

PROPOSIÇÕES ACERCA DO ENSINO DE EMPREENDEDORISMO NAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR BRASILEIRAS: UMA REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Propositions on the Teaching of Entrepreneurship in Brazilian Higher Education Institutions: a Bibliographic Review

Lucas Rodrigo Santos de Almeida

Mestre em Educação Profissional e Tecnológica. Centro Univ. Joaquim Nabuco. Recife, PE. Brasil. e-mail: lucasalmeidarecife@gmail.com

Eugênia de Paula Benício Cordeiro

Doutor em Educação pela Universidade Federal de Pernambuco. Professora do Instituto Federal de Educação, Ciências e Tecnologia de Pernambuco. Recife, PE. Brasil. e-mail: epaulabenicio@gmail.com

Josebede Angélica Guilherme da Silva

Mestre em Teoria da Literatura. Sspecialização em Docência e Gestão do Ensino Superior. Professora do Ensino Superior da Universidade Joaquim Nabuco. Recife, PE. Brasil. e-mail: angelica_literatura@hotmail.com

■ RESUMO

O objetivo geral do artigo é analisar, a partir da revisão de literatura, as proposições acerca do ensino de empreendedorismo nas IES brasileiras. Quanto aos métodos, o estudo, é: bibliográfico, exploratório e qualitativo. A pesquisa identificou, que para construção de uma educação empreendedora de qualidade é necessária a integração da sociedade (com as IES e as escolas), além dos programas de empreendedorismo focarem no (a): know-how, formação empreendedora, desenvolvimento de habilidades, abertura de negócios, espírito empreendedor, engajamento empresarial, reconhecimento de aptidões, aprendizagem, desenvolvimento pessoal, vivência empresarial, desenvolvimento das disciplinas etc. Conclui-se, portanto, que as disciplinas, cursos e programas de ensino em empreendedorismo, estejam focados no ensino-aprendizagem e no desenvolvimento das aptidões e habilidades dos alunos, em interação com os professores.

Palavras-chave: Ensino de empreendedorismo. Instituições de Ensino Superior. Educação empreendedora. Práticas didático-pedagógicas.

■ ABSTRACT

The general objective of the article is to analyze, from the literature review, the propositions about the teaching of entrepreneurship in Brazilian HEIs. As for the methods, the study is: bibliographic, exploratory and qualitative. The research identified that for the construction of a quality entrepreneurial education, the integration of society (with HEIs and schools) is necessary, as well as entrepreneurship programs focusing on: know-how, entrepreneurship training, skills development, business opening, entrepreneurial spirit, business engagement, recognition of skills, learning, personal development, entrepreneurial experience, development of disciplines etc. It is concluded, therefore, that the disciplines, courses and programs of teaching in entrepreneurship, are focused on the teaching learning and the development of the skills and abilities of the students, in interaction with the teachers.

Keywords: Entrepreneurship teaching. Higher Education Institutions. Entrepreneurial Education. Didactic-pedagogical practices.

1 INTRODUÇÃO

O atual cenário corporativo atravessa diversas mudanças econômicas, culturais e sociais, desse modo, agravando-se a competição em âmbito global entre as organizações (LONGO, 2014). Tais mudanças ao longo dos séculos foram acompanhadas da queda das barreiras comerciais que contribuíram para as alterações das estratégias organizacionais (SCHUCHMANN; ALMEIDA; FILHO, 2010), e atualmente, os indivíduos e os mercados colaboram e competem numa esfera plana (FRIEDMAN, 2005). Destarte, as empresas modernas buscam acompanhar as diversas condições de mercado, oferecer produtos de qualidade, permear a criatividade e a flexibilidade do seu capital humano a fim de se manterem ativas no competitivo mercado (OLIVEIRA; MELO; MUYLDER, 2016; SOUZA; LOURENZANI, 2011).

Um dos agentes desse complexo ambiente é o empreendedor, “ser” dotado de múltiplas características, que atua de forma dinâmica a fim de gerar valor, identificar oportunidades, desenvolver empreendimentos e colher resultados lucrativos para o seu negócio, e para a sociedade (ROCHA; FREITAS, 2014; SILVA; MANCEBO; MARIANO, 2017). Nesse sentido, a *European Centre for the Development of Vocational Training* – CEDEFOP, – agência europeia que apoia o desenvolvimento de políticas de ensino e formação de profissionais –, afirma que o empreendedorismo é uma competência necessária para a aprendizagem ao longo da vida, pois auxilia as pessoas a serem autoconfiantes, criativas e inovadoras, além de atuarem de forma socialmente responsável (CEDEFOP, 2011).

Em relação ao contexto educativo, o empreendedorismo é lecionado no ensino superior, e daí nasce a concepção da educação empreendedora. Diante disto, Lima *et al.* (2015) argumentam que esta educação busca novas formas de aperfeiçoamento e, no Brasil, ela terá um futuro promissor no ensino superior. Principalmente, no surgimento, aperfeiçoamento e o crescimento de empresas, instituições, negócios e tecnologias. Em relação ao objetivo, ela torna-se eficiente na propagação de uma cultura empreendedora, que visa formar novos empreendedores (ROCHA; FREITAS, 2014). Essa cultura, identifica-se, portanto, com a necessidade da criação de um novo

perfil profissional, destinado a canalizar o desejo empreendedor dos brasileiros, em que caberia às IES e, mais especificamente, aos educadores, contribuir para o desenvolvimento de uma educação empreendedora, incentivando-se os alunos a explorarem o potencial do empreendedorismo no Brasil (CRUZ JR. *et al.*, 2006).

Diante do contexto apresentado, o artigo tem o seguinte problema: como é realizado, a partir da revisão de literatura, o ensino de empreendedorismo nas IES brasileiras?

O objetivo geral do artigo é analisar, a partir da revisão de literatura, as proposições acerca do ensino de empreendedorismo nas IES brasileiras. Quanto aos objetivos específicos: (i) analisar a discussão acerca da origem e das mudanças no conceito de empreendedorismo, (ii) descrever o perfil do empreendedor de sucesso, e (iii) identificar as práticas didático-pedagógicas utilizadas no ensino de empreendedorismo no Brasil.

Quanto às justificativas, percebe-se o crescimento exponencial do tema “empreendedorismo” na sociedade (mídia, escolas, universidades, política, artes etc) não vem acompanhado do crescente número de pesquisas e estudos relacionados à temática (COSTA; BARROS; CARVALHO, 2011); adendo a isto, nas últimas décadas, o tema “educação empreendedora” carece de maiores debates na academia brasileira, que auxilie na sua formação, amadurecimento e disseminação eficaz dessa educação (SCHAEFER; MINELLO, 2016). Outra justificativa encontra-se no *viés* pedagógico, mais precisamente, no ensino e na construção de uma cultura empreendedora nas universidades públicas e privadas (brasileiras), que auxiliará na formação de melhores líderes, empresários e gestores na geração de renda, empregos e riqueza no país (DORNELAS, 2014; ROCHA; FREITAS, 2014). No âmbito internacional, a educação empreendedora tornou-se pauta central de várias discussões políticas, acadêmicas e econômicas nas conferências das Nações Unidas, sendo debatida como necessária à sua implementação para o desenvolvimento de vários países (LIMA *et al.*, 2015; SCHAEFER; MINELLO, 2016; UNCTAD, 2011).

Em relação à metodologia, o estudo, divide-se em: bibliográfico, exploratório e qualitativo. Além da introdução, os capítulos seguintes estão divididos em:

metodologia, análise e discussão, conclusão e, por fim, referências.

2 METODOLOGIA

No presente artigo foi utilizado a técnica de revisão de literatura, que objetiva encontrar suporte teórico a respeito de obras direcionadas ao assunto, isto é, tem a intenção de fazer uma síntese geral sobre as principais obras revestidas de relevância (MARCONI; LAKATOS, 2009). Na mesma linha de raciocínio, Vergara (2000) advoga que a pesquisa bibliográfica é importante para o levantamento de informações básicas inerentes a temática em questão, além disso, tem por vantagem fornecer ao pesquisador um instrumento analítico para qualquer tipo de pesquisa. A coleta de dados do artigo foi realizada em: resenhas, teses, livros, documentos, *sites* da *internet*, artigos científicos e dissertações. Foram utilizadas as seguintes bases de dados: *Google Scholar*, *Spell*, *Scielo* e Biblioteca Digital de Teses e Dissertações da USP. Para a busca dos manuscritos utilizou-se os seguintes descritores: “empreendedor”, “empreendedorismo”, “ensino de empreendedorismo”, “entrepeneur”, “entrepreneurship” e “educação empreendedora”. O critério de inclusão dos manuscritos se deu pela leitura flutuante do título e resumo das obras (nacionais e internacionais), que estivessem interligados ao tema em questão (MOROSINI; FERNANDES, 2014), entre os anos de 2003-2017. Contabilizaram-se: duas Dissertações de Mestrado, duas Teses de Doutorado e quarenta e quatro Artigos Científicos, além de treze livros; a amostra final totalizou sessenta e um manuscritos. Em relação aos objetivos, a pesquisa é exploratória, pois, visa obter maior familiaridade com a problemática da pesquisa e esclarecer e/ou modificar ideias e conceitos (GIL, 2002). Quanto à natureza, a pesquisa é de caráter qualitativo, pois, possibilita explorar opiniões e representações sobre a temática em questão (GASKELL, 2002). Na análise dos dados, discute-se a respeito do conceito de empreendedorismo, o perfil do empreendedor, as proposições acerca do ensino de empreendedorismo nas IES e as práticas pedagógicas utilizadas no ensino de empreendedorismo no Brasil.

3 EMPREENDEDORISMO

Cruz Jr. *et al.* (2006) esclarecem que a palavra “empreendedorismo” foi traduzida do inglês *entrepreneurship*, que foi derivada do latim *imprehendere*, tendo o significado de empreender, no qual seu surgimento na língua portuguesa ocorreu a partir do século XV. Outros autores argumentam que o termo “empreendedor” (*entrepenuer*) tem origem francesa, e a partir dos séculos XVII e XVIII, o empreendedor era a pessoa que intermediava as relações de troca entre compradores e fornecedores (DORNELAS, 2014; OLIVEIRA; MELO; MUYLDER, 2016; SANTOS, 2014).

A primeira aplicação prática do conceito de empreendedorismo partiu do comerciante Marco Polo, que para estabelecer uma rota terrestre de comércio entre Europa e o Oriente, assinou contratos com banqueiros capitalistas para vender as suas mercadorias, Polo tornou-se o aventureiro empreendedor por assumir papel ativo, correndo riscos comerciais e emocionais (DEGEN, 2009; DORNELAS, 2014). Trabalhos pioneiros referentes ao empreendedorismo partiram dos estudos dos economistas Cantilon, Say e Schumpeter. Para estes estudiosos o empreendedor assume riscos, explora inovações e promove a “destruição criativa” (termo estabelecido por Schumpeter) através da renovação dos recursos existentes – produtos, serviços, mercados (DEGEN, 2009; DORNELAS, 2014; MAXIMIANO, 2007).

Na literatura, encontram-se três abordagens correntes do empreendedorismo: a primeira comportamental, a segunda gerencial e a terceira econômica (COSTA; BARROS; CARVALHO, 2011). Na abordagem comportamental, o foco do empreendedor está nas dimensões sociais como: educação, formação e família, já que isso afeta o seu comportamento e suas ações inovadoras no cotidiano. Na abordagem gerencial, o empreendedor é visto como o mediador e/ou facilitador de organizações, isto é, ele busca se relacionar com outras empresas em prol do crescimento da região; e, na abordagem econômica, o empreendedor é a figura central do capitalismo e suas ações estão relacionadas à criação de novas empresas, lucratividade e diversificação de mercados (REIS, 2016). Nos dias atuais, a nova abordagem chama-se: era do empreendedorismo. Ela possibilita

a eliminação de barreiras comerciais, culturais, abre mercados globais, encurta distâncias, cria novos comportamentos, quebra paradigmas globais e gera riqueza a sociedade (DORNELAS, 2014).

Apesar de desenvolvidas em contextos distintos, às três abordagens, segundo Costa, Barros e Carvalho (2011):

[...] convergem para o mesmo ponto: para que uma sociedade fundamentada em um mercado livre seja capaz de produzir mais riqueza, torna-se premente a existência de indivíduos capazes de criar e aproveitar oportunidades, melhorar processos e inventar negócios. De que adiantaria um mercado livre sem tal espírito empreendedor? Dito de outra maneira, o atual processo de valorização, celebração e exaltação do empreendedor e do empreendedorismo privilegia um modelo específico de desenvolvimento econômico e social pautado pelo capitalismo de mercado, assumido como natural, ideal e exemplar (COSTA; BARROS; CARVALHO, 2011, p. 183).

É sabido que as discussões e pesquisas acerca do empreendedorismo (durante décadas) possuem a linha de investigação estratégica e/ou mercadológica (CASTILLO, 2009; MACHADO; ESPINHA, 2011; SANTOS, 2014) e comportamental (BARRETO; NASSIF, 2014; VILAS BOAS, 2015), porém percebe-se que na literatura moderna há estudos de várias ciências que tecem críticas ao pensamento hegemônico do capital. A sociedade de mercado sendo a mercantilização de todas as esferas da vida (SANDEL, 2012), o culto a estética, ao individualismo e ao hedonismo (ENRIQUEZ, 2006; LIPOVETSKY, G.; SERROY, 2013), a liquidez e efemeridade das relações sociais (BAUMAN, 2001, 2010), o potencial excludente e concentrador de renda (MUZIO, 2015), são apenas meros exemplos, em que o capitalismo se tornou o “alvo” de protestos de variadas correntes: filosóficas, sociológicas, econômicas, históricas, dentre outras (MUZIO, 2015). Essas críticas, assim como novas proposições para a construção de um empreendedorismo humanizado ou emancipatório estão presentes em vários estudos (GOSS *et al.*, 2011; LARGACHA-MARTÍNEZ; PINZÓN; VELÁSQUEZ, 2015; PAIVA JR.; ALMEIDA; GUERRA, 2008; RINDOVA; BARRY; KETCHEN, 2009; VIGNOCHI; LEZANA; CAMIOTTI, 2013).

De forma abrangente, o empreendedorismo, tornou-se um fenômeno permeado em diversas áreas do saber, por exemplo: psicologia, economia, finanças,

sociologia, história, política etc (DRIESEN; ZWART, 2010; SCHUCHMANN; ALMEIDA; FILHO, 2010). Ou seja, “o conceito de empreendedorismo pode assumir diferentes significados dependendo de seu contexto e uso” (COSTA; BARROS; CARVALHO, 2011, p. 182). Nessa vertente, Reis (2016) enfatiza que o empreendedorismo é um fenômeno multifacetado que compreende análises distintas. Em concordância, Almeida e Chaves (2015) advogam que o conceito de empreendedorismo é polissêmico e, em uma acepção mínima, o termo empreendedorismo pretende designar a criação de negócios, em outra, o termo designa as qualidades e ação do indivíduo, que o diferencia dos demais devido a lógica e a exigência temporal. A discussão permite identificar que o conceito de empreendedorismo possui significado pluralístico e, dessa forma, seu discurso ao ser propagado e reproduzido em várias esferas da sociedade estabelece “um conjunto de axiomas que ultrapassam os limites da própria criação de empresas” (ALMEIDA; CHAVES, 2015, p. 516).

3.1 O Perfil do Empreendedor

O empreendedor moderno destaca-se pelo envolvimento de pessoas, materiais e processos que juntos transformam as ideias em oportunidades de negócio (DORNELAS, 2014). Esse conceito é defendido por Timmons e Spinelli (2009) que propõem um modelo de estabelecimento de empresa baseado em três variáveis: pessoas, recursos e mercado. A interação desses três fatores gera a transformação de ideias em oportunidades concretas de negócios (TIMMONS; SPINELLI, 2009). Nesse ponto de vista, Almeida e Gonçalves (2016) defendem que o empreendedorismo faz com que os jovens desenvolvam seu espírito empreendedor de várias formas, através da construção de modelos de negócios, por exemplo: *e-commerce*, franquias, *startups*, *youtubers*, *food trucks* etc.

De forma genérica, o empreendedor necessita administrar os recursos que tem à disposição, pois, a partir da gestão abre-se a possibilidade dos objetivos organizacionais serem alcançados. Desse modo, tem-se a importância da relação contínua e sustentável entre empresa, sociedade e meio ambiente. Para que estes três fatores estejam inerentes, o empreendedor

atuará como agente ativo e facilitador deste ciclo. Rocha e Freitas (2014) afirmam que o empreendedor é o ator principal da organização e ele tem a missão de movimentar e comandar os processos que movem a empresa. Numa visão futurista, o empreendedor é um visionário que se realiza transformando a sua ideia no próprio negócio (DEGEN, 2009). Na vertente de Santos (2014), o empreendedor é o indivíduo que tem compromisso, seja na formação por meio de ensinamentos e mobilização de pessoas para a criação de negócios ou pela iniciativa de criar algo que contribua para o desenvolvimento econômico e social.

Ferreira, Pinto e Miranda (2015) realizaram uma revisão de literatura em 1.414 artigos publicados, entre 1981 a 2010, e concluíram ainda que, embora, não seja evidente uma “teoria empreendedora”, emerge o foco de pesquisa no papel do empreendedor, na oportunidade não explorada, na importância dos recursos do empreendedor incluindo-se os seus recursos sociais, e no papel das redes relacionais. Em relação aos traços dos empreendedores, Driessen e Zwart (2010) estabelecem quatro competências do empreendedor, que são: o conhecimento, a motivação, as características e as capacidades. Os autores afirmam que para uma boa análise empresarial os componentes - características e capacidades - são os mais importantes, pois, focam em várias variáveis: mercado, organização administrativa, finanças, motivação, criatividade, eficácia, afiliação, autonomia, poder, dentre outros (DRIESSEN; ZWART, 2010).

Na ótica de Mendonça e Alves (2012) a capacidade do empreendedor está relacionada a construção e questionamento de ideias e paradigmas estabelecidos. A geração de riqueza em regiões, a criação e o desenvolvimento de negócios intensifica-se a partir das decisões dos empreendedores que afetam a vida de várias pessoas, que de forma recíproca são afetados por variáveis internas e externas do ambiente em que o empreendimento está inserido (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2014). Sob o aspecto decisório, Hisrich, Peters e Shepherd (2014) advogam que o empreendedor toma decisões em situações de altos riscos, em ambientes inseguros, com investimentos emocionais, com pressões de tempo e de resultados. Dessa forma, para haver a perpetuidade da empresa no mercado são insuficientes para o empreendedor ter um bom perfil, boas ideias e modelo de negócio

adequado, mas, a oportunidade de vivenciar o dinamismo do ambiente empresarial poderá proporcionar a sustentabilidade e o sucesso do empreendimento (BERNARDI, 2011).

Rocha e Freitas (2014) identificam que o perfil empreendedor tem sido objeto de pesquisas acadêmicas na intenção de analisar, identificar e comparar as características e competências de grupos e indivíduos que atuam com as prerrogativas empreendedoras. Schmidt e Bohnenberger (2009) afirmam que na literatura de empreendedorismo há estudos de medição, metanálise e classificação do perfil empreendedor. Destarte, as correntes de pensamento nacionais e estrangeiras sintetizam o perfil do empreendedor por meio das seguintes características: são visionários, são sociáveis, são facilitadores, sacrificam a vida pessoal, identificam oportunidades, criam, inovam, assumem riscos calculados, são otimistas, são motivados, lideram, persistem, planejam, decidem, possuem conhecimento, possuem habilidades, comunicam, são articulados, possuem valores, são altruístas, são flexíveis, ficam ricos, são independentes, geram riqueza e agregam valor para a sociedade (ANDREW, 2016; BABAEI; ABEDI; SAFIZADEH, 2017; CAMPOS *et al.*, 2014; CAVAZOS-ARROYO; PUENTE-DÍAZ; AGARWAL, 2017; DEGEN, 2009; DORNELAS, 2014; HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2014; ROCHA; FREITAS, 2014).

Apesar da literatura apresentar vários traços referentes ao perfil do empreendedor, Ferreira e Mattos (2003) fazem uma crítica ao alertarem que as distintas classificações de empreendedores possibilitam a combinação de diferentes teorias num plano multidimensional, porém, no universo acadêmico não se estabeleceu um perfil científico do empreendedor.

4 PROPOSIÇÕES ACERCA DO ENSINO DE EMPREENDEDORISMO NAS IES BRASILEIRAS

Silva (2016) argumenta que a educação superior é um campo de tensões e conflitos de interesses. A autora expõe que as reformas educacionais do Governo Federal, desde a década 1990, direcionam e expandem as ações das IES (pública e privada) no

país. Apesar da educação ser considerada “um direito de todos” a sua privatização (faculdades privadas controladas por grupos empresariais) começa a ter representação mercadológica (SILVA, 2016), e assim, o ensino torna-se sinônimo de produto, que atende as necessidades do mercado e os interesses do capital (VERGARA; AMARAL, 2010).

Historicamente, os sistemas de ensino foram modelados para formarem pessoas que venham a ocupar vagas em grandes empresas ou postos de trabalho específicos (SCHAEFER; MINELLO, 2016). Ironicamente, Almeida e Gonçalves (2016) afirmam que a cultura empreendedora estadunidense entende que os erros e acertos fazem parte da carreira empreendedora, inversamente, a cultura brasileira estimula que o cidadão estude para passar em um concurso público e fique no mesmo cargo durante anos.

Em relação ao início do ensino de administração e empreendedorismo, no Brasil, é recente se comparados aos norte-americanos e europeus, em relação da industrialização tardia que após a década de 1950 expressou um crescimento exponencial na economia (HENRIQUE; CUNHA, 2008). Em relação ao primeiro curso, Silva e Pena (2017, p. 378-379), relatam que surgiu em 1981, “[...] na Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas, em São Paulo, por iniciativa do professor Ronald Degen, instaurado como uma disciplina do Curso de Especialização em Administração para Graduados (CEAG)”.

Com o passar das décadas, o ensino do empreendedorismo é direcionado as instituições escolares, e assim, Lopes (2010) afirma que para a execução de uma boa educação empreendedora é necessário à integração entre escolas e IES com a

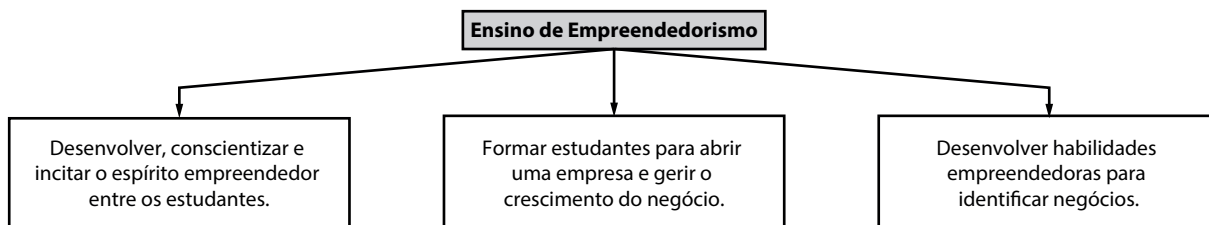
sociedade, na intenção de estimular a aproximação entre empreendedores e estudantes, a fim de trocarem experiências e concepção de novos negócios. Os pesquisadores Salusse e Andreassi (2016) são categóricos, ao afirmarem, que o objetivo central do ensino de empreendedorismo é contribuir para a geração de emprego e renda.

Filion (2000) advoga, que um programa de empreendedorismo, deve concentrar-se na aprendizagem do autoconhecimento e do *know-how*, do que na simples transmissão de conhecimento. De forma genérica, as IES têm uma expectativa quanto à formação dos seus discentes (recém-graduados) nos cursos de Administração, e como resultado da formação, esperam que estes abram o seu negócio ou tenham a intenção de abri-lo algum dia (ROCHA; FREITAS, 2014). Mas, Filion (2000) ressalta que as diferenças entre o empreendedor e o administrador exigem fundamentalmente métodos pedagógicos distintos, ou seja, uma formação empreendedora e uma formação gerencial.

Os estudantes que não venham conceber um negócio, ou os que venham a construir um negócio podem ser beneficiados em sua formação com o desenvolvimento de conhecimentos e habilidades propiciadas pelo ensino-aprendizagem do empreendedorismo (LIMA *et al.*, 2015; ROCHA; FREITAS, 2014). De forma análoga, as habilidades de um exímio empreendedor destacam-se em três áreas: gerenciais, técnicas e interpessoais (DORNELAS, 2014).

Em analogia, a *European Commission Enterprise and Industry Directorate-General* (EUROPEAN COMMISSION, 2008) apresenta uma proposta para a educação empreendedora dividida em três pilares, conforme a Figura 1.

Figura 1 Pilares do Ensino de Empreendedorismo

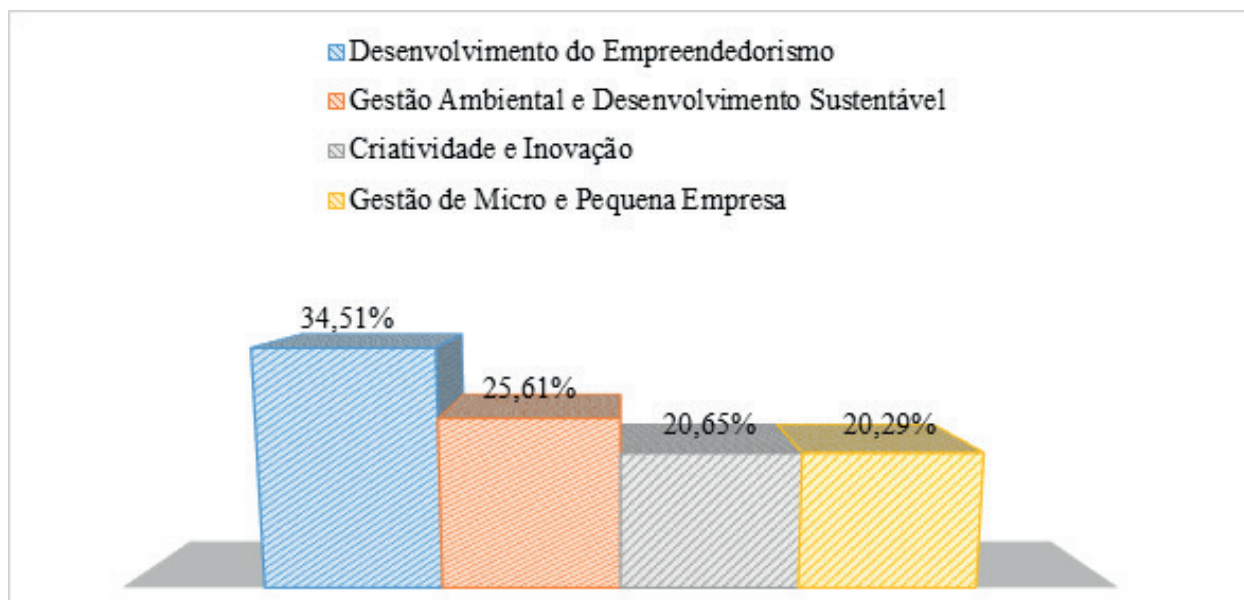


Fonte: Adaptado de *European Commission* (2008).

Os pilares apresentados assemelham-se com a assertiva defendida por Tinoco e Laverde (2011) ao defenderem que para desenvolver o potencial da educação empreendedora é necessário a busca por uma perspectiva diferente, ou seja, conscientizar nos indivíduos a capacidade de tomada de decisão em ações empreendedoras. Os pesquisadores afirmam que a universidade deve ajudar os indivíduos no processo de ação empreendedora, a reconhecer suas intenções, atitudes, pensamentos, comportamentos e expectativas (TINOCO; LAVERDE, 2011). O enfoque apresentado pela *European Commission* (2008) e Tinoco e Laverde (2011) reforçam o conhecimento das aptidões dos estudantes para abrir um negócio, além de destacar a importância da vivência empresarial (decisões a serem tomadas quotidianamente).

Em relação a melhorias da educação empreendedora no Brasil, Mello, Melo Jr. e Mattar (2011) fazem referência a uma pesquisa do Conselho Federal de Administração (CFA) realizada com 17.982 egressos de Administração em 2011 (Gráfico 1). A pesquisa possibilitou identificar as principais necessidades de melhoria no curso superior de administração entre eles: desenvolvimento do empreendedorismo (34,51%), gestão ambiental e desenvolvimento sustentável (25,61%), criatividade e inovação (20,65%) e gestão de micro e pequena empresa (20,29%). É necessário destacar que o ensino do empreendedorismo requer atividades práticas e conhecimento sobre os setores da organização, a fim da tomada de decisões ágeis na construção de empreendimentos sólidos.

Gráfico 1 As principais necessidades de melhorias no curso superior de Administração, segundo o Conselho Federal de Administração (CFA).



Fonte: Mello, Melo Jr. e Mattar (2011).

Outra pesquisa relevante na área de educação empreendedora refere-se ao *Global Entrepreneurship Monitor* – GEM, considerado o estudo mais abrangente sobre empreendedorismo no mundo (GEM, 2016; GRECO *et al.*, 2015). Em 2015, o Brasil alcançou o oitavo lugar no ranking das 31 economias impulsionadas pela eficiência (21,0%), ou seja, em cada 100 brasileiros (18 a 64 anos de idade), 21 estão envolvidos com alguma atividade empreendedora em estágio inicial (GRECO *et al.*, 2015).

Destaca-se, também, a pesquisa da *Global University Entrepreneurial Spirit Students Survey* – GUESSS, intitulada no Brasil como Estudo GUESSS Brasil, que estudou uma amostra de 12.561 estudantes do ensino superior de várias regiões do país, com idade média de 24 anos. Esse estudo verificou que 15,4% dos entrevistados, ou seja, 1.938 estudantes identificaram-se como “empreendedores nascentes” - aqueles que possuem o potencial para a criação de empresas e geração de empregos (LIMA *et al.*, 2014; GRECO *et al.*, 2015).

5 PRÁTICAS PEDAGÓGICAS NO ENSINO DE EMPREENDEDORISMO EM IES BRASILEIRAS

Na ótica de Rocha e Freitas (2014) o empreendedorismo assume formas distintas e engloba múltiplos conteúdos na aprendizagem, fazendo-se necessário aplicá-las de acordo com as ações pedagógicas. A relação entre traços psicológicos característicos do empreendedor e orientação empresarial pode ser usada para identificar os discentes que desejam iniciar a sua carreira empreendedora (OKHOMINA, 2010). O Quadro 1, expõe os recursos pedagógicos, a serem utilizados em sala de aula.

O Quadro 1 possibilita “enxergar” a grande variedade de recursos pedagógicos que podem ser executados pelos alunos, a fim de estimularem a educação empreendedora. Os autores Lima *et al.* (2015) fazem uma ressalva quanto aos métodos e as técnicas pedagógicas para o ensino do empreendedorismo, pois, as aulas carecem de diversificação, para ir além de um singelo plano de negócios, no conjunto das atividades. Dornelas (2014) generaliza ao afirmar que qualquer curso de empreendedorismo deve ter os seguintes objetivos: identificar habilidades do empreendedor, analisar oportunidades, entender as circunstâncias da inovação, a relevância econômica do empreendedorismo, preparação de um plano de negócios, busca de financiamento para o negócio, e gestão empresarial.

Quadro 1 Principais métodos, técnicas e recursos pedagógicos no ensino de empreendedorismo

Jogos empresariais	Visitas técnicas em outras empresas
Trabalhos práticos em grupo	Plano de negócios
Seminários e palestras com empreendedores	Estudos de casos
Criação de incubadoras	Aplicação de provas dissertativas
Grupos de discussão	Criação de produtos

Fonte: Adaptado de Rocha e Freitas (2014).

Henrique e Cunha (2008) complementam os estudos de Rocha e Freitas (2014) e Lima *et al.* (2015) ao realizarem uma revisão de literatura acerca das práticas didático-pedagógicas utilizadas no ensino de empreendedorismo (graduação e pós-graduação) em IES (nacionais e estrangeiros), identificaram que

o ensino de empreendedorismo em suas grades curriculares em sinergia com as metodologias e práticas didático-pedagógicas mais eficazes [...] sem deixar de lado, em muitas ocasiões, os métodos *tradicionais* de ensino; o docente deve estabelecer um equilíbrio entre o papel de *facilitador* do processo de aprendizagem e de *professor*; experiências passadas e trabalho em pequenas empresas ou em consultorias juniores auxiliam o discente no processo de aprender a empreender (HENRIQUE; CUNHA, 2008, p. 113, *grifo no original*).

Lima *et al.* (2015) advogam a respeito dos centros de empreendedorismo que se tornaram relevantes às IES, pois, têm por função promover ambientes

de estímulo ao empreendedorismo através de: palestras, *workshops*, atividades práticas, com vínculo constante das incubadoras. Para Vieira *et al.* (2013) as práticas pedagógicas mais utilizadas para o ensino de empreendedorismo nas 135 IES pesquisadas são: casos de ensino, trabalhos em grupo e aulas expositivas. Os autores, Ferreira e Mattos (2003) no estudo sobre práticas pedagógicas enquanto estratégias de ensino, identificaram que as práticas simuladoras de empreendedorismo tendem a estimular o espírito empreendedor nos alunos, porém, as práticas que transferem conhecimento não incentivam o empreendedorismo nos alunos; nessa pesquisa, os alunos relataram que as práticas, “visitas técnicas” e “atendimento individual”, são difíceis de acontecer, devido a conciliação de horários de professores, alunos e empresas (FERREIRA; MATTOS, 2003).

Silva e Pena (2017) identificaram os principais métodos e práticas de ensino adequados à educação

empreendedora, por meio de um levantamento bibliográfico (nacional e internacional) nos principais periódicos relacionados ao tema entre os anos de 2005 a 2015:

Em relação aos métodos e práticas de ensino, a concepção dos autores converge para a utilização de métodos mais ativos de ensino, capazes de transmitir conhecimentos teóricos e, sobretudo, habilidades, competências e incentivo à prática empreendedora. Entretanto, destacam-se de um lado, os métodos e práticas centrados na experiência passiva, tais como: as aulas expositivas, os casos para ensino e os seminários e palestras com empreendedores. De outro lado, porém, verificam-se métodos de aprendizagem ativa baseados em ação, como: visita a empresas, plano de negócios, incubadoras, jogos empresariais e simulações, Empresa Júnior e projetos de pesquisa e extensão. (SILVA; PENA, 2017, p. 391-392).

Um estudo realizado numa IES federal, no qual foram entrevistados professores do curso de Bacharelado em Administração, foi identificado iniciativas pontuais e não articuladas de professores no ensino de empreendedorismo, mas que apresentaram empecilhos em problemas generalizados de capacitação, escopo do curso e definição institucional acerca do perfil do administrador a ser formado, e assim, a disciplina de empreendedorismo, tornou-se um estudo de caráter curricular denso e obrigatório (SOUZA; SARAIVA, 2010). Os casos relatados retratam a importância das IES para a construção e disseminação de uma cultura empreendedora, porém, pode-se inferir que as disciplinas relativas a empreendedorismo necessitam de práticas pedagógicas “ativas” para estimular a capacidade empreendedora dos alunos. Ironicamente, Drucker (1974), há 40 anos, expressava que o empreendedorismo se desenvolve na prática.

6 CONCLUSÃO

O objetivo central do artigo foi analisar, a partir da revisão de literatura, as proposições acerca do ensino de empreendedorismo nas IES brasileiras. Isto posto, a revisão literária identificou inicialmente que a educação empreendedora possui uma representação mercadológica, e o ensino torna-se um produto, que atende aos interesses do capital. Em relação as proposições, há autores que defendem que para a construção qualitativa de uma educação empreendedora

é necessário a integração da sociedade (com as IES e as escolas), na intenção de aproximar empreendedores e estudantes. Outros estudiosos afirmam que o objetivo central do ensino de empreendedorismo é a geração de emprego e renda. Em tese, os autores afirmam que os programas de empreendedorismo devem focar no (a): *know-how*, formação empreendedora, desenvolvimento de habilidades, abertura de negócios, desenvolvimento pessoal, espírito empreendedor, engajamento empresarial, reconhecimento de aptidões, aprendizagem, vivência empresarial, desenvolvimento das disciplinas, etc. A revisão literária trouxe iniciativas de órgãos internacionais (p. ex. EUROPEAN COMMISSION, 2008), que abordam uma visão de ensino empreendedor, a partir da experiência e prática profissional. Concomitantemente, as proposições apresentadas na revisão de literatura sugerem que as disciplinas, cursos e programas de ensino em empreendedorismo, foquem no ensino-aprendizagem e no desenvolvimento das aptidões e habilidades dos alunos, em interação com os professores.

Em relação aos objetivos específicos, o primeiro refere-se à análise da discussão acerca da origem e das mudanças no conceito de empreendedorismo. Desde os séculos passados, o termo empreendedorismo, possuía conotações econômicas e/ou mercadológicas. Àquela pessoa que intermediava “algo”, era a figura do empreendedor, ou seja, aquele “ator” que era responsável pela “troca” das mercadorias entre fornecedores e compradores. Na literatura, o comerciante Marco Polo é representado na figura do empreendedor, principalmente, nas suas relações com banqueiros e vendas de especiarias entre Europa e Oriente. Em tese: o “risco” é fator primordial da atividade empreendedora, e, sendo assim, Marco Polo se “encaixa” perfeitamente no perfil empreendedor. Quanto às “eras” ou “abordagens” do empreendedorismo, é possível identificar: à behaviorista, à sociológica e econômica. Atualmente, por exemplo, existem autores que apresentam uma nova abordagem do capitalismo moderno intitulada “era do empreendedorismo”, entretanto, existem outros estudiosos que contestam esta concepção mercadológica e hegemônica do capital, e propõem a construção de um empreendedorismo emancipatório. Além disso, o empreendedorismo perpassa por várias áreas do conhecimento, por exemplo: história, psicologia, sociologia, filosofia, educação, política etc.

Em suma, desde a origem do conceito de empreendedorismo até as mudanças (daí a polissemia do conceito), é possível identificar que os empreendedores convergem há um objetivo central: a concepção de um mercado livre, no qual os indivíduos possam identificar oportunidades, criar negócios e produzir riqueza (p. ex. COSTA; BARROS; CARVALHO, 2011).

Quanto ao segundo objetivo específico: descrever o perfil do empreendedor de sucesso, a literatura revisada apresenta vários traços do empreendedor de sucesso. A bibliografia (nacional e internacional) não possui “divergências” quanto ao perfil do empreendedor. É possível identificar as seguintes características dos empreendedores: motivação, conhecimento, criação, questionador, otimismo, inovador, responsável, líder, facilitador, flexível, empático, articulado, planejado, investidor, assume riscos calculados, organizador, comunicador, independente, gerador de riqueza, dentre outros. Esse “catálogo” de competências e/ou traços dos empreendedores não é estável, pois, com as mudanças da sociedade de mercado, o capital exige novas competências. Nessa linha de raciocínio, a revisão literária identifica, que apesar das distintas classificações referentes ao perfil empreendedor, ainda na academia de negócios não se estabeleceu um perfil científico do empreendedor de sucesso; ou seja, a pluralidade do perfil do empreendedor (encontrado nas pesquisas empíricas) é que enriquece as pesquisas nessa área.

No terceiro objetivo específico, relativo a identificação das práticas didático-pedagógicas no ensino de empreendedorismo no Brasil, a literatura revisada expõe que os traços psicológicos característicos do empreendedor e a orientação empresarial podem ser usados para identificar os discentes que tenham a intenção de iniciar seus próprios negócios. Tendo esta premissa, a bibliografia consultada, apresenta várias técnicas e práticas utilizadas no ensino de empreendedorismo nas IES brasileiras, por exemplo: plano de negócios, visitas técnicas, criação de produtos, jogos empresariais, trabalhos em grupo, criação de incubadoras, palestras com empreendedores, estudos de casos, aulas expositivas, grupos de discussão, *workshops*, empresas juniores etc. Esse quadro, mencionado na literatura, ainda não é aplicável em muitas IES públicas e privadas do Brasil. Segundo as

pesquisas mencionadas, as IES necessitam de diversificação pedagógica, além de capacitação do corpo docente e da IES em relação as atividades da disciplina de empreendedorismo. Outro ponto de destaque na literatura está relacionado ao “saber-fazer”, que em vários cursos, as aulas focam na transferência de conhecimento teórico sobre o empreendedorismo, ou seja, o aluno é o sujeito passivo e, não ativo. Em suma, identifica-se o “apelo” dos pesquisadores acerca da ausência de atividades pedagógicas nas IES brasileiras que envolvam aspectos relacionados à: aprendizagem, prática e experiência.

Em relação às limitações do artigo, este manuscrito é de natureza teórica, e a revisão bibliográfica buscou sintetizar os principais trabalhos sobre a educação empreendedora e ensino de empreendedorismo no Brasil. A pesquisa proposta não visou, uma revisão de literatura, densa e exaustiva, e nem responder todas as indagações referentes à temática em questão, mas apresentar uma discussão pertinente, que permita ao leitor, a percepção atual do ensino de empreendedorismo no Brasil.

Em tese: a principal contribuição deste trabalho está no fortalecimento e consistência de pesquisas acerca do ensino de empreendedorismo no Brasil referentes à adoção de novas propostas e/ou práticas – de ensino-aprendizagem – empreendedoras para a construção de uma cultura empreendedora nas IES brasileiras. Haja vista, que este artigo sirva de referência e incite futuros trabalhos na área de gestão, para o desenvolvimento de novas pesquisas de caráter teórico-empírico e de casos múltiplos, em IES privadas e públicas, avaliando-se a eficácia do ensino de empreendedorismo em relação: a didática dos docentes em sala de aula, a estrutura física da IES, o currículo dos cursos, a biblioteca da IES, as práticas pedagógicas realizadas em sala de aula, dentre outros quesitos.

■ REFERÊNCIAS

ALMEIDA, L. R. S. de; GONÇALVES, V. R. de O. **O mundo mudou... Justo na minha vez?** Recife: Conhecimento Impresso, 2016.

- ALMEIDA, R. de C.; CHAVES, M. Empreendedorismo como escopo de diretrizes políticas da União Europeia no âmbito do ensino superior. **Revista Educação e Pesquisa**, v. 41, n. 2, p. 513-526, abr./jun. 2015.
- ANDREW, A. N. The risk of emphasis on entrepreneur skills as a driver for successful business performance in Botswana: a case study. **International Journal of Advanced Research**, v. 5, n. 1, p. 773-781, 2016.
- BABAEI, M.; ABEDI, R.; SAFIZADEH, M. Family entrepreneurial businesses and new ventures: formation, challenges, behavior, relationship. **International Journal of Advanced Research**, v. 5, n. 1, p. 29-47, 2017.
- BARRETO, J. C.; NASSIF, V. M. J. Entrepreneurial leaders and the dissemination of entrepreneurial orientation. **Review of Business Management**, v. 16, n. 51, p. 180-198, 2014.
- BAUMAN, Z. **Capitalismo parasitário e outros temas contemporâneos**. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.
- BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- CAMPOS, E. B. D.; BEZERRA, K.; BONATTI, C. L.; ABBAD, G. da S. Brazilian junior entrepreneurs' competencies. **Business Management Dynamics**, v. 3, n. 9, p. 16-30, 2014.
- CASTILLO, J. O. C. Investigando el entrepreneurship tras un marco teórico y su aporte al desarrollo económico de Colombia. **Revista EAN**, n. 66, p. 67-83, 2009.
- CAVAZOS-ARROYO, J.; PUENTE-DÍAZ, R.; AGARWAL, N. Análise de alguns antecedentes da intenção empreendedora social entre os residentes do México. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, v. 19, n. 64, p. 180-199, abr./jun. 2017.
- COSTA, A. M. da.; BARROS, D. F.; CARVALHO, J. L. F. A dimensão histórica dos discursos acerca do empreendedor e do empreendedorismo. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 15, n. 2, p. 179-197, mar./abr. 2011.
- CRUZ JR., J. B.; ARAÚJO, P. da C.; WOLF, S. M.; RIBEIRO, T. V. A. Empreendedorismo e educação empreendedora: confrontação entre a teoria e prática. **Revista de Ciências da Administração**, v. 8, n. 15, p. 1-22, jan./jun. 2006.
- DEGEN, R. J. **O Empreendedor: empreender como opção de carreira**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 5. ed. Rio de Janeiro: Empreende/LTC, 2014.
- DRIESSEN, M. P.; ZWART, P. S. **The entrepreneur scan measuring characteristics and traits of entrepreneurs**. Disponível em: <<http://entrepreneurscan.com/wp-content/uploads/2016/09/E-Scan-MAB-Article-UK.pdf>> . Acesso em: 6 jun. 2017.
- DRUCKER, P. **O gerente eficaz**. São Paulo: Zahar, 1974.
- ENRIQUEZ, E. O homem do século XXI: sujeito autônomo ou indivíduo descartável. **Revista de Administração de Empresas**, v. 5, n. 1, jan./jun. 2006.
- EUROPEAN CENTRE FOR THE DEVELOPMENT OF VOCATIONAL TRAINING – CEDEFOP. **Education for entrepreneurship**. Disponível em: <<http://www.cedefop.europa.eu/pt>>. Acesso em: 20 abr. 2017.
- EUROPEAN COMMISSION ENTERPRISE AND INDUSTRY DIRECTORATE-GENERAL. **Entrepreneurship in higher education, especially in non-business studies**: final report of the expert group 2008. Disponível em: <http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/support_measures/training_education/entr_highed_en.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2017.
- FERREIRA, M. P. V.; PINTO, C. F.; MIRANDA, R. M. Três décadas de pesquisa em empreendedorismo: uma revisão dos principais periódicos internacionais de empreendedorismo. **Revista Eletrônica de Administração**, v. 81, n. 2, p. 406-436, maio/ago. 2015.

- FERREIRA, P. G. G.; MATTOS, P. L. C. L. Empreendedorismo e práticas didáticas nos cursos de graduação em administração: os estudantes levantam o problema. In: XXVII ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 27., 2003, Atibaia. **Anais...** Atibaia, SP: ENANPAD, 2003.
- FRIEDMAN T. F. **O mundo é plano: uma breve história do século XXI.** Rio de Janeiro: Objetiva, 2005.
- GASKELL, G. Entrevistas individuais e grupais. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. (Orgs). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático.** Petrópolis: Vozes, 2002, p. 64-89.
- GIL, A. C. **Estudos de caso.** São Paulo: Atlas, 2002.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR - GEM. **Global Report 2016/17.** Disponível em: <<http://www.gemconsortium.org/report/49812>>. Acesso em: 17 abr. 2017.
- GOSS, D.; JONES, R.; LATHAM, J.; BETTA, M. Power as practice: a micro-sociological analysis of the dynamics of emancipatory entrepreneurship. **Organization Studies**, v. 3, n. 2, p. 211-229, 2011.
- GRECO, S. M. de S. S.; LIMA, B. R. de; LIMA, E. P.; LAZZARIN, G. R. da S.; SALUSSE, M. A. Y.; MACEDO, M. de M.; GUIMARÃES, M. L.; SOUZA, V. L. de. **Empreendedorismo no Brasil: 2015.** Disponível em: <<http://www.gemconsortium.org/report/49761>>. Acesso em: 6 jun. 2017.
- HENRIQUE, D. C.; CUNHA, S. K. Práticas didático-pedagógicas no ensino de empreendedorismo em cursos de graduação e pós-graduação nacionais e internacionais. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 9, n. 5, p. 112-136, 2008.
- HISRICH, R D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo.** 9. ed. Porto Alegre: AMGH, 2014.
- LARGACHA-MARTÍNEZ, C.; PINZÓN, A. J.; VELÁSQUEZ, E. L. La fusión de la gerencia humanista y el aprendizaje organizacional producen organizaciones sostenibles y de excelencia. **Revista EAN**, n. 78, p. 74-91, 2015.
- LIMA, E.; LOPES, R. M. A.; NASSIF, V. M. J.; SILVA, D. Ser seu próprio patrão? Aperfeiçoando-se a educação superior em empreendedorismo. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 19, n. 4, p. 419-439, jul./ago. 2015.
- LIMA, E.; NASSIF, V. M. J.; LOPES, R. M. A.; SILVA, D. Educação superior em empreendedorismo e intenções empreendedoras dos estudantes - Relatório do estudo GUESSS Brasil 2013-2014. Grupo APOE – Grupo de Estudo sobre Administração de Pequenas Organizações e Empreendedorismo, PPGA-UNINOVE. **Caderno de pesquisa**, n. 2014-03. São Paulo: Grupo APOE. 2014. Disponível em: <<https://grupoapoe.files.wordpress.com/2015/01/cp-2014-03-relatorio-estudo-guesss-brasil-2013-2014.pdf>>. Acesso em: 6 jun. 2017.
- LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. **A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista.** São Paulo: Companhia das Letras, 2013.
- LONGO, W. **Marketing e comunicação na era pós-digital: as regras mudaram.** São Paulo: HSM do Brasil, 2014.
- LOPES, R. M. A. **Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
- MACHADO, H. V.; ESPINHA, P. G. Empreendedorismo e franchising: uma combinação que garante a sobrevivência? **Revista de Administração Mackenzie**, v. 11, n. 4, p. 131-153, jul./ago. 2010.
- MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa.** São Paulo: Atlas, 2009.
- MAXIMIANO, A. C. A. **Teoria geral da administração.** 1. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

- MELLO, S. L. de; MELO Jr.; J. S. M.; MATTAR, F. N. **Perfil, formação, atuação e oportunidades de trabalho do administrador**: pesquisa nacional. 5. ed. Brasília: CFA, 2011. Disponível em: <<http://www.cfa.org.br/acoes-cfa/pesquisa-nacional/PesquisaPerfil20111.pdf>>. Acesso em: 6 jun. 2017.
- MENDONÇA, P. M. E.; ALVES, M; A. Institutional entrepreneurship and professionalization of the rural development of the sisal region in Brazil. **Revista de Administração da Universidade São Paulo**, v. 47, n. 3, p. 489-499, jul./ago./set. 2012.
- MOROSINI, M. C.; FERNANDES, C. M. B. Estado do Conhecimento: conceitos, finalidades e interlocações. *Educação Por Escrito*, v. 5, n. 2, p. 154-164, jul./dez. 2014.
- MUZIO, H. Sempre ele! A nova forma do capitalismo. **Revista de Administração de Empresas**, v. 55, n. 6, p. 724-725, nov./dez. 2015.
- OKHOMINA, D. Entrepreneurial orientation and psychological traits: the moderating influence of supportive environment. **Journal of Behavioral Studies in Business**. v. 3, p. 1-16, 2010.
- OLIVEIRA, A. G. M. de; MELO, M. C. de O. L.; MUYLDER, C. F. de. Educação empreendedora: o desenvolvimento do empreendedorismo e inovação social em instituições de ensino superior. **Revista Administração em Diálogo**, v. 18, n. 1, p. 29-56, jan./abr. 2016.
- PAIVA JR.; F. G. de; ALMEIDA, S. de L.; GUERRA, J. R. F. O empreendedor humanizado como uma alternativa ao empresário bem-sucedido: um novo conceito em empreendedorismo, inspirado no filme *Beleza Americana*. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 9, n. 8, p. 112-134, 2008.
- REIS, W. C. dos. **Criação de valor simbólico no artesanato Quilombola de Moju, no Pará**: um estudo no campo do empreendedorismo cultural sob a ótica da Teoria da Recepção de Stuart Hall. 2016. 188 f. Tese (Doutorado em Administração) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife. 2016.
- RINDOVA, V.; BARRY, D.; KETCHEN, D. J. Entrepreneurship as emancipation. **Academy of Management Review**, v. 34, n. 3, p. 477-491, 2009.
- ROCHA, E. L. de C.; FREITAS, A. A. F. Avaliação do ensino do empreendedorismo entre estudantes universitários por meio do perfil empreendedor. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 18, n. 4, p. 465-486, jul./ago. 2014.
- SALUSSE, M. A. Y.; ANDREASSI, T. O ensino de empreendedorismo com fundamento na Teoria *Effectuation*. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 20, n.3, p. 305-327, maio/jun. 2016.
- SANDEL, M. J. **O que o dinheiro não compra**: os limites morais do mercado. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012.
- SANTOS, P. M. de. **Incubação de negócios em Pernambuco**: o caso da INCUBATEC Rural. 2014. 106 f. Dissertação (Mestrado em Administração e Desenvolvimento Rural) – Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife, 2014.
- SCHAEFER, R.; MINELLO, I. F. Educação empreendedora: premissas, objetivos e metodologias. **Revista Pensamento Contemporâneo**, v. 10, n. 3, p. 60-81, jul./set. 2016.
- SCHMIDT, S.; BOHNENBERGER, M. C. Perfil empreendedor e desempenho organizacional. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 13, n. 3, p. 450-467, jul./ago. 2009.
- SCHUCHMANN, B. M.; ALMEIDA, R. R. de; FILHO, L. V. S. Construto de redes para empreendedorismo: revisão literária e recomendações. **Revista Brasileira de Administração Científica**, v. 1, n. 1, p. 55-69, dez. 2010.

SILVA, F. da C.; MANCEBO, R. C.; MARIANO, S. R. de H. Educação empreendedora como método: o caso do *Minor* em empreendedorismo e inovação UFF. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 6, n. 1, p. 196-216, jan./abr. 2017.

SILVA, J. F. da S.; PENA, R. P. M. O “bê-á-bá” do ensino em empreendedorismo: uma revisão de literatura sobre os métodos e práticas da educação empreendedora. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 6, n.2, p. 372-401, maio/ago. 2017.

SILVA, M. A. B. N. da. **Entre a academia e os resultados**: um estudo sobre as tensões vivenciadas pelos gestores acadêmicos de instituições de ensino do estado de Pernambuco. 2016. 132 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2016.

SOUZA, A. M. de; SARAIVA, L. A. S. Práticas e desafios do ensino de empreendedorismo na graduação em uma instituição de ensino superior. **Gestão & Regionalidade**, v. 26, n.2, p. 64-77, set./dez. 2010.

SOUZA, G. C. de; LOURENZANI, A. E. B. S. A importância do perfil do franqueado para o sucesso das franquias: uma análise da capacidade empreendedora. **Revista Brasileira de Estratégia**, v. 4, n. 2, p. 115-127, maio/ago. 2011.

TIMMONS, J.; SPINELLI, S. **New venture creation, entrepreneurship for the 21st century**. New York: McGraw-Hill Higher Education, 2009. Disponível em: < <http://www.lem.ep.usp.br/0300021/NewVentureCreationChapter3.pdf>>. Acesso em: 20 abr. 2017.

TINOCO, F. F. O.; LAVERDE, F. P. Hacia un modelo de educación para el emprendimiento: una mirada desde la teoría social cognitiva. **Cuadernos de Administración**, v. 24, n. 43, p. 13-33, 2011.

UNCTAD - United Nations Conference on Trade and Development. **Division on investment and enterprise: results and impact – report 2015**. Disponível em: <http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/dia-e2015d1_en.pdf>. Acesso em: 16 de abr. 2017.

VERGARA, S. C.; AMARAL, M. M. Reflexões sobre o conceito ‘aluno-cliente’ de instituições de ensino superior brasileiras. In: ENANPAD. XXXIV ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 25., 2010, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro, RJ: ENANPAD, 2010.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 3.ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2000.

VIEIRA, S. F. A.; MELATTI, G. A.; OGUIDO, W. S.; PELISSON, C., NEGREIROS, L. F. Ensino de empreendedorismo em cursos de administração: um levantamento da realidade brasileira. **Revista de Administração FACES Journal**, v. 12, n. 2, p. 93-114, 2013.

VIGNOCHI, L.; LEZANA, A. G. R.; CAMILOTTI, L. Empreendedorismo e valores humanos: um estudo conceitual. **GESTÃO.Org**, v. 11, n. 2, p. 271-292, maio/set. 2013.

VILAS BOAS, E. P. **O comportamento do empreendedor e suas influências no processo de criação e no desempenho da empresa**. 2015. 149 f. Tese (Doutorado em Ciências) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015.