

## COMPARAÇÃO DO ENSINO E DA PRÁTICA DE EMPREENDEDORISMO EM INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR PÚBLICAS E PRIVADAS DE BOA VISTA

Mary Lucia Silva Perim - [merylucia\\_15@yahoo.com.br](mailto:merylucia_15@yahoo.com.br)  
Bacharel em Administração (UERR)

**RESUMO:** A educação empreendedora tornou-se alvo de instituições de ensino em todo o mundo, cada uma focando as peculiaridades regionais onde estão inseridas. O objetivo desse estudo foi analisar o ensino e a prática de empreendedorismo em Instituições de Ensino Superior de Boa Vista. Utilizou-se de pesquisa quali-quantitativa de caráter exploratória-descritiva. A etapa quantitativa utilizou-se de *survey* envolveu 336 alunos dos cursos de administração a partir do 4º semestre de duas instituições públicas e três privadas. Na etapa qualitativa foi feita análise de conteúdo de entrevistas com os cinco coordenadores dos cursos. Observou-se que a percepção dos alunos das instituições privadas sobre o que a instituição oferta quanto à formação empreendedora é bem maior que a dos alunos das instituições públicas. Examinou-se que as instituições privadas dão maior incentivo às práticas empreendedoras, e que mais da metade dos alunos das instituições públicas perceberam a necessidade de terem aulas práticas de empreendedorismo, visto que o ensino está mais focado em teorias, porém, analisados os enfoques das disciplinas que tratam do empreendedorismo, verificou-se que se assemelham, pois evidenciam a importância da ação empreendedora como propulsora da economia. Concluiu-se que os alunos das instituições privadas assimilam a necessidade da formação empreendedora bem mais que os alunos das públicas, que as instituições privadas procuram dar maior incentivo às práticas de empreendedorismo.

**PALAVRAS CHAVE:** Empreendedorismo; Ensino Superior; Administração

**ABSTRACT:** The entrepreneurial education has become the target of educational institutions around the world, each one focusing on regional differences where they exist. The aim of this study was to analyze the teaching and practice of entrepreneurship in Higher Education Institutions of Boa Vista. We used qualitative and quantitative research, exploratory descriptive character. The quantitative stage was used to survey involved 336 students of management courses from the fourth semester of two public and three private. In the qualitative content analysis was made of interviews with the coordinators of the five courses. It was observed that the perception of private school students about what the institution as to offer entrepreneurial training is much higher than that of students in public institutions. Examined that private institutions give greater incentive entrepreneurial practices, and that more than half of students of public institutions have realized the need for practical lessons of entrepreneurship, since teaching is more focused on theories, however, analyzed the approaches of the disciplines that deal with entrepreneurship, it was found that resemble, as evidence of the importance of entrepreneurial action as driving the economy. It was concluded that the private school students assimilate the need for entrepreneurial training and more than students from public and private institutions seek to give greater encouragement to the practice of entrepreneurship.

**KEYWORD:** Entrepreneurship, Higher Education, Administration

## 1 INTRODUÇÃO

As IES como formadoras de profissionais para o mercado de trabalho têm um papel fundamental na tarefa de propiciar a qualificação adequada da força de trabalho da sociedade, e isso, se tornou um grande desafio, pois afinal, tal formação deve considerar que cada sociedade tem suas próprias necessidades, e nesse sentido, as IES devem ficar atentas para adequar o ensino à realidade existente. O principal intuito desse trabalho foi realizar a comparação do ensino e da prática de empreendedorismo em Instituições de Ensino Superior públicas e privadas. Especificamente, procurou-se verificar as formas de ensino de empreendedorismo nas IES, avaliar as expectativas dos alunos quanto ao aprendizado de empreendedorismo e analisar se as IES dão incentivo ao empreendedorismo.

Considerando que na região há uma demanda crescente por organismos que tenham a propensão para a geração de emprego e renda, já que é visível a grande alocação de pessoas nos empregos públicos, as entidades ligadas ao desenvolvimento da mesma devem procurar alternativas para estimular a atuação empreendedora, com vista a ganhar espaço em um ambiente promissor para essa atividade. Assim, o desenvolvimento econômico da região está intrinsecamente ligado com o crescimento e o fortalecimento das atividades empresariais, que são elementares nesse processo, pois acarretam uma perceptível melhoria na qualidade de vida das pessoas. Com essa capacidade, o ensino de empreendedorismo assume relevância e, como tal, precisa ser difundido, conhecido e praticado em todas as atividades profissionais, com a finalidade de que venham ser agentes das mudanças que podem transformar a realidade, justificando a discussão a que esse estudo se propõe a fazer. Ressaltando que essa justificativa está fundamentada na idéia de que é das IES que saem as grandes inovações e descobertas científicas que tem revolucionado a humanidade no decorrer dos séculos. Como tal, as IES podem contribuir de maneira significativa para que a comunidade a sua volta seja a maior beneficiada com as suas conquistas e descobertas.

## 2. O ENSINO DO EMPREENDEDORISMO

Conforme Hisrich e Peters (2004) o termo *entrepreneurship* tem origem francesa e é empregado para indicar os estudos que identificam a forma de agir do indivíduo empreendedor, seu perfil, suas atividades e o ambiente em que atua. Para esse autores, Richard Cantillon, que era um importante escritor e economista do século XVII, foi quem primeiro usou o termo

empreendedor, para definir aquele que assumia riscos nos negócios, para distingui-los dos capitalistas, aqueles que forneciam o capital. Cantillon foi quem desenvolveu uma das primeiras teorias sobre o empreendedor. Fillion (1999) afirma que o economista francês Jean-Baptiste Say foi o segundo autor a apresentar interesse pelo assunto. Para ele, a criação de novos empreendimentos era fator relevante para o desenvolvimento econômico de um país. Pioneiros, Richard Cantillon e Jean-Baptiste Say influenciaram todas as demais teorias sobre o empreendedorismo.

Por ser um tema estudado por autores de diferentes áreas da ciência, o empreendedorismo apresenta diversos conceitos e definições. Na visão economista de Joseph Schumpeter, segundo Fillion (1999), o empreendedorismo está relacionado diretamente à inovação, colaborando no desenvolvimento das riquezas do país. Nessa corrente econômica houve a identificação da atividade que o indivíduo empreendedor desempenhava e a importância de sua contribuição econômica para a sociedade, porém, houve dificuldades para identificar as características comportamentais do mesmo, abrindo caminho para que os comportamentalistas traçassem um perfil da sua personalidade. Os comportamentalistas conseguiram delinear o perfil da personalidade empreendedora, e por aproximadamente 20 anos essa foi a ênfase dada aos estudos da área, pois tinham como objetivo definir o que são e quais as características dos empreendedores.

Dornelas (2005) argumenta que os empreendedores são pessoas que se distinguem das outras por terem uma motivação especial, paixão pelo que fazem, buscam deixar um diferencial para as futuras gerações. Tudo isso leva o autor a crer em uma nova revolução que chama de a *Era do Empreendedorismo*. “O empreendedorismo é uma revolução silenciosa, que será para o século XXI mais do que a Revolução Industrial foi para o século XX.” (Timmons, 1990 apud Dornelas, 2005, p.21). Degen (2008) também presumiu que haveria essa revolução empreendedora no mundo, o que segundo ele ocorreu, pois 95% da presente riqueza dos EUA foram criadas nos últimos 40 anos pela geração de empreendedores existentes.

Então, para se definir empreendedor, de tantas definições que existem a que mais dá sentido ao termo, talvez seja a de Schumpeter (1949) “O empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais” (Schumpeter 1949, apud Dornelas 2005, p.39).

A educação assinala o processo de desenvolvimento e realização do potencial intelectual, físico, espiritual, estético e efetivo existente em cada ser humano; também designa o processo de transmissão da herança cultural às novas gerações. Portanto, diz respeito a intervenção proposital e sistemática sobre o ser humano, com o propósito de formá-lo e desenvolvê-lo em sociedade, a fim de conservar e transmitir a existência coletiva. A educação mantém viva a memória de um povo e dá condições para a sua sobrevivência, (Aranha 2000, apud Eboli, 2004).

Conforme Souza et al (2005) transformações e progressos tecnológicos ocasionaram rupturas na composição das profissões tradicionais, fazendo surgir a necessidade latente de novas formações que acompanhem a Sociedade da Informação, demandando do sistema de ensino renovação constante dos projetos pedagógicos, permitindo o desenvolvimento de novas tecnologias, metodologias, novos conhecimentos e competências. A universidade, nesse contexto, fica responsável por criar um ambiente propício para inovar, buscando novos métodos que permitam aos alunos buscarem por si mesmos, novos postos de trabalho, onde o ensino-aprendizagem corresponda adequadamente a essa nova realidade.

Até bem pouco tempo atrás, conforme Dornelas (2005) acreditava-se que o empreendedor já nascia pronto, suas características empreendedoras lhe garantiam absoluto sucesso nos negócios que realizasse, e, quem não possuía essas características sentia-se desanimado a tentar empreender, contudo, o autor afirma que isso é um mito e que, através do ensino o indivíduo pode aprender a empreender.

Seelig (2005) ressalta que em quase todo o mundo a educação empreendedora tem estado entre os principais objetivos de instituições de ensino, cada uma levando em conta o contexto em que estão inseridas. Em muitos locais é vista como instrumento para a geração de emprego e renda, o que pode ocasionar o desenvolvimento econômico da região. Kuratko (2004) expressa que a quantidade de faculdades e universidades que oferecem cursos ligados ao empreendedorismo vem tendo um enorme crescimento, principalmente nas últimas quatro décadas. Permitir a validação acadêmica completa ao ensino de empreendedorismo tornou-se um grande desafio para as IES. Segundo Dolabela (1999) nos EUA cresceu a oferta o curso na área do empreendedorismo de 10, em 1967, para 1.064 em 1998.

No Brasil, o primeiro curso de empreendedorismo, segundo Dornelas (2005), surgiu em 1981, na Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, com o nome de “Novos negócios”, somente para o curso de Especialização em Administração para graduados. Em 1984, estendeu-se para a graduação, onde até hoje é obrigatório. Posteriormente a

Fundação Getúlio Vargas implantou o ensino de empreendedorismo para os cursos de mestrado, doutorado e MBA.

Conforme Dolabela (1999) em 1992, a UFSC – Universidade Federal de Santa Catarina fundou a Escola de Novos Empreendedores, a ENE, contribuindo significativamente para a disseminação do ensino do empreendedorismo no Brasil. Stéfano e Fatini (2004) ao estudarem o ensino do empreendedorismo no curso de Administração da Universidade Estadual do Centro-Oeste/ UNICENTRO-Paraná, asseguram que isso tem sido significativo para a formação acadêmica de administradores, engenheiros, contadores, agrônomos, entre outros.

Os estudos de Batista (2004) apontam que a formação de novas empresas possui ligação direta com a educação, e sabendo disso, as universidades precisam apostar no ensino do empreendedorismo como recurso de conservação da empregabilidade dos estudantes, formando profissionais bem preparados para atuar em um mercado altamente competitivo como o que estamos vivendo atualmente. Solomon, Duffy e Tarabishy (2002) afirmam que o foco central da educação empreendedora deve ser distinto da educação em negócios, pois criar uma empresa é muito diferente de apenas gerenciar uma empresa. Os autores defendem ainda a idéia de que o ensino do empreendedorismo deve focalizar a negociação, a liderança, a criação de novos produtos, a criatividade e invenções tecnológicas. Pittaway e Cope (2006) concluíram em seus estudos que o ensino de empreendedorismo tem tido um impacto sobre a propensão e intencionalidade dos estudantes quanto à profissão.

Filion (1991) apud Carvalho e Zuanazzi (2003) coloca a questão do ensino do empreendedorismo como algo que não deve ser ensinado como outras disciplinas, pois “faz-se necessário desenvolver programas e cursos como sistemas de aprendizado, adaptados à lógica deste campo em estudo, ou seja, proporcionando ao aluno a definição e estruturação de contextos, para que possa entender as várias etapas de seu desenvolvimento”.

Valadão Jr., Gabriel e Moriguchi (2005) destacam que as tecnologias de ensino (por exemplo, aulas expositivas, debates e seminários), no contexto das práticas de ensino, permanecem diretamente vinculadas a uma variabilidade almejada na forma de trabalho dos docentes e na qualidade do processo de aprendizagem. Assim, o docente precisa desempenhar sua função de desenvolver uma atmosfera favorável ao entendimento de todos, usando para alcançar esse objetivo, instrumentos procedentes da ciência, do pensamento e da cultura, utilizando-se de diversas maneiras de ensinar, visando o enriquecimento da difusão do conhecimento.

Dessa forma, Souza et al (2005) ressaltam que as IES, procurando a inclusão da cultura empreendedora, devem responder a essas demandas com novas estratégias e mecanismos curriculares, além de escolher procedimentos metodológicos inovadores, objetivando o redirecionamento do processo ensino-aprendizagem. Para Henrique e Cunha (2006) a literatura sugere que existem determinadas habilidades a serem desenvolvidas com o ensino de empreendedorismo. São elas: habilidades de comunicação, sobretudo a persuasão; habilidades de criatividade; habilidades para reconhecer oportunidades empreendedoras; habilidades de liderança; habilidades e competências gerenciais; habilidades de negociação; e, habilidades para tomar decisões.

Essas competências, as quais o autor acima se refere, Birley & Muzuka (2001); Man & Lau (2000); Man, Lau & Chan (2002) e Pinto (2000) afirmam que há competências relacionados a atitudes empreendedoras que ajudam no entendimento de características causadoras de respostas de valor na troca com grupos internos e externos de uma empresa. Essas competências se ligam ao senso de identificação de oportunidades, à capacidade de relacionamentos em rede, às habilidades conceituais, à capacidade de gestão, à facilidade de leitura, ao posicionamento em cenários conjunturais e no empenho com os negócios particulares e da organização.

Gaião, Silva e Queiroz (2009) afirmam que para que haja a formação do perfil empreendedor, o indivíduo precisa do saber, que é gerado através da intervenção pedagógica, ferramenta indispensável para o desenvolvimento da ousadia, autoconfiança, assertividade entre outras características do conjunto de ações que servem de base para o entendimento e a promoção de ações empreendedoras. Heinonen e Poikkijoki (2006) fizeram uma exploração da abordagem empreendedora, voltada para o ensino do empreendedorismo através da discussão de diferentes técnicas de ensino que visam infundir competências empresariais e de comportamento entre alunos no ambiente universitário. Essa abordagem representa um desafio de aprendizagem experimental de professores e alunos à medida em que diminui a previsibilidade e controle da situação de ensino, por outro lado, aumenta o interesse em aprender e ensinar.

Mintzberg e Gosling (2003) avaliam que para se processar plenamente, os conceitos teóricos devem interagir com as experiências práticas, que ocorrem através da reflexão, incidindo no pensar, no analisar, no sintetizar, no sondar e no confrontar crenças e valores passados com o que há de novo no presente. A GEM (2009) ressalta que é salutar estimular a integração entre empresas e universidades, o que resultará na aquisição de novos conhecimentos e na geração de novas tecnologias para a comunidade.

### 3 METODOLOGIA

A ênfase dessa pesquisa se deu na questão da verificação das formas de ensino de empreendedorismo nas IES de Boa Vista, na avaliação das expectativas dos alunos quanto ao aprendizado de empreendedorismo e na análise do incentivo das IES ao empreendedorismo. Para isso, realizou-se uma pesquisa diretamente com os alunos e coordenadores das instituições escolhidas, através da aplicação de entrevistas com os coordenadores e questionários com os alunos. Através da pesquisa exploratória-descritiva, se buscou condições de visualizar e descrever a conjuntura das instituições de ensino superior de Boa Vista, quanto ao ensino e a prática de empreendedorismo.

A fim de atingir o objeto de estudo, a pesquisa foi desenvolvida em duas etapas: uma quantitativa e outra qualitativa. Para a fase de realização das entrevistas com os coordenadores dos cursos das IES escolhidas, foi aplicada a pesquisa qualitativa. Através das entrevistas com os coordenadores, conseguiu-se identificar métodos de ensino e de práticas empreendedoras, critérios de avaliação, assuntos que integram a ementa da disciplina, escolha dos métodos de ensino e autores considerados fundamentais para o ensino do empreendedorismo. Esse método foi trabalhado com entrevista semiestruturadas e fazendo uso da análise de conteúdo.

A segunda etapa desse estudo foi realizada através da abordagem quantitativa. Assim, foi empregado o *survey* e a estatística descritiva, o que permitiu traduzir em números a opinião dos alunos que foram entrevistados, podendo dessa forma, classificá-las e analisá-las. O questionário foi aplicado com os alunos de forma aleatória, e foram abordadas questões tais como: características dos alunos e das IES, expectativas e percepção empreendedoras.

Os dados foram colhidos através da aplicação de questionários, com perguntas abertas e fechadas com 336 alunos respondentes e entrevistas semiestruturadas com 5 coordenadores dos cursos de administração. A aplicação destes instrumentos foi realizada entre os dias 09 a 18 de agosto 2010, na Universidade Federal de Roraima, Universidade Estadual de Roraima, Universidade Atual da Amazônia, Universidades Cathedral e FARES. No que se refere aos procedimentos metodológicos de coleta de dados, a pesquisa foi caracterizada como Não-Experimental, haja vista que os dados coletados refletiram e estavam presentes na realidade dos atores. Não houve por parte da pesquisadora intervenção para manipulação dos dados que estavam sendo coletados.

Utilizou-se como ferramenta para analisar e interpretar, assegurando confiabilidade, objetividade e segurança dos resultados o *software* de planilha de cálculos Excel, que também foi usado para a composição de tabelas e gráficos. O processo de tabulação permitiu a análise quantitativa/qualitativa das informações, resultantes dos dados constantes nos questionários e entrevistas coletados. Para a análise dos resultados foi empregada a estatística descritiva.

## 4 ANÁLISE DOS DADOS

### 4.1 CARACTERÍSTICAS DOS RESPONDENTES

Conforme a amostra coletada, existem nas IES públicas 15,65% de alunos com até 20 anos, enquanto que nas IES privadas o percentual é de 8,60%. Já alunos de 21-30 anos o percentual chegou a 60,00% nas públicas e 58,82% nas privadas. 13,04% dos pesquisados das IES públicas estão entre 31-40 anos, versus 21,27% dos das privadas. A idade que vai de 41-50 atingiu o percentual de 4,35% nas públicas, contra 4,52% nas privadas. Só nas IES privadas foram encontrados alunos com idade entre 51-60, cerca de 1,36% , assim como também alunos com mais de 60 anos, com o percentual de 0,45%.

Quanto ao gênero dos pesquisados 42,61% dos estudantes das IES públicas são de sexo masculino, contra 39,37% dos das IES privadas. Já 57,39% dos estudantes das IES públicas são de sexo feminino, enquanto que nas privadas esse percentual é de 60,63%. A diferença do gênero masculino para o feminino das IES públicas é de 14,78% e nas privadas é de 21,26%. Existem mais mulheres que homens dentro do ensino superior, isso pode ser explicado por Hocayen-da-Silva et al (2008) quando menciona que existem crescentes diferenças de oportunidades e maiores exigências no mercado de trabalho para o sexo feminino, podendo forçar a busca das mulheres por maior qualificação. Para a GEM (2009) o Brasil apresenta um equilíbrio entre os gêneros. São poucas as alterações que são observadas na proporção da participação de mulheres e homens na atividade empreendedora nacional, em 2009. Mais uma vez, as mulheres se sobrepõem numericamente aos homens: dos empreendedores brasileiros, 53% são mulheres e 47% homens. Sempre existiu uma constante oscilação entre homens e mulheres no empreendedorismo brasileiro, ratificando a afirmativa de que a mulher brasileira, já tradicionalmente, seja uma das mais empreendedoras no mundo. Em 2009, além do Brasil, apenas outros dois países registraram taxas de empreendedorismo feminino mais elevadas que as taxas de empreendedorismo masculino, que foram: Guatemala e Tonga.



Dos alunos das IES públicas 69,57% responderam que trabalham, enquanto que esse número nas IES privadas é de 85,97%, existindo aqui uma diferença de 16,40% para as IES privadas. Esses números podem expressar uma realidade local. Os alunos das IES públicas e privadas aproveitam a oportunidade de fazer um curso superior que lhes permita trabalhar e estudar ao mesmo tempo. Os cursos são oferecidos de maneira a conciliar trabalho e estudo em horários que proporcione essa conciliação. Desses, 52,17% dos alunos das IES públicas estão exercendo alguma atividade no setor público, quase se igualando aos respondentes das IES privadas, que são 52,04%. Trabalhando em empresa privada estão 13,91% dos alunos das IES públicas, contra 28,51% dos das IES privadas. 3,48% dos alunos das públicas trabalham em empresa familiar, versus 6,79% dos das privadas. Isso demonstra a relevância da atividade pública como sendo a maior fonte empregadora do Estado. Esses dados podem revelar a necessidade que se tem de incentivar as práticas que visem à geração de emprego e renda para o Estado.

#### 4.2 CARACTERÍSTICAS DAS IES

O contexto para a realização dessa pesquisa foram cinco IES de Boa Vista, sendo duas públicas e três privadas. Nas IES públicas foram aplicados 115 questionários e nas privadas cerca de 221, totalizando 336 questionários respondidos. Na IES 1 18,75% dos alunos responderam ao questionário, na 2 foram 20,83%, na 3 16,69%, na 4 17,56% e na 5 25,89%. A pesquisa deu-se com alunos a partir do 4º semestre com 15,65% de respondentes nas IES públicas e 9,95% nas privadas. No 5º foram 0,87% nas públicas e 2,71% nas privadas. 5,22% dos alunos do 5º semestre das IES públicas contra 23,53% das privadas. No 7º semestre das IES públicas 60,87% dos alunos responderam ao questionário e nas privadas esse percentual foi de 9,95%. No 8º cerca de 17,39% dos alunos das IES públicas foram alcançados versus 53,85% dos das privadas. Deu-se preferência para o estudo a partir do 4º semestre porque se constatou que é a partir dele que se lecionam disciplinas que tratam do empreendedorismo.

Os estudantes das IES públicas acharam que a metodologia usada para o ensino da disciplina de empreendedorismo é: ruim 1,74%, regular 27,83%, difícil 9,57%, boa 53,04% e fácil 5,22%. Já nas IES privadas os números foram: ruim 0,90%, regular 12,22%, difícil 12,22%, boa 62,44% e fácil 9,95%. Tanto alunos de IES públicas quanto de IES privadas acharam que a metodologia usada é boa. Percebeu-se que a metodologia adotada pelas IES públicas seguem às práticas já tradicionais de exposição de aulas, mas para o Cp4 “com a ementa da disciplina em

mãos, o professor perceberá que ela tem que ser ministrada de forma diferenciada, dinâmica, levar o aluno à prática”. Nas IES privadas procura-se adotar uma metodologia mais inovadora, conforme o Cpr1, “...são aulas teóricas e práticas. A partir do 6º semestre eles têm a oportunidade de construir um plano de negócios, e em um evento aberto ao público eles expõem as empresas e vivenciam na prática a teoria da sala de aula...” Os professores como agentes de transmissão do conhecimento, devem procurar atualizar-se em seus conhecimentos e trazer inovações e renovações para dentro da sala de aula ou saindo dela, quebrando paradigmas no ensino tradicional. Isso proporcionará aos alunos aulas mais dinâmicas, conseqüentemente, o aprendizado será mais absorvido.

Quanto ao conteúdo abordado na disciplina de empreendedorismo nas IES públicas 5,22% discordaram totalmente e nas privadas 2,71%. Nas IES públicas 5,22% discordaram e nas privadas 4,52%. Nas públicas 4,35% discordaram parcialmente e 6,79% nas privadas. 19,30% nas públicas não deram opinião e nas privadas 1,81%. Nas públicas 31,30% concordaram parcialmente e nas privadas 35,29%. Concordaram nas públicas 26,09% e nas privadas 26,70%. Nas públicas 8,70% concordaram totalmente e nas privadas 22,17%. Pode-se observar que na ementa da disciplina que trata do empreendedorismo em todas as IES pesquisadas existe a predominância de assuntos tais como: o que é o empreendedor; as características empreendedoras: identificação de oportunidades; planejamento; persistência; comprometimento; gestão de negócios; desenvolvimento e uso de controles gerenciais; formulação de estratégias empresariais; e principalmente, plano de negócios. O plano de negócio é o conteúdo que aparece praticamente em todas as ementas da disciplina relacionadas ao empreendedorismo.

Em relação ao semestre em que a disciplina é lecionada, nas IES públicas, 1,74% discordaram totalmente, contra 7,24% das privadas. Discordaram 6,96% das públicas e 9,50% das privadas. 4,35% das públicas discordaram parcialmente e 2,71% das privadas. Nas públicas 20,00% concordaram parcialmente e nas privadas 14,96%. Nas públicas 33,91% concordaram, nas privadas 36,65%. Concordaram totalmente nas públicas 12,17% e nas privadas 26,70%. Somando o patamar de concordância temos o total de 46,08% nas públicas 63,35% nas privadas, com uma diferença de 17,27% das públicas para as privadas. Pode-se observar que existe maior concentração de respostas que concordam com o semestre em que a disciplina é lecionada. Isso pode se explicado pelo Cp4 “aqui é no último semestre, pois no decorrer do curso o aluno já passou por disciplinas necessárias à construção das habilidades que serão exigidas para as disciplinas que tratam do empreendedorismo”.

Sobre a bibliografia adotada para as aulas de empreendedorismo. Discordaram totalmente 9,50% das IES privadas, nas públicas não houve resposta, discordaram 4,35% das públicas e 6,33% das privadas. Discordaram parcialmente 6,09% das públicas e 0,90% das privadas. Concordaram parcialmente das públicas 27,83% e 20,36% das privadas, concordaram cerca de 29,57% das públicas e 41,18% (diferença de 11,61%). Concordaram totalmente cerca de 15,65% das públicas e 18,55% das privadas. A bibliografia encontrada nas ementas da disciplina de empreendedorismo é praticamente a mesma em todas as IES pesquisadas, com autores já conhecidos da área, como Drucker, Chiavenato, Dornelas, Dolabela, Bethalem, entre outras que o professor pode agregar conforme a sua percepção. A adoção se dá por meio de pesquisas, conforme diz o Cpr1: “...os professores no início de cada semestre, fazem uma revisão no plano de ensino e fazem uma revisão e uma alteração com atualizações dessa bibliografia”. O Cpr5 disse que: “...Os autores devem trazer dinamismo às aulas e os professores devem se enquadrar dentro desse contexto”.

Perguntados se a IES esta proporcionando a capacitação necessária para tomar a frente de um empreendimento, 4,35% das públicas discordaram totalmente e nas privadas 1,81%. Nas públicas 3,48% discordaram e 6,79% das privadas. Nas públicas 8,70% discordaram parcialmente, enquanto que nas privadas foram 4,98%. 33,91% das públicas concordaram parcialmente e das privadas 23,98%. Concordaram 32,17% das públicas e 35,29% das privadas. Concordaram totalmente 6,09% das públicas e 23,08% das privadas. A diferença de concordância das públicas para as privadas é de 20,11%, demonstrando que os alunos IES privadas sentem maior preparação. A IES deve manter a preocupação e buscar proporcionar práticas reais de mercado, pois estas serão úteis e necessárias no dia a dia profissional do aluno.

Indagados se durante o curso conseguiram visualizar a aplicação em algo relacionado a um negócio, discordaram totalmente 1,74% das IES públicas, contra 1,81% das privadas. Discordaram 0,87% dos das públicas e 1,81% dos das privadas. Discordaram parcialmente 2,61% dos das públicas e dos das privadas 2,71%. Concordaram parcialmente 20,87% dos das públicas e 14,03% dos das privadas. Concordaram 42,61% dos alunos das públicas e das privadas 47,51%. Concordaram totalmente dos das públicas 22,61% e das privadas 26,70%. Nota-se que os estudantes das IES privadas obtiveram um maior percentual de concordância ao visualizarem algo relacionado a um negócio. As novas idéias que surgem dentro de sala poderão ser exploradas de modo a se tornarem um negócio rentável. O Cpr1 informou que “A faculdade ainda não tem um financiamento próprio para os projetos dos alunos, mas o que a gente puder

fazer pra estar incentivando, a gente faz, como levar este aluno a empresários, a pessoas que possam estar ajudando, financiando. São ações que fazemos aqui.”

Examinados a respeito da oferta da IES sobre a formação empreendedora correspondia às suas expectativas, 3,48% dos alunos das públicas discordaram totalmente e dos das privadas 0,90%. Nas públicas 0,87% discordaram e nas privadas 2,71%. Discoradaram parcialmente 7,83% dos das públicas e 3,62% dos das privadas. Nas IES públicas quase a metade dos alunos concordaram parcialmente, cerca de 42,61% e das privadas 28,05% , uma diferença de 14,56% das públicas para as privadas. 25,22% dos das públicas concordaram e nas privadas 45,25%. Percebe-se aqui uma diferença de 20,03% das privadas para as públicas. Concordaram totalmente dos das públicas cerca de 6,09% e das privadas 13,57%.

Nas IES públicas o percentual que respondeu concordando parcialmente obteve uma diferença expressiva em relação às privadas, sendo entendido que a oferta das IES públicas está deixando à desejar em relação ao anseio dos alunos. Somando os que concordaram e concordaram totalmente das IES privadas, o índice alcançado é de mais da metade dos respondentes. Isso pode significar que nas IES privadas existe um entendimento no sentido de oferecer o que os alunos estão buscando para a sua formação empreendedora bem mais do que nas públicas.

Perguntados se notam a necessidade do profissional ter um perfil empreendedor 0,87% dos alunos das IES públicas responderam discordando totalmente e das privadas 0,90%. 0,90% dos alunos das IES privadas discordaram.0,87% das públicas discordaram parcialmente e das privadas 0,45%. Concordaram parcialmente das públicas 10,43% e das privadas 7,69%. Das públicas 25,22% concordaram e das privadas 33,03%. Mais da metade dos alunos das IES públicas concordaram totalmente, atingindo 58,26% e também dos das privadas chegando a 54,75%. Assim, ficou demonstrado que tanto os alunos das IES públicas quanto os alunos das privadas estão tendo a percepção a respeito do novo perfil do profissional que o mercado atual exige. Exige-se dos indivíduos a capacidade de buscar soluções inovadoras para situações de mercado adversa, onde o talento individual é valorizado e tornou-se um capital valioso das empresas.

Perguntados se o ensino de empreendedorismo está influenciando a intenção de direcionamento profissional, discordaram totalmente 10,43% dos alunos das públicas, 10,41% dos das privadas. 3,48% dos das públicas discordaram e nas privadas 0,45%. Discordaram parcialmente das públicas 5,22%. Concordaram das públicas 18,26% e nas privadas 13,12%.

Concordaram 20,00% dos das públicas e 33,48% dos das públicas. Nas públicas 26,09% concordaram totalmente e nas privadas 38,01%.

Entendeu-se que nas IES privadas o ensino de empreendedorismo tem sido mais absorvido que nas públicas. Essa influência poderá ser direcionada de forma a desenvolver significativamente mais características comportamentais empreendedoras nos alunos. Sair da IES para montar o próprio negócio parece ser a opção de muitos estudantes atualmente.

Questionados sobre se existe na IES em que estuda incentivo ao empreendedorismo 10,43% dos alunos das públicas discordaram totalmente e dos das privadas 5,43%. Discordaram 5,22% dos das públicas e 4,07% das privadas. Discordaram parcialmente 6,09% das públicas e 5,43% das privadas. Concordaram parcialmente 26,09% dos das públicas e 22,62% dos das privadas. Concordaram das públicas 19,13% e das privadas 32,58%. Concordaram parcialmente 10,43% das públicas contra 21,27% das privadas. A diferença das concordancias é de 24,29% das públicas para as privadas.

Nas IES privadas os alunos conseguiram visualizar bem mais que os alunos das públicas que existe incentivo ao empreendedorismo. O Cpr2 afirma que “esse incentivo vem na forma de eventos onde eles têm a oportunidade de mostrarem o potencial empreendedor, criando produtos, montando empresas fictícias[...]”. Conforme o Cpr5: “O intuito é esse, que o aluno saia daqui não a procura de um emprego publico, mas que ele saia daqui com a mente de empreendedor, com intuito de montar um negócio”. O Cp2 afirma que: “Trabalhamos em convênios com entidades que estimulam o empreendedorismo, e assim, oportunizamos aos alunos a experiência de empreender na prática”. Na IES 3 a falta de incentivo se dá principalmente devido ao que disse o Cp3: “Para se fazer qualquer evento aqui que demanda investimento financeiro, é muito difícil, pois existe toda aquela burocracia própria dos órgãos públicos, e isso acaba desanimando quem vai tentar realizar um evento que permita a prática dos alunos”. Os estímulos são vitais para promover a absorção ampla do aprendizado empreendedor nos alunos.

Como sugestão para melhorar a forma de exposição das aulas ou o seu aprendizado na disciplina de empreendedorismo, obteve-se as seguintes respostas: nas IES públicas 54,78% sugeriram que haja mais práticas empreendedoras e nas privadas 40,27%. 0,87% dos alunos das IES públicas sugeriram que a bibliografia do curso seja melhor e nas privadas 0,90%. Melhorar a qualificação do corpo docente foi sugestão de 0,87% dos alunos das IES públicas e por 4,98% dos alunos das privadas. Que haja mais palestras com empreendedores locais foi outra sugestão feita por 0,87% dos alunos das públicas e por 2,71% dos das privadas. Mudar o semestre em que

a disciplina é lecionada foi sugerida por 3,62% dos alunos das privadas, assim com também 2,71% dos alunos pediram para aumentar a carga horária da disciplina. Entende-se pelo número de sugestões dadas às “práticas de empreendedorismo” que esta é uma necessidade em todas as IES pesquisadas.

Nas IES públicas essa necessidade ainda é maior. Quem busca um curso superior está buscando entre outras coisas, uma profissão, qualificação profissional para enfrentar o mercado de trabalho, seja trabalhando em uma organização ou abrindo o negócio próprio. Isso implica adquirir conhecimentos teóricos, indiscutivelmente necessários em qualquer formação, e os conhecimentos práticos, habilidades que possibilitarão aplicar as teorias aprendidas em sala de aula. Assim, deposita-se na IES a responsabilidade pela qualidade da força de trabalho existente na sociedade.

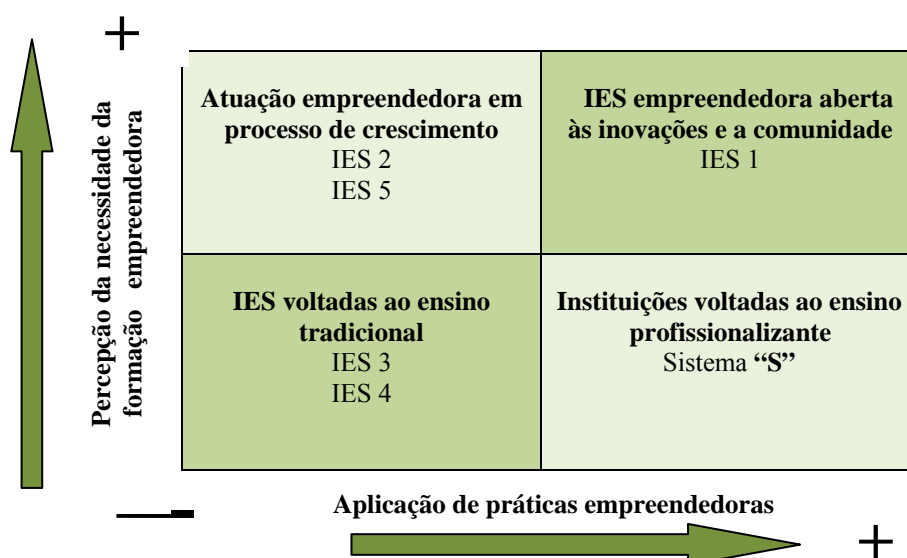
#### 4.4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Para melhor compreensão dos resultados apresenta-se um modelo de classificação de IES empreendedora reportado na matriz apresentada na figura 01 considerando as IES conforme a percepção dos alunos, advinda dos resultados da pesquisa, da seguinte forma: no eixo Y, classificou-se as IES com menos ou mais percepção da necessidade da formação empreendedora. No eixo X classificou-se as IES com menos ou mais práticas de empreendedorismo. Depois de analisados os dados das IES 3 e 4, verificou-se que elas estão mais voltadas ao ensino tradicional, onde os alunos têm menos percepção da importância da necessidade da formação empreendedora e também que existem poucas ações que visam a prática de empreendedorismo. Faz-se necessário instigar o aluno a busca individual do conhecimento, mas também disponibilizar ações práticas onde se tenha um contato direto com a realidade existente.

As IES 2 e 5 foram classificadas com tendo grande percepção da necessidade da formação empreendedora, porém, ações que visam a prática empreendedora ainda estão se consolidando. A tendência dessas IES é, em pouco de tempo, se destaquem com mais ações práticas, visto que a formação empreendedora só é completa quando existe essa proporção. Congregando a forte percepção da necessidade da formação empreendedora com as fortes práticas de empreendedorismo, a IES 1 foi classificada como empreendedora e voltada à comunidade, pois atua com ações conectadas de ensino e de práticas. Ao gerar ações em que os alunos tenham autonomia em assimilar ainda mais, através das práticas, as descobertas feitas em

sala de aula, a IES está adotando um ensino adequado à realidade local. Esse é o maior foco do ensino de empreendedorismo, pois assim, haverá maiores possibilidades na geração e manutenção de negócios que trarão emprego e renda à região. A comunidade absorve as vantagens das descobertas das IES em qualquer campo da ciência, criando um relacionamento de reciprocidade onde um buscará atender as necessidades do outro e o outro incorporará as vantagens que lhes serão ofertadas pelo outro.

Coube ainda dentro desse modelo a classificação das organizações voltadas diretamente à capacitação profissional, como o SEBRAE, o SENAI e o SENAC, que foram inseridas aqui apenas para dar um exemplo de instituições voltadas diretamente à aplicação prática do ensino de empreendedorismo. Visam abranger o maior número possível de indivíduos da comunidade em geral que já abriram ou pretendem abrir um negócio, portanto, com comportamento empreendedor, mas, no entanto, não possuem ainda, a capacitação formal de uma IES. Assim, essas instituições apostam no conhecimento como fonte para garantir a sustentabilidade e a competitividade, especialmente das pequenas e médias empresas. Porém, os cursos ofertados estão focados em assuntos específicos, como por exemplo: fluxo de caixa, ou marketing ou atendimento ao cliente, entre outros, deixando outros aspectos empresariais “descobertos”. Já a capacitação ofertada por uma IES deverá abranger praticamente todos os pontos para se abrir, conduzir e manter um negócio. Assim, conforme o exposto classificou-se esse conjunto de idéias na matriz a seguir:



**Figura 01:** Matriz de classificação de IES

Para as IES 3 e 4, classificadas como voltadas ao ensino tradicional, deixa-se a sugestão para que busquem formas mais apropriadas e proveitosas de repassar os ensinamentos aos alunos. A criação de empresas fictícias ou experimentais onde os alunos arquem com as eventuais despesas financeiras para a implantação do projeto, sob a orientação do professor da disciplina pode ser uma maneira simples de colocar os alunos diante da experiência que só a prática pode proporcionar, além de envolver toda a IES em uma atmosfera voltada a contribuir e partilhar suas descobertas com a comunidade, com ações visíveis ao olhar de toda a sociedade. A idéia principal aqui é investir em práticas em que o professor ou a IES só direcione, abram caminho para que o aluno vá à busca do próprio conhecimento.

Às IES 2 e 5 classificadas como tendo sua atuação empreendedora em processo de crescimento recomenda-se que possibilitem aos alunos as experiências advindas do contato mais estreito com a realidade do mercado local, desenvolvendo projetos onde os alunos possam praticar o que aprendeu na teoria e assim, haja a solidificação da aprendizagem. À IES 1, classificada como empreendedora e voltada a comunidade recomenda-se continuar investindo em ações que permitam beneficiar tanto alunos quanto comunidade com descobertas teóricas testadas e aprovadas na prática. Esse tipo de intervenção prática na formação dos estudantes poderá ser expandida a outras IES através de parcerias, o que poderá potencializar e fortalecer ainda mais sua atuação empreendedora. A experiência adquirida poderá ser repassada a outros que poderão gerar novas descobertas, favorecendo ainda mais a sociedade que poderá desfrutar dos novos produtos ou serviços oferecidos.

O sistema “S” colocado aqui para demonstrar instituições altamente focadas no ensino profissionalizante, recomenda-se envolver seus usuários em atividades onde teoria e prática andem juntas. Assim, se poderá ter noção da necessidade da formação empreendedora superior como grande aliada para a manutenção dos negócios.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Os objetivos propostos na elaboração desse estudo foram os de realizar a comparação do ensino e da prática de empreendedorismo em Instituições de Ensino Superior públicas e privadas de Boa Vista. Observou-se que os alunos das instituições privadas assimilam a necessidade da formação empreendedora bem mais que os alunos das IES públicas. Considerando que o empreendedorismo é um aprendizado constante e individual, que varia de pessoa para pessoa e que precisa ser estimulado. Considera-se, dessa forma, que seja um comportamento, que, quando



estimulado, pode causar descobertas surpreendentes no indivíduo que por um ou outro motivo se julgava sem a habilidade empreendedora. A criatividade, que é indispensável ao empreendedor, será afluída quando bem estimulada. Quando se considera que os alunos das IES privadas são mais estimulados a colocar em prática ações empreendedoras, então, pode-se compreender o motivo que os levou a assimilar a necessidade da formação empreendedora bem mais que os alunos das IES públicas. Ações empreendedoras podem ser compreendidas aqui como aquelas que oportunizam ao indivíduo agir de forma a ganhar experiência que o auxiliarão quando tiver que enfrentar o mercado de trabalho.

Nas IES públicas evidenciou-se que os alunos estão mais desmotivados que os alunos das IES privadas. Pode-se compreender que se escasseiam ações que poderiam gerar oportunidades de descobertas inovadoras, que trariam benefícios não só aos alunos como também para as IES. As inovações saídas de dentro das IES só reforçam e exaltam seu papel de introdutoras de idéias novas e transformadoras de atitudes.

Verificando-se as formas de ensino de empreendedorismo, observou-se que nas IES públicas esse ensino está basicamente voltado às atividades dentro de sala de aula, com a exposição de aulas no formato tradicional, porém, existe a percepção de que são necessários mais investimentos em ações que favoreçam as práticas empreendedoras. Já as IES privadas buscam bem mais que as públicas, empregar metodologias que favoreçam práticas pedagógicas que visam a ação dos próprios alunos, contudo, na percepção dos alunos, ainda existe a necessidade de se acentuarem ainda mais essas ações práticas. Para os alunos as aulas de empreendedorismo poderiam mesclar teorias e práticas.

Quanto à avaliação das expectativas dos alunos em relação ao aprendizado de empreendedorismo, o que foi encontrado demonstra que nas IES públicas faltam ações para se atingir esse objetivo, pois a mais expressiva expectativa dos alunos ao se matricularem no curso de administração foi a possibilidade de aprender algo para aplicarem ao montar o próprio negócio. Preparação para enfrentar o mercado competitivo é a maior expectativa desses estudantes e, especialmente nas IES públicas, isso é algo que tem deixado a desejar. Nas IES privadas essa expectativa está sendo correspondida à medida que existem mais ações que buscam levar o aluno a interagir com o mercado em que está inserido.

Foi evidenciado nos resultados da pesquisa que as IES privadas dão mais incentivos às práticas empreendedoras, o que dá sentido ao maior interesse dos alunos pelo assunto. Cunha (1997) argumenta que os docentes e as universidades repetem atos que insistem em negar: na

teoria, erguem a bandeira do ensino voltado à prática, com metodologias inovadoras, ações interdisciplinares, porém, reproduzem ações que censuram, como por exemplo, ensino de qualidade discutível, sem conexão com os desafios e com a realidade encarados pela sociedade atual. Avaliando-se que a disciplina de empreendedorismo é um componente instigador do comportamento empreendedor, deve-se buscar expandir e fortalecer tal comportamento nos alunos através da prática.

Deste modo, são necessárias mais pesquisas a respeito desse tema, que é vasto e não se esgota, para que se preencham as lacunas existentes, com a finalidade de conseguir maior abrangência das peculiaridades do empreendedorismo na Amazônia, ampliando e complementando a presente pesquisa. Assim, sugere-se que sejam feitas pesquisas em diferentes locais, para a confirmação do modelo; também que se incluam os Institutos Federais na discussão; ainda estudos que possibilitem traçar um perfil do empreendedor amazônico ou sua comparação com as outras regiões do país; pesquisas que permitam a elaboração de propostas de ampliação do ensino de empreendedorismo desde a escola básica; pesquisas que contemple o empreendedorismo rural e ainda estudos que possibilitem o acompanhamento dos egressos das IES com a finalidade de visualizar quais as atividades econômicas que estão desenvolvendo.

Com o esforço dessa pesquisa espera-se contribuir para a melhoria das práticas do ensino de empreendedorismo nas IES que estão inseridas em uma região tão peculiar do Estado brasileiro: a região Amazônica. Ensinar é tarefa que exige dedicação, esforço e constante atualização e, quem ensina nessa região ainda tem desafios diferenciados a enfrentar. Adequar o ensino de empreendedorismo à realidade amazônica não é tarefa fácil, mas mostra-se possível.

Considerando os resultados obtidos nesse trabalho, sugere-se que as IES busquem adequar suas práticas de ensino à realidade local. Roraima, segundo o SEBRAE (2010), experimenta um considerável crescimento, com migrantes que chegam de todas as partes do país em busca de oportunidades, que vem na forma de empregos públicos, através dos frequentes concursos públicos, ou na procura de uma oportunidade para abrir seu próprio negócio. Assim, é notória a necessidade de maiores investimentos em ações que aproximem comunidade e academia, colocando à disposição de todos os conhecimentos e descobertas que possam servir de amparo empírico e científico aos empreendedores locais. Sugere-se ainda que se façam ações onde seja priorizado o ensino de empreendedorismo desde a formação básica, assim, desde cedo os jovens trilharão o caminho do auto-emprego.

Com base nesse estudo os gestores das IES em questão poderão repensar qual é a vocação que querem que suas respectivas instituições ocupem e qual legado estão deixando para as sociedades onde estão inseridas. Contribuir com o desenvolvimento econômico da região é trazer progresso e prosperidade. Quem busca um curso superior está buscando entre outras coisas, uma profissão, qualificação profissional para enfrentar o mercado de trabalho, seja trabalhando em uma organização ou abrindo o negócio próprio. Isso implica adquirir conhecimentos teóricos, indiscutivelmente necessários em qualquer formação, e os conhecimentos práticos, habilidades que possibilitarão aplicar as teorias aprendidas em sala de aula.

Ao se deparar com essa pesquisa os interessados no assunto poderão encontrar subsídios que caracterizam a educação empreendedora na região amazônica. Compreender a realidade do ensino de empreendedorismo na Amazônia é um desafio. Essa região tem se mostrado propícia ao indivíduo empreendedor, ou melhor, pode-se dizer que quem se dispõe a empreender aqui, terá que buscar instigar profundamente esse comportamento. Dessa forma, a pesquisa visa auxiliar as IES e estudantes a buscarem fazer as adaptações, se houver necessidade, para que o ensino e a prática de empreendedorismo seja a mais adequada possível a essa realidade. Estimular os estudantes a iniciar um negócio ou dar continuidade a um empreendimento com maiores chances de sucesso, pode implicar no maior feito das IES amazônicas.

Algumas limitações que notou-se para a realização desse estudo. Na pesquisa de campo muitos foram os alunos que optaram não dar a sua opinião, especialmente os alunos das IES públicas. Ainda houve em algumas IES pouca receptividade ao questionário. Pretendia-se atingir o maior número possível de estudantes do 8º e 7º semestre, que provavelmente já cursaram a disciplina que trata do empreendedorismo.

Finalizando, sugere-se que as IES procurem incentivar e continuem investindo intensamente na formação empreendedora dos alunos, e que nos cursos de administração haja uma aplicação prática das teorias aprendidas em sala, para que, ao se formarem os alunos tenham a opção de escolherem procurar um emprego ou abrir o próprio negócio, seguros de que, seja qual for a sua opção, terão maiores chances de serem bem sucedidos.

## **REFERÊNCIAS**

**BATISTA, C. H. Estudo comparativo do desenvolvimento das características comportamentais empreendedoras dos alunos da disciplina de empreendedorismo durante o primeiro semestre de 2004 nos cursos de Administração e Turismo e Lazer da FURB – Santa Catarina/Brasil.** Blumenau, 2004. Dissertação (Mestrado em Administração) Programa

de Pós-Graduação em Administração, Centro de Ciências Sociais Aplicadas – PPGAd. Universidade Regional de Blumenau., 2004.

BOAVENTURA, Edivaldo M. **Metodologia da pesquisa: monografia, dissertação e tese**. 1 ed.

- 4 reimpr. - São Paulo: Atlas, 2009.

CARVALHO, Carlos Eduardo e ZUANAZZI, Jeancarlo. Análise das características de alunos de graduação em Administração e sua relação com as expectativas do ensino de empreendedorismo. In: **EGEPE – Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**. 3. Anais... Brasília: UEM/UEL/UnB, 2003, p. 125-141.

CERVO, Amado L. BERVIAN, Pedro A. DA SILVA, Roberto. **Metodologia científica**. 6ª Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

DEGEN, Ronald Jean. Empreendedorismo: uma filosofia para o desenvolvimento sustentável e a redução da pobreza. In: **Revista de Ciências da Administração**. v. 10, n. 21, p. 11-30, mai./ago. 2008. Disponível em:

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor**. 6 ed. São Paulo: Editora de Cultura, c1999.280p.

DORNELAS, José Carlos de Assis. **Transformando idéias em negócios**. 2º ed. Rio de Janeiro, Elsevier, 2005.

EBOLI, Marisa. **Educação corporativa no Brasil: mitos e verdades**. São Paulo: Editora Gente, 2004.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. In: **Revista de Administração de Empresas – RAE**, v.34, n.2, São Paulo, 1999.

GAIÃO, Brunno Fernandes da Silva; SILVA, Thiago Araújo da; QUEIROZ, Cecília Telma Alves Pontes de. Diagnóstico da tendência empreendedora através o modelo de durham: um estudo de caso no setor educacional. In: **Qualit@s Revista Eletrônica**, Vol.8. No 3, 2009.

GEM - **Relatório Global Entrepreneurship Monitor**. IBQP: 2009. Curitiba, 2010.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GOMES FILHO Costa; RADOS, Gregório Jean Varvakis; BASTOS Rogério Cid. Tecnologias de informação e comunicação no apoio ao ensino de empreendedorismo e projetos. In: **Revista Gestão Industrial**. Universidade Tecnológica Federal do Paraná - UTFPR Campus Ponta Grossa - Paraná – Brasil, v. 03, n. 04: p. 51-68, 2007.

HEINONEN, Jarna; POIKKIJOKI, Sari-Anne. An entrepreneurial-directed approach to entrepreneurship education: mission impossible? In: **Journal of Management Development**. Vol. 25, Iss: 1, pp.80-94 2006.

HENRIQUE, D. C; CUNHA, S. K. Metodologias, Recursos e Práticas Didático-Pedagógicas no Ensino de Empreendedorismo em Cursos de Graduação e Pós-Graduação Nacionais e Internacionais. In: **Encontro da ANPAD**, 30, 2006, Salvador/BA. Salvador: ANPAD, 2006.

HISRICH, Robert D. PETERS, Michael. (Tradução) Lene Belon Ribeiro. **Empreendedorismo**.<sup>a</sup> Ed. Porto Alegre, Bookman, 2004.

HOCAYEN-DA-SILVA, Antônio João; CASTRO, Marcos de; MACIEL Cristiano de Oliveira. Perfil profissional e práticas de docência nos cursos de administração: por onde andam as novas tecnologias do ensino superior? In: **RAM – Revista de Administração Mackenzie**. Volume 9, n. 5, 2008, p. 155-178.

KURATKO, D. F. Entrepreneurship education in the 21st: from legitimation to leadership. In: **USASBE National Conference**, January 16, 2004.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 6 ed. - 4 reimpr. - São Paulo: Atlas, 2007.

- MAIA, Fabrício Simplício. MAIA, Tatiane Silva Tavares. Empreendedorismo e gestão no varejo: práticas empresariais premiadas. In: **XVI Seminários em Administração – SIMPEP**, 2008
- MARTENS, Cristina. Dai Prá; FREITAS, Henrique . Influência do ensino de empreendedorismo nas intenções de direcionamento profissional dos estudantes. **Estudo & Debate**, Lajeado, v. 15, p. 71-95, 2008.
- MELLO, Sérgio Carvalho; LEÃO, André Luiz Maranhão de Souza; PAIVA JÚNIOR, Fernando Gomes de. Competências Empreendedoras de Dirigentes de Empresas Brasileiras de Médio e Grande Porte que Atuam em Serviços da Nova Economia. In: **RAC**, v. 10, n. 4, Out./Dez. 2006.
- MENEZES, Robert. Comportamento empreendedor. In: **Locus Científico**, Vol. 01, n. 04, p. 72-82, 2007.
- MINTZBERG, H.; GOSLING, J. Educando administradores além das fronteiras. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 43, n. 2, p. 29-43, abr./maio/jun. 2003.
- MUNIZ, Christine Naome Saito. **Atitude empreendedora e suas dimensões: Um estudo em micro e pequenas empresas**. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade de Brasília – UnB, Faculdade de economia, administração, contabilidade e ciência da informação e documentação – FACE, Programa de Pós-graduação em Administração – PPGA, Brasília, 2008.
- PITTAWAY, Luke ; COPE, Jason. Entrepreneurship Education: A Systematic Review of the Evidence. In: **White Rose Centre for Excellence in Teaching and Learning of Enterprise**. Enterprise and Regional Development Unit, Sheffield University Management School Sheffield, January 2006.
- SEELIG, T. L. Entrepreneurship Education Around the World. In: **NCIIA Annual Meeting**, San Diego, Califonia, March 18, 2005.
- SEPLAN/RR- Secretaria de Planejamento do Estado de Roraima, 2010.
- SOLOMON, G. T.; DUFFY, S.; TARABISHY, A. The State of Entrepreneurship Education in the United States: A Nationwide Survey and Analysis. In: **International Journal of Entrepreneurship Education** 1(1): 1-22, 2002.
- SOUZA, Sheila de; HOELTGEBAUM, Marianne; PERFEITO, Juarez;. O Ensino de Empreendedorismo dos Programas de Graduação em Administração no Estado de Santa Catarina Brasil. In: **VI Colóquio Internacional Sobre Gestão Universitária na América do Sul**, Blumenau, SC, 15 a 17 de novembro de 2006.
- SOUZA, Eda Castro de Lucas II. GUIMARÃES, Tomás de Aquino (organizadores). **Empreendedorismo além do plano de negócio**. São Paulo, Atlas, 2005.
- STEFANO, S. R.; FACINI, M.A. A disciplina de Empreendedorismo no curso de Administração da UNICENTRO: um estudo de caso. In: **encontro nacional dos cursos de graduação em administração - enangrad**, 2004, Florianópolis. Anais..., Florianópolis, 2004.
- WERNER, A; SCHLEMM, M. M. A televisão como instrumento de informação e educação do empreendedor. Estudo de Caso do Programa Paraná Mais Negócios. In: **EGEPE - Encontro de Estudos Sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**. 4. Anais..., Curitiba, p. 256-266, 2005.
- VALADÃO JR., V. M.; GABRIEL, F. S.; MORIGUCHI, S. N. Avaliação do curso de administração da UFU: validando os 8 A's. In: **SEMEAD - Seminários em Administração**, 8., São Paulo, 2005.
- VERGARA, Sylvia Constant. **Métodos de pesquisa em administração**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2008.