

Área Temática:
Empreendedorismo e Inovação

Ensino de Empreendedorismo em Cursos de Administração: um Levantamento da Realidade Brasileira

AUTORES

SAULO FABIANO AMÂNCIO VIEIRA

Facesi/PPGA Uninove
saulo@uel.br

GERSON ANTONIO MELATTI

Universidade Estadual de Londrina
gmelatti@uel.br

WAGNER SEIKI OGUIDO

Universidade Estadual de Londrina
wagner_oguido@yahoo.com.br

CLEUFE PELISSON

Universidade Estadual de Londrina
cleufe@uel.br

Resumo

O empreendedorismo tem se tornado ao longo dos anos uma importante área para o incentivo à criação de novos negócios, sendo que vários países tem realizado ações para incluir o ensino de empreendedorismo nos currículos de ensino básico e superior, como forma de estimular a educação empreendedora. Este estudo tem como objetivo identificar de que forma se dá o ensino de empreendedorismo como atividade integrante dos Projetos Pedagógicos dos Cursos de Graduação em Administração no Brasil. Utilizou-se como base teórica trabalhos relacionados ao empreendedorismo e suas abordagens, bem como sobre a educação empreendedora. O estudo se caracteriza como sendo exploratório, descritivo e quantitativo. Foi considerado universo da pesquisas os cursos de administração no Brasil dos quais consegui-se uma amostra de 135 respondentes, sendo esta amostragem não-probabilística, por adesão. A coleta de dados foi feita por meio de aplicação de um questionário estruturado e os dados foram analisados estatisticamente com o auxílio do Microsoft Excel e do software SPSS. A pesquisa caracteriza as IES respondentes, levanta o perfil acadêmico dos coordenadores de curso de administração, descreve as formas em que a disciplina de empreendedorismo vem sendo abordada no país, os recursos materiais e tecnológicos utilizados pelas IES.

Palavras-chave: Empreendedorismo, Formação Empreendedora, Práticas Pedagógicas.

Abstract

Entrepreneurship has become over the years an important area to encourage the creation of new businesses, and several countries have particularly sought to include the teaching of entrepreneurship in the curricula of basic and higher education as a way to encourage entrepreneurial education. This study aims to identify how it is given to students of entrepreneurship as an integral activity of the Pedagogic Projects of undergraduate

programs in business administration in Brazil. Was used as a theoretical basis related work and their approaches to entrepreneurship, as well as on entrepreneurial education. The study is characterized as exploratory, descriptive and quantitative. It was considered the realm of research management courses in Brazil of which could be a sample of 135 respondents, which is non-probability sampling for membership. Data collection was done through application of a structured questionnaire and data were statistically analyzed with the help of Microsoft Excel and SPSS software. The survey respondents characterized the course, raises the academic profile of the course coordinators of administration, describes the ways in which the discipline of entrepreneurship has been addressed in the country, material and technological resources used by the course.

Key Words: *Entrepreneurship, Enterprising Formation, Pedagogical Practices*

1. Introdução

A partir da década de 1980 o ambiente empresarial vivenciou um crescente aumento da concorrência dos mercados e a grande utilização de tecnologias nos processos produtivos causando desafios e incertezas, no mundo empresarial. Neste cenário Sendo assim, as organizações se viram obrigadas a investir em novas e eficientes formas de gestão, e algumas delas buscam o empreendedorismo para esse fim.

Surge então a necessidade de se desenvolver o potencial empreendedor que encontrou respaldo na comunidade acadêmica que, por sua vez, deu início a diversos estudos sobre o tema, resultando na expansão do conceito do empreendedorismo para quase todas as disciplinas das ciências humanas. (FILION, 1999). Dornelas (2005) ressalta que nos países onde há apoio e incentivo a novos empreendedores constata-se um crescimento econômico e queda da taxa de desemprego. Portanto, o empreendedorismo passa a ser a causa de desenvolvimento da economia e geração de empregos.

Desta forma, os pesquisadores passaram a não somente estudar o fenômeno empreendedor em si, mas também deram início a estudos referentes ao ensino do empreendedorismo, da formação empreendedora. A disseminada crença de que a capacidade empreendedora é inata ao ser humano, começou a ser descartada no ambiente acadêmico, acreditando-se cada vez mais que “o processo empreendedor pode ser ensinado e entendido por qualquer pessoa” (DORNELAS, 2001, p. 38).

Como consequência houve um aumento de publicações sobre ensino de empreendedorismo em eventos nacionais como o Enanpad e Egepe, com 13 e 16 publicações respectivamente; e nos periódicos internacionais: *Journal of Business Venturing* e *Education + Training*, o primeiro com 7 artigos disponibilizados e o segundo com quantidade mais expressiva, 27 publicações (HENRIQUE; CUNHA, 2006). Os autores relatam que as instituições de ensino superior continuam em sua maioria formando empregados, sendo que o ensino de empreendedorismo no Brasil se mostra em fase de consolidação e formação.

Diante deste cenário, se faz necessário pesquisar sobre as práticas didático-pedagógicas utilizadas no ensino do empreendedorismo visando compreender o fenômeno do empreendedorismo e conhecer o processo de formação dos empreendedores, a fim de identificar metodologias e práticas que dêem suporte para esse tipo de educação no contexto brasileiro.

Este estudo busca identificar de que forma se dá o ensino de empreendedorismo como atividade integrante dos Projetos Pedagógicos dos Cursos de Graduação em Administração no Brasil. Entre os fatores estudados estão as práticas didático-pedagógicas utilizadas para o ensino de empreendedorismo e o perfil acadêmico dos coordenadores do curso.

O presente trabalho está estruturado da seguinte maneira: primeiramente apresenta-se a fundamentação teórica sobre o empreendedorismo e sobre a formação empreendedora. Então se faz um breve comentário sobre as instituições de ensino superior do país, seguido da apresentação dos procedimentos metodológicos bem como dos dados coletados nas universidades em estudo. Ao final são realizadas as considerações da pesquisa.

2. Empreendedorismo: Definição e Abordagens de Estudo

Empreendedorismo é a livre tradução da palavra *entrepreneurship*, utilizada para designar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, suas atividades e seu universo de atuação (DOLABELA, 1999). Percebe-se, assim, que o comportamento do empreendedor é o verdadeiro objeto de estudo dos pesquisadores sobre o tema, os quais são atraídos pela riqueza de características e atitudes observadas nos empreendedores.

Essa variedade de conteúdo e aspectos gerou muitos estudos e pesquisas sobre o tema empreendedorismo, sendo que cada um deles carrega visões e abordagens de diversas áreas

do conhecimento. Porém, mesmo após muitos trabalhos os estudiosos ainda não chegaram a um consenso sobre as verdadeiras razões que levam alguém a criar uma empresa.

Isso talvez se justifique pelo fato de que os empreendedores não representam um grupo homogêneo e surgem em contextos sociais diferentes e, por isso, os modelos propostos não conseguem abarcar as diferentes formas de operar um negócio e torná-lo bem sucedido (GUIMARÃES; OLIVEIRA, 2002, p. 2).

Percebe-se que não há limites claros em cada abordagem de estudo sobre o tema, e que cada nova visão traz consigo boa parte do conhecimento obtido em estudos anteriores, com mudanças relativas à época e ao contexto em que foram realizadas.

É possível dizer que três abordagens de estudo nortearam, e continuam orientando, boa parte dos trabalhos sobre o empreendedorismo, sendo bem expressivas em relação aos demais estudos. São elas a abordagem econômica, a comportamental e a sociológica. Os pesquisadores da perspectiva econômica definem os empreendedores como pessoas que buscam identificar elementos inerentes aos agentes econômicos e destacar seu papel na formulação de processos inovadores em gestão e tecnologia. Esta corrente é defendida por Cantillon, Say e Schumpeter, sendo que para os dois primeiros autores os empreendedores podiam ser vistos como pessoas que corriam riscos. Say fazia distinção entre empreendedores e capitalistas, bem como entre os lucros de cada um e, com isso, começou a associar os empreendedores à inovação, vendo-os como agentes de mudança (FILION, 1999).

Schumpeter foi o mais expressivo autor dessa corrente, associando o empreendedor à inovação, e mostrando em sua obra a importância dos empreendedores na explicação do desenvolvimento econômico. Para Schumpeter, o empreendedor além de ser um inovador, é responsável por desenvolver tecnologias que ainda não foram testadas.

Em seguida temos a abordagem comportamental, que encontrou na figura de McClelland o autor que deu início à contribuição das ciências do comportamento para o empreendedorismo (FILION, 1999). Essa perspectiva trata das responsabilidades individuais na criação e gestão de negócios, tendo como fundamento as características psicológicas e comportamentais dos empreendedores. Depois de McClelland, os comportamentalistas dominaram o campo do empreendedorismo, e entre as características atribuídas por eles aos empreendedores estão a inovação, liderança, criatividade, iniciativa, autoconfiança e necessidade de realização.

Nas teorias de base social, assim como nas anteriores, destaca-se o papel do empreendedor como inovador e criador de negócios, porém, não são as características pessoais do indivíduo que o determinam como empreendedor, mas sim as características sociais do grupo no qual ele está inserido. Weber é o principal expoente da abordagem sociológica, afirmando que a escolha da ocupação do indivíduo é decorrente das peculiaridades mentais e espirituais adquiridas do meio ambiente, em especial o tipo de educação recebida pela família (FERREIRA; GIMENEZ; RAMOS, 2006).

A partir do estudo desses teóricos sobre o empreendedorismo, pôde-se chegar a suas atuais definições, onde se destaca a seguinte afirmação:

Empreendedorismo é o 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 (HISRISH; PETERS, 2004, p.29).

A definição acima contempla bem o atual entendimento sobre o empreendedorismo, uma vez que salienta aspectos básicos, apontados por vários estudiosos, como o processo de criação, a exigência de dedicação de tempo e esforço para se criar algo novo e passível de operacionalização, e as recompensas que se apresentam em função do sucesso do empreendimento.

O empreendedorismo, porém, vai muito além da posição de assumir riscos e receber as recompensas da criação e desenvolvimento do empreendimento. Neste sentido, deve-se

registrar a concepção de Filión, importante estudioso do assunto, que ampliou o campo da ação empreendedora ao estabelecer que “um empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões”. (FILION, 1999, p. 19).

2.1 A Educação Empreendedora

O estudo do empreendedorismo como disciplina, com seus processos e metodologias de ensino, é algo relativamente novo na comunidade acadêmica. Isso porque empreendedores são considerados pessoas de destaque na sociedade, com características tão peculiares que por muito tempo foram consideradas como dons (Dornelas, 2001).

Pode-se dizer, então, que o aumento no interesse pelos processos e metodologias de ensino do empreendedorismo teve início em estudos que questionavam esse entendimento geral, de que a capacidade empreendedora é habilidade inata ao ser humano.

[...] cada vez mais, acredita-se que o processo empreendedor pode ser ensinado e entendido por qualquer pessoa e que o sucesso é decorrente de uma gama de fatores internos e externos ao negócio, do perfil do empreendedor e de como ele administra as adversidades que encontra no dia-a-dia. (DORNELAS, 2001, p.38).

Devido a essa circunstância, o empreendedorismo como disciplina foi se desenvolvendo e se moldando através de estudos e trabalhos esparsos, elaborados por pesquisadores de diversas áreas do conhecimento, impulsionados pelas necessidades do mercado. Tal situação encontra respaldo em Dolabela (1999), que afirma que atualmente o mercado exige dos profissionais um alto grau de empreendedorismo, até mesmo daqueles que vão ser empregados, favorecendo o surgimento da vertente do intraempreendedorismo.

Segundo pesquisas de Nassif et al (2009), do total de artigos sobre o empreendedorismo que foram publicados no EGEPE - Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, evento específico da área, e no ENANPAD - Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação em Administração, considerando o período de 2001 a 2008, 17% são referentes ao Ensino e Pesquisa em Empreendedorismo. Embora esse número pareça ser pouco representativo, o percentual representa o segundo tema mais abordado pelos estudiosos, ficando atrás apenas dos 45,5% de trabalhos relativos ao comportamento, perfil e competências do empreendedor.

Percebe-se, assim, que o ensino do empreendedorismo vem ganhando destaque no campo acadêmico que, ao lançar mão de sugestões de práticas e metodologias adequadas ao desenvolvimento da disciplina, é praticamente unânime em apontar que os métodos tradicionais não oferecem suporte a seu aprendizado. Isso porque os currículos são normalmente pautados em conteúdos teóricos e limitados à sala de aula, o que pode prejudicar o alinhamento da educação à realidade do mercado.

Esses desafios são explicados por Drucker (1986, p.16), quando afirma que “Empreendimento não é nem ciência nem arte. É uma prática”. O que faz com que boa parte da base de conhecimento necessária para a execução de um empreendimento seja definida pelos fins, ou seja, pela própria prática e experiência.

As Instituições de Ensino Superior precisam enfrentar o desafio de aproximar o máximo possível o aluno com o mundo exterior à sala de aula, considerando que o principal aprendizado está na capacidade de sondar o mercado e enxergar oportunidades. Dolabela (1999) complementa esse raciocínio salientando que:

Pode-se dizer que o melhor ambiente “acadêmico” do aluno-empreendedor é aquele onde se encontram e articulam forças produtivas, econômicas, sociais, políticas. É ali que o aluno vai desenvolver sua percepção do negócio e aprender com os pares. (DOLABELA, 1999, p. 102).

O autor ainda afirma que as metodologias de ensino precisam estimular os alunos a saírem das salas de aula para entender o real funcionamento do mercado e que, quando submetidos a

aulas expositivas, precisam entender a teoria através de sua aplicação na prática, com o uso de jogos, casos, estudos de biografias e seminários.

Ferreira, Ramos e Gimenez (2006) afirmam que muitos estudos na área do ensino de empreendedorismo também apontam para a necessidade de aprimoramento dos professores em todos os níveis da educação, a fim de que se construa um ambiente empreendedor que envolva os alunos. Dessa forma, além de boas práticas pedagógicas e de alunos pré-dispostos ao aprendizado, o ensino também necessita de docentes capacitados a instigar e estimular seus alunos no processo de desenvolvimento de habilidades necessárias a um empreendedor.

Considerando o caso brasileiro, especificamente, pode-se dizer que os cursos de graduação em Administração tradicionalmente “organizam seus currículos visando à formação de profissionais que atuem como gerentes em grandes organizações, esquecendo-se da realidade das pequenas e médias empresas nacionais.” (DOLABELA, 1999, p. 35).

Portanto, a educação tradicional acaba privilegiando a formação de empregados, situação que negligencia o aprendizado do grande desafio que é a capacidade de inovar e de se adequar às tendências e oportunidades mundiais de negócios.

É possível afirmar que em relação ao conteúdo as recomendações convergem ao indicar elementos relacionados às habilidades dos alunos em identificar oportunidades e avaliar negócios, lidar com riscos, incertezas e adquirir conhecimentos técnicos que permitam criar e gerenciar novos negócios (GUIMARÃES, 2002). Os métodos de ensino mais sugeridos para o ensino de empreendedorismo, portanto, são orientados para a ação e apresentação de idéias, baseados na experiência, e dominados por um caráter vivencial.

Ao se levantar na literatura internacional trabalhos sobre o ensino de empreendedorismo, identificou-se IBRAHIM e SOUFANI (2002), GARAVAN e O’ CINEIDE (1994), GIBB (2002) e GRAY (2006).

Ibrahim e Soufani (2002) destacaram o treinamento de gerência como um caminho efetivo para prover às pequenas e médias empresas a experiência gerencial que elas precisam para crescer. O setor de pequenas e médias empresas possui um importante caminho de crescimento e expansão da economia doméstica através de trabalhos de criação. No entanto este setor sofre com a falha e a quebra que são atribuídos às diferentes áreas e práticas de ensino nas universidades.

Já Garavan e O’ Cineide (1994) identificam seis programas de treinamento e educação empreendedora, considerando a relação também entre alta tecnologia e o conhecimento empreendedor. Em particular são examinados os modelos de programas de empreendedorismo e as “saídas”, como, por exemplo, os projetos que são postos em prática e as dinâmicas de emprego.

Gibb (2002) aborda uma nova aproximação do estudo de empreendedorismo e um novo paradigma como base para a educação empreendedora. O artigo é dividido em duas partes. A primeira explora a política imperativa na Europa de uma cultura empresarial que são atribuídas à grande competitividade internacional. A segunda parte aborda a questão empreendedora de forma complexa, considerando meio ambiente e as novas exigências da sociedade que surgiram com a expansão da globalização.

Gray (2006) relata que diversas matérias são muito difundidas em universidades norteamericanas, e muitos universitários estão colocando em prática os conhecimentos adquiridos e assumindo os riscos pelo negócio. O artigo questiona se o risco vale a pena e se a matéria de empreendedorismo pode ser ensinada.

2.2 As Instituições de Ensino Superior no Brasil

O Ensino Superior do Brasil, cuja história se iniciou no século XIX, estava fundamentado em dois principais aspectos: o caráter religioso, uma vez que tinha como principal objetivo a formação do clero, e o caráter utilitarista, que se preocupava apenas com a formação

profissional dos alunos. Nos seus primórdios, o modelo de ensino brasileiro era contrário ao ensino de países como Alemanha, Estados Unidos e Inglaterra, cuja formação acadêmica promovia, além da educação profissional, a formação cultural de seus alunos (FERREIRA; GIMENEZ; RAMOS, 2006).

Martins (1989, p. 49) complementa que as primeiras escolas brasileiras eram “públicas, profissionalizantes orientadas, independentes umas das outras e localizadas em centros urbanos importantes”. Fica claro que o objetivo das instituições de ensino era preparar os alunos para o mercado de trabalho, orientando-os para a produção e aumento da produtividade. O autor ainda registra que as instituições estavam mais voltadas para o ensino do que para a pesquisa.

Tais características influenciaram o sistema brasileiro de ensino como um todo, inclusive os cursos de Administração, que também acabaram por privilegiar a formação de empregados e gerentes em detrimento à formação de empreendedores. (DOLABELA, 1999). Porém, tal cenário não impediu que ao longo do tempo as Universidades revisassem seus modelos de ensino e suas relações com a sociedade.

Percebe-se que o vínculo Universidade-Comunidade começou a ser entendido como vital para o bem estar da população, cabendo às instituições de ensino o papel de suporte ao desenvolvimento econômico e social. Dolabela (1999, p. 36) vai além, pois acredita que “a universidade tem papel de vanguarda [...] lida com corações e mentes das novas gerações e tem uma dispersão geográfica que facilita seu apoio ao desenvolvimento regional”.

Dessa forma, as Instituições de Ensino Superior precisam estar voltadas para a formação de profissionais que, além do conhecimento técnico e teórico, sejam capazes de lidar com os diversos atores da sociedade, como governo, empresas, consumidores e entidades sociais. É justamente nesse ponto que a educação empreendedora parece surgir como solução para o desenvolvimento em vários níveis.

3. Procedimentos Metodológicos

Usando os critérios de classificação estabelecidos por Cooper e Schindler (2003), que se utilizam de várias descrições fundamentais, pode-se classificar esta pesquisa como exploratória, pois este tipo de pesquisa tem como objetivo imediato desenvolver perguntas de pesquisa, sendo particularmente útil quando falta ao pesquisador uma idéia clara dos problemas que serão constatados durante a investigação.

Esse entendimento também é estabelecido por Gil (1999), que relata que os estudos exploratórios são uma primeira fase de futura investigação mais ampla e seu resultado final torna-se uma questão melhor esclarecida, podendo ser novamente sistematizada e estudada.

Posicionamento semelhante constata-se em Marconi e Lakatos (1999), que recomendam o uso de diversos procedimentos de coleta de dados e análises tanto quantitativas quanto qualitativas, estabelecendo que os estudos exploratórios:

[...] são investigações de pesquisa empíricas cujo objetivo é a formulação de questões ou de um problema, com tripla finalidade: desenvolver hipóteses, aumentar a familiaridade do pesquisador com o ambiente, fato ou fenômeno para a realização de uma pesquisa futura mais precisa ou modificar e clarificar conceitos (MARCONI; LAKATOS, 1999, p.87)

Quanto ao método de coleta de dados, conforme Cooper e Schindler (2003) a pesquisa classifica-se como modelo interrogativo de comunicação, pois procura-se conhecer e questionar a respeito do tema de estudo, através da coleta de dados e informações, mediante meios impessoais (questionários e análise de documentos).

No que se refere ao controle das variáveis pelo pesquisador, o estudo caracteriza-se como *ex post facto*, já que se deseja relatar o que ocorre a respeito das condições de formação de

empreendedores nos Cursos de Graduação em Administração das Instituições de Ensino Superior Brasileiras, após o acontecimento dos fatos, sem manipular ou controlar as variáveis (Cooper e Schindler, 2003).

Em termos do objetivo do estudo, a pesquisa enquadra-se como descritiva, pois pretende levantar as características de uma situação existente, sem a obrigação de explicá-las e o ambiente da pesquisa segundo os autores citados, caracterizam-se como condições de campo ou empíricas, pois a realização do estudo será conduzida coletando-se dados e informações em situação real (Cooper e Schindler, 2003).

Como população escolhida para prover os dados necessários optou-se pelos cursos de Graduação em Administração do Brasil, compreendendo 1.475 Cursos de Graduação em Administração relacionados pelo MEC/INEP. O levantamento preliminar dos elementos foi efetuado através de consulta aos endereços eletrônicos do INEP – Instituto Nacional De Estudos e Pesquisas Educacionais do Ministério da Educação, onde foram identificados os Cursos de Graduação em Administração existentes no país e que participaram da edição do ENADE 2006 (INEP, 2009). Tais cursos são oferecidos por Universidades, Centros Universitários e Faculdades, conforme-se relação divulgada pelo INEP (INEP, 2009).

Em relação à unidade de análise optou-se por entrevistar os coordenadores dos cursos de graduação ou coordenadores de colegiado de curso de graduação, devido ao fato destes possuírem o entendimento sobre o planejamento, execução e avaliação das atividades didático-pedagógicas do curso nas IES.

Para definição da amostra foi utilizada a fórmula abaixo (Silver, 2000, p. 227), partindo-se do número total de Cursos de Graduação em Administração identificados:

$$n = \frac{N}{1 + \frac{N \times d^2}{Z^2 \times p \times q}}$$

Onde:

n: é o número de elementos da amostra (tamanho da amostra)

N: é o número de elementos da população (tamanho da população)

Z: é o valor da abscissa da curva normal associada ao nível de confiança.

d: é o erro tolerável da amostra (precisão da amostra) em porcentagem.

p e q : proporção de se escolher um dado elemento aleatoriamente.

Contando-se com um universo de pesquisa de $N = 1475$ cursos, para um nível de significância prefixado de 5%, o que corresponde a um nível de confiabilidade de 95% sobre os resultados da pesquisa, que para estudos nas áreas sociais é comum serem adotados (Silver, 2000), resultando em um valor $Z = 1,96$, admitindo-se que a proporção é desconhecida e que utiliza-se $p = q = 0,5$, pois fornecem o maior tamanho possível de amostra e tomando-se d (erro amostral) de 0,05 admitindo-se que intervalos de +/- 5% de variação sobre a média das pontuações obtidas nas respostas dos respondentes, o tamanho mínimo necessário da amostra seria de 305 empresas. Estas empresas foram estratificadas a partir do número absoluto por região do Brasil, conforme quadro a seguir:

Quadro 1: Estratificação da Amostra

Região	Nº Absoluto TOTAL	Nº Absoluto AMOSTRA	%
Norte	78	16	5,3
Sul	326	68	22,1
Centro-Oeste	161	33	10,91
Sudeste	671	139	45,56
Nordeste	239	49	16,13
TOTAL	1475	305	100

Fonte: Autores

Pretendeu-se inicialmente obter resposta ao instrumento de pesquisa das 305 instituições da amostra conforme estratificado no Quadro 1. Desta forma, chegou-se ao número de 135 IES pesquisadas. A amostra pode ser considerada suficiente para a análise da pesquisa, uma vez que o número de respostas válidas ultrapassa 5% da população total, mais especificamente representa 9,15%. (MALHOTRA, 2001). O tipo de amostragem foi não-probabilístico, por adesão o que também é conhecido por amostra por voluntários. Foram contatadas 610 IES, proporcionalmente a estratificação realizada no Quadro 1, das quais 135 se dispuseram a colaborar com a pesquisa voluntariamente, sendo consideradas válidas tais respostas.

A coleta de dados foi feita, em um primeiro momento, por meio de aplicação de um questionário estruturado, com 35 questões endereçados ao coordenador dos cursos de administração das IES do Brasil. As primeiras, não numeradas, referem-se a dados institucionais das IES. A partir da questão 1 até a 4 informações gerais referentes ao curso de administração são levantadas. O perfil do coordenador do curso foi levantado nas questões de 5 a 10. Questões gerais sobre a disciplina de empreendedorismo estiveram presentes da 11 até a 18. Já as ferramentas e metodologias de ensino utilizadas na disciplina de empreendedorismo fizeram parte das questões 19 a 28 e questões referentes ao trabalho de conclusão de curso constaram da 29 até a 32. As questões 33 até 35 são questões finais, sendo a última totalmente aberta para considerações que o respondente achar pertinente.

Para cumprimento do presente estudo foi realizado um pré-teste para aplicação do instrumento de pesquisa. Devido a dificuldade em receber respostas por e-mail foram aplicados apenas 03 questionários como forma de pré-teste. O pré-teste teve o objetivo de identificar erros no instrumento de pesquisa e possíveis dificuldades em respondê-lo. Assim tomou-se a decisão de realizar o questionário utilizando-se a ferramenta Google Docs para facilitar o processo do respondente. Inicialmente foi realizado o contato telefônico com o coordenador do curso e posteriormente foram enviados e-mail com um *link* para que o mesmo respondesse ao questionário. Toda a coleta de dados após o pré-teste ocorreu entre os dias 16/10/2009 até 24/11/2009. Já os e-mails com o instrumento de pesquisa foram enviados de 17/10/2009 a 31/10/2010. Os dados foram analisados estatisticamente com o auxílio do Microsoft Excel e o software SPSS versão 13.

4. Apresentação e Análise Dos Dados

Nesta seção serão apresentados os dados referentes ao coordenador dos cursos de administração das IES, as características da matriz curricular dos cursos bem como das abordagens didático-pedagógicas utilizadas.

Quanto a origem dos respondentes, constatou-se que pertencem a vários estados: RO, TO, BA, MG, RJ, SP, DF, MT, MS, PR, SC, RS, conforme demonstrado no quadro 2, a seguir:

Quadro 2: Respondentes por região brasileira

Região	Nº Absoluto AMOSTRA	Nº Absoluto PESQUISA
Norte	16	4
Sul	68	85
Centro-Oeste	33	13
Sudeste	139	32
Nordeste	49	1
TOTAL	305	135

Fonte: Autores

As IES respondentes possuem as seguintes categorias administrativas: 83% são privadas e 17% dividem-se entre pública: estadual, federal e municipal. O ano de criação do curso na

IES variou de 1965 a 2006. Levantou-se ainda que 12% dos cursos tiveram sua última alteração curricular até 2005, sendo que 88% realizaram recentes alterações na grade de seus cursos. Observa-se que 97% dos cursos tem duração de 4 anos e apenas 3% tem duração de 4,5 ou 5 anos. No que tange ao formato curricular vigente na IES no curso de administração, observou-se que 71% são seriado anual e semestral, 27% sistema de créditos e 2% são modulares.

Em relação ao perfil do Coordenador do curso, tem-se que eles possuem idade média de 42 anos ($dp=9,7$), 64% possuem titulação de mestre, 18% de especialista, 13% de doutor, 3% de pós-doutor e 2% de bacharel. Dentre os respondentes que cursaram *stricto sensu*, apenas 2% dos cursos possuíam como área de concentração Empreendedorismo. Tem-se ainda que 52% dos respondentes cursaram alguma disciplina na pós-graduação de empreendedorismo. 83% dos respondentes participaram, parcial ou integralmente da elaboração dos projetos pedagógicos dos cursos que coordenam.

Em relação às questões gerais sobre a Disciplina de Empreendedorismo, 88% dos respondentes consideram a disciplina de empreendedorismo fundamental para a formação do administrador. Ao serem questionados se as características individuais necessárias a um empreendedor podem ser ensinadas através da educação formal, 63% disseram sim, 2% não e 35% parcialmente. 81% dos respondentes assinalaram ainda que não há uma disciplina específica mais importante no ensino de empreendedorismo, sendo que todas tem a sua importância.

A realizar o cruzamento dos que consideram a disciplina fundamental para a grade curricular segmentado por quem cursou (ou não) a disciplina na pós, pode-se observar que os respondentes que não cursaram nenhuma disciplina na pós-graduação (46,67%), tendem a considerar parcialmente a importância da disciplina.

A tabela 1 a seguir, demonstra como a temática de empreendedorismo é abordada pelas IES participantes da pesquisa:

Tabela 1: Abordagem da temática Empreendedorismo pelas IES

	n	%	% acumulado
Presença de uma disciplina específica na grade curricular	61	45,19%	45,19%
Presença de um conjunto de disciplinas na grade curricular	35	25,93%	71,11%
Presença de uma disciplina específica na grade curricular e presença de um conjunto de disciplinas na grade curricular	6	4,44%	75,56%
Desenvolvimento de atividades isoladas (demanda informal de professores e alunos)	5	3,70%	79,26%
Presença de uma disciplina específica na grade curricular, Centro de empreendedorismo (centro de orientação de empreendedores e formação de novos negócios)	3	2,22%	81,48%
Centro de empreendedorismo (centro de orientação de empreendedores e formação de novos negócios)	2	1,48%	82,96%
Desenvolvimento de atividades isoladas (demanda informal de professores e alunos), Presença de uma disciplina específica na grade curricular	2	1,48%	84,44%
Presença de um conjunto de disciplinas na grade curricular, Centro de empreendedorismo (centro de orientação de empreendedores e formação de novos negócios)	2	1,48%	85,93%
Não é abordado	1	0,74%	86,67%
(*) Outras	18	13,33%	100,00%
Total	135	100,00%	

(*) Citações diversas

Fonte: Autores

Observa-se que 45,19% apresentam a presença de uma disciplina específica na grade curricular; 25,93% a presença de um conjunto de disciplinas da grade curricular; 4,44%

assinalaram ambas as alternativas anteriores. Levantou-se ainda que em 84% dos cursos as disciplinas de empreendedorismo são ofertadas a partir do sexto semestre, ou seja, apenas no final do curso. No que tange a abordagem da disciplina de empreendedorismo em sala de aula, observou-se que 57,04% ocorrem através de aulas teóricas e práticas; 27,41% somente aulas teóricas, 2,22% somente aulas práticas, sendo que 13,33% assinalaram outras opções.

Os respondentes foram questionados acerca da carga horária para atividades da disciplina de empreendedorismo, sendo observado:

Tabela 2: Carga horária do currículo

Carga horária do currículo	IES que responderam	Média (em horas)	Desvio Padrão
Em aulas teóricas	83	60,52	47,97
Em atividades práticas	60	52,40	82,75
Em outras atividades relacionadas	22	100,50	114,64

Fonte: autores

Em relação aos respondentes levantou-se que em média são dedicadas 60,52 horas em atividades teóricas (83 respondentes) e 52,40 horas em atividades práticas (60 respondentes). Em 90% dos cursos a disciplina de empreendedorismo é obrigatória, em 6% dos cursos são optativas e em 4% é uma atividade acadêmica complementar. Constatou-se que 80% das instituições possuem empresa junior ou consultoria junior, 23% possuem programas de estágio voluntário voltados ao empreendedorismo, 58% possuem a opção de trabalhos de conclusão de curso voltados a criação de empresas / negócios, e 42% trabalham com projetos vinculados ao empreendedorismo.

No que tange a ferramentas e a metodologias de ensino, observou-se que os recursos mais comumente disponíveis para serem utilizados na disciplina de empreendedorismo são: Computadores (94%), Acesso à internet (98%), Retroprojeto (61%), Datashow (100%), Acervo de livros (98%) e Convênio com empresas (98%). Sobre a efetividade do uso destes recursos verificou-se que são utilizados: Computadores (89%), Acesso à internet (90%), Retroprojeto (41%), Datashow (90%), Acervo de livros (94%) e Convênio com empresas (42%), 15% citaram ainda meio de transporte para atividades de campo. 31% dos respondentes assinalaram que o ensino da disciplina de empreendedorismo é prejudicado pela falta de recursos. Realizou-se o cruzamento para verificar se existe diferença na percepção, pela titulação do professor ou pela categoria administrativa da IES, em relação aos recursos conforme verifica-se na tabela 3:

Tabela 3: Categoria Administrativa da IES vs Recursos Disponíveis

Categoria administrativa		Os recursos disponíveis dificultam o ensino de empreendedorismo?		
		Não	Sim	Total
Privada	n	83	29	112
	%	74,11	25,89	100,00
Pública Estadual	n	3	4	7
	%	42,86	57,14	100,00
Pública Federal	n	3	7	10
	%	30,00	70,00	100,00
Pública Municipal	n	4	2	6
	%	66,67	33,33	100,00
Total	n	93	42	135
	%	68,89	31,11	100,00

Fonte: Autores

Aparentemente, os professores da rede particular estão mais satisfeitos que os professores da rede pública, em especial das redes estadual e federal. Ao realizar o cruzamento da titulação com os recursos disponíveis verificou-se que os Doutores e Pós-doutores tem uma opinião mais crítica em relação aos recursos disponibilizados, seguido pelos Mestres. Há uma tendência de que quanto maior a formação do professor maior sua exigência com relação aos recursos disponibilizados pelas IES para ensino de empreendedorismo em Administração.

Em relação a quantidade de alunos por turma, a maior parte dos respondentes disseram ser adequada a quantidades de alunos (88%), mesmo que em 17% dos casos há um número de 50 ou mais alunos.

Ao serem questionados sobre a estrutura geral da IES, se atende ou não o que é necessário para a disciplina de empreendedorismo, 79% afirmaram que atende completamente as práticas utilizadas em sala, para 18% atendem parcialmente e para 4% não atendem as práticas utilizadas pelos docentes. Em relação a indicação de melhorias estruturais para as IES que consideram ser essenciais para o desenvolvimento da disciplina de empreendedorismo, 74% dos respondentes indicaram Espaço para Centro de Empreendedorismo, 23% Espaço para o trabalho de Empresa Junior, 6% salas de aula em quantidade, tamanho e comodidade adequadas, 5% laboratório de informática e 3% biblioteca.

Na tabela 4 a seguir, estão demonstradas as práticas pedagógicas existentes para o ensino de empreendedorismo nas IES participantes da pesquisa:

Tabela 4 – Práticas pedagógicas existentes para o ensino de empreendedorismo na IES.

Item	Frequência	%
Aulas expositivas	122	98%
Trabalhos teóricos individuais	98	78%
Trabalhos teóricos em grupo	115	92%
Adoção de livro-texto	63	50%
Exigência de ficha de leitura	25	20%
Aplicação de provas dissertativas	81	65%
Estudos de caso	118	94%
Depoimentos de empreendedores convidados	99	79%
Jogo virtual de empreendedorismo (com recursos computacionais)	50	40%
Trabalhos práticos individuais	69	55%
Trabalhos práticos em grupo	106	85%
Palestras com executivos e empresários convidados	106	85%
Apresentação de seminários pelos alunos	102	82%
Visitas a empresas	100	80%
Solicitação de desenvolvimento de produto	59	47%
Elaboração de plano de negócios	107	86%
Atendimento individualizado	55	44%

Fonte: Autores

As práticas pedagógicas existentes para o ensino de empreendedorismo mais utilizadas nas IES foram aulas expositivas, estudos de caso e trabalhos teóricos em grupo, com 98%, 94% e 92% de incidência, respectivamente. Outras práticas utilizadas como frequência são: Elaboração de Plano de Negócios (86%), Trabalhos práticos em grupo e Palestras com empresários / executivos (85%), Apresentação de seminários pelos alunos (82%) e visita a empresas (80%), depoimento de empreendedores (79%), trabalhos teóricos individuais (78%), Aplicação de provas dissertativas (65%) e trabalhos práticos individuais (55%). Pode-se listar ainda práticas utilizadas com menor frequência como: Jogos de empreendedorismo (40%), Atendimento individualizado (44%), Solicitação de desenvolvimento de produtos (47%) e Exigência de ficha de leitura (20%).

Quanto as formas de avaliação final de curso, 76% das IES exigem trabalho de conclusão de curso (TCC) vinculados a elaboração de um plano de negócio e 24% se valem de outras formas de avaliação. Das IES que tem TCC, em 72% dos casos o mesmo é apresentado individualmente e em 28% dos casos de maneira coletiva. No caso dos TCCs, em 94% são defendidos perante bancas examinadoras compostas por: professores do curso (96%), professores de outros cursos (32%), empresários (17%), representantes de associações comerciais / empresariais (9%), representantes de incubadoras (6%), investidores (5%) e consultores do Sebrae (4%). Quando os coordenadores de cursos foram questionados sobre o acompanhamento da implantação dos negócios desenvolvidos a partir dos TCCs, 64% afirmaram que não fazem este acompanhamento, enquanto que 36% disseram realizar tal prática.

Considerando não haver hipóteses a testar a priori, foram feitas algumas correlações, em formato bivariado, das variáveis. Como a distribuição não é normal, a correlação deve ser feita pelo coeficiente de correlação de *Spearman* que é a opção não paramétrica para o *r* de Pearson. Tais correlações não apresentaram significância estatística, sendo que em uma delas observou-se uma situação que pode ser considerada atípica, conforme Figura 2, a seguir:

Figura 2: Correlação Alterações Curriculares vs Carga Horária Teórica e Prática

Correlations						
			@02_Em_que_ano_ ocorreu_a_última_ alteração_do_curriculo_ de_Admini	Carga_ Horária_ Teórica	Carga_ Horária_ Prática	Carga_ Horária_em_ outras_ atividades
Spearman's rho	@02_Em_que_ano_ ocorreu_a_última_ alteração_do_ curriculo_de_Admini	Correlation Coefficient	1,000	-,168	-,304*	-,020
		Sig. (2-tailed)	.	,130	,018	,930
		N	135	83	60	22
	Carga_Horária_Teórica	Correlation Coefficient	-,168	1,000	,335*	-,209
		Sig. (2-tailed)	,130	.	,010	,363
		N	83	83	58	21
	Carga_Horária_Prática	Correlation Coefficient	-,304*	,335*	1,000	,837**
		Sig. (2-tailed)	,018	,010	.	,000
		N	60	58	60	19
	Carga_Horária_em_ outras_atividades	Correlation Coefficient	-,020	-,209	,837**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,930	,363	,000	.
		N	22	21	19	22

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Observa-se que existe uma correlação negativa entre carga horária de aulas práticas e o ano de alteração do curso. Isto é, quanto maior o ano da alteração (2008, 2009, 2010) menor é a quantidade de horas destinadas a aulas práticas o que contraria a opinião de diversos autores, que ressaltam a importância da prática para o ensino de empreendedorismo.

5. Considerações Finais

Conforme já demonstrado o ensino de empreendedorismo no Brasil é recente (aproximadamente 1990) comparado ao seu desenvolvimento na Europa e nos Estados

Unidos. Este estudo buscou identificar de que forma se dá o ensino de empreendedorismo como atividade integrante dos Projetos Pedagógicos dos Cursos de Graduação em Administração no Brasil. Entre os fatores estudados estão as práticas didático-pedagógicas utilizadas para o ensino de empreendedorismo e o perfil acadêmico dos coordenadores do curso.

O levantamento realizado observou-se que as IES respondentes são em sua maioria, 83%, privadas; tem ano de criação do curso entre 1965 e 2006. Levantou-se que 88% dos cursos realizaram recentes alterações na grade curricular; que os cursos tem duração de 4 anos (97%) e possuem regime seriado anual e semestral em 71% dos casos.

Em relação ao perfil do Coordenador do curso, tem-se que eles possuem idade média de 42 anos ($dp=9,7$), 64% possuem titulação de mestre, dentre os respondentes que cursaram *strictu sensu*, apenas 2% dos cursos possuíam como área de concentração Empreendedorismo, apesar que em 52% dos respondentes cursaram alguma disciplina na pós-graduação em empreendedorismo. Verificou-se ainda que 83% dos respondentes participaram, parcial ou integralmente da elaboração dos projetos pedagógicos dos cursos que coordenam. Aqui pode indicar uma carência de cursos *stricto sensu* com área de concentração em empreendedorismo, o que prejudica, de acordo com Ferreira, Ramos e Gimenez (2006), a condução das atividades de ensino, com seus processos de instigar e estimular os alunos para desenvolver habilidades necessárias ao empreendedor.

Sobre as questões gerais da Disciplina de Empreendedorismo, 88% dos respondentes consideram a disciplina de empreendedorismo fundamental para a formação do administrador; 63% disseram que as características individuais necessárias a um empreendedor podem ser ensinadas e 81% dos respondentes assinalaram ainda que não há uma disciplina específica mais importante no ensino de empreendedorismo, sendo que todas tem a sua importância. Aqui, a partir da perspectiva dos coordenadores de curso pode-se corroborar a afirmação de Dornelas (2001) que diz que “o processo empreendedor pode ser ensinado e entendido por qualquer pessoa” (DORNELAS, 2001, p. 38), contrariando o questionamento feito por Gray (2006).

Observa-se que 45,19% apresentam a presença de uma disciplina específica na grade curricular e 25,93% a presença de um conjunto de disciplinas da grade curricular. Levantou-se que em 84% dos cursos as disciplinas de empreendedorismo são ofertadas a partir do sexto semestre, ou seja, no final do curso. No que tange a abordagem da disciplina de empreendedorismo em sala de aula, observou-se que 57,04% ocorrem através de aulas teóricas e práticas; 27,41% somente aulas teóricas, 2,22% somente aulas práticas, sendo que 13,33% assinalaram outras opções.

Quando os respondentes foram questionados acerca da carga horária para atividades da disciplina de empreendedorismo, sendo observado que em média são dedicadas 60,52 horas em atividades teóricas e 52,40 horas em atividades práticas. Em 90% dos cursos a disciplina de empreendedorismo é obrigatória e 58% possuem a opção de trabalhos de conclusão de curso voltados a criação de empresas / negócios. Observou-se que o que Guimarães (2002) sugere em relação ao ensino de empreendedorismo, que os mesmos devam ser orientados para a ação e apresentação de idéias, baseados na experiência, e dominados por um caráter vivencial, pouco se tem visto considerando a carga horária média dos cursos de administração analisados, bem como que a tendência em relação a atividade prática é de diminuição desta carga horária.

No que tange a ferramentas e a metodologias de ensino, observou-se que os recursos mais comumente disponíveis e que são utilizados na disciplina de empreendedorismo são: Computadores (89%), Acesso à internet (90%), Retroprojektor (41%), Datashow (90%), Acervo de livros (94%) e Convênio com empresas (42%), 15% citaram ainda meio de transporte para atividades de campo. 31% dos respondentes assinalaram que o ensino da

disciplina de empreendedorismo é prejudicado pela falta de recursos, reforçando o que Ibrahim e Soufani (2002), quando os mesmos destacaram a falha às diferentes áreas e práticas de ensino do empreendedorismo nas universidades. Em relação a quantidade de alunos por turma, a maior parte dos respondentes disseram ser adequada a quantidades de alunos (88%). As práticas pedagógicas existentes para o ensino de empreendedorismo mais utilizadas nas IES foram aulas expositivas, estudos de caso e trabalhos teóricos em grupo, com 98%, 94% e 92% de incidência, respectivamente. Outras práticas utilizadas como frequência são: Elaboração de Plano de Negócios (86%), Trabalhos práticos em grupo e Palestras com empresários / executivos (85%), Apresentação de seminários pelos alunos (82%) e visita a empresas (80%), depoimento de empreendedores (79%), trabalhos teóricos individuais (78%), Aplicação de provas dissertativas (65%) e trabalhos práticos individuais (55%). Pode-se listar ainda práticas utilizadas com menor frequência como: Jogos de empreendedorismo (40%), Atendimento individualizado (44%), Solicitação de desenvolvimento de produtos (47%) e Exigência de ficha de leitura (20%). Notou-se que as práticas didático-pedagógicas mais utilizadas para o desenvolvimento das habilidades de um empreendedor na Europa também são utilizadas aqui, conforme também descrevem Henrique e Cunha (2006), como estudos de casos, simulações e apresentações, seminários e jogos, não precisamente com o mesmo percentual de incidência de tais práticas.

Quanto as formas de avaliação final de curso, 76% das IES exigem trabalho de conclusão de curso (TCC) vinculados a elaboração de um plano de negócio e 24% se valem de outras formas de avaliação. Das IES que tem TCC, em 72% dos casos o mesmo é apresentado individualmente, em 94% são defendidos perante bancas examinadoras compostas por: professores do curso (96%), professores de outros cursos (32%), empresários (17%), representantes de associações comerciais / empresariais (9%), representantes de incubadoras (6%), investidores (5%) e consultores do Sebrae (4%). Quando os coordenadores de cursos foram questionados sobre o acompanhamento da implantação dos negócios desenvolvidos a partir dos TCCs, 64% afirmaram que não fazem este acompanhamento, enquanto que 36% disseram realizar tal prática listada por Garavan e O' Cineide (1994) como importante. Outro aspecto que fica evidente é que as atividades relacionadas a geração de negócios não buscam interagir com o mercado no que se refere a avaliação, na perspectiva do empresariado, da exeqüibilidade dos novos empreendimentos.

Sendo assim, o trabalho contribui para o conhecimento e conseqüente desenvolvimento das práticas didático pedagógicas do ensino de empreendedorismo no Brasil. E também serve para os coordenadores dos cursos de Administração pesquisado enxergar como realmente está sendo desenvolvida a disciplina de empreendedorismo nos cursos de administração brasileiros. Como limitação da pesquisa pode ser destacada a dificuldade dos coordenadores de curso colaborarem respondendo o instrumento de pesquisa, porém pesquisa pôde ser considerada consistente pois traz um levantamento das práticas didático-pedagógicas do ensino de empreendedorismo nos cursos de Administração em IES brasileiras.

Referências

- COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. Métodos de pesquisa em administração. 7º ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.
- DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Cultura, 1999.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. 7. reimpr. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
- DORNELAS, José Carlos. *Empreendedorismo*. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- DRUCKER, P. **Inovação e espírito empreendedor: práticas e princípios**. São Paulo: Pioneira, 1986.

- FERREIRA, J. M; RAMOS, S. C.; GIMENEZ, F. A. P; Estudo comparativo das práticas didático pedagógicas do ensino de empreendedorismo em universidades brasileiras e norte-americanas. **Revista Alcance** – UNIVALI, Santa Catarina, v.13, n.2, p. 207-225, maio/ago 2006.
- FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v.34, n.2, p.05-28, abr/jun 1999.
- GARAVAN, Thomas; O' Cineide, Barra. *Entrepreneurship Education and Training Programmes: A Review and Evaluation – Part 2*. 1994. Vol. 18
- GIBB, Allan. *In Pursuit of a Neu 'Enterprise' and 'Entrepreunership' Paradigm for Learning: Creative Destruction, New Values, New Ways of Doing things and New Combinations of Knowledge*. 2002. Vol. 4
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- GRAY, Patrícia. *Can Entrepreneurs Be Taught?* 2006
- GUIMARÃES, Liliane de Oliveira. Empreendedorismo no Currículo dos Cursos de Graduação e Pós-Graduação em Administração: análise da organização didático-pedagógica destas disciplinas em escolas de negócios norte-americanas. In: Encontro Nacional da Associação Nacional dos Cursos de Pós-Graduação em Administração, Atibaia. *Anais...Atibaia: Enanpad*, 2002.
- GUIMARÃES, Liliane de Oliveira; OLIVEIRA, Dilson Campos de. *Perfil Empreendedor e Ações de Apoio ao Empreendedorismo: o NAE/SEBRAE em questão*. In: Encontro Nacional da Associação Nacional dos Cursos de Pós-Graduação em Administração, Atibaia. *Anais...Atibaia: Enanpad*, 2002.
- 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: ENANPAD, 30. *Anais...* Salvador, 2006.
- HISRIC, R. D; Peters, M. P. **Empreendedorismo**. 5ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.
- IBRAHIM, A B ; SOUFANI, K. *Entrepreneurship education and training in Canada: a critical assessment*. 2002. Vol. 44.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS. **INEP**. Disponível em: <<http://www.enade2006.inep.gov.br>>. Acesso em: 20 maio 2009.
- MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de Pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1999.
- MARTINS, Carlos Benedito. *Ensino Superior Brasileiro: transformações e perspectivas*. Brasiliense: 1989.
- NASSIF, Vânia Maria Jorge et al. *Empreendedorismo: Área em Evolução? Uma Revisão dos Estudos e Artigos Públicos entre 2001 e 2008*. In: Encontro Nacional da Associação Nacional dos Cursos de Pós-Graduação em Administração, São Paulo. *Anais...*São Paulo: Enanpad, 2009.
- SILVER, Mick. *Estatística para administração*. São Paulo: Atlas, 2000.