenberger (2009)	Escala desta pesquisa
KMO	0,852	0,858
Variância total explicada	56,4%	56,2%
Nº final de itens	22	22
Dimensões	Autorrealização, Líder, Planejador, Inovador, Assume Riscos e Sociável	Líder, Autorrealização, Planejador, Inovador, Assume Riscos e Sociável

Fonte: Schmidt e Bohnenberger (2009) e dados da pesquisa

4.4 Análise do perfil empreendedor dos estudantes

Com a realização da análise fatorial, foram definidas as seis dimensões do perfil empreendedor. Cada dimensão participa a partir desta etapa da pesquisa como uma variável latente, cujos índices são constituídos pela média aritmética (escores médios) das variáveis componentes (PESTANA; GAGEIRO, 2008). Dessa forma, as seis variáveis latentes (dimensões) apresentam-se com os índices formados pela respectiva pontuação média dos itens das variáveis que as integram, representadas conforme o Quadro 9, a seguir:

QUADRO 9 – Índices das dimensões

Dimensão	Índices
Líder	$(V09 + V07 + V20 + V08 + V05) / 5$
Autorrealização	$(V22 + V04 + V02 + V03) / 4$
Planejador	$(V11 + V13 + V10 + V14) / 4$
Inovador	$(V01 + V16 + V15 + V06) / 4$
Assume Riscos	$(V19 + V17 + V12) / 3$
Sociável	$(V18 + V21) / 2$

Fonte: Dados da pesquisa

De acordo com o postulado por Hair et al. (2009), a técnica de análise de variância multivariada (MANOVA) pode utilizar o conjunto de variáveis métricas latentes oriundas da análise fatorial como variáveis dependentes. As seis dimensões do perfil empreendedor que compõem estas variáveis dependentes são analisadas por meio das diferenças de suas médias perante variáveis independentes categóricas (não métricas), que formam os grupos delineadores da pesquisa. Desse modo, os testes das hipóteses são realizados conforme a variável categórica selecionada para a formação dos grupos propostos no estudo. Além de permitir a análise do conjunto das dimensões do perfil empreendedor sobre estes grupos, a

MANOVA também permite avaliar o impacto individual de cada dimensão sobre os mesmos (HAIR et al., 2009).

Para a utilização da MANOVA, Hair et al. (2009) apontam três suposições a fim de se proporcionar maior validade aos testes multivariados: independência de observações, homocedasticidade nos grupos e normalidade. Além disso, estes autores também ressaltam a importância dos tamanhos amostrais adequados para as fases de análise da MANOVA. A partir destas premissas, as mensurações das hipóteses foram conduzidas para se encontrar as respostas trazidas pelos dados analisados.

A primeira hipótese aborda a análise da participação de atividades educacionais de formação empreendedora (AEFE) entre os estudantes pesquisados. A variável V23 constitui-se como a variável categórica independente que forma os dois grupos analisados nesta etapa. Os grupos foram divididos entre os que responderam 1, para o sim, e 2, para o não. Após análise dos *missingsvalues*, o total de repostas reduziu-se à $N = 391$. Os grupos formaram-se com 234 participantes de AEFE e 157 não participantes. O tamanho da amostra dos grupos atende as premissas de Hair et al. (2009) no que se refere à proporção do tamanho: $234 / 157 = 1,49$, menor que 1,50 indicado pelos autores. Também atende no que se refere ao tamanho mínimo de 20 observações por célula. Nesse caso, tem-se um tratamento e dois níveis, totalizando duas células ($1 \times 2 = 2$). Com isso, tomando-se que a menor amostra de 157 é maior que 20, obtém-se que as premissas foram atendidas.

A suposição da independência de observações está caracterizada pelo plano de amostragem aleatória dos estudantes respondentes nos diversos semestres das quatro IES pesquisadas, conforme postulam Hair et al. (2009). A homocedasticidade refere-se à homogeneidade das matrizes de variância-covariância entre os grupos. A análise destas matrizes pode ser realizada por meio do teste de Levene, que consiste de testes univariados, e por meio do teste M de box, que consiste de teste de igualdade das matrizes entre os grupos. Dessa forma, avalia-se se há diferenças significantes nas variâncias univariadas e coletivamente entre os grupos, buscando-se diferenças não significantes para obter-se a homocedasticidade (HAIR et al., 2009).

Os resultados obtidos no teste de Levene revelam que, entre as seis dimensões, cinco mostraram resultados não significantes (valores acima de 0,05), confirmando a homocedasticidade. Somente a dimensão Inovador apresentou valor significativo (0,001), apontando possível existência de heteroscedasticidade para esta variável (dimensão). Todavia, diante dos tamanhos amostrais relativamente grandes, associados à presença da homocedasticidade nas demais cinco dimensões, ações corretivas para a dimensão

Inovador podem ser dispensadas, seguindo critérios adotados por Hair et al. (2009). A TAB. 9 traz os valores do teste de Levene das seis dimensões discutidas.

Tabela 9 – Teste de Levene

Dimensão	F	df1	df2	Sig.
LÍDER	2,824	1	389	,094
AUTOREALIZAÇÃO	1,015	1	389	,314
PLANEJADOR	,002	1	389	,962
INOVADOR	10,782	1	389	,001
ASSUMERISCOS	,623	1	389	,430
SOCIÁVEL	1,750	1	389	,187

Fonte: Dados da pesquisa SPSS

Os resultados do teste M de box apontaram um valor significativo na diferença entre as matrizes de variância-covariância entre os dois grupos (0,000), conforme apresentado na TAB. 10. Por esse teste, não foi possível aceitar o pressuposto da homocedasticidade multivariada. No entanto, para Hair et al. (2009), essa violação tem impacto mínimo se os grupos apresentam aproximadamente o mesmo tamanho, isto é, o tamanho do maior grupo não pode exceder 1,5 vezes o tamanho do menor. Desse modo, uma vez que os tamanhos das amostras encontram nesta faixa sugerida, foi considerada uma não gravidade das violações.

Tabela 10 – Teste M de Box

Box's M	53,020
F	2,481
df1	21
df2	412305,692
Sig.	,000

Fonte: Dados da pesquisa SPSS

Quanto à normalidade, as variáveis dependentes (dimensões) não apresentaram distribuição normal. No entanto, segundo Hair et al. (2009), violações dessa suposição têm pouco impacto em amostras maiores. Para testar se existe intercorrelação significativa entre todas as dimensões, foi realizado o teste de esfericidade de Bartlett. Os resultados da TAB. 11 confirmam que há um grau significativo de intercorrelação entre as seis dimensões.

Tabela 11- Teste de esfericidade de Bartlett

Razão de probabilidade	,000
Qui-quadrado aproximado	510,834
DF	20
Sig.	,000

Fonte: Dados da pesquisa SPSS

Feitas as análises e considerações dos pressupostos, partiu-se para a análise multivariada de variância. A princípio, foram utilizados testes multivariados para avaliar o conjunto das variáveis dependentes (dimensões) quanto a diferenças entre as médias dos dois grupos. Os testes utilizados foram o critério de Pillai, lambda de Wilks, traço de Hotelling e maior raiz de Roy, conforme indica Hair et al. (2009). Cada um desses testes aponta se a diferença entre os grupos tem significância estatística. Dessa forma, os quatro testes indicaram elevada diferença significativa entre os dois grupos avaliados, confirmando que o conjunto das dimensões difere entre os grupos. Os resultados também revelaram poder estatístico 0,996, acima do 0,80 recomendado por Hair et al. (2009), indicando que os tamanhos amostrais e o tamanho do efeito do tratamento foram suficientes para garantir o poder estatístico da MANOVA. A TAB. 12 apresenta os resultados dos testes estatísticos multivariados.

Tabela 12 – Testes Multivariados hipótese Ho1

Variável independente	Teste estatístico	Valor	F	Hipóteses df	Df de erro	Sig.	Poder observado
Participação em AEFE	Pillai's Trace	,077	5,376	6	384	,000	,996
	Wilks' Lambda	,923	5,376	6	384	,000	,996
	Hotelling's Trace	,084	5,376	6	384	,000	,996
	Roy's Largest Root	,084	5,376	6	384	,000	,996

Fonte: Dados da pesquisa SPSS

Testes estatísticos univariados podem ser utilizados para avaliar cada dimensão em separado (HAIR et al., 2009). Assim, por meio desse teste, é possível identificar quais dimensões contribuem para as diferenças gerais apresentadas entre os dois grupos. Nessa perspectiva, após a execução dos testes, foi encontrado que as dimensões Líder (0,101) e Sociável (0,239) não apresentaram significância ($p > 0,05$), excluindo-as dos efeitos da participação em AEFE entre os estudantes. As demais dimensões: Autorrealização (0,000), Planejador (0,008), Inovador (0,000) e Assume riscos (0,001) apresentaram elevada significância ($p < 0,05$) para os dois grupos de estudantes, indicando diferenças significativas nas médias dessas dimensões entre os dois grupos. É possível que as dimensões Líder e Sociável não tenham apresentado diferenças significativas entre os grupos, devido a certas semelhanças em algumas características do perfil entre a formação empreendedora e a formação do administrador nacional, conforme atestam Laviere (2010) e Guerra e Grazzione (2010). Na TAB. 13, podem ser vistos estes resultados.

Tabela 13 – Testes univariados hipótese Ho1

Variável independente	Dimensões	Soma de quadrados	df	Quadrado médio	F	Sig.
Participação em AEFE	LÍDER	1,646	1	1,646	2,707	,101
	AUTOREALIZAÇÃO	10,831	1	10,831	14,343	,000
	PLANEJADOR	4,769	1	4,769	7,096	,008
	INOVADOR	10,187	1	10,187	13,042	,000
	ASSUMERISCOS	12,190	1	12,190	11,865	,001
	SOCIÁVEL	,979	1	,979	1,390	,239

Fonte: Dados da pesquisa SPSS

Embora as dimensões Líder e Sociável não tenham sofrido alterações significativas individualmente, no conjunto das dimensões as alterações foram significativas. A estatística descritiva traz os dados referentes às médias de cada dimensão perante os dois grupos de estudantes. Nas quatro dimensões em que existiram diferenças significantes entre as medidas, encontra-se que as médias daqueles estudantes que participaram de AEFE são maiores do que daqueles que não participaram. Com base nesses resultados encontrados coletivamente e individualmente, tem-se que a hipótese nula Ho1 não foi confirmada, indicando, assim, que os estudantes que participaram de AEFE apresentam alterações significativas nos níveis médios do perfil empreendedor. As alterações são percebidas positivamente nas quatro dimensões: Autorrealização, Planejador, Inovador e Assume riscos. A TAB. 14 apresenta os valores das médias de cada grupo das quatro dimensões.

Tabela 14 – Estatísticas descritivas hipótese nula Ho1

Dimensão	Participação em AEFE	Média	Desvio padrão	N	Diferenças entre médias
AUTOREALIZAÇÃO	SIM	4,9701	0,82845	234	+ 0,34
	NAO	4,6306	0,92620	157	
	Total	4,8338	0,88371	391	
PLANEJADOR	SIM	5,2874	0,81295	234	+ 0,22
	NAO	5,0621	0,82996	157	
	Total	5,1969	0,82619	391	
INOVADOR	SIM	5,0299	0,79609	234	+ 0,33
	NAO	4,7006	1,00058	157	
	Total	4,8977	0,89734	391	
ASSUMERISCOS	SIM	5,1054	0,99224	234	+ 0,36
	NAO	4,7452	1,04469	157	
	Total	4,9608	1,02762	391	

Fonte: Dados da pesquisa SPSS

As respostas das análises dos dados apontam que o crescimento das médias das dimensões do perfil do empreendedor vão ao encontro dos estudos de Cheung e Au (2010) e Ferreira e Mattos (2003). Em ambos, foi constatado crescimento das médias dos atributos que formam o perfil do empreendedor em estudantes que participaram de AEFÉ, atestando, portanto, a eficiência de certos métodos pedagógicos para o ensino do Empreendedorismo.

A Análise da hipótese nula H_02 diz respeito aos efeitos do tipo de AEFÉ sobre o grupo de estudantes que participaram de alguma destas atividades. Desse modo, considerando que um efeito principal significativo indicou alteração positiva no conjunto das dimensões, avalia-se se algum tipo de AEFÉ teria mais efeito que as demais para estas alterações. Nesse sentido, sendo uma variável independente de três ou mais níveis, Hair et al. (2009) propõem utilizar testes de comparações múltiplas *post hoc* entre os pares dos tipos de AEFÉ. Caso as diferenças entre as médias dos pares apresentem significância, os efeitos podem ser avaliados em cada dimensão do perfil empreendedor. Os métodos Scheffé, HSD de Tukey e LSD de Fisher foram os escolhidos para avaliar a existência de significância nas diferenças entre as médias dos pares.

Para a análise do impacto do tipo de AEFÉ, é necessário fazer-se a avaliação dos tamanhos amostrais entre os seis grupos de AEFÉ: 1) elaboração de plano de negócios, 2) criação de empresas, 3) criação de produtos, 4) jogos e simulados, 5) incubadoras e 6) outras. Foi constatado que os tamanhos amostrais por células não apresentaram tamanhos apropriados para a aplicação da MANOVA. Assim, optou-se por agregar os níveis (tipos de AEFÉ) de tamanhos amostrais menores que 20: criação de produtos, incubadoras e outras, gerando um novo nível denominado *outras*, reduzindo o total de níveis de 6 para 4. A TAB. 15 apresentam os tamanhos amostrais iniciais e após adequação.

Tabela 15 – Tamanhos amostrais das AEFÉ

Distribuição inicial		Após adequação	
Tipo de AEFÉ	Tamanho amostral	Tipo de AEFÉ	Tamanho amostral
Elaboração de planos de negócios	81	Elaboração de planos de negócios	81
Criação de empresas	38	Criação de empresas	38
Criação de produtos	11	Jogos e simulados	30
Jogos e simulados	30	Outras 2	33
Incubadora	4	Total	182
Outras	18		
Total	182		

Fonte: Dados da pesquisa

Feitos os ajustes nos tamanhos amostrais, partiu-se para as análises multivariada e univariada da homocedasticidade nesses grupos. Na análise multivariada, o teste M de box indicou presença de homocedasticidade, devido ao resultado de significância igual a 0,062. No que tange a análise univariada, o teste de Levene acusou que todas as variáveis (dimensões) possuem significância acima de 0,05, caracterizando a presença de homocedasticidade. No passo seguinte, analisou-se se as diferenças entre as médias dos grupos apresentavam significância. Novamente, os testes utilizados para avaliar o conjunto das dimensões foram o critério de Pillai, lambda de Wilks, traço de Hotelling e maior raiz de Roy, seguidos dos testes univariados de cada dimensão. Os resultados encontrados, conforme TAB. 16, indicaram que não existe significância nas diferenças entre os grupos tanto coletiva quanto individualmente.

Tabela 16 – Resultados testes Multivariados e Univariados Ho2

Testes Multivariados							
Variável independente	Teste estatístico	Valor	F	Hipóteses df	Df de erro	Sig.	Poder observado
Participação em AEFE	Pillai's Trace	,060	,594	18	525,00	,905	,441
	Wilks' Lambda	,941	,591	18	489,80	,907	,410
	Hotelling's Trace	,062	,588	18	515,00	,909	,436
	Roy's Largest Root	,040	1,170 ^c	6	175,00	,325	,454

Testes Univariados						
Variável independente	Dimensões	Soma de quadrados	df	Quadrado médio	F	Sig.
Participação em AEFE	LÍDER	2,689	3	,896	1,786	,151
	AUTOREALIZAÇÃO	1,116	3	,372	,568	,637
	PLANEJADOR	1,649	3	,550	,839	,474
	INOVADOR	1,361	3	,454	,744	,527
	ASSUMERISCOS	,176	3	,059	,062	,980
	SOCIÁVEL	,131	3	,044	,065	,978

Fonte: Dados da pesquisa SPSS

A constatação da não significância entre as médias dispensariam os testes *post hoc*. Entretanto, estes foram realizados. Porém, também não foram encontradas significâncias em qualquer tipo de AEFE comparada com as demais. Os testes da MANOVA, portanto, revelaram que a hipótese Ho2 foi confirmada. Assim, entre os estudantes que participaram de AEFE não foi encontrado qualquer tipo de AEFE que tenha tido impacto maior ou menor entre os estudantes. O fato de os tipos de AEFE não apresentarem impacto diferentes

perceptíveis nas dimensões do perfil empreendedor, pode estar associado à conotação da existência de atividades práticas nos tipos de AEFÉ avaliadas.

Atividades educacionais teóricas são necessárias no processo de ensino-aprendizagem do Empreendedorismo, sobretudo para expor aspectos econômicos e culturais deste tema. A aula tradicional expositiva tem sido o modelo pedagógico mais utilizado para repassar os conteúdos teóricos. No entanto, para a formação de estudantes que atuem conforme as características do sujeito empreendedor, há a necessidade de propostas pedagógicas dinâmicas, normalmente encontradas em atividades educacionais práticas. Uma vista ao Quadro 5, em que se expõem os principais métodos pedagógicos para o ensino do Empreendedorismo, permite afirmar que as atividades elencadas na pesquisa apresentam um viés de certa consistência prática em suas aplicações (HONIG, 2004; RUSKOVAARA et al., 2010). Elmuti et al. (2012), Wee (2004) e Fayolle (2006) convergem em seus estudos ao expressarem que o Empreendedorismo aprende-se “fazendo”, ou seja, praticando-se por meio de atividades reais ou simuladas. Assim, no campo da aprendizagem do Empreendedorismo, mostra-se que AEFÉ com conteúdos práticos consistentes tendem a impactar o desenvolvimento do perfil empreendedor de forma semelhante, respaldando a modalidade prática como um componente pedagógico importante na formação empreendedora.

A hipótese nula Ho3 trata de avaliar se o semestre acadêmico em curso pelos estudantes tem efeito sobre as diferenças médias nas dimensões do perfil empreendedor entre os participantes de AEFÉ. Os procedimentos de análise da hipótese seguem as mesmas etapas desenvolvidas para a hipótese anterior. Assim, de início, foram analisados os tamanhos amostrais dos quatro grupos formados: 1) entre 1º e 2º semestre, 2) entre 3º e 4º semestre, 3) entre 5º e 6º semestre e, 4) entre 7º e 8º semestre. Os tamanhos amostrais encontrados distribuíram-se da seguinte forma: 47, 65, 66 e 56, perfazendo um total de 234. As quatro amostras ficaram acima do mínimo de 20, apresentando boa proporcionalidade entre os grupos.

O teste M de box apresentou significância de 0,002, não confirmando a homocedasticidade coletiva. O teste de Levene demonstrou homocedasticidade para cinco dimensões, não a confirmando para dimensão Líder, cuja significância atingiu 0,37, conforme apresentado na TAB. 17. Resgatando as afirmações de Hair et al. (2009), o impacto da violação coletiva pode ser minimizado, em razão dos tamanhos das amostras encontrarem-se aproximados.

Tabela 17 – Teste de Levene hipótese Ho3

Dimensão	F	df1	df2	Sig.
LÍDER	2,871	3	230	0,037
AUTOREALIZAÇÃO	0,911	3	230	0,437
PLANEJADOR	0,090	3	230	0,965
INOVADOR	1,164	3	230	0,324
ASSUMERISCOS	2,431	3	230	0,066
SOCIÁVEL	2,612	3	230	0,052

Fonte: Dados da pesquisa SPSS

Dentre os testes multivariados de significância entre as diferenças das médias, somente o teste de maior raiz de Roy confirmou significância com um valor de 0,038. Para os testes univariados, as três dimensões: Líder, com significância de 0,044, Inovador, com 0,032 e, Sociável, com 0,041, apresentaram significância individuais. Em posse desses resultados, foram realizados os testes *post hoc* para avaliar se haviam diferenças significativas na variação destas dimensões quanto ao semestre do estudante. A dimensão Líder apresentou diferença estatisticamente significativa no teste HSD de Tukey e no teste LSD de Fisher nas comparações entre as médias do 1º grupo e do 3º grupo. Esta dimensão ainda apresentou diferença significativa entre os 3º e 4º grupos, no teste LSD de Fisher.

A dimensão Inovador apresentou diferenças significantes tanto entre os 1º e 3º grupos quanto entre os 1º e 4º grupos, ambas no teste de LSD de Fisher. Por fim, a dimensão Sociável apresentou diferenças significantes entre os 2º e 3º grupos. O teste HSD de Tukey e o teste LSD de Fisher, confirmaram esta última significância. A TAB. 18 traz os resultados destes testes.

Tabela 18 – Resultados *post hoc* da hipótese Ho3

Dimensão	Grupo I	Grupo J	Diferença entre médias	HSD de Tukey (sig)	LSD de Fisher (sig)
Líder	1: 1º e 2º semestres	3: 5º e 6º semestres	0,365	0,45	0,009
	3: 5º e 6º semestres	4: 7º e 8º semestres	-0,270	0,177	0,043
Inovador	1: 1º e 2º semestres	3: 5º e 6º semestres	0,385	0,052	0,011
	1: 1º e 2º semestres	4: 7º e 8º semestres	0,354	0,106	0,024
Sociável	2: 3º e 4º semestres	3: 5º e 6º semestres	0,396	0,028	0,006

Fonte: Elaborada com dados do SPSS

Os resultados encontrados apontam que, para os estudantes que participam de AEFÉ existe maior impacto nas dimensões do perfil empreendedor entre os estudantes dos primeiros semestres dos cursos de Administração pesquisados. Desse modo, além de refutar a hipótese nula Ho3, percebe-se que, as AEFÉs tendem a causar maior efeito nas alterações do perfil empreendedor entre estudantes de semestres iniciais. Contudo, considerando-se as

dimensões que apresentaram diferença: Líder, Inovador e Sociável, é possível compará-las aos resultados de Cheung e Au (2010) quanto aos aspectos dos atributos empreendedores analisados em seus estudos. Estes pesquisadores encontraram que estudantes de nível médio que participaram de AEFE apresentaram crescimento significativo de média nos atributos de Relação interpessoal e Atitude para o trabalho. Por outro lado, entre esses estudantes, o atributo Habilidade de gestão não apresentou evolução significativa.

Ao se compararem os dois estudos, percebe-se que existe certa semelhança quanto aos atributos desenvolvidos entre estudantes de semestres iniciais e os de ensino médio. Em ambos os casos, os atributos que envolvem interação entre pessoas e criatividade apresentaram maior crescimento, enquanto que, aqueles que envolvem planejamento e risco não apresentaram. Assim, é possível supor que, estudantes sem o conteúdo de gestão e planejamento, que normalmente são ministrados na segunda metade do curso de Administração, tendem a não desenvolver certas dimensões do perfil empreendedor associadas ao planejamento, eficácia, e ao controle e convivência com o risco.

A hipótese nula Ho4 aborda a análise quanto ao gênero do estudante e as alterações no perfil empreendedor. Os tamanhos das amostras dos dois grupos que participaram de AEFE ficaram estabelecidos em: 1- masculino, com 107 estudantes e 2- feminino, com 127 estudantes, atendendo aos pressupostos indicados. O teste M de box apresentou significância de 0,238, confirmando a homocedasticidade coletiva das dimensões. O teste de Lavene revelou as seguintes significâncias individuais: Líder (0,026), Autorealização (0,485), Planejador (0,797), Inovador (0,724), Assume riscos (0,126) e Sociável (0,529). Desse modo, somente a dimensão Líder não apresentou significância individual, possibilitando a indicação da homocedasticidade coletiva e a individual na maioria das dimensões.

Aceitos os pressupostos para a Manova, obtiveram-se os resultados para a análise da significância multivariada e univariada das médias dos grupos. Os dados da TAB. 19 demonstram que os testes multivariados confirmaram a significância das diferenças entre as médias. Os testes univariados revelaram que três dimensões apresentaram significância: Líder (0,030), Inovador (0,023) e Assume riscos (0,002). As demais não apresentaram significância: Autorrealização (0,308), Planejador (0,469) e Sociável (0,86).

Tabela 19 – Testes Multivariados hipótese Ho4

Variável independente	Teste estatístico	Valor	F	Hipóteses df	Df de erro	Sig.	Poder observado
Gênero	Pillai's Trace	,060	2,415	6	227	,028	,816
	Wilks' Lambda	,940	2,415	6	227	,028	,816
	Hotelling's Trace	,064	2,415	6	227	,028	,816
	Roy's Largest Root	,064	2,415	6	227	,028	,816

Fonte: Dados da pesquisa SPSS

Conforme pode ser visto na TAB. 20, os estudantes masculinos apresentaram médias maiores nas três dimensões com diferenças significativas. Dessa forma, os resultados demonstraram que há diferença entre os níveis médios das dimensões do perfil empreendedor, não confirmando a hipótese Ho4. Os resultados sugerem que os homens avançam mais nas dimensões que envolvem o risco, liderança e inovação, suposição que poderia ser avaliada em futuras pesquisas.

Tabela 20 – Diferenças de médias entre gêneros

Dimensão	Gênero	Média	Diferença pró masculino
Líder	Masculino	4,96	+ 0,21
	Feminino	4,75	
Inovador	Masculino	5,16	+ 0,24
	Feminino	4,92	
Assume riscos	Masculino	5,32	+ 0,40
	Feminino	4,92	

Fonte: Dados da pesquisa SPSS

A hipótese nula Ho5 avalia se não há diferença nas dimensões do perfil empreendedor por faixa etária entre estudantes que participaram de AEFÉ. A variável categórica V28 agiu como a independente, dividindo os estudantes em cinco grupos de faixa etária: 1) até 20 anos, 2) acima de 20 até 25, 3) acima de 25 até 30, 4) acima de 30 até 35 e 5) acima de 35 anos. Os tamanhos amostrais iniciais encontraram-se com os seguintes valores, respectivamente: 68, 109, 38, 11, 8. Devido às amostras menores que 20 observações, promoveu-se a junção entre os níveis 3, 4 e 5, criando-se o novo nível: acima de 26 anos. Também foi necessário um ajuste no nível 2, a fim de que os tamanhos das amostras atingissem proporções menores que 1,5 entre o nível maior e o menor (HAIR et al., 2009). Feito isso, as amostras apresentaram a seguinte distribuição: grupo 1 com 67, grupo 2 com 85 e grupo 3 com 57, obtendo-se o total de N = 209.

Os testes de confirmação de homocedasticidade para estes três grupos apresentaram os seguintes resultados: M de box com significância igual a 0,05, ficando no valor limite para confirmação coletiva da homocedasticidade. O teste de Levene confirmou homocedasticidade para as seguintes dimensões: Líder (0,059), Planejador (0,999), Assume riscos (0,848) e Sociável (0,619). As dimensões Autorrealização e Inovador não apresentaram homocedasticidade individuais. Considerando a homocedasticidade coletiva em seu limite de confirmação e que quatro dimensões apresentaram a homocedasticidade, foi efetuada a Manova para verificação de significâncias entre as diferenças das médias desses grupos.

Os testes multivariados de significância aplicados não confirmaram significância estatística para as diferenças coletivas entre os grupos. O critério de Pillai, lambda de Wilks, traço de Hotelling e maior raiz de Roy tiveram as seguintes significâncias, pela ordem: (0,535), (0,535), (0,535) e (0,182). Os testes univariados também apresentaram significância acima de 0,05, não confirmando qualquer diferença estatística significativa entre as médias dos grupos analisados. Esses resultados encontrados confirmam a hipótese nula H_05 , indicando que não existe diferença entre as médias nas variações das dimensões do perfil empreendedor por faixa etária dos estudantes.

Alguns estudos apontaram que certas características empreendedoras podem ser assimiladas por estudantes, indiferentemente da idade (CHEUNG; AU, 2012). Por outro lado, Degen (2009) tem defendido que o ensino do Empreendedorismo pode ter melhor impacto em estudantes universitários de graduação e pós-graduação, em razão da capacidade de assimilação dos temas inovação e oportunidade no contexto do Empreendedorismo. Dessa forma, a indiferença mostrada na variável faixa etária pode indicar que a idade não é um fator de preocupação para a formação de grupos de estudantes quanto ao retorno da aprendizagem em formação empreendedora, mas, sim, o nível de conhecimento acadêmico individual dos componentes.

A derradeira hipótese nula H_06 trata da averiguação da alteração das dimensões do perfil empreendedor por estudantes que participaram e não participaram de AEFÉ em conjunto com a intenção de se iniciar um negócio. A princípio, foi realizada uma análise descritiva, avaliando os casos de *missing values* e os tamanhos das amostras dos grupos compostos pelas duas variáveis independentes V23 e V29. Os tamanhos encontrados inicialmente não atenderam as proporções de menor que 1,50 entre o maior tamanho e o menor tamanho. A TAB. 21 traz as informações dos quatro grupos iniciais. Em razão disso, foi realizada a junção entre os grupos 2 e 3 para atender a premissa da proporção, criando-se um novo grupo 2: pretende iniciar negócio após 3 anos.

Tabela 21 – Tamanhos amostrais iniciais hipótese Ho6

Grupo	Pretende iniciar negócio	N
1	Entre 1 e 2 anos	146
2	Entre 3 e 5 anos	86
3	Após 5 anos	59
4	Não pretende	97

Fonte: Dados da pesquisa SPSS

Os grupos resultantes com os novos tamanhos amostrais atenderam às premissas da proporção e dos tamanhos das células resultantes (maior que 20 observações) da interação entre as duas variáveis. A distribuição amostral final pode ser vista na TAB. 22, que apresenta a estatística descritiva dos dados utilizados para ao teste desta hipótese.

Tabela 22 – Estatística descritiva da hipótese Ho6

	PARTICIPOU DE ATIVIDADE	PRETENDE INICIAR NEGOCIO	Média	N
LÍDER	SIM	SIM ENTRE 1 E 2 ANOS	4,9556	108
		SIM APÓS 3 ANOS	4,8077	78
		NÃO PRETENDO	4,6273	44
	NÃO	SIM ENTRE 1 E 2 ANOS	4,5135	37
		SIM APÓS 3 ANOS	4,8879	66
		NÃO PRETENDO	4,6189	53
	Total	SIM ENTRE 1 E 2 ANOS	4,8428	145
		SIM APÓS 3 ANOS	4,8444	144
		NÃO PRETENDO	4,6227	97
AUTORREALIZAÇÃO	SIM	SIM ENTRE 1 E 2 ANOS	5,1366	108
		SIM APÓS 3 ANOS	4,9038	78
		NÃO PRETENDO	4,7386	44
	NÃO	SIM ENTRE 1 E 2 ANOS	4,8784	37
		SIM APÓS 3 ANOS	4,6705	66
		NÃO PRETENDO	4,3915	53
	Total	SIM ENTRE 1 E 2 ANOS	5,0707	145
		SIM APÓS 3 ANOS	4,7969	144
		NÃO PRETENDO	4,5490	97
PLANEJADOR	SIM	SIM ENTRE 1 E 2 ANOS	5,3125	108
		SIM APÓS 3 ANOS	5,2981	78
		NÃO PRETENDO	5,1875	44
	NÃO	SIM ENTRE 1 E 2 ANOS	4,9257	37
		SIM APÓS 3 ANOS	5,1894	66
		NÃO PRETENDO	4,9906	53
	Total	SIM ENTRE 1 E 2 ANOS	5,2138	145
		SIM APÓS 3 ANOS	5,2483	144
		NÃO PRETENDO	5,0799	97
INOVADOR	SIM	SIM ENTRE 1 E 2 ANOS	5,2407	108
		SIM APÓS 3 ANOS	4,9808	78
		NÃO PRETENDO	4,5966	44
	NÃO	SIM ENTRE 1 E 2 ANOS	4,7027	37
		SIM APÓS 3 ANOS	5,0417	66
		NÃO PRETENDO	4,2642	53
	Total	SIM ENTRE 1 E 2 ANOS	5,1034	145
		SIM APÓS 3 ANOS	5,0087	144
		NÃO PRETENDO	4,4149	97
ASSUMERISCOS	SIM	SIM ENTRE 1 E 2 ANOS	5,3210	108
		SIM APÓS 3 ANOS	4,9530	78
		NÃO PRETENDO	4,8258	44
	NÃO	SIM ENTRE 1 E 2 ANOS	4,8829	37
		SIM APÓS 3 ANOS	4,9293	66
		NÃO PRETENDO	4,3962	53
	Total	SIM ENTRE 1 E 2 ANOS	5,2092	145
		SIM APÓS 3 ANOS	4,9421	144
		NÃO PRETENDO	4,5911	97
SOCIÁVEL	SIM	SIM ENTRE 1 E 2 ANOS	4,4722	108
		SIM APÓS 3 ANOS	4,5128	78
		NÃO PRETENDO	4,3636	44
	NÃO	SIM ENTRE 1 E 2 ANOS	4,5000	37
		SIM APÓS 3 ANOS	4,7197	66
		NÃO PRETENDO	4,4434	53
	Total	SIM ENTRE 1 E 2 ANOS	4,4793	145
		SIM APÓS 3 ANOS	4,6076	144
		NÃO PRETENDO	4,4072	97

Fonte: Dados da pesquisa SPSS

O teste multivariado de conferência de homocedasticidade M de box apresentou significância igual a 0,000, abaixo de 0,05, não confirmando a homocedasticidade coletiva. O teste de Levene apresentou as dimensões Autorealização (0,258), Planejador (0,195), Assume riscos (0,602) e Sociável (0,396) com homocedasticidade individuais. As dimensões Líder (0,016) e Inovador (0,044) não apresentaram homocedasticidade individual. Considerando que o impacto da violação da homocedasticidade coletiva pode ser minimizado em função das premissas dos tamanhos amostrais, foi realizada a MANOVA para avaliar as diferenças entre as médias dos três grupos de estudantes.

Segundo Hair et al. (2009), o teste para efeito de interação significativa precede a qualquer outro efeito. Desse modo, dentre os testes multivariados de significância entre as diferenças das médias da interação das variáveis independentes, somente o teste de maior raiz de Roy confirmou significância com um valor de 0,034, conforme TAB. 23. Vale ressaltar que os efeitos principais da variável AEFÉ (V23) e da variável Pretensão em abrir negócio (V29) registraram significância nos quatro testes estatísticos multivariados. Os testes univariados da interação apresentaram as dimensões Líder, (0,022) e Inovador, (0,017), com significância estatística entre as médias da interação.

Tabela 23 – Testes Multivariados hipótese Ho6

Variável independente	Teste estatístico	Valor	F	Hipóteses df	Df de erro	Sig.	Poder observado
Interação entre AEFÉ e Pretensão em abrir negócio	Pillai's Trace	,045	1,426	12	752	,148	,787
	Wilks' Lambda	,956	1,428	12	750	,147	,787
	Hotelling's Trace	,046	1,430	12	748	,146	,788
	Roy's Largest Root	,037	2,305	6	376	,034	,799

Fonte: Dados da pesquisa SPSS

As médias das dimensões Líder e Inovador apresentam o mesmo comportamento quanto à variação da pretensão de iniciar um negócio. Os grupos que participaram de AEFÉ apresentam médias maiores para a pretensão de abrir negócio entre 1 e 2 anos após a graduação. As médias diminuem para os estudantes que pretendem abrir negócio após 3 anos, reduzindo, ainda mais, para aqueles que não pretendem abrir negócio. Isso indica que entre os estudantes que obtiveram alterações significativas nas dimensões Líder e Inovador, existe maior pretensão em abrir um negócio em menor período de tempo. Para os grupos que não participaram de AEFÉ, as médias apontam uma tendência de os estudantes adiarem a proposta de se abrir um negócio, seguido da não pretensão. A TAB. 22, apresentada anteriormente, informa as médias dos grupos analisados.

Os resultados da MANOVA não confirmaram a hipótese nula Ho6. Assim, quanto mais forte é a pretensão de se abrir um negócio, em maior grau as médias das dimensões Líder e Inovador aparecem nos grupos de estudantes pesquisados. Ao contrário do encontrado por Graevenitz et al. (2010), a participação dos estudantes de curso de graduação em administração em AEFÉ aumentou a intensão de se abrir um negócio comparado com os que não participaram. Entretanto, há que se registrar a parcela de alunos que não participaram de AEFÉ, mas demonstraram intensão em abrir um negócio após três anos de graduação, representando 17% do total de alunos pesquisados.

Nesse sentido, em pesquisa feita entre empreendedores e gerentes proprietários de pequenos negócios, Filion (1999) identificou que estes últimos tornaram-se proprietários do próprio negócio por continuidade de atividade familiar ou devido à segurança em sua habilidade em conduzir o negócio em vista. Já o empreendedor, continua o autor, partiu de uma situação de risco, proveniente de uma oportunidade percebida por meio de uma inovação. Desse modo, o desejo de ter um próprio negócio pode ser um fator comum entre empreendedores e não empreendedores. Isso pode justificar o motivo porque certo percentual de estudantes de Administração intencionaram abrir ou ter o próprio negócio. As habilidades e conceitos gerenciais aprendidos durante a graduação podem transmitir confiança necessária para abrir ou ter o próprio negócio, conforme Filion (1999) apresenta em seu estudo.

A hipótese geral deste trabalho indicava que os estudantes que participaram de AEFÉ apresentam alterações significativas no perfil empreendedor em comparação com os estudantes que não participaram de AEFÉ. Os dados e resultados das hipóteses analisados permitem afirmar que a proposição desta hipótese está confirmada nesta pesquisa. Das seis hipóteses nulas testadas, somente duas: Ho2 e Ho5 foram confirmadas. Os testes das demais hipóteses: Ho1, Ho3, Ho4 e Ho6 não as confirmaram. Portanto, foi possível mostrar que existem alterações significativas no perfil empreendedor em estudantes que participaram de AEFÉ, conforme defendem os pesquisadores do tema ensino de Empreendedorismo: Degen (2009), Hisrich et al. (2009), Fayolle (2006), Kuratko (2005) e Katz (2003).

As análises e discussões promovidas neste capítulo mostraram que as seis dimensões propostas na escala do perfil empreendedor de Schmidt e Bohnenberger (2009) confirmaram-se na estrutura latente resultante da análise fatorial. Esse primeiro passo foi importante para o prosseguimento da interpretação dos resultados empíricos seguintes, obtidos por meio da MANOVA. A combinação dos achados empíricos com a teoria referencial oferece oportunidade de se fazer considerações acerca do tema estudado neste trabalho. Foi encontrado que o conjunto das seis dimensões forma o perfil multidimensional

empreendedor dos estudantes. Entretanto, algumas dimensões destacaram-se mais que as outras em certas situações. Desse modo, à luz da literatura, o próximo capítulo apresenta as conclusões desta pesquisa, abordando as relações entre o perfil empreendedor dos estudantes, o ensino e a aprendizagem do Empreendedorismo e o papel das AEFÉ nesse contexto.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este capítulo final tem como propósito abordar as descobertas provenientes dos resultados empíricos, alinhados com a pesquisa realizada na literatura, a qual serviu de sustentação teórica a este estudo. Desse modo, os comentários esclarecem como a questão de partida foi respondida, complementados com considerações, implicações, limitações e sugestões para futuras pesquisas.

A princípio, cabe registrar a participação de 60% dos estudantes pesquisados em atividades de formação empreendedora nas quatro IES pesquisadas. Isso pode ser considerado uma aceitação da importância do Empreendedorismo na formação do estudante de administração, alinhando-se com a estratégia defendida por pesquisadores da área, que defendem a educação como forma de disseminação da cultura empreendedora. Associado a isso, também tem sido destacado o papel do ensino do Empreendedorismo no ensino superior sob o argumento do melhor aproveitamento da conexão entre inovação, oportunidade e gestão do negócio.

O instrumento de avaliação do perfil empreendedor foi considerado válido por meio de testes empíricos de confiabilidade e validade de constructos, podendo ser indicado como uma opção para a mensuração do perfil empreendedor entre estudantes universitários. O perfil empreendedor encontrado nos resultados empíricos também foi sustentado pela pesquisa teórica. As seis dimensões (características) que o compõem: líder, autorrealizador, planejador, inovador, assume riscos e sociável, são encontradas em diversos estudos, confirmando a característica multidimensional do sujeito empreendedor. A estrutura encontrada do perfil do empreendedor foi, portanto, uma condição importante para poder responder ao questionamento de partida desta pesquisa. Dessa forma, foi possível interpretar as prováveis diferenças do perfil empreendedor entre grupos de estudantes que participaram e não participaram de AEFÉ.

De maneira geral, foi constatado que existe diferença no perfil empreendedor entre os estudantes que participaram de AEFÉ e aqueles que não participaram. Isso foi demonstrado, sobretudo, na diferença entre as características de autorrealizador, planejador, inovador e assume riscos do perfil empreendedor. Nesse contexto, é lícito supor que os estudantes que participaram de AEFÉ incorporaram níveis de características empreendedoras que antes não possuíam, tornando-os sujeitos com perfil mais empreendedor que os demais. Esta descoberta corrobora outras pesquisas realizadas nesse segmento, em que se defende o ensino do Empreendedorismo como viável para a formação de empreendedores.

No entanto, se por um lado os resultados empíricos mostraram que as quatro características citadas foram alteradas pelas AEFÉ, de outro, para as características líder e sociável isso não ocorreu. Por meio desse achado, abre-se uma possibilidade de se comparar as formações para o perfil empreendedor e a formação do novo administrador contemporâneo prevista nas DCN dos cursos de graduação em Administração. Antes disso, vale ressaltar uma provável pertinência defendida por autores desse tema, sobre a influência da origem dos cursos e programas de ensino de Empreendedorismo a partir dos cursos de Administração. Esta influência poderia ser a possível causa da não alteração das características líder e sociável em estudantes de Administração, uma vez que, tais temas, também podem ser abordados na formação de gerentes para grandes empresas.

Retornando às DCN, foram encontradas algumas características semelhantes nas propostas das formações do empreendedor e do bacharel em Administração na pesquisa teórica. Todavia, os resultados empíricos evidenciaram que certas características empreendedoras como criatividade, determinação e adaptabilidade, também presentes nas novas DCN, são melhor assimiladas por estudantes que participaram de AEFÉ. Estas características são componentes das dimensões autorrealização e inovador que, por sua vez, mostraram-se mais assimiláveis por meio de atividades que continham procedimentos pedagógicos práticos em suas composições. Esse achado pode pressupor adaptações nas propostas pedagógicas dos cursos nacionais de Administração, considerando-se a formação prevista nas próprias DCN desse bacharelado.

Além disso, o estudo apresentou uma provável prevalência entre os estudantes participantes de AEFÉ dos semestres iniciais em termos de absorção de maiores níveis de certas características empreendedoras. De certa forma, isso contraria a sugestão de pesquisadores da área de que estudantes com mais conhecimentos acadêmicos tendem a assimilar melhor os preceitos do Empreendedorismo. Porém, essa constatação carece de mais pesquisas para se conseguir avaliar melhor a influência que pode ter a aplicação de AEFÉ nos semestres iniciais ou finais do curso de Administração. O estudo também evidenciou que os estudantes do gênero masculino que participaram de AEFÉ desenvolveram mais as características líder, inovador e assumem mais riscos do perfil empreendedor comparados ao gênero feminino. A falta de referências que envolvam esta relação entre gênero e desenvolvimento de certas características empreendedoras por meio de AEFÉ torna este estudo um amparo inicial para futuras discussões deste tema em IES nacionais.

Paralelo a isso, o estudo mostrou que, estudantes que participaram de AEFÉ, demonstraram mais interesse em abrir um negócio próprio em pouco mais de um ano depois de formado. Duas características destacaram-se como influentes no contexto deste interesse. Os resultados apontaram que estudantes com maiores níveis nas dimensões líder e inovador, são aqueles que pretendem abrir o próprio negócio pouco depois de formados. Esta descoberta contribui para as tomadas de decisão no sentido de estratégias que visem aumentar a perspectiva de abertura de novas pequenas empresas por meio da formação de gestores qualificados oriundos do ensino superior brasileiro. A implantação de AEFÉ que estimulem o desenvolvimento da característica inovadora em estudantes de Administração poderia, portanto, aumentar a tendência da abertura de novos negócios por sujeitos qualificados para gerir o negócio, ampliando as possibilidades de sobrevivência dessas empresas.

Entre as contribuições deste trabalho, pode-se incluir a construção de um processo que possibilite a avaliação da aprendizagem do Empreendedorismo no âmbito das IES. Alguns estudos apontam a dificuldade em se mensurar a efetividade da aprendizagem do Empreendedorismo por se tratar de um processo criativo e voltado para a ação. A mensuração dos resultados permite avaliar e promover melhorias no processo de ensino-aprendizagem. Além disso, existe uma lacuna no que tange à interface entre a avaliação da aprendizagem e sua quantificação. Esse recurso poderia colaborar com futuras criações de disciplinas de Empreendedorismo compostas de parte teórica e parte prática, possibilitando a inserção na matriz curricular. Acredita-se que, na medida em que for possível atribuir notas em avaliações práticas, as disciplinas de Empreendedorismo ganharão importância no contexto geral da formação do bacharel em Administração.

É importante frisar as limitações deste trabalho. Em primeiro lugar, registre-se que a pesquisa limitou-se a estudantes de quatro IES localizadas em um único município, em um corte transversal, não sendo recomendada uma generalização dos resultados. Em segundo lugar, o que se observa na literatura indica que o perfil empreendedor teve sua construção baseada em sujeitos empreendedores reais e não em aspirantes a empreendedores. Assim, deve-se ressaltar que os resultados deste trabalho foram baseados nas percepções de graduandos, diferentes de outras pesquisas realizadas com estudantes graduados que abriram o próprio negócio. Dessa forma, outras pesquisas poderiam ser realizadas com egressos que abriram negócio próprio, comparando o perfil desse grupo com o dos estudantes pesquisados neste trabalho.

Embora os resultados tenham apresentado fortes evidências da influência das AEFEs na alteração do perfil empreendedor, não foi possível encontrar neste estudo que tipo de AEFÉ pode ser utilizada para desenvolver com mais eficácia determinadas características do perfil empreendedor. Pesquisas podem ser feitas, visando identificar quais AEFÉ contribuem com mais eficácia para o desenvolvimento de dimensões específicas do perfil empreendedor.

O estudo aqui comentado é uma tentativa de adaptação e expansão de um instrumento para uso na realidade das IES nacionais, a fim de se mensurar a eficácia da aprendizagem do ensino de Empreendedorismo. Assim, novas pesquisas seriam de grande interesse para que pudessem ser comparados aos resultados aqui mostrados e discutidos, indicando ajustes necessários neste segmento de estudo do Empreendedorismo.

REFERÊNCIAS

- ACS, Z. J. How Is Entrepreneurship Good for Economic Growth? **Innovations: Technology, Governance, Globalization**, V. 1, pp. 97-107, 2006.
- ACS, Z. J.; STOREY, D. J. Introduction: Entrepreneurship and Economic Development. **Regional Studies**, Vol. 38, pp. 871-877, Nov. 2004.
- ANGELO, E. B. Empreendedorismo: a revolução do novo Brasil. **Revista de Economia e Relações Internacionais**, v. 1, n. 2, p. 37-48, 2003.
- BARROS, A. A.; PEREIRA, C. M. M. A. Empreendedorismo e Crescimento Econômico: uma análise empírica. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 12, n. 4, p. 975-993, Out./Dez., 2008.
- BERLUNG, K.; JOHANSSON, A. W. Constructions of Entrepreneurship: A Discourse Analysis of academic publications. **Journal of Enterprising Communities**, Vol.1, nº 1, pp. 77-102, 2007.
- BORDENAVE, J. D.; PEREIRA, A. M. **Estratégias de Ensino-Aprendizagem**. 25 ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2004.
- BORGES, C.; FILLION, L. J.; SIMARD, G. Jovens Empreendedores e o Processo de Criação de Empresas. **Revista de Administração Mackenzie**, São Paulo, V. 9, nº 8, nov./dez., 2008.
- BOYLES, T. 21st Century Knowledge, Skills, and Abilities and Entrepreneurial Competence: a model for undergraduate entrepreneurship education. **Journal of Entrepreneurship Education**, v. 15, p. 41-55, 2012.
- BRATU, A.; CORNESCU, V.; DRUICA, E. The Role of the Necessity and the Opportunity Entrepreneurship in Economic Development. **Annals of Faculty of Economics**. Vol.2, issue 1, p. 242-245, 2009.
- CARREE, M. A.; THURIK, A. R. The impact of Entrepreneurship on Economic Growth. In D. B. AUDRESTCH, Z. J. ACS (Eds.) **Handbook of Entrepreneurship Research**. p. 86-110. Cambridge: Cambridge University Publishers, 2003.
- CHOI, Y. R.; SHEPHERD, D. A. S. Entrepreneurs' Decisions to Exploit Opportunities. **Journal of Management**, vol. 30 no. 3, pp.377-395, June 2004.
- CASSON, M. **The Entrepreneur**. Totowa, New Jersey: Barnes & Noble Books, 1982.
- _____. **Entrepreneurship: Theory, Networks, History**. Edward Elgar Publishing. Northampton, Massachusetts, 2010.
- CHEUNG, C.; AU, E. Running a Small Business by Students in a Secondary School: Its Impact on Learning About Entrepreneurship. **Journal of Entrepreneurship Education**, v. 13, p. 45-63, 2010.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2004.

COOPER, Donald R.; SCHINDLER, Pamela S. **Métodos de pesquisa em Administração**. 7ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

CORRAR, L. J.; PAULO, E.; DIAS FILHO, J. M. **Análise Multivariada**: Para Cursos de Administração, Ciências Contábeis e Economia. São Paulo: Atlas, 2011.

COSTA, A. M.; BARROS, D. F.; CARVALHO, J. L. F. A Dimensão Histórica dos Discursos acerca do Empreendedor e do Empreendedorismo. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 15, n. 2, art.1, pp. 179-197, Mar./Abr. 2011.

CUBICO, S.; BORTALONI, E.; FAVRETTO, G.; SARTORI, R. Describing the entrepreneurial profile aptitude test (TAI). **International Journal Entrepreneurship and Small Business**. Vol. 11, N. 4, 2010.

CUNHA, S. K. DA; BULGAKOV, Y. L.; MEZA, M. L. F.; BALBINOT, Z. O Sistema Nacional de Inovação e a Ação Empreendedora no Brasil. **Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos**. Vol. 6, nº 2, pp. 120-137, mai/ago, 2009.

DEGEN, R. J. Empreendedorismo: uma filosofia para o desenvolvimento sustentável e a redução da pobreza. **Revista de Ciências da Administração**. V. 10, n. 21, p. 11-30, mai./ago. 2008.

_____. **O empreendedor**: empreender como opção de carreira. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DOMINGUINHOS, P.; PEREIRA, R.; SILVEIRA, R. Processo de criação de empresas: Um Fenômeno Colectivo ancorado no Capital Humano e Social. **Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão**, p. 89-93, jul/set, 2007.

DORNELAS, J.C.A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 3.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DORNELAS, J.; TIMMONS, J. A.; SPINELLI, S. **Criação de novos negócios**: empreendedorismo para o século 21. Adaptação da 8ª edição americana. São Paulo: Elsevier, 2010.

ELMUTI, D.; KHOURY, G.; OMRAN, O. Does Entrepreneurship Education Have a Role in Developing Entrepreneurial Skills and Venture's Effectiveness? **Journal of Entrepreneurship Education**, v. 15, p. 83-98, 2012.

EUROPEAN COMMISSION (2012). **Effects and impact of entrepreneurship programmes in higher education**. Available at: http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/getdocument.cfm?doc_id=7428.

EUROPEAN COMMISSION (2008c). **Survey of Entrepreneurship in Higher Education in Europe:** appendix B good-practice examples. Available at: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/support_measures/training_education/highedsurvey_b_en.pdf.

EUROPEAN COMMISSION (2008a). **Survey of Entrepreneurship in Higher Education in Europe:** mainreport. Available at: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/support_measures/training_education/highedsurvey_en.pdf

EUROPEAN COMMISSION (2008b). **Entrepreneurship in higher education, especially in non-business studies:** final report of the expert group. Available at: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/support_measures/training_education/entr_highed_en.pdf.

FERNADES, D. V. D. H.; SANTOS, C. P. DOS. Orientação Empreendedora: Um Estudo sobre as Consequências do Empreendedorismo nas Organizações. **RAE- Eletrônica**. v. 7, n. 1, Art. 6, jan./jun./2008.

FAYOLLE, A. (2006). 'Essay on the Nature of Entrepreneurship Education'. Available at: http://www.kmu.unisg.ch/rencontres/RENC_2006/topics06/A/rencontres_2006_fayolle.pdf.

FERREIRA, J. M.; RAMOS, S. C.; GIMENEZ, F. A. P. Estudos comparativos das práticas didático-pedagógicas do ensino de empreendedorismo em universidades brasileiras e norte-americanas. **Revista Alcance – Eletrônica**.- UNIVALI - Vol. 13 - n.2 p. 207 - 225 - Mai/Ago 2006.

FERREIRA, P. G. G.; MATTOS, P. L. C. L. Empreendedorismo e praticas didáticas nos cursos de graduação em administração: os estudantes levantam o problema. In: ENCONTRO DA ASSOCIACAO NACIONAL DE POS-GRADUACAO E PESQUISA EM ADMINISTRACAO, XXVII, 2003, Atibaia. **Anais...** Atibaia: Bourbon Atibaia Hotel, 2003.

FIELD, A. **Descobrimdo a estatística usando o SPSS**.2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FIET, J. O. The Pedagogical Side of Entrepreneurship Theory. **Journal of Business Venturing**, v. 16, p. 101-117, 2000.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, v. 34, n. 2, p. 05-28, 1999.

FONTENELE, R. E. S. Empreendedorismo, Competitividade e Crescimento Econômico: Evidências Empíricas. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 14, n. 6, art. 6, pp. 1094-1112, Nov./Dez. 2010.

FONTENELE, R. E. S.; MOURA, H. J.; LEOCADIO, A. L. Capital Humano, Empreendedorismo e Desenvolvimento: Evidências Empíricas nos Municípios do Ceará. **Revista de Administração Mackenzie**, São Paulo, V. 12, nº 5, set/out, 2011.

FOO, M.-D. D., Emotions and Entrepreneurial Opportunity Evaluation (March, 16 2009). **Entrepreneurship Theory & Practice**. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1360905>.

FRANK, H.; KESSLER, A.; FINK, M. Entrepreneurial Orientation and Business Performance – A Replication Study. **Schmalenbach Business Review - (sbr)**, pp. 175-198, April, 2010.

GATICA, C. C.; ARRIAGADA, R. A. R.; RUSQUE, A. M. Capacidadempreendedora y capital social. In. SOUZA; E. C. L.; GUIMARÃES, T. A. (Orgs.) **Empreendedorismo além do plano de negócios**. São Paulo: Atlas, 2006.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **2010 Global Report**. Disponível em <<http://www.gemconsortium.org>>. Acesso em: 21/12/2011.

GEM – GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. Empreendedorismo no Brasil – Pesquisa Completa. IBQP, SEBRAE, SENAI, SESI, UFPR. Curitiba: 2010.

GIL, A.C. **Didática do Ensino Superior**. São Paulo: Atlas, 2007.

GIOVANELA, A.; GOUVEIA, A. B. C. T.; FRÂNCIO, S.; DALFANO, O. As Características da Disciplina de Empreendedorismo em Instituições de Ensino Superior do Estado de Santa Catarina. **Revista Gestão Universitária na América Latina – GUAL**, v.3, n.1, p.69-84, 2010.

GRAEVENITZ, G. V.; HARHOFF, D.; WEBER, R. The effects of entrepreneurship education. **Journal of Economic Behavior & Organization**, p. 1-23, February, 2010.

GUERRA, M. J.; GRAZZIOTIN, Z. J. Educação Empreendedora nas Universidades Brasileiras. In LOPES, R. M. A. (Org.) **Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas**, p. 67-91, Rio de Janeiro, Elsevier, 2010.

GUERRERO, M.; RIALP, J.; URBANO, D. The Impact of Desirability and Feasibility on Entrepreneurial Intentions: a structural equation model. **International Entrepreneurship Management Journal**, pp. 35-50, 2008.

HAIR JR., J. F.; BABIN, B.; MONEY, A. H.; SAMOUEL, P. **Fundamentos de Métodos de Pesquisa em Administração**. Tradução Lene Ribeiro. Porto Alegre: Bookman, 2005.

HAIR JR., J. F.; BLACK, W. C.; BABIN, B.; ANDERSON, R. E.; TATHAM, R. L. **Análise Multivariada de Dados**. Tradução Adonai Sant’Anna. 6ª ed., Porto Alegre: Bookman, 2009.

HEINONEN, J.; AKOLA, E. Entlearn Project Team. **Entrepreneurship Training and Entrepreneurial Learning in Europe: Results from the Entlearn Project**. Finland: TSE Entre, Turku School of Economics, 2007.

HENRIQUE, D. C.; CUNHA, S. K. Práticas Didático-pedagógicas no Ensino de Empreendedorismo em Cursos de Graduação e Pós-graduação Nacionais e Internacionais. **Revista de Administração Mackenzie**, São Paulo, V. 9, nº 5, p. 112-136, 2008.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. 7 ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

HITT, M. A.; IRELAND, R. D.; HOSKISSON, R. E. **Administração Estratégica: competitividade e globalização**. 2 ed., São Paulo: Cengage Learning, 2011.

HONIG, B. Entrepreneurship Education: toward a model of contingency-based business planning. **Academy of Management Learning and Education**, v. 3, n. 3, p. 258-273, 2004.

ILANDER, G. P. The use of feature films to promote entrepreneurship. **International Journal Information and Operation Management Education**, vol. 3, n. 3, 2010.

IZQUIERDO, E.; BUELENS, M. Competing Models of Entrepreneurial Intentions: The Influence of Entrepreneurial Self-efficacy and Attitudes. **Internationalizing Entrepreneurship Education and Training**, Oxford, Ohio, USA, July, 2008.

KATZ, J. A. The Chronology and Intellectual Trajectory of American Entrepreneurship Education 1876–1999. **Journal of Business Venturing**, v. 18, p. 283–300, 2003.

KLEIN, P. G.; BULLOCK, J. B. Can Entrepreneurship Be Taught? **Journal of Agricultural and Applied Economics**, v. 38, n. 2, p. 1-19, 2006.

KNOTT, T. L. The SBDC in the Classroom: Providing Experiential Learning Opportunities at Different Entrepreneurial Stages. **Journal of Entrepreneurship Education**, v. 14, p. 25-38, 2011.

KURATKO, D. F. The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends, and Challenges. **Entrepreneurship Theory and Practice**, p. 577-597, September, 2005.

LACRUZ, A. J.; SALVADOR, A.; VILLELA, L. E. Contribuições de Programas de Educação Empreendedora para a Abertura e Manutenção de Novos Negócios: Estudo de caso em Uma Instituição de Ensino Superior. **Anais do XXV Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica**, Brasília, DF, Out, 2008.

LAUTENSCHLÄGER, A.; HAASE, H. The Myth of Entrepreneurship Education: seven arguments against teaching business creation at universities. **Journal of Entrepreneurship Education**, v. 14, p. 147-161, 2011.

LAVIERE, C. Educação... Empreendedora? In LOPES, R. M. A. (Org.) **Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas**, p. 1-16, Rio de Janeiro, Elsevier, 2010.

LEE, S. M.; CHANG, D.; LIM, S. Impact of Entrepreneurship Education: A Comparative Study of the U.S. and Korea. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 1, p. 27–43, 2005.

LEITE, E. **O fenômeno do empreendedorismo**. São Paulo: Saraiva, 2012.

LIÑÁN, F. Intention-based models of entrepreneurship education. **Rivista Piccola Impresa / Small Business**, n.3, p. 11-35, 2004.

- LIÑÁN, F.; CHEN, Y. Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. **Entrepreneurship Theory and Practice**, p. 593-617, May, 2009.
- LOPES, R. M. A. Referenciais para a Educação Empreendedora. In LOPES, R. M. A. (Org.) **Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas**, p. 17-44, Rio de Janeiro, Elsevier, 2010.
- LOPES JR, G. S.; SOUZA, E. C. L. Atitude Empreendedora em Proprietários-Gerentes de Pequenas Empresas: construção de um instrumento de medida. **REAd - Revista Eletrônica de Administração**, Ed. 48. Vol. 11, n. 6, nov/dez. 2005.
- LUECKE, R. **Ferramentas para empreendedores**: ferramentas e técnicas para expandir seus negócios. 3ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2009.
- MACHADO, J. G. R.; PAMPLONA, J. B. A ONU e o desenvolvimento econômico: uma interpretação das bases teóricas da atuação do PNUD. **Economia e Sociedade, Campinas**, v. 17, n. 1 (32), p. 54-84, abr. 2008.
- MACIEL, C. O. Comportamento Empreendedor e Capacidades Organizacionais: Hierarquização e Mensuração de seus Efeitos no Desempenho de Empresas de Pequeno Porte. **Revista Alcance**. V. 16, nº 1, p. 26-44, jan/abr, 2009.
- MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa**: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2006.
- MARTES, A. C. B. Weber e Schumpeter: A ação econômica do empreendedor. **Revista de Economia Política**, vol. 30, nº 2 (118), pp. 254-270, abr./jun. 2010.
- MASON, C. Entrepreneurship Education and Research: emerging trends and concerns. **Journal of Global Entrepreneurship**, v. 1, n. 1, January, 2011.
- McGEE, J. E.; PETERSON, M.; MUELLER, S. L.; SEQUEIRA, J. M. Entrepreneurial Self-efficacy: Refining the Measure. **Entrepreneurship Theory and Practice**, p. 965-988, July, 2009.
- MENDES, J. **Manual do empreendedor**: como construir um empreendimento de sucesso. São Paulo: Atlas, 2009.
- MILLER B.; BELL, J.; PALMER, M.; GONZALEZ, A.; PETROLEUM, P. Predictors of entrepreneurial intentions: a quasi-experiment comparing students enrolled in introductory management and entrepreneurship classes. **Journal of Business Entrepreneurship**, n. 21, v.2, p. 39-62, 2009.
- MURPHY, P. J.; LIAO, J.; WELSCH, H. P. A Conceptual History of Entrepreneurial Thought. **Journal of Management History**, Vol.12, nº.1, pp. 12-35, 2006.
- NICOLINI, A. M. Qual Será o Futuro das Fábricas de Administradores? **Revista da Administração de Empresas**, v. 43, n. 2, p. 44-54, 2003.

OLIVEIRA, G. B.; Uma discussão sobre o conceito de desenvolvimento. **Revista FAE**, Curitiba, v.5, n.2, p.37-48, maio/ago. 2002.

OLAKITAN, O. O.; AYOBAMI, A. P. An Investigation of Personality on Entrepreneurial Success. **Journal of Emerging Trends in Economics and Management Sciences**, n. 2, v. 2, p. 95-103, 2011.

ONDRACEK, J.; BERTSON, A.; SAEED, M. Entrepreneurship Education: culture's rise, fall and unresolved role. **Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business**, n. 5, v. 3, p. 15-28, September, 2011.

OOSTERBEEK, H.; PRAAG, M. V.; IJSSELSTEIN, A. The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurship Skills and Motivation. **European Economic Review**, v. 54, p. 442-454, 2010.

PESTANA, M. H.; GAGEIRO, J. N. **Análise de Dados para Ciências Sociais: a complementaridade do SPSS**. 5 ed. Lisboa: Sílabo, 2008.

PETERSON, R. T.; LIMBU, Y. Student Characteristics and Perspectives in Entrepreneurship Courses: a profile. **Journal of Entrepreneurship Education**, vol. 13, 2010.

RAE, D. Understanding Entrepreneurial Learning: a question of how? **International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research**, v. 6, n. 3, p. 145-159, 2000.

RAUCH, A.; FRESE, M.; WANG, Z.; UNGER, J. National Culture Values, Firm's Cultural Orientations, Innovation, and Performance: Testing Cultural Universals and Specific Contingences Across Five Countries. **Frontiers of Entrepreneurship Research**, v. 30, Iss.15, Art. 4. Available at: <http://digitalknowledge.babson.edu/fer/vol.30/iss15/4>.

RAUPP, M.; BEUREN, I. M. O Suporte das Incubadoras Brasileiras para Potencializar as Características Empreendedoras nas empresas incubadas. **Revista Administração**, v. 41, n.4, p.419-430, out./nov./dez., 2006.

ROCHA, E. L. C.; BACCHI, G. A.; GUERRA, D. S.; RÔLA JÚNIOR E. M.; PINHEIRO, D. R. C.. Ensino de Empreendedorismo nos Cursos Presenciais de Graduação em Administração em Fortaleza: Um Estudo dos Conteúdos e Instrumentos Pedagógicos. **Revista Administração: Ensino e Pesquisa (RAEP)**, v. 12, p. 393-414, 2011.

ROSAS, A. R.; SAUAIA, A. C. A. Modelo Conceitual de Decisões no Estágio de Criação de um Negócio: Base para Construção de um Simulador para Jogos de Empresas. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 13, n. 4, art. 8, pp. 663-682, Out./Dez. 2009.

RUSKOVAARA, E.; PIHKALA, T.; RYTKÖLÄ, T.; SEIKKULA-LEINO, J. "Studying Teachers' Teaching Methods and Working Approaches in Entrepreneurship Education." Paper presented at the **ESU Conference**, Tartu, August 22-28, 2010.

SALIMATH, M. S.; CULLEN, J. B. Formal and Informal Institutional Effects on Entrepreneurship: A Syntheses of Nation-level Research. **International Journal of Organizational Analysis**, Vol.18 n° 3, p. 358-385, 2010.

- SANTOS, E. A.; SILVA, C. E.. Os modelos de plano de negócios e sua relevância para sustentabilidade das micro e pequenas empresas. **Revista Brasileira de Administração Científica**, Aquidabã, v.3, n.1, p.37-62, 2012.
- SANTOS, S. C.; CAETANO, A.; CURRAL, L. Atitude dos estudantes universitários face ao empreendedorismo: como identificar o potencial empreendedor? **Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão**, pp. 2-14, Out/Dez, 2010.
- SCHMIDT, S.; BOHNENBERGER, M. C. Perfil Empreendedor e Desempenho Organizacional. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 13, n. 3, art. 6, pp. 450-467, Jul./Ago. 2009.
- SCHMIDT, C. M.; DREHER, M. T. Cultura Empreendedora: Empreendedorismo Coletivo e Perfil Empreendedor. **Revista de Gestão USP**, v. 15, n.1, p. 1-14, jan./mar., 2008.
- SCHMIDT, J. S.; SOPER, J. C.; FACCA, T. M. Creativity in the Entrepreneurship Classroom. **Journal of Entrepreneurship Education**, v. 15, p. 123-131, 2012.
- SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. **The Academic of Management Review**, v.25, nº 1, p. 217-226, 2000.
- SHINNAR, R. S.; GIACOMIN, O.; JANSSEN, F. Entrepreneurial Perceptions and Intentions: The Role of Gender and Culture. **Entrepreneurship Theory and Practice**, p. 465-492, May, 2012.
- SILVA, A. O. M. S.; GOMES, L. F. A. M.; CORREIA, M., F. Cultura e Orientação Empreendedora: uma Pesquisa Comparativa entre Empreendedores em incubadoras no Brasil e em Portugal. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 13, n.1, p. 57-71, Jan./Mar., 2009.
- SLEVIN, D. P.; TERJESEN, S. A. Entrepreneurial Orientation: Reviewing Three Papers and Implications for Further Theoretical and Methodological Development. **Entrepreneurship Theory and Practice**, pp. 973-987, September, 2011.
- SOUZA; E.C.L.; Empreendedorismo: da gênese à contemporaneidade. In: SOUZA, E.C.L.; GUIMARÃES, T.A. **Empreendedorismo além do plano de negócios**. São Paulo: Atlas, 2006.
- SOUZA, E. C. L. LOPEZ, G. S. J. Empreendedorismo e Desenvolvimento: uma relação em aberto. **Revista de Administração e Inovação**, São Paulo, v. 8, n. 3, p.120-140, jul./set. 2011.
- SCHUMPETER, J. A. **A Teoria do Desenvolvimento Econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.
- TANG, L.; KOVEOS, P. E. Venture Entrepreneurship, Innovation Entrepreneurship, and Economic Growth. **Journal of Developmental Entrepreneurship**, Vol. 9. Nº 2, August, 2004.
- VALE, G. V.; WILKINSON, J.; AMÂNCIO, R. Empreendedorismo, Inovação e Redes: uma nova abordagem. **RAE-eletrônica**, v. 7, n. 1, Art.7, jan./jun./2008.

VERGARA, S. C. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 10. ed. São Paulo, 2009.

THOMPSON, E. R. Individual Entrepreneurial Intent: Construct Clarification and Development of an Internationally Reliable Metric. **Entrepreneurship Theory and Practice**, pp. 669-689, May, 2009.

VERHEUL, I.; WENNEKERS, S.; AUDRETSCH, D.; THURIK, R. An Eclectic Theory of Entrepreneurship: Policies, Institutions and Culture. **EIM Business and Policy Research**, Zoetermeer, 2001.

WEE, K. N. L.; A Problem-based learning approach in entrepreneurship: promotion authentic entrepreneurial learning. **International Journal Technology Management**, v. 28, n. 8, p. 685-701, 2004.

WIKLUND, J.; DAVIDSSON, P.; AUDRETSCH, D. B.; KARLSSON C. The Future of Entrepreneurship Research. **Entrepreneurship Theory and Practice**. v. 35, pp. 1-9, January 2011.

WILSON, F.; KICKUL, J.; MARLINO, D. Gender, Entrepreneurial Self-Efficacy, and Entrepreneurial Career Intentions: Implications for Entrepreneurship Education. **Entrepreneurship Theory and Practice**. v. 19, pp.387-406, May 2007.

WILSON, F.; KICKUL, J.; MARLINO, D.; BARBOSA, S.; GRIFFITHS M. D. An Analysis of the Role of Gender and Self-efficacy in Developing Female Entrepreneurial Interest and Behavior. **Journal of Developmental Entrepreneurship**. Vol. 14, N. 2, pp. 105-119, 2009.

APÊNDICE



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CEARÁ - UECE
CENTRO DE ESTUDOS SOCIAIS APLICADOS – CESA
CURSO DE MESTRADO ACADÊMICO EM ADMINISTRAÇÃO - CMAAd

Instituição: _____

Estimado estudante,

Você está participando de uma pesquisa sobre a avaliação do perfil empreendedor em estudantes do Curso de Graduação em Administração. Todas as informações aqui prestadas são anônimas, servindo apenas para validar os procedimentos científicos da pesquisa.

Logo abaixo, temos uma série de afirmações sobre suas percepções acerca do perfil empreendedor. Entre estas, existem afirmações relacionadas ao ambiente de trabalho. Assim, caso você não esteja trabalhando, considere-se como um profissional em seu ambiente de trabalho ao responder às afirmações

Responda de forma franca, sincera e objetiva. De antemão, já agradecemos por sua colaboração.

Instruções:

- 1 – Preencha o questionário na sequência proposta;
- 2 – Marque um X na nota de 1 a 7 que corresponder a sua resposta. Se você errar, preencha o espaço errado e faça um novo X no correto.
- 3 – Se considerar que não há exatidão da resposta, escolha a alternativa que mais se aproxima, na sua visão.

1	2	3	4	5	6	7
Discordo totalmente	Discordo muito	Discordo	Nem discordo nem concordo	Concordo	Concordo muito	Concordo totalmente

1) Frequentemente detecto oportunidades de negócio no mercado.	1	2	3	4	5	6	7
2) Tenho um bom plano da minha vida profissional.	1	2	3	4	5	6	7
3) Conheço várias pessoas que me poderiam auxiliar profissionalmente, caso eu precisasse.	1	2	3	4	5	6	7
4) Profissionalmente, me considero uma pessoa muito mais persistente que as demais.	1	2	3	4	5	6	7
5) Frequentemente as pessoas pedem minha opinião sobre assuntos de trabalho.	1	2	3	4	5	6	7
6) Creio que tenho uma boa habilidade em detectar oportunidades de negócio no mercado.	1	2	3	4	5	6	7
7) Frequentemente sou escolhido como líder em projetos ou atividades profissionais.	1	2	3	4	5	6	7

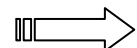
1	2	3	4	5	6	7	
Discordo totalmente	Discordo muito	Discordo	Nem discordo nem concordo	Concordo	Concordo muito	Concordo totalmente	
8) Sempre encontro soluções muito criativas para problemas profissionais com os quais me deparo.	1	2	3	4	5	6	7
9) As pessoas respeitam minha opinião.	1	2	3	4	5	6	7
10) Sempre procuro estudar muito a respeito de cada situação profissional que envolva algum tipo de risco.	1	2	3	4	5	6	7
11) No meu trabalho, sempre planejo muito bem tudo o que faço.	1	2	3	4	5	6	7
12) Relaciono-me muito facilmente com outras pessoas.	1	2	3	4	5	6	7
13) Tenho os assuntos referentes ao trabalho sempre muito bem planejados.	1	2	3	4	5	6	7
14) Incomoda-me muito ser apanhado de surpresa por fatos que eu poderia ter previsto.	1	2	3	4	5	6	7
15) Gosto de mudar minha forma de trabalho sempre que possível.	1	2	3	4	5	6	7
16) Prefiro um trabalho repleto de novidades a uma atividade rotineira.	1	2	3	4	5	6	7
17) Eu assumiria uma dívida de longo prazo, acreditando nas vantagens que uma oportunidade de negócio me traria.	1	2	3	4	5	6	7
18) Meus contatos sociais influenciam muito pouco a minha vida profissional.	1	2	3	4	5	6	7
19) Admito correr riscos em troca de possíveis benefícios.	1	2	3	4	5	6	7
20) No trabalho, normalmente influencio a opinião de outras pessoas a respeito de um determinado assunto.	1	2	3	4	5	6	7
21) Os contatos sociais que tenho são muito importantes para minha vida pessoal.	1	2	3	4	5	6	7
22) Tenho controle sobre os fatores para minha plena realização profissional.	1	2	3	4	5	6	7

Por favor, a partir deste ponto, responda as questões marcando um X na resposta correta.

23) Você participou de alguma atividade educacional de formação em Empreendedorismo (por exemplo: aulas teóricas, elaboração de planos de negócios, visitas a empresas, jogos de empresas, palestra com empreendedores, incubadoras) promovida por sua Instituição?

Sim Não

Continua na página seguinte



24) Como você classificaria a atividade educacional de formação em Empreendedorismo de

que você participou em sua Instituição? Caso tenha marcado **não** na questão 23, passe para a questão 26.

- Disciplina somente com aulas teóricas
- Disciplina com aulas teóricas e atividades práticas
- Cursos de extensão com atividades práticas
- Outras. Qual? _____

25) Caso tenha participado de alguma atividade prática sobre Empreendedorismo, marcar uma das opções de que tenha participado.

- Elaboração de planos de negócios Criação de empresa
- Criação de produto Jogos de empresas e simulados
- Incubadoras outras. Qual? _____

26) Qual o intervalo de semestres em que você se encontra atualmente? Caso tenha disciplinas de semestres fora do intervalo, considerar o semestre que tem o maior número de disciplinas cursando.

- Entre o 1º e o 2º semestre Entre o 3º e o 4º semestre
- Entre o 5º e o 6º semestre Entre o 7º e o 8º semestre

27) Qual seu gênero?

- Masculino Feminino

28) Qual sua idade?

- Até 20 anos Acima de 20 até 25 anos
- Acima de 25 até 30 anos Acima de 30 até 35 anos
- Acima de 35 anos

29) Pretendo iniciar um negócio próprio após minha graduação em Administração de Empresas.

- Sim, entre 1 e 2 anos Sim, entre 3 e 5 anos
- Sim, após 5 anos Não pretendo

30) Vejo o Empreendedorismo (a criação de uma empresa) como alternativa para eu não ficar desempregado.

- Sim Não

Obrigado por sua participação!