

Área Temática: Ensino de Administração

Ensino de Empreendedorismo em Administração: contribuição para a formação de perfil empreendedor

AUTORAS

CARLA MARIA SCHMIDT

Universidade Estadual do Paraná

carlaschmidt@mznet.com.br

IVANETE DAGA CIELO

Universidade Estadual do Oeste do Paraná

ivacielo@unioeste.br

Resumo

As mudanças que estão ocorrendo no mercado, como a revolução tecnológica, a abertura dos mercados e a disseminação da informação, fazem com que as organizações busquem constantemente ajustes em seus sistemas, no intuito de se tornarem competitivas. Assim, a disseminação do estudo de empreendedorismo está crescendo cada vez mais entre governos, universidades, entidades e empresas privadas, uma vez que este fenômeno tem se apresentado como uma ferramenta eficiente para a busca da competitividade organizacional. As universidades possuem potencial para fomentar o surgimento e o desenvolvimento de empreendedores, pois por meio do ensino de empreendedorismo, têm possibilidades de desenvolver nos acadêmicos, o comportamento empreendedor, essencial para o sucesso dos empreendimentos em uma sociedade altamente competitiva. Face à relevância desta área de conhecimento, tem-se como problemática de estudo, a eficácia do ensino de empreendedorismo para a formação do perfil empreendedor. Assim, este artigo tem como propósito identificar se o ensino de empreendedorismo proporciona a evolução do perfil empreendedor, tendo como objeto de estudo, acadêmicos do curso de Administração de uma Instituição de Ensino Superior do Oeste do Paraná. Os resultados deste estudo de caso permitiram observar que o ensino de empreendedorismo fomentou o desenvolvimento e a evolução do perfil empreendedor.

Palavras-chave: ensino; empreendedorismo; perfil empreendedor.

Abstract

The changes that are happening at the market, as the technological revolution, the opening of the markets and the dissemination of the information, do that the organizations constantly look for fittings in your systems, in the intention of became competitive. So, the dissemination of the study of entrepreneurship is growing even more among governments, universities, entities and deprived companies, once this phenomenon has been presenting as an efficient tool for the search of organizational competitiveness. The universities possess potential to foment the appearance and the development of entrepreneurs, because through the entrepreneurship teaching, it has possibilities to develop in the students, the entrepreneur behavior, essential for the success of the organizations in a highly competitive society. Face to the relevance of this knowledge area, we have as study problem, the effectiveness of the entrepreneurship teaching for the formation of the entrepreneur profile. So, this article has as

purpose to identify if the entrepreneurship teaching provides the evolution of the entrepreneur profile, tends as study object, students of an administration higher course from Paraná. The results of this case study showed that the entrepreneurship teaching fomented the development and the evolution of the entrepreneur profile.

Key-words: teaching; entrepreneurship; entrepreneur profile.

Introdução

As mudanças estruturais que estão ocorrendo na economia, como a revolução tecnológica, a abertura dos mercados, a disseminação da informação e a era do conhecimento, fazem com que as organizações busquem constantemente ajustes em seus sistemas, no intuito de se tornarem competitivas. Assim, a disseminação do estudo do empreendedorismo e da formação de empreendedores está crescendo cada vez mais entre governos, universidades, entidades e empresas privadas, uma vez que tem se apresentado como uma ferramenta para a busca do sucesso e da competitividade organizacional.

Para Dolabela (2006), o ensino de empreendedorismo significa uma quebra de paradigmas na tradição didática, uma vez que aborda o saber como consequência dos atributos do ser. Conforme Terra (2006), o ensino de empreendedorismo durante a formação de um novo profissional tem sido considerado pelos especialistas da área como vital para o sucesso deste indivíduo. Salienta-se que, as instituições de ensino que primam pelo desenvolvimento de novas competências para o trabalho têm apostado no ensino de empreendedorismo como ferramenta vital para a manutenção da empregabilidade de seus discentes. Estas instituições concebem seu projeto pedagógico baseado em novos paradigmas educacionais e no desenvolvimento das competências para o trabalho, considerando todas as peculiaridades e incertezas da sociedade do século XXI.

Em se tratando de ensino de empreendedorismo, é fundamental que o aprendiz tenha condições de utilizar as características empreendedoras, aplicando-as nos empreendimentos, pois acredita-se que estas são, de fato, determinantes para a manutenção e o crescimento de um negócio. Um empreendedor gosta do que faz, se dedica, planeja e busca resultados. O simples fato de montar um negócio próprio não é o suficiente para levá-lo ao sucesso, pois ser empreendedor implica em muita dedicação, trabalho e muitas vezes, abrir mão do lazer. Usando o espírito criativo e pesquisador, o empreendedor busca novos caminhos e novas soluções, tendo em vista, as necessidades das pessoas.

Segundo Terra (2006), no que se refere às características empreendedoras, o ensino de empreendedorismo favorece o desenvolvimento de importantes competências, tais como: capacidade de trabalhar em equipe, habilidade de comunicação verbal e escrita, administração do tempo, capacidade de realizar apresentações de idéias, autonomia para aprender e habilidades técnicas gerais e específicas, conforme a área de interesse.

Assim, conforme apontado por McClelland (1972), sabe-se que o diferencial está nas características comportamentais do empreendedor. Desenvolver tais características, que compõem um conjunto de habilidades e competências pertinentes a ele, faz parte do currículo da disciplina de empreendedorismo, e desta maneira, conhecer o comportamento do empreendedor e seus reflexos na empresa, permite uma melhor compreensão sobre os possíveis motivos que levam um empreendimento ao sucesso ou ao fracasso.

Problema de Pesquisa e Objetivo

Apresenta-se como problemática de estudo, a eficácia do ensino de empreendedorismo para a formação e o desenvolvimento do potencial empreendedor nos indivíduos. Assim, tem-

se a seguinte questão de pesquisa: O ensino de empreendedorismo proporciona a evolução do perfil empreendedor de estudantes de administração?

Assim, este estudo se propõe a mensurar se o ensino de empreendedorismo proporciona a evolução do perfil empreendedor de acadêmicos do curso de Administração, durante um semestre de ensino de empreendedorismo. Para tanto, tem-se como objeto de estudo acadêmicos do curso de Administração de uma Instituição de Ensino Superior (IES) do Oeste do Paraná.

Revisão Bibliográfica

O Ensino de Empreendedorismo

O ensino de empreendedorismo vem se disseminando com rapidez no Brasil, estando presente no meio empresarial, nas instituições representativas de classe, na governança, nas instituições de ensino, entre outras. Para Dolabela (1999), a tese de que o empreendedor é fruto de herança genética não encontra mais seguidores nos meios científicos. Assim, é possível que as pessoas aprendam a ser empreendedores, mas dentro de um sistema de aprendizagem especial, bastante diferente do ensino tradicional.

A educação empreendedora é apontada como prioridade na política governamental de qualquer país que queira desenvolver inovações tecnológicas e, com isso, almeje constituir-se em uma economia competitiva no mundo globalizado. (DORNELAS, 2001). Nesse contexto, vale destacar o estudo de Marcarini; Silveira e Hoeltgebaum (2003) no qual é mencionado que nos EUA e no Canadá praticamente todas as instituições de ensino superior contemplam em suas grades curriculares uma disciplina de empreendedorismo.

De acordo com Dolabela (2006), o ensino de empreendedorismo significa uma quebra de paradigmas da tradição didática, uma vez que aborda o saber como consequência dos atributos do ser. A introdução de disciplinas de empreendedorismo assume assim, um caráter revolucionário, por propiciar a formação de profissionais empreendedores, sendo mais adequada aos novos formatos das relações de trabalho decorrentes da reestruturação da economia mundial neste final de século.

Segundo Ferreira e Mattos (2003), o empreendedorismo não é uma técnica, mas uma experiência de vida. A formação de uma pessoa empreendedora é o resultado de ações econômico-culturais e da escola. Para tanto, é fundamental capacitar inicialmente, professores e gestores de negócios no ramo da educação, bem como instituições de suporte ao empreendedorismo.

No Brasil, diversas escolas já incluíram nos seus currículos a disciplina de empreendedorismo, estimulando e favorecendo a criação de novos empreendimentos. Segundo Dornelas (2001), as escolas de negócios deram um enfoque particular ao método de casos, aplicando-o ao contexto empresarial e procurando trazer para a sala de aula, os problemas e dilemas gerenciais enfrentados pelos gestores das mais variadas organizações. Salienta-se que neste tipo de ensino, a participação individual deve ser enfatizada como forma de desenvolver o espírito crítico e participativo, a inserção no grupo e o significado pessoal dado ao conteúdo aprendido.

Dessa forma, considerando que a formação empreendedora é o processo de construção de novos padrões de comportamento, a partir de descobertas sobre as potencialidades pessoais, contextos culturais, motivacionais e sociais, o ensino do empreendedorismo tem sido considerado fundamental para o sucesso de novos empreendimentos. Uma das principais razões para tal, é o fato dele instigar e desenvolver as competências essenciais para um empreendedor, desde que sejam utilizadas técnicas adequadas, que propiciem um real processo de aprendizagem.

Processo de Aprendizagem dos Empreendedores

Considerando que as instituições de ensino são as grandes disseminadoras do conhecimento, e que podem ser formadoras de indivíduos empreendedores, é necessário que estas deixem de lado a forma arcaica de ensino, a qual se preocupa unicamente com a formação de funcionários e utilizem estratégias inovadoras que facilitem o processo de aprendizagem dos alunos. Para tanto, as universidades precisam estar em sintonia com as transformações, visando à alta qualificação das pessoas e a preparação delas para o mercado de trabalho e dos negócios, em especial, para a constituição de empresas voltadas para o desenvolvimento de novos produtos, processo e serviços, capazes de desenvolver um ambiente propício à disseminação da cultura empreendedora.

No entanto, o que se percebe é um distanciamento do que é ensinado na graduação com a realidade sócio-econômica atual. De acordo com Hoeltgebaum e Tomio (2002), os cursos de graduação geralmente utilizam exemplos de grandes empresas ou corporações, sendo que as empresas de micro e pequeno porte somam a grande maioria das empresas registradas no Brasil. É por meio de um ensino, voltado para as necessidades sociais da comunidade que se formarão futuros e verdadeiros empreendedores.

No ensino de empreendedorismo, a forma de aprendizagem é tão importante quanto o que deve ser aprendido, necessitando valer-se de estratégias que levem os alunos a definir, estruturar contextos e a compreender várias etapas de sua evolução. A educação empreendedora deve ajudar os alunos no seu desenvolvimento, devendo ainda ser pró-ativa e utilizar-se de métodos de ensino diversificados, incluindo um acompanhamento pessoal dos objetivos de aprendizagem, individualizado e personalizado a cada participante (FILION, 2000).

De acordo com Ferreira e Mattos (2003), as práticas de ensino que incentivam o empreendedorismo são aquelas que simulam uma situação de empreendimento e que são atividades práticas, interativas e construtivistas. Para os autores, as metodologias que se limitam a simples transmissão de conhecimento, tendem a inibir o potencial de autodesenvolvimento e criatividade dos alunos. Conforme Marcarini; Silveira e Hoeltgebaum (2003) quanto mais o estudante é exposto a experiências empreendedoras, maior será seu potencial empreendedor.

Dolabela (1999) menciona que os pressupostos da formação empreendedora baseiam-se mais em valores sociais do que em conteúdo puramente instrumental, o que é adquirido em consequência da forma de ser. A metodologia, segundo o autor supracitado, responde com novos papéis para aluno e professor, passando este a ser um instrutor do processo de auto-aprendizado pelo aluno, cuja tarefa é o desenvolvimento de habilidades inspiradas na auto-imagem e na própria bagagem existencial psicológica.

De acordo com Gibb (apud DOLABELA, 1999) o processo de aprendizagem do empreendedor se dá através de situações práticas da vida reais, tais como: solucionando problemas, interagindo com os pares e outras pessoas, aproveitando oportunidades, copiando outros empreendedores, pelos próprios erros, através de *feedback* de clientes entre outros. Assim, a aula expositiva tradicional produz pouco efeito sobre a aprendizagem empreendedora, uma vez que a formação do empreendedor se baseia mais em fatores motivacionais e habilidades comportamentais do que em conteúdo puramente instrumental.

Hoeltgebaum e Tomio (2002) salientam que a disciplina de empreendedorismo precisa ensinar ferramentas que outras disciplinas já deveriam ter ensinado, mas cujo conteúdo não foi inserido na grade curricular ou então, foi esquecido de ser exposto pelo docente. Para tanto, Moraes e Hoeltgebaum (2003) propõem um modelo de processo de aprendizagem de empreendedores, considerando o ciclo de vida das organizações. Este modelo divide-se em:

- a) aprendizagem para aprender: maneira pela qual o empreendedor adquire as habilidades que lhe possibilitam abrir o seu próprio negócio;
- b) aprendizagem gerencial: como o empreendedor aprende a gerenciar seu próprio negócio;
- c) aprendizagem estratégica: forma pela qual o empreendedor adquire conhecimento, habilidades e atitudes que lhe possibilitam agir estrategicamente em seu próprio negócio.

Assim, para que o processo de aprendizagem para empreendedores seja efetivo, precisa desenvolver o perfil empreendedor nos alunos, pois quando um indivíduo possui as características empreendedoras bem desenvolvidas, as suas chances de êxito aumentam significativamente.

O Perfil Característico do Empreendedor

O conceito de empreendedor vem mudando conforme o tempo e a localização onde este é formulado. Assim, várias são as definições encontradas para este termo. Pesquisadores como Schumpeter (1985), Drucker (1987), Degen (1989), Bolton e Thompson (2000) associam o empreendedor com a inovação. Para eles, os empreendedores buscam mudanças, reagem a elas e as exploram como sendo uma oportunidade, nem sempre vista pelos demais. São pessoas que criam valores novos e diferentes, não restringindo o seu empreendimento a instituições exclusivamente econômicas. São essencialmente inovadores, com capacidade para conviver com riscos e incertezas envolvidas nas decisões.

O empreendedor é descrito também como um indivíduo com bastante iniciativa, agressivo para negócios, farejador de oportunidades, ansioso em montar seu próprio empreendimento e explorar seu potencial, sendo dinâmico e inquieto. (AQUINO, 1987).

Outra conotação para o termo *entrepreneur* é percebida por Filion (1999) e Thompson (1999) ao afirmarem que um empreendedor é uma pessoa que possui, desenvolve e realiza visões, ou seja, aquele que define por si mesmo o que vai fazer e em que contexto será feito, considerando seus sonhos, desejos, preferências e o estilo de vida que deseja, para assim, dedicar-se a seu trabalho, que é realizado com prazer.

Muitos economistas discutiram que o comportamento empreendedor é causado pelas imperfeições do mercado que criam uma oportunidade para que os empreendedores acumulem riqueza acima da média econômica. Porém, segundo Busenitz e Barney (1997) estes pesquisadores não explicaram porque alguns indivíduos podem perceber e explorar estas oportunidades e outros não. Isto fez com que alguns economistas reconhecessem que os empreendedores têm aptidões especiais (Schumpeter), recursos especiais (Schultz) e níveis incomuns de atenção às oportunidades (Kirzner; Kaish; Gilad) (apud BUSENITZ e BARNEY, 1997).

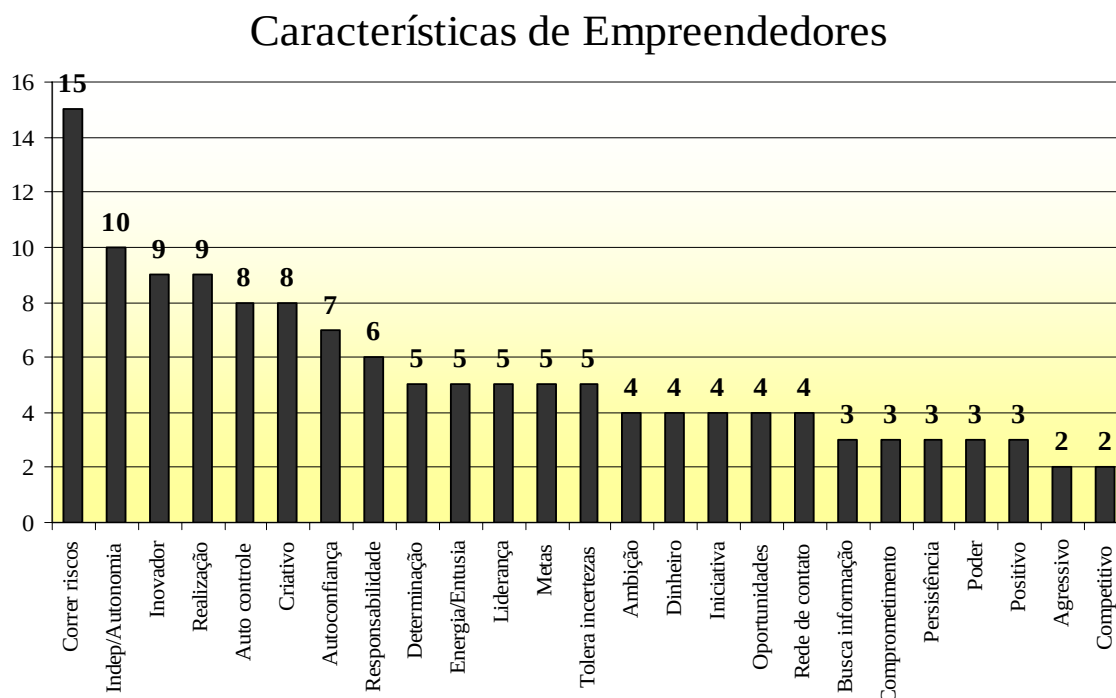
Esta idéia é reforçada por Farrel (1993) ao afirmar que o empreendedor é um indivíduo capaz de utilizar uma estratégia para agregar valor às oportunidades percebidas. Menciona ainda que empreendedores não nascem feitos e nem são pequenos gênios. Eles acontecem em função das circunstâncias, ou ainda, de ambientes e contextos que propiciem o desenvolvimento do potencial empreendedor. Ou seja, suas características podem ser moldadas durante a sua trajetória.

Vários outros pesquisadores encontraram características comuns aos empreendedores. De acordo com a teoria de McClelland (1972) o comportamento dos empreendedores está dividido em três grupos. O primeiro é o conjunto de realizações, abordando a busca de oportunidades e iniciativa, persistência, propensão ao risco calculado, exigência de qualidade e eficiência e comprometimento. No segundo grupo são abordados aspectos referentes ao planejamento, englobando busca de informações, estabelecimento de metas, planejamento e

monitoramento. O terceiro é o conjunto de poder, integrando as características de independência e autoconfiança, persuasão e rede de contatos. O autor menciona ainda que o empreendedor é um indivíduo confiante, perseverante, diligente, habilidoso, criativo, visionário, versátil, inteligente e perceptivo.

Um estudo contemporâneo realizado por Walter et al. (2006), junto a cinco bases de dados e obras clássicas, aponta as características mais citadas por vinte e cinco autores clássicos da área, como sendo essenciais ao perfil empreendedor, conforme Gráfico 1.

Gráfico 1 – Perfil empreendedor destacado por autores da área



Fonte: Walter et al. (2006)

Neste estudo, conforme Gráfico 1, os autores apontam as 25 características mais citadas como sendo componentes do perfil empreendedor. Destacam-se a capacidade de correr riscos, seguida de independência/autonomia, capacidade de inovar e necessidade de realização, como sendo os aspectos mais mencionados, com 15, 10, 9 e 9 citações, respectivamente.

Comparando-se o estudo de Walter et al. (2006) com a teoria de McClelland (1972), verifica-se que os autores contemporâneos reafirmam, em grande parte a teoria comportamental de McClelland, motivo pelo qual optou-se neste estudo pela reaplicação de seu modelo.

Metodologia

Esta pesquisa apresenta abordagem quantitativa e qualitativa, de caráter descritivo. A coleta dos dados foi realizada, por meio da replicação de um questionário sobre as características comportamentais empreendedoras, traçadas por McClelland (1972). A pesquisa deu-se em dois momentos distintos: no início e ao final de um semestre de ensino de empreendedorismo.

Em relação ao instrumento, a pontuação máxima sugerida para cada característica é de vinte e cinco pontos, e é importante salientar que McClelland (1972) só considerava empreendedor o indivíduo cuja pontuação mínima atingisse quinze pontos. O questionário foi

composto por cinquenta e cinco perguntas objetivas, onde para cada uma delas, o respondente atribui um valor de um a cinco, sendo que o número um corresponde a nunca, o dois a raras vezes, o três a algumas vezes, o quatro a usualmente e o cinco a sempre. O instrumento é constituído por uma tabela composta por uma seqüência estruturada de somas e subtrações, impedindo que o entrevistado tenha sido tendencioso em suas respostas. Mesmo que isto, eventualmente tenha ocorrido, o questionário possui um fator de correção, que permitiu certo controle para a pontuação geral.

Como objeto de estudo, trabalhou-se com acadêmicos do curso de Administração de uma IES do Oeste do Paraná, sendo que foram envolvidos todos os alunos da referida disciplina.

Análise dos Resultados

A finalidade principal deste estudo é responder a pergunta de pesquisa, que procurou investigar se o ensino de empreendedorismo proporcionou a evolução do perfil empreendedor nos acadêmicos do curso de Administração de uma instituição de ensino.

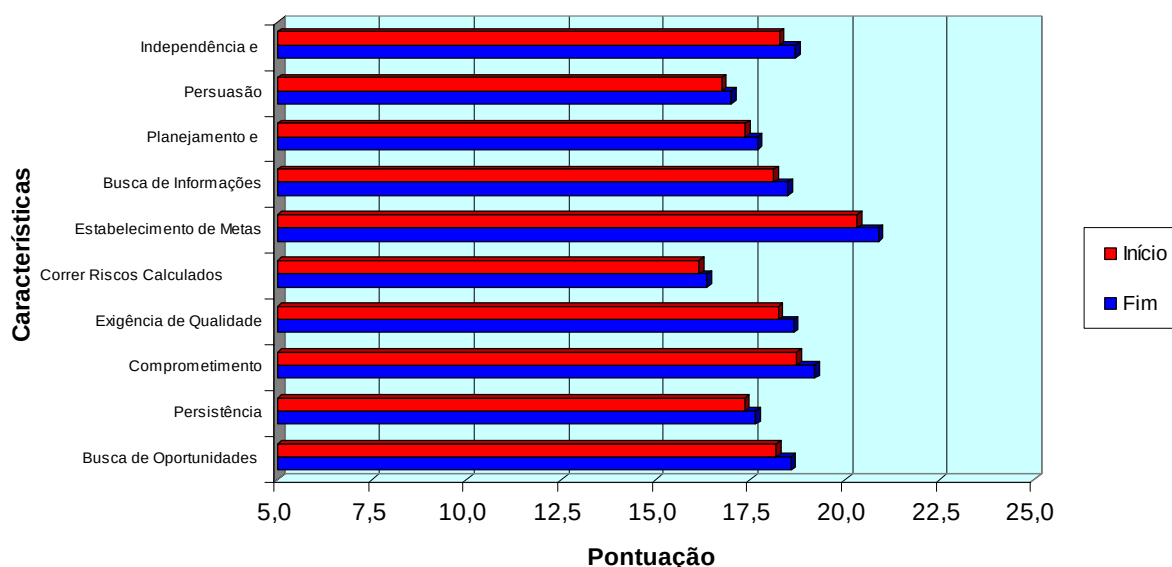
O perfil dos pesquisados, de acordo com a mensuração feita através do questionário de McClelland (1972) demonstra que os acadêmicos possuem perfil empreendedor, pois de acordo com o Gráfico 2, estes apresentam um bom nível de desenvolvimento de todas as características comportamentais empreendedoras (CCEs).

Nota-se que há uma média consideravelmente elevada em todas as características. Contudo, é fundamental observar que os acadêmicos já possuíam desenvolvimento superior a quinze pontos em todas as CCEs no início do semestre, indicando que a população pesquisada já possuía o perfil empreendedor antes das aulas de empreendedorismo.

Observa-se que a característica preponderante, ou seja, em que a média dos pesquisados apresenta maior desenvolvimento (20,3) pontos é estabelecimento de metas. Esta CCE é extremamente importante para o indivíduo que possui um empreendimento, já que a definição de objetivos auxilia na concretização da visão do empreendedor, além de possibilitar que a realidade existente se aproxime bastante do futuro desejado.

A característica que apresentou menor desenvolvimento (16,4) foi a de riscos calculados, apesar de a mesma esta ter alcançado, na média, a pontuação que McClelland (1972) atribuiu ao empreendedor.

Gráfico 2 – Comparação do perfil empreendedor dos pesquisados



Fonte: Dados da pesquisa

Por meio do Quadro 1 é possível realizar uma análise comparativa mais detalhada das médias dos pesquisados, uma vez que este apresenta a variância exata de cada característica nas duas fases da pesquisa.

Quadro 1 – Evolução do perfil empreendedor dos acadêmicos

Características empreendedoras	Média do início do semestre	Média ao final do semestre	Evolução
Busca de Oportunidades	18,2	18,6	0,4
Persistência	17,4	17,6	0,3
Comprometimento	18,7	19,2	0,5
Exigência de Qualidade	18,2	18,6	0,4
Correr Riscos Calculados	16,1	16,4	0,2
Estabelecimento de Metas	20,3	20,9	0,6
Busca de Informações	18,1	18,5	0,4
Planejamento	17,4	17,7	0,3
Persuasão	16,8	17,0	0,3

Fonte: Dados da Pesquisa

Apesar dos acadêmicos já possuírem perfil empreendedor no início do semestre, o fato de ter ocorrido uma evolução em todas as características após as aulas pressupõe que o ensino de empreendedorismo contribuiu para o desenvolvimento e o fortalecimento do perfil empreendedor dos jovens acadêmicos em estudo.

Ao analisar o Quadro 1, nota-se que a característica em que os acadêmicos apresentaram maior evolução foi estabelecimento de metas, com uma variação positiva de 0,6 pontos, seguida da característica comprometimento, que apresentou uma variação positiva de 0,5 pontos.

O estudo permite observar também que estas foram as duas CCEs mais desenvolvidas, respectivamente, no início do semestre, o que mostra que o ensino de empreendedorismo continuou estimulando o desenvolvimento do perfil empreendedor nos acadêmicos, mesmo nas características que eles já apresentavam boa *performance* empreendedora.

Por fim, pode-se dizer que estas duas características apresentam uma correlação muito forte, uma vez que para atingir as metas estabelecidas é preciso ter comprometimento, dedicação e empenho, ou seja, empenhar-se pessoalmente na conclusão das tarefas às quais se submetem. Além disso, o estabelecimento de metas é um fator muito importante para um administrador, pois, auxilia-o no trabalho de concretização de sua visão.

Por outro lado, a característica em que os alunos apresentaram menor evolução foi correr riscos calculados, apresentando uma variação positiva de 0,2 pontos. Isso demonstra que eles ainda estão poucos propensos a se envolver com atividades novas e desafiadoras neste momento.

Pelo exposto, pode-se dizer que o ensino de empreendedorismo fomentou o desenvolvimento e a evolução do perfil empreendedor nos acadêmicos do curso de Bacharelado em Administração da Instituição de Ensino Superior pesquisada.

Conclusão

O empreendedorismo é um dos principais motores da economia na sociedade, principalmente, por promover riqueza e bem-estar, através da criação de empreendimentos e da geração de empregos. Muitas pessoas adquirem perfil empreendedor sem precisar freqüentar cursos, contudo, acredita-se que ele pode ser desenvolvido e lapidado.

Neste contexto, este estudo procurou identificar se o ensino de empreendedorismo desenvolveu nos acadêmicos investigados, o perfil empreendedor identificado por McClelland (1972). Isto proporcionou a IES pesquisada, um maior conhecimento sobre quem são seus alunos e se o ensino de empreendedorismo está desenvolvendo empreendedores no curso.

Antes das aulas de empreendedorismo, os alunos já apresentavam características empreendedoras bem definidas, sendo que após terem contato com a realidade empreendedora, tais características sofreram alterações positivas, o que leva a crer que o ensino de empreendedorismo tenha contribuído para tal evolução. Entretanto, não se pode afirmar que tais características sejam a garantia de sucesso, mas elas poderão proporcionar maior disposição para empreender.

As características estabelecimento de metas e comprometimento apresentaram um maior grau de desenvolvimento, o que leva a concluir que os entrevistados estão sendo orientados para a busca de resultados, por meio de uma definição clara de objetivos, uma vez que estes auxiliam o empreendedor para concretizar a sua visão.

Desta forma, pode-se concluir que a população pesquisada apresentou evolução em todas as características comportamentais empreendedoras, após um semestre de aula, o que mostra que é possível ensinar empreendedorismo, e que isto ocorreu de fato, no caso da instituição pesquisada.

Acredita-se que este estudo contribuiu para a IES investigada, pois de acordo com Batista (2004) é importante verificar a evolução dos acadêmicos ao longo de um curso de empreendedorismo.

Cabe mencionar também que a pesquisa apresenta como principais limitações o fato de ser aplicada somente a uma turma, caracterizando-se um estudo de caso. Além disso, o tempo de intervalo entre as aplicações do instrumento foi relativamente curto, apenas um semestre letivo. Recomenda-se realizar mais estudos com o intuito de solucionar estas lacunas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AQUINO, C. O Empreendedor e o Empresário. In: **Anais do RH Brasil**, São Paulo, 1987.
- BATISTA, C. H. **Estudo comparativo do desenvolvimento das características comportamentais empreendedoras dos alunos da disciplina de empreendedorismo durante o primeiro semestre letivo de 2004 nos curso de Administração e Turismo & Lazer**, Santa Catarina. 2004. Tese de Mestrado.
- BOULTON, W. K.; THOMPSON, J. L. *Entrepreneurs: Talent, Temperament, Technique*. Butterworth Heinemann: Oxford, 2000.
- BUSENITZ, Lowell W.; BARNEY, Jay B. *Differences between entrepreneurs and managers in large organizations: biases and heuristics in strategic decision-making*. **Journal of Business Venturing**. Elsevier Science: vol. 12, n.1, p. 09-30, 1997.
- DEGEN, R. **O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial**. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.
- DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Cultura Editora, 1999.
- _____. **O ensino de empreendedorismo no Brasil: uma metodologia revolucionária**. Disponível em: [http:// www.cin.ufpe.br](http://www.cin.ufpe.br). Acesso em 29 ago. 2006.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- DRUCKER, P. **Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios**. São Paulo: Pioneira, 1987.
- FARREL, L. C. **Entrepreneurship**. Fundamentos das organizações empreendedoras. São Paulo: Saraiva, 1993.
- FERREIRA, P.G.G.; MATTOS, P.L.C.L. Empreendedorismo e práticas nos cursos de graduação em administração: os estudantes levantam o problema. In: **ANPAD**, 26, 2003, Rio de Janeiro, 2003.
- FILION, Louis Jacques. Diferenças entre sistemas gerenciais de empreendedores e operadores de pequenos negócios. **Revista de Administração de Empresas RAE**. São Paulo, v.39, n.4, p. 6-20, out/dez. 1999.
- _____. **O empreendedorismo como tema de estudos superiores**. In: IEL NACIONAL, Brasília, 2000.
- HOELTGEBAUM, Marianne; TOMIO, Dílson. A necessidade das universidades formarem empreendedores: o caso da Furb e propostas. **Revista de Negócios**. Blumenau, v.7, n.2, p.41-53, abr/jun. 2002.
- MARCARINI, Adenir; SILVEIRA, Amélia; HOELTGEBAUM, Marianne. O desenvolvimento do empreendedor nas universidades como instrumento de geração de novos

negócios. In: *THIRD INTERNATIONAL CONFERENCE OF THE IBEROAMERICAN ACADEMY OF MANAGEMENT*, 2003, São Paulo. *International Conference of the Iberoamerican Academy of Management*, 2003. v.1. p.1 – 28.

MCCLLELAND, David. **A sociedade competitiva**: realização e progresso social. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

MORAES, Liege Viviane dos Santos; HOELTGEBAUM, Marianne. Um modelo para a análise do processo de aprendizagem de empreendedores. In: *THIRD INTERNATIONAL CONFERENCE OF THE IBEROAMERICAN ACADEMY OF MANAGEMENT*, 2003, São Paulo. *International Conference of the Iberoamerican Academy of Management*, 2003. v.1. p.1 – 25.

SCHUMPETER, Joseph A. **Teoria do desenvolvimento econômico**: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. 2.ed. São Paulo: Nova Cultura, 1985.

TERRA, Branca. **O empreendedorismo e a inovação tecnológica**. Disponível em: <http://www.capitalderisco.gov.br>. Acesso em 03 out. 2006.

THOMPSON, John L. *The world of the entrepreneur - a new perspective*. *Journal of Workplace Learning*. Bradford: v.11, n. 6, p. 209, 1999.

WALTER et al. **Empreendedor start-up X empreendedor corporativo**: um enfoque na literatura sobre suas diferenças e semelhanças. Caderno de estudos em administração. Blumenau: Nova Letra, 2006.