

Área temática: Empreendedorismo e Inovação

ENSINO EM EMPREENDEDORISMO: DESAFIOS DA COMPATIBILIZAÇÃO DE
DEMANDAS ACADÊMICAS E PERSPECTIVAS DE MERCADO

AUTORES

CAMILA MACHADO RAIMUNDO

Universidade Estadual de Londrina
camilamramundo@hotmail.com

PRISCILA S. RAMBALDUCCI

Universidade Estadual de Londrina
priscila_rambalducci@yahoo.com.br

MARIO NEI PACAGNAN

Universidade Estadual de Londrina
marionei@usp.br

RESUMO

A atividade empreendedora de forma incremental tem sido alvo de estudos e reflexões pautados pela observação sistemática do ensino e aprendizado do fenômeno empreendedor. Dentro dessa perspectiva emerge a questão central do estudo, que visa analisar como o ensino de Empreendedorismo vem sendo disseminado em Instituições de Ensino Superior. Metodologicamente, a pesquisa classifica-se de cunho exploratório, descritivo e adota o método misto. Os dados qualitativos visam extrair do docente da disciplina de Empreendedorismo como a mesma vem sendo ministrada, e os dados quantitativos visam identificar como a disciplina é avaliada pelos alunos. Para obtenção de dados qualitativos utiliza-se a entrevista semi-estruturada, e para a obtenção de dados quantitativos, utilizam-se questionários de perguntas fechadas. A análise dos dados aponta que a disciplina tem como objetivo estimular o desenvolvimento de uma proposta educacional instigadora e desafiante, que contemple o aprimoramento das potencialidades criativas dos alunos, levando-os a perceber novas opções de emprego, de rentabilidade e reorientação de carreira. Cabe ressaltar que o modelo de ensino tradicional não mais preenche as necessidades e expectativas de mercado e para que a metodologia de ensino seja coerente com a expectativa exigida deve-se procurar equilibrar teoria e prática, além de atividades que estimulem o processo criativo.

Palavras-chave: Empreendedor, Empreendedorismo no Brasil, Ensino de Empreendedorismo.

ABSTRACT

Entrepreneurial activity incrementally has been the subject of study and reflection guided by systematic observation of teaching and learning of entrepreneurial phenomenon. Within this perspective the central question emerges from the study, which aims to examine how the teaching of entrepreneurship is being disseminated in institutions of higher education. Methodologically, the research ranks exploratory, descriptive and adopts the mixed method. Qualitative data aimed at extracting the teacher of entrepreneurship as it is being conducted, and quantitative data aimed at identifying how the discipline is valued by students. To obtain

qualitative data is used to semi-structured interview, and to obtain quantitative data, questionnaires are used closed questions. The data analysis shows that the discipline is meant to stimulate the development of an educational proposal instigator and challenging, covering the improvement of the creative potential of students, leading them to realize new options for employment, profitability and career reorientation. It is noteworthy that the traditional model of education no longer meets the needs and expectations of the market and that the teaching methodology is consistent with the expectation required must seek to balance theory and practice, as well as activities that stimulate the creative process.

Key-Words: Entrepreneur, Entrepreneurship in Brazil, Teaching Entrepreneurship.

1 Introdução

Segundo Dornelas (2003), o empreendedorismo vem se mostrando grande aliado do desenvolvimento econômico. Estudos realizados no campo do empreendedorismo, como o Global Entrepreneurship Monitor (GEM), têm trazido resultados interessantes no tocante às iniciativas empreendedoras, como é o caso do Brasil que em 2008 ocupou a 13ª posição no *ranking* mundial de empreendedorismo com uma Taxa de Empreendedores em Estágio Inicial de 12, 02%, o que significa que de cada 100 brasileiros, 12 realizam alguma atividade empreendedora (GEM, 2008).

Entretanto, um dos fatores preocupantes reside no fato de a maioria dos negócios gerados no país estejam baseados em empreendedorismo por necessidade, ou seja, no suprimento das necessidades básicas de renda e subsistência, ao invés de empreendimentos focalizados na oportunidade, que visam à busca da inovação na criação de negócios diferenciados, pois quanto mais empreendimentos estiverem atrelados ao empreendedorismo por oportunidade, maior será o desenvolvimento econômico (DORNELAS, 2003).

Neste sentido, identifica-se, portanto, a necessidade de criação de um novo perfil profissional, destinado a ocupar um espaço capaz de canalizar este desejo empreendedor dos brasileiros, cabendo às instituições educadoras e, mais especificamente, aos educadores, contribuírem para o desenvolvimento de uma educação empreendedora, incentivando os alunos a explorarem o espaço potencial para o empreendedorismo no país (ARAÚJO; PEREIRA; WOLF, 2007).

Devido à importância do empreendedorismo, como agente desencadeante do processo de desenvolvimento de um país, e do papel da educação empreendedora, o presente estudo se propõe a trazer uma contribuição através de uma abordagem que subsidie a análise de como vem sendo realizado o ensino de Empreendedorismo nos cursos de Administração junto a Instituição de Ensino Superior.

Para tanto será realizado em um primeiro momento um aporte teórico sobre o empreendedor, além de considerar o empreendedorismo no Brasil e o ensino de empreendedorismo. E em um segundo momento desenvolve-se um estudo tendo como unidade alunos formandos do curso de Administração de Empresas, do ano de 2009, da Universidade Estadual de Londrina.

2 Empreendedor e Características Empreendedoras

A atividade empreendedora vem se intensificando no Brasil e no mundo. Diversas pesquisas ao redor do empreendedorismo e do sujeito empreendedor vêm sendo realizadas a fim de se identificar as diversas peculiaridades envolvidas a esse fenômeno. Segundo Hisrich e Peters (2004, p.29):

Empreendedorismo é um processo de criar algo novo com valor dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as conseqüentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal.

Desse modo, o empreendedorismo caracteriza-se como um processo dinâmico e inovador, envolvendo a criação de um novo negócio que agregue valor tanto econômico como social, assumindo os riscos calculados inerentes a qualquer tipo de negócio, e recebendo as

recompensas conseqüentes do esforço, dedicação e comprometimento empregados na realização do negócio.

Para que o empreendedorismo possa ser concretizado faz-se necessário a presença de um agente transformador: o empreendedor. Muitas são as definições oferecidas pela literatura a respeito do sujeito empreendedor, porém uma das mais antigas está pautada na visão de Schumpeter (apud DORNELAS, 2005, p. 39), no qual, segundo o autor “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”. Neste mesmo sentido, Filion (apud BUENO; LEITE; PILATTI, 2004, p. 3) coloca que:

O empreendedor é a pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém um alto nível de consciência do ambiente em que vive usando-a para detectar oportunidades de negócios. Um empreendedor que continua a aprender a respeito de possíveis oportunidades de negócios e a tomar decisões moderadamente.

O empreendedor se apresenta como um dos principais elementos responsáveis pela sobrevivência das organizações, nesse sentido faz-se necessário a compreensão e o conhecimento das características empreendedoras a fim de relacioná-las aos fatores que diferenciam os empreendedores de sucesso dos demais indivíduos.

Conforme observam Raimundo, Pacagnan e Rambalducci (2009) as características e o comportamento empreendedor fazem-se necessários para os gestores das organizações e para todos os indivíduos que desejam abrir um negócio ou não. Diante desta perspectiva apresenta-se o quadro 1 que demonstra as principais características históricas do sujeito empreendedor com base na literatura.

| Data | Autores | Características |
|------|---------------------|---|
| 1848 | Mill | Assume riscos. |
| 1917 | Weber | Origem da autoridade formal. |
| 1934 | Schumpeter | Inovação, iniciativa. |
| 1954 | Sutton | Desejo por responsabilidade. |
| 1959 | Hartman | Origem da autoridade formal. |
| 1961 | McClelland | Assume riscos; necessidade para a realização. |
| 1963 | Davids | Ambição; voltado para a independência; responsabilidade; autoconfiança. |
| 1964 | Pickle | Condutor/ mental; relações humanas; compatibilidade; conhecimento técnico. |
| 1971 | Palmer | Risco calculado. |
| 1973 | Winter | Necessidade pelo poder. |
| 1974 | Borland | Internalidade (locus of control). |
| 1974 | Liles | Necessidade para a realização. |
| 1977 | Gasse | Orientação para valores pessoais. |
| 1978 | Timmons | Condutor/ autoconfiante; orientado para metas; criatividade/ inovação. |
| 1980 | Sexton | Energia/ reação de ambição positiva para revés. |
| 1981 | Welsh e White | Necessidade para o controle; procura responsabilidade; procura desafios; assume riscos moderadamente. |
| 1982 | Dunkelberg e Cooper | Orientado para o crescimento; orientado para a independência; orientado para artesão. |
| 1986 | Fernald e Solomon | Valores dos empreendedores. |
| 1987 | Winslow e Solomon | Mais do que inconformado, suavemente sociopata (Mildly Sociopathic) |

Quadro 1 - Características históricas do empreendedor

Fonte: Solomon e Winslow (apud Dutra; Previdelli, 2007, p. 104).

Sob essa mesma perspectiva, segundo Dornelas (2005), algumas características são inerentes aos empreendedores tais como: 1) Iniciativa para a criação de um novo negócio; 2) Possuir paixão pelo que faz; 3) Utilizar os recursos disponíveis de forma criativa convergindo para a transformação do ambiente social e econômico no qual está inserido; 4) Assumir riscos calculados e a possibilidade de fracassar.

Analogamente, McClelland (apud MACHADO; ESPINHA, 2007) consideram que empreendedores bem-sucedidos apresentam comportamento marcado pela pró-atividade, orientação para realização, compromisso com os outros, além da motivação para realizar, persistência na conquista dos objetivos, criatividade, autoconfiança, capacidade de assumir riscos, capacidade de delegar tarefas e decisões, capacidade para detectar tendências futuras e espírito de liderança.

Por fim, o empreendedor deve encontrar, avaliar e desenvolver novas oportunidades superando as forças que resistem à criação de um novo negócio. Por sua vez, os próprios empreendedores são detentores de um conjunto de atributos que atuam como agentes condicionantes do processo empreendedor, sendo o sujeito empreendedor o responsável pelo impulso ou inibição do negócio (HISRICH; PETERS, 2004).

3 Empreendedorismo no Brasil

Dornelas (2005) coloca que a atividade empreendedora no Brasil passou a ser incorporada na década de 90, quando entidades foram criadas com o intuito de oferecer suporte ao empresário brasileiro na abertura do negócio. Antes dessa época a cultura existente era insipiente e o ambiente político e econômico não favoreciam o surgimento de novos negócios.

O Brasil se destaca como um dos países mais empreendedores do mundo, no entanto, a taxa de empreendedorismo vem sofrendo uma queda no país se comparada aos demais países. Segundo o Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP, 2009), a pesquisa GEM apontou que no ano de 2008, o Brasil, pela primeira vez, desde que a pesquisa foi iniciada no Brasil, ficou fora do grupo dos dez países com as maiores taxas de empreendedorismo, ocupando a 13ª colocação no *ranking* mundial de empreendedorismo.

Essa mudança pode ser entendida pelo fato da alteração no conjunto de países que integraram a pesquisa em 2008, não significando necessariamente uma piora no contexto brasileiro. Países como a Bolívia, Macedônia, Angola e Egito realizaram a pesquisa GEM em 2008 pela primeira vez e ocuparam posições entre os dez países com as maiores taxas de empreendedorismo.

A taxa de Empreendedores em Estágio Inicial (TEA) brasileira foi de 12,02% significando que de cada 100 brasileiros 12 realizam alguma atividade empreendedora, essa taxa figura próxima da média história brasileira, que é de 12,72. A TEA apresentada pelo Brasil ficou próxima das taxas de países como o Uruguai (11,90%), Índia (11,49%), Chile (13,08%) e México (13,09%).

Os países mais empreendedores são advindos da América Latina e Caribe, ficando a Bolívia em primeiro lugar com uma TEA de 29,82%, com uma proporção de um em cada três bolivianos realizam alguma atividade empreendedora. Em segundo lugar no *ranking* mundial ocupa o Peru, com uma TEA de 25,57%, ou seja, em uma proporção de um em cada quatro peruanos realiza alguma atividade empreendedora (IBQP, 2009).

Os cinco países mundiais com a maior TEA e os cinco últimos países com a menor taxa podem ser observados conforme demonstra as informações contidas no quadro 2. Pode-

se observar que as últimas colocações foram ocupadas por países desenvolvidos como a Bélgica (2,85), precedida pela Rússia (3,49) e Alemanha (3,77). A diferença existente na TEA entre o primeiro e o último país no ranking da pesquisa GEM 2008 foi de cerca de vinte vezes, demonstrando a grande heterogeneidade nas condições empreendedoras no mundo conforme o quadro abaixo:

| PAÍSES | TEA 2008 (%) | POSIÇÃO (43 países) | ESTIMATIVA DE EMPREENDEDORES |
|-----------------------|--------------|---------------------|------------------------------|
| Maiores Taxas | | | |
| Bolívia | 29,82 | 1 | 1.192.000 |
| Peru | 25,57 | 2 | 4.358.000 |
| Colômbia | 24,52 | 3 | 6.571.000 |
| Angola | 22,71 | 4 | 1.342.000 |
| República Dominicana | 20,35 | 5 | 1.012.000 |
| Média do Grupo | 24,59 | | 2.895.000 |
| Menores Taxas | | | |
| Dinamarca | 4,04 | 39 | 138.000 |
| Romênia | 3,98 | 40 | 583.000 |
| Alemanha | 3,77 | 41 | 1.950.000 |
| Rússia | 3,49 | 42 | 3.298.000 |
| Bélgica | 2,85 | 43 | 167.000 |
| Média do Grupo | 3,63 | | 1.227.200 |

Quadro 2 – Países com maiores e menores taxas de empreendedorismo no mundo
Fonte: Pesquisa GEM (2008 apud IBQP, 2009)

Com relação à evolução da atividade empreendedora no Brasil, o país apresenta uma TEA superior à média dos demais países integrados na pesquisa GEM, de 10,48% conforme gráfico 1.

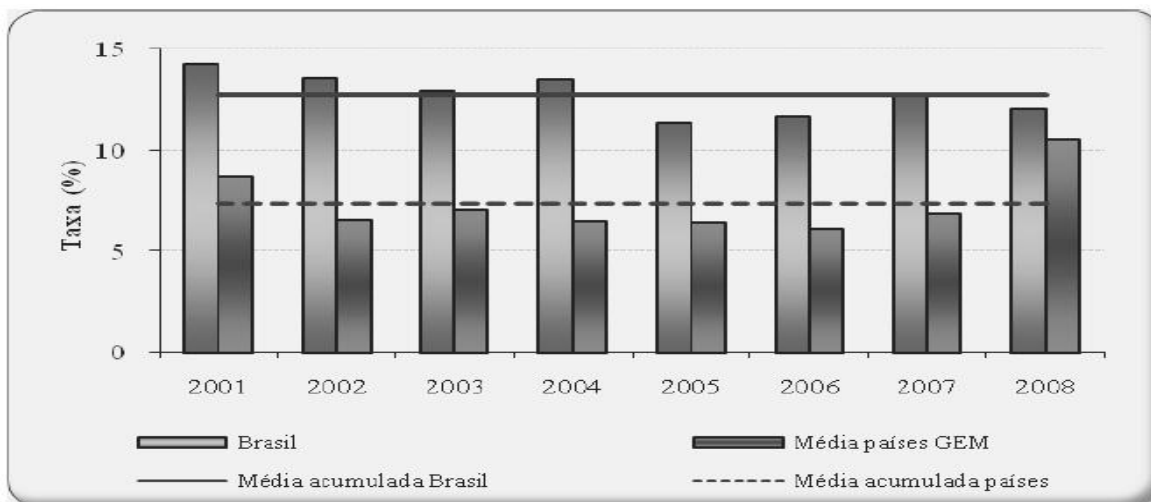


Gráfico 1 – Evolução da taxa de empreendedores iniciais brasileiros em comparação com a média dos países participantes do GEM de 2001 a 2008
Fonte: Pesquisa GEM (2001 a 2008 apud IBQP, 2009).

Os dados da pesquisa GEM no período compreendido entre 2001 a 2008 demonstram que a TEA média brasileira assume um percentual de 12,72% em contrapartida a uma TEA média de apenas 7,25% dos demais países. Esse contexto reforça a idéia de que o Brasil é um

país de alto potencial empreendedor e que na média, o brasileiro é 75,58% mais empreendedor que os demais.

Tal situação é precedida por variáveis condicionantes que impulsionam positivamente o estímulo ao empreendedorismo brasileiro, dentre os quais, segundo Dewes (2005), destacam-se: a) diversidade étnica e cultural; b) visão para identificar oportunidades; c) receptividade ao novo; d) criatividade e flexibilidade; e) potencial do mercado interno, com demandas crescentes e novas frentes a serem exploradas; f) capacidade de adaptação a ambientes hostis; g) crescente receptividade do empreendedorismo no ensino e pesquisa; e, h) ações incentivadoras com a criação de programas voltados a inovação e criação de novas empresas.

Entretanto, ainda permeiam alguns fatores que restringem a atividade empreendedora, os quais, segundo Dewes (2005), podem ser: a) fatores relacionados às políticas governamentais; b) educação e treinamento; c) pesquisa e desenvolvimento (estando inclusa a transferência de tecnologia, suporte financeiro); e, d) entraves burocráticos com excessivas cargas tributárias (que podem acabar por favorecer a opção pela informalidade nos negócios).

Frente a essa perspectiva, a motivação pela abertura dos empreendimentos se apresenta como elemento relevante da análise da atividade empreendedora no país, a fim de se conhecer mais profundamente a natureza dos empreendimentos em países em desenvolvimento.

A natureza dos empreendimentos podem se referir à modalidade de empreendedorismo por oportunidade e à modalidade de empreendedorismo por necessidade. A primeira, de acordo com Dewes (2005), reflete o envolvimento voluntário, ou seja, sem uma causalidade aparente que force o indivíduo a realizar tal atividade. Estes têm outras escolhas à disposição, mas optam por abrir um negócio por interesse pessoal. A segunda, de acordo com Dornelas (2005, p. 28) compreende empreendimentos que são advindos da necessidade do sujeito assegurar a sua sobrevivência “nesse caso, esses negócios costumam ser criados informalmente, não são planejados de forma adequada e muitos fracassam bastante rápido, não gerando desenvolvimento econômico e gravando as estatísticas de criação e mortalidade dos negócios”.

Dewes (2005) coloca que em países mais pobres o empreendedorismo que prevalece é aquele relacionado a segunda natureza, por necessidade, e que tal evidência tem como fator motivador a dificuldade de acesso ao mercado de trabalho e altas taxas de desemprego, fatores que justificam a abertura de um negócio como alternativa de carreira para aqueles que não conseguem uma colocação no mercado de trabalho.

No Brasil grande parte da atividade empreendedora está concentrada nos empreendimentos por necessidade, por razão de sobrevivência, pelo mercado não absorver toda a mão-de-obra existente, e a conseqüente necessidade de geração de renda (ARAÚJO, 2008).

Em níveis mundiais, conforme dados da pesquisa GEM 2008, os países com maiores taxas de empreendedorismo por oportunidade são a Bolívia (20,95), Peru (17,01), República Dominicana (14,04), Colômbia (13,89) e Equador (12,12). Em contrapartida, os países com as menores taxas são: Alemanha, Dinamarca, Rússia, Bélgica e Romênia, respectivamente. Já os países com as maiores taxas de empreendedorismo por oportunidade são a Colômbia (10,15), Bolívia (8,59), Peru (8,02), Angola (7,99) e Jamaica (7,28). Os países com as menores taxas são respectivamente: França, Islândia, Holanda, Bélgica, e Dinamarca.

Diante dessa perspectiva, conforme Dornelas (2005, p.28), “não basta o país estar ranqueando nas primeiras posições do GEM”, antes é necessário que se busque a otimização da atividade empreendedora por oportunidade.

O Brasil historicamente mantém um índice de empreendedorismo por necessidade elevado, em contrapartida, o índice de empreendimento por oportunidade tem estado abaixo

do índice por necessidade. Neste sentido, faz-se necessário que hajam incentivos para abertura de empresas focados em oportunidades a fim de promover o desenvolvimento econômico do país.

4 Ensino de Empreendedorismo

A primeira iniciativa de ensino relacionada ao empreendedorismo teve início na Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas, em São Paulo, no ano de 1981, em um curso de Especialização em Administração. Somente após três anos o seu ensino teve seu conteúdo estendido para a graduação, por meio da disciplina de Criação de Negócios – Formação de Empreendedores (DONABELA, 2001; IBQP, 2009).

No ano de 1984, outras disciplinas foram inseridas com ementas sobre a criação de empresas na Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo (USP) e também no Departamento de Ciência da Computação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (IBQP, 2009).

Na Universidade Federal de Santa Catarina o ensino do empreendedorismo no Curso de Administração foi iniciado em 1995 com a inclusão no currículo de três Disciplinas que contemplaram conteúdos empreendedores e estavam assim distribuídas: no primeiro ano, a disciplina “Criação e desenvolvimento de novas empresas”; no quarto ano, a disciplina “Administração frente a novos cenários mundiais” e, a disciplina Empreendimentos e modelos de negociação”. A proposta contemplava duas dimensões: a dimensão tempo e a dimensão espaço, sendo que a “dimensão tempo” considerava a velocidade em que os processos de mudança se materializavam e a “dimensão espaço” considerava “a era multimídia, da cibernética [...] no processo da vida associada” (UFSC, 1995).

Nota-se que as primeiras ações sobre a importância da educação empreendedora no país aconteceram no ensino de nível superior. Schmidt e Bohnenberger (2009, p. 452) colocam: “Com intuito de promover o comportamento empreendedor, unem-se governos, instituições de ensino e afins; investindo esforços e grandes quantidades de recursos financeiros”.

Henrique, Rossoni e Junior (2009) colocam que as Instituições de Ensino públicas e particulares, de maneira geral, estão caminhando para a implantação do ensino de empreendedorismo em suas grades curriculares. A importância do tema surge em decorrência do quadro de instabilidade dos empregos no Brasil e a das novas funções atribuídas às universidades que, dentre outras, deve proporcionar aos estudantes competências que lhes dêem condições de conseguirem um emprego e/ou criar seu próprio negócio, com o intuito de oferecer-lhes condições de sobreviverem nesta sociedade altamente competitiva.

Souza et al. (2006) apontam que a implementação de cursos voltados para o empreendedorismo justifica-se devido ao fato da crescente conscientização e a postura adotada por parte das universidades, no sentido de proporcionar aos estudantes competências que possibilitem sua inserção no mercado de trabalho, bem como sua sobrevivência sob uma sociedade altamente competitiva.

O empreendedorismo vem sendo ensinado como conteúdo específico de uma disciplina obrigatória na grade curricular. Afora nesta disciplina, alguns docentes lidam transversalmente com o tema em algumas horas-aulas que destinam na programação da disciplina que lecionam dialogando com os alunos sobre a necessidade de adotarem uma postura pró-ativa face às incertezas do mercado de trabalho. Trazer a realidade para a sala de aula é o esforço pedagógico adotado porque desconhecem métodos e técnicas específicos para o ensino de empreendedorismo, sendo esta uma das dificuldades apontadas pelos professores.

A falta de estrutura material e o direcionamento do curso para o empreendedorismo são desafios destacados pelos docentes (SOUZA, 2006).

Álvaro, Pereira e Wolf (2007) evidenciam a importância da educação formal e da utilização de ferramentas gerenciais como o planejamento para o sucesso da gestão de micro e pequenas empresas. No entanto, enfatizam também, a incapacidade do empreendedor de perceber a educação formal como um investimento que vai gerar informações essenciais para o sucesso de seu negócio e, paralelamente, de acreditar na competência das instituições de ensino de proverem efetivamente uma educação empreendedora para aqueles que se dispõem a aprender.

Faz-se necessário, tendo em vista as considerações feitas pelos autores citados acima, compreender os objetivos do ensino de empreendedorismo, uma vez que a efetividade da abertura de negócios de sucesso pode estar vinculada a educação empreendedora. Neste sentido, Dornelas (2005, p 40) coloca que os cursos de empreendedorismo deveriam focar:

[...] na identificação e no entendimento das habilidades de empreendedor; na identificação e análise de oportunidades; em como ocorre a inovação e o processo empreendedor; na importância do empreendedorismo para o desenvolvimento econômico; em como preparar e utilizar um plano de negócios; em como identificar fontes e obter financiamento para o novo negócio; e em como gerenciar e fazer a empresa crescer.

De acordo com o Fórum de Educação Empreendedora (2005, p. 6 apud Araújo, Pereira e Wolf, 2007), o processo de educação da universidade brasileira segue, historicamente, o modelo cartesiano, sendo que “sua forma de atuação, em geral, é pouco sintonizada com a realidade e necessidades do seu ambiente”. Neste mesmo sentido, Tachizawa, Cruz Jr. e Rocha (2003) colocam que: a) os graduados de Administração carecem de formação prática; b) os conhecimentos dos graduados em Administração são genéricos e superficiais; c) os cursos de Administração estão dissociados das necessidades do mercado; d) os cursos de Administração proporcionam ensino desatualizado e não criativo; e) os cursos de Administração não integram os conhecimentos das várias atividades de uma organização empresarial.

Tendo em vista que as Instituições de Ensino desempenham o papel de capacitar seus alunos ao mercado de trabalho, e tendo em vista que o ensino do empreendedorismo pode atuar como instrumento auxiliar na abertura de empresas e que esta atitude proporciona o desenvolvimento econômico e social do país, cabe questionar: Como vem sendo realizado o ensino de empreendedorismo em Instituições de Ensino?

5 Metodologia da Pesquisa

Este estudo tem como objetivo descrever como vem sendo realizado o ensino de Empreendedorismo em Instituições de Ensino. A pesquisa adota o método misto, qualitativo e quantitativo, como metodologia de pesquisa. Os dados qualitativos visam identificar como o docente administra a disciplina de Empreendedorismo junto a seus alunos, qual metodologia adotada e quais os objetivos da disciplina. Os dados quantitativos visam extrair dos alunos como a disciplina Empreendedorismo é avaliada.

Quanto ao objetivo, a pesquisa classifica-se como descritiva e exploratória. Descritiva à medida que discorre sobre como o ensino de empreendedorismo vêm sendo propagado em Instituições de Ensino, e exploratória à medida que tenta investigar a percepção dos alunos a respeito da avaliação que possuem em relação a disciplina cursada. Rudio (1986) coloca que a

pesquisa descritiva visa descobrir e observar os fenômenos de forma a descrevê-los, classificá-los e interpretá-los. Cervo e Bervian (1983, p.56) colocam que os estudos exploratórios têm como objetivo familiarizar-se com o fenômeno ou obter nova percepção.

Tem-se como unidade de pesquisa o docente responsável por ministrar a disciplina de Empreendedorismo e os alunos do último ano de Administração de Empresas, do período matutino, da Universidade Estadual de Londrina, do ano de 2009. Tal escolha justifica-se pelo fato destas serem as primeiras turmas em que foi implementado o novo currículo pedagógico, no ano de 2006. As turmas são compostas de 57 alunos.

Como instrumentos de pesquisa utilizam-se, para os dados qualitativos, a entrevista semi-estruturada junto a docente responsável pela disciplina de Empreendedorismo e Elaboração de Projetos de Negócios. Para os dados quantitativos, questionário contendo treze questões aplicadas junto aos alunos. Segundo Cervo e Bervian (1983, p.157) a entrevista caracteriza-se pela conversa orientada a um objetivo definido, no propósito de recolher por meio do interrogatório do informante os dados necessários à pesquisa, pois “estes dados serão utilizados tanto para o estudo de “fatos” como de casos ou de opiniões” e o questionário é a forma mais utilizada para a coleta de dados, pois se refere a um meio de obtenção de respostas as questões previamente formuladas, que o próprio respondente preenche, além das mesmas estarem logicamente relacionadas com um problema central.

Para a análise dos dados vale-se da análise de conteúdo, para os dados qualitativos, e vale-se da análise estatística descritiva, para os dados quantitativos. Conforme Hair Jr. et al (2005) a análise conteúdo capta os dados através da observação e análise do conteúdo ou mensagem do texto escrito.

6 Análise e Discussão

A análise e discussão dos dados dividem-se em quatro seções. Na primeira apresenta-se o ensino de Empreendedorismo na Universidade Estadual de Londrina, com base o currículo pedagógico de 2006. Na segunda apresenta-se o perfil dos respondentes; na terceira apresenta-se o perfil dos alunos quanto a modalidade escolhida para o desenvolvimento do projeto final do curso; e na quarta apresenta-se a percepção do aluno relacionada a avaliação da disciplina bem como a mesma vem sendo ministrada, segundo o docente.

6.1 Ensino de Empreendedorismo na UEL

O curso de Administração foi criado na Universidade Estadual de Londrina no ano de 1969. A atual matriz curricular foi implementada há quatro anos e seu formato compreende um seriado semestral que se apóia na perspectiva de processo que evolui através de quatro grandes módulos anuais inter-relacionados, subdivididos em focos temáticos que articulam transversalmente diversas atividades didático-pedagógica do curso.

A estrutura conceitual geral de formação do Administrador encontra-se pautada 4 módulos, detalhados a seguir:

- **Módulo 1:** Módulo de Análise da Dinâmica Ambiental (MADA) compreende o estudo e compreensão da dinâmica das organizações e das variáveis ambientais determinantes do funcionamento social e econômico do desempenho das organizações;
- **Módulo 2:** Módulo de Criação e Reciclagem de Negócios (MCRN) compreende o estudo, compreensão conceitual e domínio do ferramental técnico de formação, avaliação e inserção competitiva dos negócios no ambiente;

- **Módulo 3:** Módulo de Gerenciamento do Processo das Organizações (MGPO) compreende o estudo e compreensão do funcionamento dos subsistemas empresariais e a utilização de tecnologia inovadora de gestão na obtenção de resultados pautados na ética e responsabilidade social;

- **Módulo 4:** Módulo de Consolidação da Formação Profissional (MCFP) compreende o estudo e consolidação da compreensão dos negócios e administração de organizações de forma abrangente, sistêmica e integradora.

O curso de Administração tem a duração mínima de 4 anos e o estudante deve cumprir um total de 3.100 horas relativas ao currículo pleno proposto, incluindo as destinadas ao cumprimento de Atividades Acadêmicas Complementares. No primeiro ano, são ofertadas as seguintes disciplinas: Fundamentos de Administração; Sociologia Aplicada à Administração; Economia de empresas; Psicologia Aplicada à Administração; Métodos e Técnicas de Pesquisa em Administração; Evolução do Pensamento Administrativo; Filosofia Aplicada à Administração; Contabilidade Geral; Estatística Aplicada à Administração; e, Matemática Básica para Administração.

No segundo ano, são ofertadas as seguintes disciplinas: Fundamentos de Marketing e Pesquisa de Mercado; Administração da Produção e Operações; Análise de Custos; Matemática Comercial e Financeira; Fundamentos de Direito Administrativo; Empreendedorismo e Elaboração de Projetos de Negócios; Projeto Organizacional; Legislação Tributária; Análise de Investimentos e Mercado de Capitais; Gestão de Pessoas I; e, Legislação Social.

No terceiro ano, são ofertadas as seguintes disciplinas: Administração de Marketing; Administração de Materiais e Logística; Administração Financeira; Estatística Aplicada à Administração; Consultoria em Organizações; Administração de Marketing; Administração da Produção e Operações; Administração de Sistemas de Informação; Gestão de Pessoas II; e, Orçamento Empresarial.

No quarto, são ofertadas as seguintes disciplinas: Administração de Marketing; Administração Estratégica; Economia de Empresas; Gestão de Pessoas; Negociação Empresarial; Trabalho de Conclusão de Curso; Comércio Exterior; Laboratório de Administração e Negócios - Jogo de Empresas; Ética Empresarial e Responsabilidade Social nos Negócios; Gestão de Projetos; Modelos de Tomada de Decisão; Controle e Gestão; e, Optativa I e II.

O curso possui três disciplinas essenciais de formação que são anuais, sendo elas: 1) Métodos e Técnicas de Pesquisa em Administração; 2) Empreendedorismo e Elaboração de Projetos de Negócios e 3) Consultoria em Organizações. Além de cursadas regularmente como disciplina da grade curricular, também são modalidades de escolha de trabalho de conclusão de curso no último ano da graduação.

A disciplina de Empreendedorismo e Elaboração de Projetos de Negócios é anual, sendo ofertada no 2º ano – compreendendo respectivamente ao 3º e 4º semestre, conforme grade curricular – cuja carga horária total é de 102 horas, dividida em 34 horas teóricas e 68 horas práticas. A carga horária total da disciplina responde por 15% da carga horária total do 2º ano. A disciplina apresenta, conforme ementa, os seguintes objetivos:

- 1) Estímulo ao desenvolvimento de visão e capacidade empreendedora dos discentes;
- 2) Fornecer informações sobre tendências mundiais e o papel econômico e social das pequenas empresas na sociedade de forma a despertar no aluno o interesse pela atividade empresarial como opção de carreira;
- 3) Propiciar a análise e avaliação das potencialidades empreendedoras com vistas ao desenvolvimento de projetos de viabilidade de negócios;
- 4) Desenvolver um plano de negócios.

Quanto aos procedimentos de ensino, as aulas são desenvolvidas por meio de exposições do professor, trabalhos em grupos, estudos de caso, apresentação de seminários, e demais técnicas integradoras e participativas. Quanto aos critérios de avaliação, estes se baseiam em aplicação de prova escrita, apresentação de *cases* de empreendedorismo (referentes ao 1º bimestre), palestras com empresário convidado pelos grupos, elaboração e apresentação de um plano de negócios (referentes ao 2º bimestre).

6.2 Perfil dos Alunos quanto à modalidade de Projeto

O curso de Administração de Empresas, do período matutino, constitui-se por duas turmas que corresponde ao total de 57 alunos. Os questionários foram respondidos por 47 alunos, o que totaliza 83,5% do total de alunos do curso. O resultado do cálculo da amostra para populações finitas, com erro amostral de 5% e nível de confiança de 95%, revela a necessidade de aplicação dos questionários junto a 48 alunos. Como o número de alunos que respondeu os questionários equivale a 97,9% da amostra, podem-se considerar os resultados como sendo bastante representativos da população.

Considerando que o curso de Administração da UEL, oferece como possibilidade de escolha da disciplina de trabalho de conclusão de curso, realizado no último ano, as modalidades: 1) Projeto de Criação de Empresa; 2) Projeto de Consultoria, e 3) Projeto de Pesquisa Científica, identificou-se que 48,9% optaram por pesquisa científica como modalidade de escolha, 34% optaram por projeto de criação de empresa, e 17,1% optaram por projeto de consultoria.

Quando indagados a justificar a modalidade escolhida, 46,8% afirmaram escolher a modalidade por afinidade, interesse ou preferência na área, 17,1% optaram pelo aspecto de facilidade ou praticidade na realização, 12,8% desejam abrir negócio próprio, 8,5% possuem empresa familiar, 4,3% trabalham ou já trabalharam na área, 2,1% acreditam possuir espírito empreendedor, e os 8,4% restantes responderam nenhuma das opções.

Quanto a possuir empresa na família 46,8% possuem algum tipo de empresa familiar e 53,2% afirmaram não possuir. Quando indagados aos pertencentes da empresa familiar, em sua grande maioria, 63%, pertence a pai/mãe, 22,2% ao tio (a), 7,4% ao primo (a), 3,7% aos avós, e 3,7% ao esposo (a).

Quanto à pretensão de abertura de algum tipo de negócio, 61,7% pretendem abrir um negócio próprio, e 38,3% não pretendem. Dentre os respondentes que pretendem abrir algum tipo de negócio, suas motivações encontram-se pautadas na independência ou liberdade (34,5%), realização pessoal (20,7%), dinheiro e rentabilidade (17,2%), desafios (13,8%), possibilidades no mercado atual (6,9%), inovação (3,5%) e perfil (3,4%).

Dentre os respondentes que não pretendem abrir negócio próprio, justificam-se pelo fato de não possuírem interesse empreendedor (22,1%), falta de capital financeiro (16,7%), pretensão de seguir carreira em empresa privada nacional/ mundial (16,7%), e pretensão de especialização (16,7%). Outra justificativa encontrada foi devida a escolha por preferência na área pública (11,1%), outros já possuem ou já administram negócio próprio (5,6%), e os demais responderam nenhuma alternativa (11%).

Quanto aos setores de interesse na abertura do negócio destacam-se o setor de comércio (44,8%), seguido por serviços (24,1%), e indústria (20,7%), os demais percentuais (6,9% e 3,5%) correspondem a questões anuladas e por questões respondidas nenhuma alternativa, respectivamente.

Quanto ao tempo de abertura do negócio, 44,8% pretendem abrir um negócio acima de três anos, 27,6% pretendem abrir de um a dois anos, 17,2% de dois a três anos, 6,9% em menos de um ano, 3,5% responderam outra alternativa.

6.3 Educação Empreendedora

A análise dos dados qualitativos, obtidos através de entrevistas semi-estruturadas junto ao docente responsável pela disciplina de Empreendedorismo e Elaboração de Projetos de Negócios, no intuito de se analisar como o ensino do empreendedorismo vem sendo disseminado nas Instituições de Ensino, buscou: identificar os objetivos do ensino em empreendedorismo, as metodologias de ensino utilizadas, a efetividade do curso de Administração de Empresas em possuir uma cultura voltada para a educação empreendedora e os desafios e perspectivas quanto ao ensino de empreendedorismo.

A análise estatística descritiva dos dados quantitativos, obtidos através da aplicação de questionários, buscou identificar como os alunos avaliam a disciplina de Empreendedorismo que cursaram, levantando se a disciplina auxiliará na abertura e gestão do negócio e o avaliando como o conteúdo foi trabalho.

Conforme Souza et. al. (2006) alguns objetivos do ensino superior em empreendedorismo compreendem: a) o desenvolvimento de competências empreendedoras; b) a disseminação da cultura do empreendedorismo; c) a revisão do processo ensino-aprendizagem; d) adoção de projetos pedagógicos desenhados com metodologias alternativas e inovadoras.

Nesse sentido, segundo o entrevistado os objetivos do ensino em empreendedorismo visam:

Estimular o desenvolvimento de uma proposta educacional instigadora e desafiante, que contemple o aprimoramento das potencialidades criativas dos alunos, levando-os a perceber novas opções de emprego, de geração de renda e reorientação de carreira. O que se tem claro é que o modelo de ensino tradicional não mais preenche as necessidades e expectativas de mercado.

Tal consideração corrobora com os resultados das pesquisas de Araújo, Pereira e Wolf (2007) e Tachima, Cruz Jr. e Rocha (2003), uma vez constatado que o ensino tradicional (chamado pelos autores como processo de educação ao modelo cartesiano) não se apresenta coerente com a realidade do ambiente. Segundo os autores, o ensino voltado a alunos de Administração deveria apresentar-se de forma mais prática, dinâmica, criativa, multidisciplinar, com aprofundamento, atualizado e associado às necessidades do mercado.

Segundo Dolabela (1999) e Vésper (1987) apud HENRIQUE, ROSSONI e JUNIOR (2009, p.4) o papel do docente deve se modificar a fim de abandonar as antigas funções de mediador do conhecimento, propiciando um ambiente favorável ao aluno na formação de um indivíduo empreendedor. Nesse sentido, o docente deve estabelecer um *networking* com o ambiente empresarial integrando-o a sala de aula, pois essa metodologia inspira-se em um processo de aprendizagem real e tangível na medida em que “estimule o aprendizado como decorrente da ação no qual o aluno deve ser colocado em situações semelhantes às encontradas na vida real, incitando-o a sair dos limites da sala de aula para entender o funcionamento do mercado”.

Sob essa perspectiva, as metodologias de ensino utilizadas na disciplina em sala de aula compreendem, segundo o entrevistado: “[...] equilibrar teoria e prática, além de atividades que estimulem o processo criativo. O estudo de casos reais, os seminários de

experiências empreendedoras, exercícios de criatividade, debates e desenvolvimento de plano de negócio”.

Segundo dados da GEM (2008 apud IBQP, 2009), o próprio setor educacional brasileiro encontra dificuldades para atender as demandas provenientes das novas tecnologias da educação e conhecimento, bem como da exclusão social e as desigualdades de desenvolvimento, inerentes a qualquer processo de mudança socioeconômico e político.

Nesse sentido, as Instituições de Ensino possuem o desafio de capacitar os docentes para utilizarem novas tecnologias educacionais, além da necessidade de inovação do processo didático e metodológico em prol de um processo de ensino e aprendizagem efetivo, na finalidade de formar indivíduos preparados para tomar decisões pautadas na autonomia e criatividade (IBQP, 2009).

Quanto ao suporte (recursos físicos, salas de aula, equipamentos, tecnologia etc.) fornecido pela instituição na otimização do ensino de empreendedorismo, conforme entrevista “são poucos os recursos disponíveis. Depende muito mais da vontade e do interesse do docente em criar as condições para o ensino empreendedor”.

Sob essa perspectiva o docente se apresenta como um agente inovador e fundamental no ensino, no intuito de promover a formação de indivíduos com valores e dotados de um perfil inovador, características fundamentais ao papel do empreendedor em qualquer sociedade (IBQP, 2009).

Segundo Souza et. al. (2006) partindo-se da demanda do mundo do trabalho por indivíduos com múltiplas competências e de que essas competências necessitam de um ambiente propício para serem desenvolvidas, cabe a universidade o papel de disseminação da cultura empreendedora. Nesse sentido, com relação ao curso de Administração possuir uma cultura voltada para a educação empreendedora conforme a entrevistada:

A proposta pedagógica prevê e propõe uma orientação para a formação empreendedora. No entanto, não há ainda resultados que demonstrem que estamos conseguindo formar alunos empreendedores. O que se percebe é que os próprios alunos vêm para a universidade procurando se manter empregado ou conseguir aprovação em concursos públicos com a expectativa da estabilidade vitalícia.

Nesse sentido, os desafios e perspectivas quanto ao ensino de empreendedorismo na concepção da entrevistada competem:

Disseminar a cultura empreendedora em todos os níveis educacionais; Qualificar o corpo docente para desenvolver metodologias e técnicas pedagógicas diferenciadas e motivadoras, fazendo com que o aluno seja parte integrante da busca de soluções para os problemas empresariais, ambientais e sociais; Estimular a pesquisa no campo do empreendedorismo; Formar parcerias com entidades e forças políticas locais e regionais para o estímulo ao surgimento de empresas emergentes; Criar escolas de negócios dentro da própria estrutura educacional.

Em relação à avaliação dos alunos quanto à disciplina Empreendedorismo tem-se que a maioria dos alunos, (68,1%), acreditam que a mesma os auxiliaram na abertura e gestão do negócio, 16,2% não acreditam que a disciplina os auxiliará, ou seja, que ela não ofereceu respaldo suficiente para que de fato a abertura e gestão do novo negócio possam ser efetivas, os outros 12,7% responderam nenhuma das alternativas.

De modo a justificar os dados acima, tem-se que 51% dos alunos consideram que a disciplina trabalha o conteúdo básico e fundamental; 10,6% consideram o conteúdo apresentado como sendo suficiente; 4,3% consideram o conteúdo da disciplina como interessante e importante; 2,1% consideram que a disciplina oferece um bom planejamento, 19,2% consideram o conteúdo com a base teórica é fraca ou insuficiente; e 12,8% responderam nenhuma opção.

7 Considerações Finais

O objetivo de uma universidade que vise o ensino empreendedor deve promover o desenvolvimento social e econômico a partir de uma formação empreendedora dos futuros profissionais (IBPQ, 2009). Para tanto, deve-se encarar como um fenômeno transversal, não limitado apenas “a fronteira universitária como um sistema dinâmico e aberto, mas, sobretudo, fomentado pela sociedade, no âmbito da empresa, da relação entre as empresas e da importância de espaços geográficos socioeconômicos empreendedores”.

Sob essa perspectiva, as Instituições de Ensino Superior necessitam estabelecer e estreitar suas relações e parcerias com as empresas a fim de desenvolverem projetos que proporcionem a formação de alunos mais criativos, inovadores e autônomos. Sendo assim, uma possível proposta pedagógica de ensino empreendedor deve estar focada na aprendizagem vivencial (IBQP, 2009).

Percebe-se um esforço quanto à adoção de práticas e metodologias de ensino que visem inserir o discente em processos com estímulos criativos no intuito de se equilibrar teoria e prática na academia, objetivando aproximar as expectativas ao ambiente real. Entretanto, mesmo com a existência de uma proposta pedagógica que visa à formação empreendedora, os resultados práticos demonstram uma divergência no sentido de que muitos alunos na opinião do entrevistado ainda pretendem seguir carreira pública e emprego vitalício em outras empresas, ao invés de serem empresários.

As percepções em geral apresentam-se de forma positiva, existindo obviamente lacunas a serem trabalhadas e supridas ao decorrer do tempo, porém as expectativas convergem para a otimização de uma formação voltada para um indivíduo crítico, criativo e empreendedor.

Entretanto, os resultados não podem ser generalizados devido aos respondentes serem pertencentes a apenas uma série do curso, sendo assim, apenas a título de resultados preliminares. De uma forma geral o estudo contribui para o avanço da área, mas não se limita, abrindo espaço para outras reflexões e permitindo confirmar a importância do processo continuado do ensino e da aprendizagem empreendedora.

Sugere-se como futuras pesquisas o desenvolvimento de uma metodologia de ensino para a disciplina de Empreendedorismo que possa se enquadrar com a expectativa de mercado e que motivem os alunos a iniciarem negócios por oportunidades.

Referências Bibliográficas

ARAÚJO, F. K. S. **A importância das ferramentas administrativas para os empreendedores por necessidade do empreender** – JP. 2008. Monografia de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) – Centro Universitário de João Pessoa/UNIPÊ. João Pessoa. Disponível em: <<http://unipe.br/blog/administracao/wp-content/uploads/2008/12/a-importancia-das-ferramentas-administrativas-para-os-empreendedores-por-necessidade-do-empreender-jp.pdf>>. Acesso em: 02 abr. 2009.

BUENO, A. M; LEITE, M. L. G; PILATTI, L. A. **Empreendedorismo e comportamento empreendedor**: como transformar gestores em profissionais empreendedores. XXIV

Encontro Nacional de Engenharia de Produção. Florianópolis - SC. 03 a 05 nov. 2004. Disponível em: <http://www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP2004_Enegep0904_0898.pdf>. Acesso em: 02 abr. 2009.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A. **Metodologia científica**: para uso dos estudantes universitários. 3. ed. São Paulo: Mcgraw-Hill do Brasil, 1983.

COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. **Métodos de Pesquisa em Administração**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

DEWES, M. F. **Empreendedorismo e exportação no setor de desenvolvimento de software**: características de empreendedores e empresas. 2005. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre. Disponível em: <http://volpi.ea.ufrgs.br/teses_e_dissertacoes/td/004042.pdf> . Acesso em: 21 abr. 2009.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

_____. **Empreendedorismo corporativo**: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar em organizações estabelecidas. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

DUTRA, I. S; PREVIDELLI, J. J. Traços do perfil de dirigentes e de gestão em PMES encerradas em um município norte paranaense. In: MACHADO, H. V. (Org.). **Causas de mortalidade de pequenas empresas**: coletânea de estudos. Maringá: Eduem, 2007.

HAR, JR. J. F. ET AL. **Fundamentos de métodos de pesquisa em administração**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

HENRIQUE, D. C.; ROSSONI, L.; JUNIOR, S. S. F. **Ensino de empreendedorismo nas IES**: uma breve análise das práticas didático-pedagógicas. Disponível em: <http://www.pg.cefetpr.br/setor/incubadora/wp-content/themes/2o_epege/Ensino%20de%20Empreendedorismo%20nas%20IES.pdf>. Acesso em: 21 abr. 2009.

HISRICH, R. D; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. 5.ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

IBQP, 2009. **Empreendedorismo no Brasil**: 2008. Curitiba. Disponível em: <[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/5D1CAC412448B0428325757B00697DC7/\\$File/NT0003EF2A.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/5D1CAC412448B0428325757B00697DC7/$File/NT0003EF2A.pdf)>. Acesso em: 15 set. 2009.

MACHADO, H. V; ESPINHA, P. G. Considerações sobre a mortalidade de pequenas empresas. In: MACHADO, H. V. (Org.). **Causas de mortalidade de pequenas empresas**: coletânea de estudos. Maringá: Eduem, 2007.

PEREIRA, M. F.; ARAÚJO, P. C.; WOLF, S. M. **Educação empreendedora no Brasil, uma confrontação com a prática**. 2007. Disponível em: <http://www.oei.es/etp/educacao_empreendedora_brasil_confrontacao_pratica.pdf>. Acesso em: 21 abr. 2009.

RAIMUNDO, C. M.; PACAGNAN, M. N.; RAMBALDUCCI, P. S. **Perfil empreendedor e geração de estratégias:** um estudo descritivo a partir da experiência no setor da construção civil. XII SEMEAD – Seminários de Administração. Disponível em: <<http://www.ead.fea.usp.br/semead/12semead/resultado/trabalhosPDF/402.pdf>>. Acesso em: 25 set. 2009.

RUDIO, F. V. **Introdução ao projeto de pesquisa científica.** Petrópolis, Vozes, 1986.

SOUZA, A. M. **O ensino de empreendedorismo no curso de graduação em Administração da Universidade Federal de Sergipe.** 2006. Dissertação (Mestrado em Educação) - Universidade Federal de Sergipe. Sergipe. Disponível em: <http://cinelandia.ufs.br/tede//tde_busca/arquivo.php?codArquivo=23>. Acesso em: 21 abr. 2009.

SOUZA, E. C. L. et. al. Métodos, técnicas e recursos didáticos de ensino do empreendedorismo em IES brasileiras. In: SOUZA, E. C. L.; GUIMARÃES, T. A. (Org.). **Empreendedorismo além do plano de negócios.** São Paulo: Atlas, 2006.

TACHIZAWA, T.; CRUZ JR., J. B. da; ROCA, J. A. de O. **Gestão de negócios:** visões e dimensões empresarias da organização. São Paulo: Atlas, 2003.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA. Departamento de Ciências da Administração. **Proposta de reestruturação curricular do Curso de Administração.** Florianópolis, 1995.

VERGARA, S. **Métodos de pesquisa em administração.** São Paulo: Atlas, 2005.