

## **Grupo APOE**

**Grupo de Estudo sobre Administração  
de Pequenas Organizações e Empreendedorismo**

[www.grupoapoe.wordpress.com](http://www.grupoapoe.wordpress.com)



### **Empreendedorismo para Todos: Desafios e Oportunidades para Aperfeiçoar a Educação Superior Brasileira**

Autores:

Edmilson Lima, Rose Mary Almeida Lopes, Vânia Maria Jorge Nassif e Dirceu da Silva

Caderno de pesquisa n. 2012-02 - **Grupo APOE**

Trabalho apresentado no ENANPAD 2012, Rio de Janeiro, em setembro de 2012.

Uma versão anterior foi apresentada em junho de 2012 na Nova Zelândia, no *ICSB World Conference*.

#### **Agradecimentos:**

- À Universidade Nove de Julho - UNINOVE, pelo apoio indispensável e pela infraestrutura disponibilizada para a realização do Estudo GUESSS Brasil 2011, a pesquisa da qual derivou o presente trabalho.
- Ao Projeto Pró-Administração da Uninove, pelo auxílio e parceria de seus organizadores na realização do Estudo GUESSS Brasil 2011.

**UNINOVE**



Universidade Nove de Julho

[www.uninove.br](http://www.uninove.br)

#### **Grupo APOE**

Grupo de Estudo sobre Administração de  
Pequenas Organizações e Empreendedorismo

[www.grupoapoe.wordpress.com](http://www.grupoapoe.wordpress.com)

#### **Projeto Pró-Administração**

Programa de Mestrado e Doutorado  
em Administração da UNINOVE

[www.uninove.br/pmda](http://www.uninove.br/pmda)

### **Como citar este trabalho**

LIMA, E., LOPES, R. M. A., NASSIF, V., SILVA, D. Empreendedorismo para Todos: Desafios e Oportunidades para Aperfeiçoar a Educação Superior Brasileira. Grupo APOE – Grupo de Estudo sobre Administração de Pequenas Organizações e Empreendedorismo, PMDA-UNINOVE. Caderno de pesquisa, n. 2012-02. São Paulo: UNINOVE. 2012.

Endereço para contato:

#### **PMDA-UNINOVE**

Programa de Mestrado e Doutorado em Administração – Universidade Nove de Julho

Av. Francisco Matarazzo, 612 – Água Branca

CEP 05.001-100 São Paulo – SP Brasil

Telefone: (11) 3665-9342 Portal de internet: [www.uninove.br/pmda](http://www.uninove.br/pmda)

### **Sobre os autores**

**Edmilson Lima** - Ph.D. em Administração pela HEC Montreal, Canadá. Membro pesquisador da Cátedra de Empreendedorismo Rogers - J.-A. Bombardier, presidida pelo prof. Louis Jacques Filion na HEC Montreal. É professor e pesquisador do Programa de Mestrado e Doutorado em Administração da Universidade Nove de Julho - UNINOVE, em São Paulo, atuando nas áreas de gestão de pequenas organizações, empreendedorismo e métodos de pesquisa qualitativa. Criou e coordena o Grupo Apoe, o Grupo de Estudo sobre Administração de Pequenas Organizações e Empreendedorismo. Atua como secretário geral da Anegepe, a Associação Nacional de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas. É membro do conselho de administração, associado e representante no Brasil da AIREPME, *Association Internationale de Recherche en Entrepreneuriat et PME*. Tem anos de experiência prática em empreendedorismo e direção de pequenas organizações.

**Rose Mary Almeida Lopes** - Doutora em Psicologia Social pela Universidade de São Paulo. É professora da Escola Superior de Propaganda e Marketing em São Paulo, na qual leciona no curso de Administração da graduação e da pós-graduação. Tem apresentado seus trabalhos em importantes congressos dessa área, como *Babson College Entrepreneurship Research Conference*, *Internationalizing Entrepreneurship Education and Training* e, no Brasil, no ENANPAD. Organizou o livro *Educação Empreendedora: Conceitos, Modelos e Práticas*, publicado pela Editora Campus Elsevier em 2010. No livro, escreveu dois capítulos: Referenciais para a Educação Empreendedora e Educação Empreendedora no Ensino Fundamental. Atua como consultora, trabalhando na área de Recursos Humanos em projetos de *assessment* e em projetos internacionais de pesquisa qualitativa de mercado.

**Vânia Maria Jorge Nassif** - Pós-doutoranda em Administração pela FGV-SP, na linha de Empreendedorismo. É professora do Programa de Mestrado Profissional em Gestão do Esporte da UNINOVE - SP. Preside a Anegepe, Associação Nacional de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas. Atua como professora convidada nos programas de MBAs da FUNDACE-USP. Tem experiência empresarial e em consultoria na área de Pessoas e Gestão de Micro e Pequenas Empresas. É avaliadora de periódicos científicos, de diferentes fontes de fomento à pesquisa e de congressos nacionais e internacionais. Fez numerosos artigos científicos e capítulos de livros.

**Dirceu da Silva** - Possui graduação em Física, licenciatura em Física e Matemática, mestrado em Física e doutorado em Educação (Avaliação e Cognição), todos pela Universidade de São Paulo - USP. É professor do Programa de Mestrado e Doutorado em Administração da Universidade Nove de Julho e professor da Universidade Estadual de Campinas - Unicamp. Tem experiência na área de Administração e Educação, com ênfase em Planejamento e Avaliação Educacional e Avaliação de Mercados (Marketing), áreas em que tem desenvolvido e aplicado métodos quantitativos de análise de dados numéricos e análise multivariada de dados. É parecerista da FAPESP, CNPq e CAPES e dos principais periódicos e eventos científicos da área de Administração.

## **Empreendedorismo para Todos:**

### **Desafios e Oportunidades para Aperfeiçoar a Educação Superior Brasileira**

#### **Resumo**

O objetivo deste trabalho é identificar desafios e oportunidades para se melhorar a educação superior em empreendedorismo, considerando-se a demanda por disciplinas e atividades de formação nessa área, assim como a intenção empreendedora dos estudantes. O estudo é um *survey* complementado por uma revisão detalhada da literatura. O questionário utilizado contém 16 conjuntos de questões com escalas de cinco ou sete pontos. Ele foi disponibilizado na internet e respondido por 29.186 estudantes de 37 IESs. Os estudantes brasileiros têm alta demanda por formação em empreendedorismo. As conclusões oferecem recomendações para a melhoria do ensino e para a ampliação das pesquisas.

#### **1- Introdução**

Frente à realidade do mundo do trabalho, há tempos, não basta mais às instituições de ensino superior (IESs) formar apenas empregados qualificados. É necessário que formem também pessoas a quem tenham oferecido ao menos uma parte da formação focada no empreendedorismo. Afinal, grande parte dos estudantes universitários querem ter seu próprio negócio no futuro, independentemente de sua área de estudo. O estudo GUESSS internacional, realizado em 26 países com pouco mais de 93.000 estudantes universitários, indica que cerca de 10% dos estudantes querem ter sua própria empresa logo que se formarem; o percentual se triplica quando interrogados sobre cinco anos depois (Sieger, Fueglistaller e Zellweger, 2011).

A educação pode estimular o desenvolvimento do comportamento empreendedor de diferentes maneiras (Galloway et al, 2005; Rasheed, 2003). De acordo com Alvarez e Busenitz (2004), se as universidades não oferecerem a educação em empreendedorismo (EE), deve-se esperar que os estudantes sejam menos propensos a empreender. Peterman e Kennedy (2003) encontraram evidências de que experiências empreendedoras vivenciadas pelos alunos durante sua formação despertam ou fortalecem seu desejo de criar novos negócios. Por outro lado, se as universidades promoverem a EE e se empenharem em desenvolver o potencial empreendedor (Vyakarnam, 2005) em combinação diferentes competências (Kirby, 2005; Gibb, 2006) dos estudantes, podem propiciar o desenvolvimento de uma consciência e de um interesse propícios à exploração de formas alternativas de trabalho e ao empreendedorismo (Galloway et al., 2005). Há de se considerar também que as características pessoais (Alvarez e Busenitz, 2004) e as habilidades (Galloway et al., 2005) para empreender podem ser desenvolvidas com a educação.

Mesmo que não queiram ou não venham a ter seu próprio negócio, os estudantes podem ser beneficiados em sua formação com o desenvolvimento de conhecimentos e habilidades do empreendedorismo. A premissa de que EE não é apenas geradora de aprendizagem para gerir

uma empresa, mas, sobretudo, para o pensamento criativo, a geração de inovações e o crescimento do senso de auto-estima e de responsabilidade (Heinonen, Kovalainen e Pukkinen, 2006) faz com que ela seja vista ainda mais como necessária nas IESs.

Nesse sentido, é importante buscar formas de se aperfeiçoar a EE nas IESs. O tema foi até mesmo alçado aos mais elevados níveis de discussão da Conferência sobre Comércio e Desenvolvimento das Nações Unidas (UNCTAD Secretariat, 2011). Contudo, ainda é muito importante que se desenvolvam orientações claras para o aperfeiçoamento da EE, dado o risco de se priorizar caminhos de formação incoerentes com o contexto das universidades e países e também com os interesses dos estudantes, o que pode redundar em esforços infrutíferos ou contraproducentes.

O objetivo do presente trabalho é identificar desafios e oportunidades para o aperfeiçoamento da EE nas IESs brasileiras, principalmente com base na análise das intenções empreendedoras dos estudantes universitários e de sua demanda por disciplinas e atividades de formação sobre o tema. Suas últimas partes oferecem recomendações para a prática e sugestões para a realização de mais pesquisas sobre o tema.

## **2- Demandas para a melhoria da oferta de Educação Empreendedora**

Quando se procuram estudos baseados na perspectiva dos estudantes a respeito do que eles demandam como melhorias na oferta da EE, observa-se que eles são poucos. É muito mais comum encontrar pesquisas em que especialistas ou professores sejam as fontes de informação e de avaliação da oferta de cursos e de atividades em empreendedorismo. Vejamos alguns exemplos.

Lüthje and Nikolaus (2002) fizeram uma comparação entre 312 alunos de graduação em Administração não expostos à educação empreendedora de uma grande universidade pública alemã com 143 alunos graduação e pós-graduação (entre 490 convidados e selecionados ao acaso) da Sloan Management School do Massachusetts Institute of Technology, MIT. Os estudantes da Sloan avaliaram todo o ambiente geral de sua escola muito mais favoravelmente do que fizeram os alemães. Percebiam o ambiente universitário como mais inspirador e propício ao desenvolvimento de ideias para empreender. Indicaram que o empreendedorismo era favorecido por vários aspectos do ambiente, como: contato com tecnologias de ponta, ideias inovadoras e empreendedores que poderiam ser tomados como modelos de quem se inspirar.

Os alunos da Sloan apontaram muito mais fortemente que as palestras e aulas favoreciam o desenvolvimento de conhecimento e de habilidades relacionadas com empreendedorismo e que a escola favorecia a integração de estudantes de diferentes áreas de formação. A Sloan também foi mais bem avaliada no sentido de promover e oferecer suporte para os empreendedores nas etapas anteriores à abertura de um negócio. A avaliação do suporte ao empreendedorismo através de cursos e treinamentos também foi superior na Sloan no início da formação – e se intensificou na segunda metade dela. Isso não ocorreu com os estudantes alemães.

Assim, Lüthje e Nikolaus (2002) concluíram que o programa de empreendedorismo da Sloan e de universidades de destaque em EE dos EUA poderiam ser tomados como modelos para as universidades alemãs na melhoria da EE.

Gasse et al. (2006) compararam as intenções, interesses e porcentagem de estudantes que eram empreendedores entre 656 estudantes de Administração e Engenharia do Canadá (apenas a província do Quebec), Tunísia e França. 72% dos estudantes eram de graduação, 25% de mestrado e quase 2% de doutorado. A maioria era de Administração: 51,5%. Questionaram sobre suas intenções no curto, médio e longo prazos (durante os estudos, logo após a formatura e tempos depois) e também indagaram sobre atividades empreendedoras eventualmente iniciadas dentro ou fora da universidade.

Entre 76% e 88% dos estudantes dos diferentes países avaliaram de que atividades acadêmicas mais práticas e participativas como projetos, experiências de trabalho e simulações ajudaram em sua preparação para empreender. Relativamente a quanto as disciplinas de empreendedorismo oferecidas ajudaram a desenvolver o espírito empreendedor, os percentuais decresceram bastante: 36,4% entre os tunisianos, 33,5% entre os canadenses e 23,2% entre os franceses.

O ambiente favorável à inovação nas IESs e nas empresas foi considerado como um fator muito importante por 40% dos estudantes franceses, 52% por tunisianos e 51% entre os canadenses. Outro fator visto como muito importante foi a existência de um sistema de suporte às atividades empreendedoras: 18% dos tunisianos, 31% dos franceses e 36% dos canadenses. Praticamente um terço dos alunos tunisianos acreditava que a falta de ajuda e de suporte era um obstáculo real ao florescimento do empreendedorismo.

Daqui poder-se-ia dizer, indutivamente, que as IESs que desejam incentivar o empreendedorismo podem ser mais efetivas se fomentarem um ambiente favorável à inovação e se oferecerem serviços de suporte ao empreendedorismo, dado que muitos têm a intenção de empreender ou de atuar como autônomos logo após a formatura.

Num estudo posterior, Gasse e Tremblay (2011) comparam os resultados de uma amostra 2.053 estudantes, também dos cursos de Administração e de Engenharia de 7 países diferentes – Canadá (Província de Québec), Tunísia, França, Romênia, Inglaterra, Colômbia e Alemanha. Comparativamente nessa amostra as intenções de empreender foram mais altas do que as observadas em outros dois estudos – um desenvolvido por Filion et. al. (2002, apud Gasse e Tremblay 2011) e o estudo de Gasse et al. (2006). Uma das razões é que o empreendedorismo, no estudo de 2011, foi entendido como abrangendo as atividades de abertura de um negócio próprio bem como o trabalho como autônomo.

Entre os principais resultados, esses autores encontraram que a contribuição do sistema geral de educação para desenvolvimento do empreendedorismo somente foi destacado pelos estudantes da Colômbia e da Alemanha (57% e 61% respectivamente). Sobre a contribuição das atividades acadêmicas em geral para o estímulo ao empreendedorismo, todos os grupos sinalizaram (porcentagens entre 79% e 95%) que os projetos, iniciativas, simulações, estágios e experiências de trabalho colaboraram nisso. Quando questionados especificamente sobre a contribuição das disciplinas de empreendedorismo oferecidas para o desenvolvimento do

espírito empreendedor, as porcentagens declinaram substancialmente, ficando entre 20 e 40%. Os estudantes colombianos foram exceção, dado que 82% deles avaliaram que as disciplinas os estimularam, ajudaram a desenvolver seu espírito empreendedor.

Tem-se então um resultado geral que aponta para a pouca contribuição percebida de disciplinas específicas de empreendedorismo, ao passo que as atividades que demandam a participação e a atuação prática dos estudantes são percebidas como mais úteis na preparação de empreendedores.

Drost concorda com Zhao, Seibert e Hills (2006, apud Drost, 2010) de que a melhor forma de medir seria a percepção dos estudantes acerca de quanto aprenderam através destas atividades sobre quatro das habilidades básicas dos empreendedores: identificação de oportunidades de novos negócios, avaliação das oportunidades, iniciação de um negócio e empreendedorismo organizacional. Assim, quanto mais fortemente os estudantes avaliassem a aprendizagem destas habilidades, maior seria sua intenção de empreender.

Em sua pesquisa Drost (2010) utilizou uma amostra de 168 estudantes de uma universidade pública na Finlândia, em que predominaram mulheres - 62%. Os resultados por ela encontrados mostraram que a auto-eficácia tem um papel mediador da EE com respeito à intenção de empreender. A percepção de aprendizagem dos estudantes nas quatro habilidades básicas de empreendedorismo já citadas afeta positivamente a confiança deles de que têm competência para abrir seus negócios em 5 anos. Sendo assim, Drost (2010) argumenta a favor de que a EE tenha componentes práticos – contato e exposição a empreendedores que sirvam como modelos inspiradores, atividades práticas geradoras de *feedback* e reforço, além de serem estimuladoras da confiança em suas próprias capacidades. Para a autora, também deve-se oferecer acompanhamento e apoio para ajudar a lidar com a ansiedade quando os estudantes estiverem de fato envolvidos com ações empreendedoras.

Ela sustenta que experiências práticas reforçam tal confiança (controle percebido) tanto em atividades em sala de aula, quanto fora – em empresas, no contexto real. Essas experiências podem envolver estágios, redação de estudos de caso, interações com empreendedores, consultoria para *startups* ou ligações com o empreendedorismo corporativo, etc. Ou seja, todas as atividades que envolvam prática, que coloquem o aluno em contato direto com empreendedores, com modelos, reforçariam a autoconfiança e a intenção de empreender. Dilts e al. (1999 apud Fayolle, Benoit e Lassas-Clerc, 2006) já haviam identificado que estágios e aprendizado prático no campo são os modos de ensino de mais sucesso na preparação dos estudantes em empreendedorismo.

### **3- Educação universitária em empreendedorismo no Brasil**

Ante as novas demandas provocadas pelas mudanças dos contextos global e nacional, as IESs brasileiras se mobilizaram no sentido de introduzir e, depois, ampliar a oferta de EE. Iniciou-se a disciplina de “Novos Negócios” na Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas em 1981, em um curso de MBA, e em 1984, disciplina similar é ofertada para os alunos de Administração. Outras IESs seguem este caminho: Faculdade de

Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, e o departamento de Ciência da Computação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (Lopes e Melo, 2005).

A partir daí as ofertas se multiplicaram. Inicialmente, mais frequentemente eram oferecidas disciplinas nos programas de graduação de Administração, Contabilidade, Tecnologia de Informação e Engenharias (Lopes e Melo, 2005). O ensino de empreendedorismo ganha impulso, e uma pesquisa realizada nos portais eletrônicos de 516 IESs por Guerra e Grazziotin (2010) mostrava que 32% das IESs públicas e 11,5% das privadas já ofereciam disciplinas de empreendedorismo, sendo que 44,6% das ofertas já aconteciam em cursos fora da área de Administração e Negócios, como Computação, Engenharia, Comunicação Social, Turismo, Educação Física, Fonoaudiologia.

O interesse pela EE tem crescido. As IESs têm ampliado o número de disciplinas e de atividades oferecidas na área, como já destacaram Flores, Hoeltgebaum e Silveira (2008) depois de perceberem um incremento de 27,8% desse número no país entre 2004 e 2007 na pós-graduação em Administração. Encontram-se IESs brasileiras com núcleos, centros de empreendedorismo, incubadoras de negócios e com *minors* ou toda uma linha de disciplinas desse tema. Competições de planos de negócio têm se disseminado, bem como eventos que estimulam a criação de empresas. Diferentes eventos acadêmicos têm acontecido, como o *Internationalizing Entrepreneurship Education and Training Conference – IntEnt 2006*, *Roundtable on Entrepreneurship Education (REE) Latin America* em 2007, *Roundtable on Entrepreneurship Education* Satelite Brasil 2010 e 2011. Discute-se neles como melhorar a qualidade e o impacto da EE brasileira.

Contudo, o estudo do GEM intitulado Empreendedorismo no Brasil: 2008 (GRECO et. al. 2009) desenvolveu um tópico específico sobre educação e treinamento e apresenta informações preocupantes. Informa, com base no INEP/MEC (2009), que existiam 39.555 cursos superiores no Brasil em 2008, dos quais 3.465 programas de ensino eram da área de Administração e 988 das áreas de Engenharia da Computação, Informática e Sistemas de Informação. Essas quatro áreas são normalmente precursoras na oferta de disciplinas de empreendedorismo. Mas, registravam-se apenas 25 programas de ensino com conteúdos específicos de empreendedorismo e gestão de pequenos negócios (88% sendo presenciais). Os programas estavam concentrados nas regiões sudeste e sul do país. Segundo os autores, com esses números, a oferta de disciplinas de empreendedorismo nas IESs é muito modesta e está associada a uma carência de professores capacitados.

Revelam-se então dois primeiros desafios a serem enfrentados para melhorar a EE no Brasil, como exposto no quadro 1.

#### Quadro 1- Desafios 1 e 2

- |   |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>- Desafio 1: Ampliar a oferta de disciplinas de empreendedorismo nas IESs.</li><li>- Desafio 2: Capacitar mais professores para a EE.</li></ul> |
|---|

Adicionalmente, os resultados de Greco et. al. (2009) apontaram que, entre os empreendedores que iniciam com sua empresa, 90% nunca participou de qualquer curso ou atividade de treinamento relativo à abertura de negócios, em quaisquer níveis de ensino. 40% dos empreendedores que participaram de alguma atividade de EE pôde fazê-lo na formação universitária. Tais atividades foram majoritariamente opcionais. Não faziam parte do currículo central dos programas de formação.

Esse quadro sugere que há muito ainda a ser feito para aperfeiçoar a oferta da EE no Brasil.

#### **4- Mais desafios para o aperfeiçoamento da EE no Brasil**

Uma pesquisa nacional realizada pelo Conselho Federal de Administração em 2006 que abrangeu uma amostra de 10552 egressos dos cursos de Administração, além de professores e empresas, sugeriu novos conteúdos para que as IES formassem melhor os seus alunos e os adequassem à realidade do mercado. Os principais conteúdos foram: o desenvolvimento do empreendedorismo (46%), a gestão de micro e pequenas empresas (23,5%); a gestão ambiental e o desenvolvimento sustentável (23,5%); e a ética empresarial (20%). Portanto, existiria uma demanda para a inserção da EE na formação, pelo menos dos alunos do curso de Administração.

Outro estudo envolvendo alunos do curso de Administração foi desenvolvido por Oliveira, Taffo e Andrade (2010). Abrangeu 60 alunos concluintes do curso em uma IES privada da cidade de São Paulo (62% de mulheres) sendo que 95% dos alunos declararam não ter tido contato com cursos de educação empreendedora. No curto prazo, despontou o empreendedorismo com 65% como a opção de maior preferência (comparativamente a 40% dos que escolhiam trabalhar como empregado/funcionário), entretanto 77% preferiam continuar seus estudos. Indagados sobre sua intenção no médio e longo prazos, 87% deles sinalizou como máxima preferência a opção de se tornar empreendedores, 28% a de se tornar profissionais liberais, e 35% a de se tornar empregados.

Questionados sobre como avaliavam a sua preparação para as diferentes atividades relacionadas à abertura de um negócio, percebeu-se que não se sentiam tão preparados para a abertura de um negócio; apenas uma minoria indicou ter condições de realmente abrir e implementar um negócio viável; e um pouco mais da metade avaliou-se como competente para desenvolver o projeto do novo negócio. Deste modo, evidencia-se, indiretamente que percebem lacunas em sua capacitação com respeito à atividade empreendedora.

Além disso, questionou-se, também, quanto ao nível de conhecimento do aluno quanto às diferentes formas de apoio à criação de negócios. Evidenciou-se muito desconhecimento quanto às diferentes formas de treinamento, apoio na abertura de negócios, fontes de apoio financeiro, centros de negócios, orientação técnica para iniciar um negócio ou mesmo serviços terceirizados para a abertura de uma empresa. Portanto, percebe-se a falta de divulgação entre os alunos sobre as diversas formas de apoio aos potenciais empreendedores, bem como sobre as instituições de suporte.

Anjos, Fechine e Nóbrega (2005) indicam que apenas um quarto dos alunos de Administração da Universidade Federal de Campina Grande considerava bom ou ótimo o nível do debate sobre o assunto empreendedorismo, sendo que os demais avaliavam como regular ou ruim, E, recomendavam mudanças, principalmente que fosse adotado um enfoque mais prático, por exemplo, incentivando a abertura de negócios. Apontaram ainda a necessidade de haver maior interdisciplinaridade entre as disciplinas e suas relações com o tema, ampliar e melhorar os debates, e de se incentivar e capacitar mais os professores.

Em sua pesquisa *Empreendedorismo das Universidades Brasileiras*, Suedekum e Miller (2011) constatam que, comparativamente a outras universidades no mundo, as disciplinas oferecidas no Brasil ainda convidam pouco os empreendedores para falar aos estudantes e não focalizam atividades práticas. Ou seja, não se oferecem aos estudantes uma abordagem prática e concreta dos desafios enfrentados pelos empreendedores, dado que comumente as atividades em que eles se envolvem se distanciam daquelas vividas realmente pelos empreendedores no seu cotidiano. Suedekum e Miller (2011) alertam que os alunos com intenção de empreender deveriam ser mais envolvidos e expostos às realidades vividas pelos empreendedores, para se situarem e prepararem melhor, tendo mais clareza dos pontos que precisariam aperfeiçoar.

Adicionalmente, a EE no Brasil é restrita pelo fato das disciplinas oferecidas nesse campo serem essencialmente limitadas ao desenvolvimento de um plano de negócios (Degen, 2009; Guerra e Grazziotin, 2010). À luz dessa realidade e das necessidades de melhoria da EE descritas nesta seção, pode-se dizer que a maioria dos estudantes brasileiros estão em situação de carência de diversificação, para além do plano de negócios, das disciplinas e atividades relacionadas ao empreendedorismo.

O quadro 2 contém o resumo dos desafios apresentados nesta seção do trabalho.

#### Quadro 2: Desafios 3 a 5

- Desafio 3: Oferecer maior proximidade e mais contato com empreendedores e com a realidade deles.
- Desafio 4: Utilizar uma abordagem prática na EE, incluindo informações sobre sistemas de apoio e de financiamento para empreendedores.
- Desafio 5: Oferecer maior diversidade de disciplinas e de atividades de EE nas IESs para além do foco no plano de negócios.

### **5- Métodos de pesquisa**

Para a realização da pesquisa, foi utilizado o questionário do *Global University Entrepreneurial Spirit Student Survey* - GUESSS ([www.guesssurvey.org](http://www.guesssurvey.org)) traduzido e validado teoricamente por especialistas em empreendedorismo e EE no Brasil. Tal instrumento de coleta de dados contém 16 grupos de questões de múltipla escolha e escalas de cinco ou sete pontos. Ele foi disponibilizado em um site da internet para ser respondido *online*.

Assim, a pesquisa é caracterizada como quantitativa, do tipo *survey*. Os *surveys* se caracterizam por serem pesquisas em que a obtenção de dados pode ser feita por meio de amostragens ou de grupos com critérios de julgamento (Babie, 2003). No caso da pesquisa em questão, por ser a primeira vez que foi realizada no Brasil, optou-se por fazer convites com o *link* do questionário *online* a estudantes de IESs brasileiras. Os convites foram a eles encaminhados em e-mails por professores, coordenadores e/ou diretores de programas de ensino ou a eles disponibilizados em sites de internet ou na intranet dos estudantes. Os professores, coordenadores e diretores foram convidados em contatos pessoais, por e-mail e por telefone pela coordenação do estudo no Brasil a apoiar a realização da pesquisa.

O tratamento de dados foi feito com análises de frequência das respostas, pois a amostra se configurou como infinita em termos estatísticos (Levy e Lemeshow, 1999) e apresentou boas chances de descrever com razoável precisão as percepções dos estudantes brasileiros. Tanto a coleta de dados quanto o tratamento dos dados seguiu o padrão internacional do GUESSS para que se pudessem fazer comparações entre países e universidades de um ou mais países.

O *survey* incluiu 37 IESs, cujos estudantes responderam 29.186 questionários. 25.867 foram considerados úteis para o estudo, por terem sido respondidos em 15 minutos ou mais – abaixo desse tempo, considerou-se que as respostas tenderiam a não ser consistentes. O total estimado de estudantes que receberam o *link* de internet para responder o questionário foi de 250 mil. Eles geraram 10,3% de respostas válidas, o que supera os 6,3% da taxa internacional (Sieger, Fueglistaller e Zellweger, 2011). O estudo se insere no contexto mais amplo e internacional do GUESSS – Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey ([www.guesssurvey.org](http://www.guesssurvey.org)), um *panel study* envolvendo 26 países cujos estudantes contribuíram com 93.265 respostas em 2011. Devido às suas características, o estudo permite a comparação e o *benchmarking* entre diferentes universidades, regiões e países. Na análise a ser feita no trabalho aqui proposto, serão incluídas comparações com os resultados do estudo internacional (Sieger, Fueglistaller e Zellweger, 2011).

Algumas particularidades da amostra brasileira estudada:

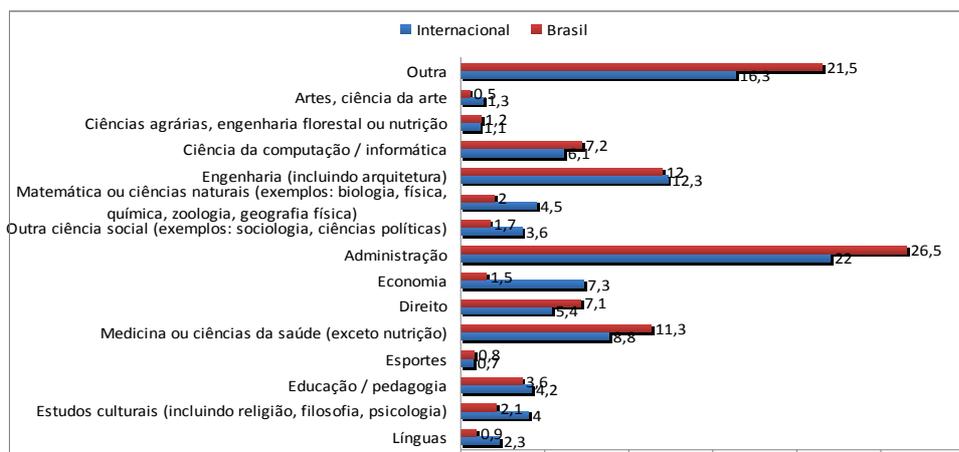
- Idade: 55% dos respondentes brasileiros, comparativamente aos 70% da amostra internacional, encontra-se na faixa de idade abaixo dos 25 anos. 27,8% dos alunos se situa na faixa acima de 30 anos, comparativamente aos 16% internacionais.

- Gênero: As duas amostras, Brasil e internacional, mostram percentuais semelhantes, com predominância de mulheres – 55,4% dos respondentes brasileiros, ou seja, praticamente 10% a mais do que os homens.

- Nível de Estudo: 95% são alunos de graduação, 1,2% são de mestrado, 3,4 estão no MBA, 0,4% no doutorado e 0,4% em pós-doutorado; para a amostra internacional, os números são respectivamente 78,6%, 16,7%, 1,9%, 2,4% e 0,4%.

A área de estudo dos respondentes para as duas amostras é discriminada na figura 1.

Figura 1 - Distribuição dos respondentes por área de estudo (em %)



Na figura, a categoria outra compreende as respostas de estudantes que não indicaram estar ligados às demais áreas de estudo.

## 6- Intenções de trabalho para o futuro e demanda por EE

No questionário, foi perguntado aos estudantes que opção de carreira queriam seguir logo que se formassem e cinco anos depois da formatura.

Nas respostas para logo depois da formatura, os brasileiros mostram-se mais atraídos pela opção de trabalhar em empresas com mais de 250 empregados (30,3%) do que se viu na amostra internacional (26,2%). Quando a opção é trabalhar em micro, pequenas e médias empresas, o percentual de 22,4% da amostra internacional é quase o dobro dos 11,4% dos brasileiros. O Brasil mostra superioridade percentual de estudantes que manifestam a intenção de trabalhar no serviço público (14,6%).

Os estudantes brasileiros mostram-se mais atraídos pelas opções de carreira que representam iniciativas empreendedoras. A maior diferença percentual se refere à criação de seu próprio negócio, com 8,4% dos brasileiros e 4,6% da amostra internacional. Adquirir empresa não controlada por sua família é a intenção de 3,0% dos estudantes brasileiros e 1,6% na amostra internacional; a continuação da empresa que já criou é a intenção manifestada por 3,0% e 2,3% respectivamente.

A comparação com as respostas para cinco anos após a formatura mostra um expressivo declínio dos percentuais de diferentes categorias:

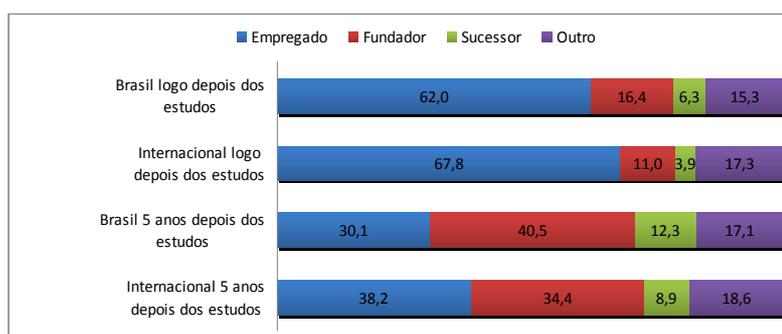
- Dos que querem emprego em empresas com mais de 250 empregados – os percentuais caem a 22,2% para os estudantes brasileiros e 11,2% na amostra internacional;
- Dos que pretendem trabalhar em micro, pequenas e médias empresas – 9,9% na amostra brasileira e 15,3% na internacional;

- Dos estudantes que manifestam intenção de se engajar no setor público – decresce 2,6 pontos percentuais entre os estudantes brasileiros e 1,4 entre os internacionais.

O declínio desses percentuais parece ser transferido como aumento na intenção empreendedora: na intenção de ter um negócio próprio (18,7 pontos é o incremento entre os brasileiros e 17 para a amostra internacional); entre os que preferem a aquisição de um negócio não controlado pela família os aumentos são de 6,3 pontos entre os estudantes brasileiros e de 4,4 pontos na amostra internacional. Continuar a empresa que fundou mostra aumento de 0,8 ponto entre os brasileiros e de 1,8 pontos entre os estudantes internacionais.

A figura 2 descreve o panorama geral da mudança das intenções de carreira na transição entre os períodos imediatamente após a formatura e cinco anos depois dela. Fica claro o forte declínio da intenção de ser empregado em prol da intenção de ser fundador do próprio negócio ou de ser sucessor em empreendimentos familiares. A categoria outro (engloba os itens outras opções, não sei ainda e não ter carreira profissional) tem ligeiro aumento nas duas amostras.

Figura 2 - Panorama geral das diferenças de intenção de carreira (em %)



Como se vê nos percentuais da figura 2, a intenção de empreender praticamente dobra na mudança entre os dois períodos considerados. Tal variação está associada a uma queda para quase metade nas áreas de estudo da categoria não fundadores e um pequeno aumento, de até 2 pontos percentuais, para as mesmas áreas na categoria outros.

## 6.1- Demanda dos estudantes

Interrogados sobre quais disciplinas e atividades não fizeram ou não sabiam se eram oferecidas em sua IES, os estudantes manifestaram seu interesse em fazê-las segundo a tabela 1.

Tabela 1 - Demanda por disciplinas e atividades nas IESs

Tipo de oferta	Item	Brasil		Internacional	
		Gostaria (%)	Não preciso (%)	Gostaria (%)	Não preciso (%)
Disciplinas	Empreendedorismo em geral	75,4	24,6	64,0	36,0
	Plano de negócios	81,4	18,6	65,6	34,4
	Marketing empreendedor	73,4	26,6	52,7	47,3
	Inovação e geração de ideias	85,4	14,6	69,5	30,5
	Financiamento para a criação de empresas	75,8	24,2	65,3	34,7
	Empreendedorismo social	85,4	14,6	54,3	45,7
	Empreendedorismo tecnológico	71,5	28,5	49,5	50,5
	Empresas familiares	60,7	39,3	42,4	57,6
Atividades	Workshops/networking com empreendedores experientes	75,9	24,1	70,7	29,3
	Programa de mentoria e coaching para empreendedores	70,9	29,1	64,2	35,8
	Concurso ou workshops de planos de negócios	73,8	26,2	59,5	40,5
	Serviço tira-dúvidas e de apoio em empreendedorismo	80,8	19,2	67,1	32,9
	Base para contato com investidores potenciais	76,1	23,9	66,1	33,9

Os estudantes brasileiros estão sensivelmente mais motivados do que os estrangeiros a fazer disciplinas e atividades da tabela 1. Isso se percebe pela leitura da coluna em azul, com todos os percentuais superiores aos homólogos do estudo internacional. Esses resultados sugerem que esforços para aperfeiçoar as ofertas em IESs brasileiras deveriam enfatizar essas disciplinas e atividades da tabela 1.

São baixos os percentuais brasileiros para estudantes que acreditam que não precisam dos diferentes itens de preparação para uma eventual carreira como empreendedor. Configura-se, portanto, um animador cenário animador para o aperfeiçoamento da EE no país.

Para detalhamento da análise dos dados, optou-se pelo uso da técnica de tabulação cruzada com o teste do qui-quadrado. Tal opção fundamenta-se no fato de que não houve número igual ou semelhante de respondentes para cada variável, que, por esse motivo, tiveram seus valores contingenciados por porcentagens. Adicionalmente, a distribuição dos mesmos valores não é normal. Assim, o teste do qui-quadrado não tem restrições ou pressupostos (Williams, 1991) para sua aplicação.

Como há diferenças significantes entre os grupos de variáveis (pois  $p \leq 0,02$ ), apresentam-se na tabela 2 as tendências de resposta apuradas (moda). A título de simplificação, optou-se por apresentar apenas os resultados de percentual mais elevado para as opções de resposta “Gostaria” e “Não preciso”. Elas se referem à pergunta feita aos respondentes se eles gostariam de fazer as disciplinas e atividades ligadas ao empreendedorismo da tabela. Refletem a demanda dos estudantes relacionada à EE.

Tabela 2: Tendências de resposta – moda das escolhas dos respondentes (p <= 0,02)

Tipo de oferta	Gênero		Campo de estudo		Intenção de carreira: logo após a formatura		Intenção de carreira: 5 anos após a formatura	
	Gostaria	Não preciso	Gostaria	Não preciso	Gostaria	Não preciso	Gostaria	Não preciso
Empreendedorismo em geral	Female	Female	Other	Other	in a Large Firm (>250 Employees)	in Public Service	Found One's Own Firm	Found One's Own Firm
Plano de negócios	Female	Female	Other	Other	in a Large Firm (>250 Employees)	in Public Service	Found One's Own Firm	in Public Service
Marketing empreendedor	Female	Female	Other	Other	in a Large Firm (>250 Employees)	in a Large Firm (>250 Employees)	Found One's Own Firm	Found One's Own Firm
Inovação e geração de ideias	Female	Female	Other	Other	in a Large Firm (>250 Employees)	in a Large Firm (>250 Employees)	Found One's Own Firm	Found One's Own Firm
Financiamento para a criação de empresas	Female	Female	Other	Other	in a Large Firm (>250 Employees)	in a Large Firm (>250 Employees)	Found One's Own Firm	in Public Service
Empreendedorismo social	Female	Female	Other	Other	in a Large Firm (>250 Employees)	in a Large Firm (>250 Employees)	Found One's Own Firm	Found One's Own Firm
Empreendedorismo tecnológico	Female	Female	Other	Other	in a Large Firm (>250 Employees)	in a Large Firm (>250 Employees)	Found One's Own Firm	Found One's Own Firm
Empresas familiares	Female	Female	Other	Other	in a Large Firm (>250 Employees)	in a Large Firm (>250 Employees)	Found One's Own Firm	Found One's Own Firm
<i>Workshops/networking</i> com empreendedores experientes	Female	Female	Other	Other	in a Large Firm (>250 Employees)	in Public Service	Found One's Own Firm	Found One's Own Firm
Programa de mentoria e <i>coaching</i> para empreendedores	Female	Female	Other	Other	in a Large Firm (>250 Employees)	in a Large Firm (>250 Employees)	Found One's Own Firm	Found One's Own Firm
Concurso ou <i>workshops</i> de planos de negócios	Female	Female	Other	Other	in a Large Firm (>250 Employees)	in a Large Firm (>250 Employees)	Found One's Own Firm	Found One's Own Firm
Serviço tira-dúvidas e de apoio em empreendedorismo	Female	Female	Other	Other	in a Large Firm (>250 Employees)	in a Large Firm (>250 Employees)	Found One's Own Firm	Found One's Own Firm
Base para contato com investidores potenciais	Female	Female	Other	Other	in a Large Firm (>250 Employees)	in a Large Firm (>250 Employees)	Found One's Own Firm	Found One's Own Firm

A tabela 2 mostra uma grande homogeneidade dos resultados. As mulheres apresentam maiores percentuais do que os homens nas opções de resposta “Gostaria” e “Não preciso” – informando respectivamente que gostariam de fazer e que não precisam fazer os cursos ou atividades da primeira coluna. Esse resultado indica que mais mulheres do que homens responderam, em uma questão anterior, que não fizeram as disciplinas e atividades da lista. Só quem deu essa resposta foi interrogado em seguida se gostaria de fazê-las ou se acreditava não precisar fazê-las. Considerando-se a predominância feminina com a resposta “Gostaria”, pode-se deduzir que o aperfeiçoamento da EE nas HEIs deve dedicar atenção especial à demanda de estudantes de gênero feminino. Um estudo complementar para se conhecer as particularidades de sua demanda e de suas necessidades poderia ser muito útil, principalmente porque o empreendedorismo feminino é expressivo no Brasil – as mulheres são 49,3% dos empreendedores responsáveis por novas empresas no país (Greco et al., 2010).

Considerando-se o campo de estudo da tabela 2, foram os estudantes agrupados em “outros” (não classificados em Ciências Sociais, Ciências Naturais ou Administração e Economia) que mais deram essas respostas para os tipos de oferta da tabela. Como no caso

das mulheres, isso indica que essa categoria de respondente foi a que mais respondeu anteriormente que não fez as disciplinas e atividades da tabela. É possível que aqueles que responderam “Gostaria” reconheçam a necessidade de estudar o empreendedorismo mesmo que não tenham conteúdos sobre o tema em seus cursos, por serem esses últimos distantes das temáticas relacionadas a negócios. O outro pólo, daqueles que responderam “Não preciso”, pode ser composto em boa parte de estudantes que não têm entendimento claro sobre o que é o empreendedorismo e, se pensam em negócios, podem acreditar que o sucesso deles depende essencialmente do conhecimento técnico da área em que está estudando.

Quando se trata das intenções de carreira para logo depois da formatura, a tendência de resposta para “Gostaria” e “Não preciso” se concentra nos estudantes interessados em trabalhar em uma grande empresa. Novamente, esses são os estudantes que responderam anteriormente que não fizeram as disciplinas e atividades da tabela. Aqueles que responderam “Gostaria” podem reconhecer a importância do empreendedorismo. Adicionalmente, uma parte deles pode compor o grupo da grande massa dos que dizem que querem trabalhar numa grande empresa assim que se formarem, mas mudam de intenção para se tornar empreendedor cinco anos após a formatura. Os estudantes interessados no serviço público e no trabalho em grande empresa que responderam “Não preciso” podem não ver utilidade do empreendedorismo para sua escolha de carreira.

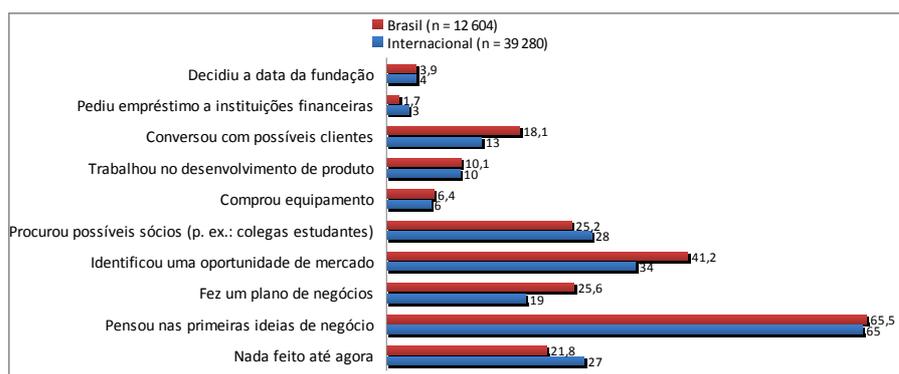
Fechando a discussão dos resultados da tabela 2, quando se trata da escolha de carreira para cinco anos após a formatura, os respondentes que querem ser empreendedor são quase totalidade para ambas as possibilidades de resposta. Sua presença exclusiva na coluna da resposta “Gostaria” pode se explicar por um interesse marcado em se preparar melhor para a futura carreira empreendedora. Sua ampla presença e a dos estudantes interessados no serviço público na coluna da resposta “Não preciso” pode ser reflexo de uma falta de consideração das contribuições potenciais das disciplinas e atividades para sua carreira. Esses dois grupos de estudante também pode ser cético quanto à capacidade das HEIs em lhes oferecer uma EE eficaz. Isso também pode se aplicar ao caso de todos os demais grupos de resposta “Não preciso” da tabela 2.

## **6.2- Alguns elementos de síntese dos resultados e passos dados para empreender**

Entre as diversas áreas de estudo, os alunos brasileiros de Administração e Economia e de Ciências Naturais (área que inclui as engenharias e exatas, entre outras) são, no geral, os mais entusiastas da criação de negócios. Os menos interessados são os de Ciências Sociais. Quanto a diferentes quesitos, a motivação dos alunos brasileiros para ter um negócio próprio é ligeiramente superior aos resultados internacionais. Os respondentes brasileiros percebem como mais atraentes para empreender os setores de serviços de saúde (12,3%), comércio de atacado e varejo (12,1%), consultoria em direito, impostos, administração ou outras (11,6%) e comunicações ou informações (9,8%). A área que menos suscita interesse nos respondentes brasileiros é a da agricultura, negócios florestais e pesca (1,4%). Um determinante desse resultado parece ser o fato de que a amostra brasileira é formada por pouco mais de 80% de estudantes de regiões urbanas.

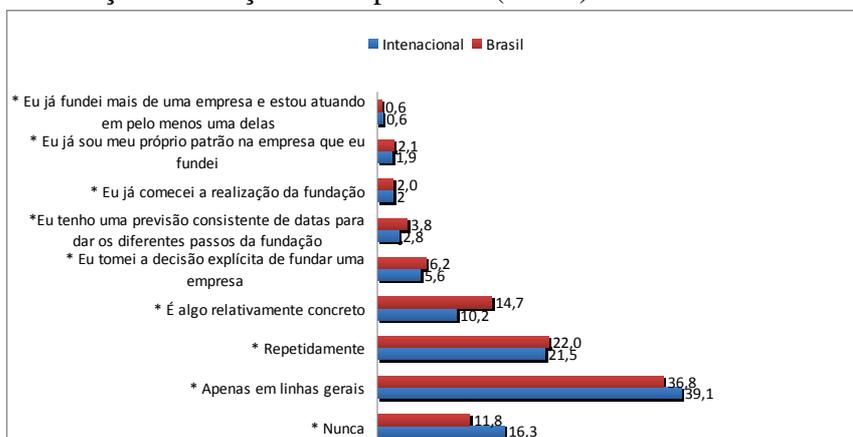
A figura 3 explicita que nacional e internacionalmente a grande maioria dos fundadores potenciais respondentes (65%) pensou nas primeiras ideias do negócio que querem criar. Os estudantes puderam, contudo, assinalar no questionário *on line* mais de uma das opções de resposta listadas na figura. Na etapa em que ainda nada fizeram, encontram-se 21,8% dos fundadores potenciais brasileiros e 27% da amostra internacional. No geral, os brasileiros se mostram mais avançados ou em igualdade na preparação para empreender, principalmente na identificação de uma oportunidade e na elaboração do plano de negócios, quando comparados à amostra internacional. Exceção se faz para pedido de empréstimo a instituições financeiras e procura de possíveis sócios.

Figura 3 - Passos dados para abrir os negócios



A figura a seguir representa os percentuais de respostas para a questão relativa ao quanto seriamente os estudantes têm pensado em ser seu próprio patrão tendo uma ou mais empresas.

Figura 4 - Força da intenção de empreender (em %)



Ao se considerar a figura 4, nota-se que os resultados para o Brasil, no que se refere a já ter pensado em fazer ou já ter feito a criação de negócios, são superiores ou pelo menos iguais aos do estudo internacional para todos os itens, salvo os dois da base da figura, que têm menor peso sobre o dimensionamento do interesse de empreender. O percentual mais baixo para o Brasil no item denominado nunca indica que um percentual maior de estudantes brasileiros já pensou ou fez algo quanto à criação de negócios. Tal quadro caracteriza maior força da intenção de empreender para os estudantes brasileiros do que na amostra internacional.

## 8- Discussão e conclusões

O fato da força da intenção de empreender brasileira ser levemente mais alta do que a internacional é convergente com sua elevada demanda por disciplinas e atividades ligadas ao empreendedorismo nas IESs do Brasil. O nível relativamente alto dessa taxa pode ser considerado como uma das explicações possíveis de tal demanda, dado que ele reflete o interesse em geral dos estudantes pelo empreendedorismo.

Como mostra o número de respondentes da figura 3 (n = 12.604), cerca de 50% dos estudantes brasileiros são fundadores potenciais de novas empresas. Parte deles quer realizar esse desejo logo após a formatura e outra maior ainda cinco anos depois, segundo a figura 2. Superar o desafio de se oferecer uma abordagem mais prática que inclua informações sobre sistemas de apoio e de financiamento (desafio 4) poderia gerar contribuições mais diretas sobretudo para esse grande grupo de respondentes.

Tal desafio, aparentemente o principal dentre os que foram aqui apresentados, é relativo a algo essencial na pedagogia empreendedora: favorecer a aprendizagem pela prática e pelas relações (European Commission, 2008; McCoshan et al., 2010; Neck e Greene, 2011; Surlmont e Kearney, 2009). Contudo, ele tem sido negligenciado no Brasil, sem se falar na necessidade de se ampliar a oferta de disciplinas e atividades das IESs em empreendedorismo (desafio 1).

Nos avanços já feitos, o foco está no ensino da elaboração do plano de negócios. É necessário esse tipo de ensino, mas também ir além dele com a diversificação das ofertas de disciplinas e atividades (desafio 5) e o aumento da proximidade e do contato com empreendedores e sua realidade (desafio 3). Nessa direção, Neck e Greene (2011) criticam a ênfase corrente na previsão e no planejamento para se empreender. Para eles, é prioritário que os estudantes aprendam um método de como se empreende, o que ocorre essencialmente com atividades práticas. Contudo, para se chegar a esse modo desejável de EE no Brasil, muito precisará ser feito na preparação de mais professores (desafio 2).

Percebe-se que os desafios estão interligados, tendo ao centro a necessidade de abordagem prática. A superação de todos eles, tomados separadamente ou mais ainda tomados em seu conjunto, parece ser um projeto difícil e de longo prazo, mas que é favorecida por diferentes oportunidades atuais:

- Possibilidade de se aproveitar a predisposição favorável dos estudantes para melhorias da EE e da maior oferta de disciplinas sobre a administração de micro e pequenas empresas, dada sua alta demanda por disciplinas e atividades ligadas ao empreendedorismo, assim como ao fato de que grande porcentual deles consiste em fundadores potenciais. Tal oportunidade parece especialmente atrativa para as IESs privadas, cujo potencial de desenvolvimento é mais diretamente dependente do atendimento da demanda dos estudantes, que as mantêm pelo pagamento de mensalidades.

- Possibilidade de aperfeiçoamento da EE por meio do intercâmbio de conhecimentos e experiências entre professores e direções universitárias de IESs neófitas nesse campo com aqueles de IESs de maior experiência e/ou modelos de EE mais eficientes.

- Beneficiamento potencial oferecido pelo contexto de dinamismo no ambiente acadêmico e de interação entre professores segundo o que propiciam os já frequentes congressos, encontros e estudos dedicados à EE.

- Possível auxílio para atividades práticas de acompanhamento, orientação e/ou troca de experiências com estudantes vindo de maior número de empreendedores ligados ao ou

egressos do contexto universitário e que, por isso, talvez se mostrem mais sensíveis para a cooperação nesse sentido (por exemplo: ex-alunos que tiveram empresa incubada em uma IES e professores empreendedores).

O aproveitamento adequado dessas oportunidades com vistas à superação dos desafios citados potencialmente teria impacto positivo sobre a carreira de grande número de estudantes a médio prazo e, a longo prazo, efeitos salutares sobre o desenvolvimento (como sugere o relatório da UNCTAD Secretariat, 2011). Portanto, dado o seu potencial, constitui uma iniciativa que merece a atenção de estudantes, professores, pesquisadores, direções universitárias, autoridades governamentais, empresários e da sociedade em geral para ser empreendida.

Tal iniciativa poderia ser objeto, por exemplo, de programas universitários e até mesmo de políticas públicas de aperfeiçoamento da educação superior priorizando a oferta de disciplinas e atividades como aquelas da tabela 1. O estudo aqui apresentado traz uma série de elementos a considerar caso isso seja levado a cabo, assim como aqueles da tabela de tendência de resposta (tabela 2).

Em diferentes desses aspectos e, em geral, na melhoria das ofertas ligadas ao empreendedorismo, os centros de empreendedorismo têm papel relevante a desempenhar nas IESs. Um motivo básico é que eles têm por função promover o tema com palestras, *workshops*, etc. e realizar atividades práticas e de rede de relacionamento para fortalecê-lo no público universitário. É até comum que tenham vinculação com uma incubadora de empresas para irem mais longe na realização de seu papel. Assim, torna-se atraente a ideia de se criar esse tipo de centro nas IESs em que ele não existe.

Quanto à realização de novos estudos sobre a EE, sugerem-se:

- A ampliação daqueles voltados para comparações entre IESs brasileiras e do Brasil com estrangeiras para se identificar boas práticas as serem disseminadas no país.

- A multiplicação daqueles feitos em profundidade sobre uma ou poucas instituições nas quais se queira fazer melhorias precisas e pontuais, mas de modo especificamente contextualizado.

- O avanço na pesquisa acadêmica sobre o que, mais precisamente, é ser um empreendedor e o que é necessário fazer para sê-lo no Brasil seria benéfico para a oferta da EE em alta coerência com o contexto econômico, social e cultural nacional.

Enfim, quando se fala de empreendedorismo e criação de negócios, deve-se falar também automaticamente de administração de micro e pequenas empresas. Nesse sentido, a ampliação e o aperfeiçoamento da oferta de disciplinas e atividades em empreendedorismo nas IESs precisam ser acompanhados do mesmo em administração de micro e pequenas empresas. Junto às exigências da criação de negócios, vêm as de administrá-los, tarefa que muitos acreditam poder ser facilitada pela melhoria da educação com atenção às micro e pequenas empresas (CFA, 2006).

### **Referências bibliográficas**

Alvarez, S. A., Busenitz, L. W. (2004). The entrepreneurship of resource-based theory. **Journal of Management**, 27, 755-775.

Anjos, G. C. B. dos, Fechine, G. F., Nóbrega, A. L. (2005) Percepção Empreendedora dos Estudantes de Graduação: Um Estudo de Caso no Curso de Administração da UFCG (Univ.

- Federal de Campina Grande). **8º. SEMEAD, Seminários em Administração FEA-USP**. Available on: <http://www.ead.fea.usp.br/semead/8semead/resultado/trabalhosPDF/381.pdf>
- CFA (2006). Pesquisa Nacional 2006: perfil, formação, atuação e oportunidades de trabalho do administrador. Conselho Federal de Administração. Available on: <http://www2.cfa.org.br/pesquisa-nacional>
- Degen, R. J. **Empreendedor**. São Paulo: Pearson. 2009.
- Drost, E. A. (2010). Entrepreneurial Intentions of Business Students in Finland: Implications for Education. **Advances in Management**, 3(7), 28-35.
- European Commission (2008). **Survey of Entrepreneurship in Higher Education in Europe: Main Report**. Directorate-General for Enterprise and Industry. Available on: [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/support\\_measures/training\\_education/highedsurvey\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/support_measures/training_education/highedsurvey_en.pdf).
- Fayolle, A.; Benoît, G., Lassas-Clerc, N. (2006). Effect and Counter-effect of Entrepreneurship Education and Social Context on Student`s Intentions. **Estudios de Economía Aplicada**, 24-2, 509-523.
- Galloway, L., Anderson, M., Brown, W., Wilson, L. (2005). Enterprise skills for economy. **Education and Training**, 47, 7-17.
- Gasse, Y., Camion, C., Ghamgui, A., Tremblay, M. (2006). Entrepreneurial intentions: a cross-cultural study on university students in three Countries. Document de Travail 2006-019, Faculté des Sciences de l'Administration, Université Laval, Québec, Canada. Available on: <http://www.fsa.ulaval.ca/sirul/2006-019.pdf>
- Gasse, Y., Tremblay, M. (2011). Entrepreneurial Beliefs and Intentions: A Cross-Cultural Study of University Students in Seven Countries. **International Journal of Business**, 16(4), 303-314.
- Greco, S. M. S. S., Bastos Jr, P. A., Machado, J. P., Felix, J. C., Silvestre, R. G. M., Passos, C. A. K., Schlemm, M., Meza, M. L. F. G. de, Rissete, C. R., Cunha, S. K., Bulgacov, Y. L. M., Camargo, D., Réa, M. X. (2009). Empreendedorismo no Brasil: 2008 (GEM 2008). IBQP: Curitiba. Available on: [http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/5D1CAC412448B0428325757B00697DC7/\\$File/NT0003EF2A.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/5D1CAC412448B0428325757B00697DC7/$File/NT0003EF2A.pdf)
- Greco, S. M. S. S., Friedlaender Jr, R. H., Duarte, E. C.V.G., Rissete, C. R., Felix, J. C., Macedo, M. M., Paladino, G. (2010). Empreendedorismo no Brasil: 2010 (GEM 2010). IBQP: Curitiba.
- Guerra, M. J., Grazziotin, Z. J. Educação Empreendedora nas Universidades Brasileiras. In: LOPES, R. M. A. (org.). **Educação Empreendedora: Conceitos, Modelos e Práticas**. Rio de Janeiro: Elsevier. 2010, p. 67-91.
- Heinonen, J., Kovalainen, A., Pukkinen, T. (2006). Global entrepreneurship monitor, executive report Finland. Turku school of economics and business administration, series B2/2006. Turku.
- Levy, P.S., Lemeshow, S. **Sampling of populations: methods and applications**. New York: John Wiley & Sons, 1999.

- Lüthje, C., Nikolaus, F. (2002) Fostering entrepreneurship through university education and training. 2<sup>nd</sup> Annual Conference 2002, European Academy of Management. Stockholm, Sweden.
- McCoshan, A. et. al. (2010). Towards greater cooperation and coherence in entrepreneurship education. European Commission, Directorate-General for Enterprise and Industry. Available on: [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/education-training-entrepreneurship/reflection-panels/files/entr\\_education\\_panel\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/education-training-entrepreneurship/reflection-panels/files/entr_education_panel_en.pdf).
- Neck, H., Greene, P. G. (2011) Entrepreneurship Education: Known Worlds and New Frontiers. **Journal of Small Business Management**, 49 (1), 55-70.
- Niras Consultants, Fora & Econ Pöyry (2008). Survey of entrepreneurship in higher education in europe: main report. European Commission, Directorate-General for Enterprise and Industry. Available on: [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/support\\_measures/training\\_education/highedsurvey\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/support_measures/training_education/highedsurvey_en.pdf)
- Oliveira, A. H., Taffo, M. L., de Andrade, M. F. (2010). Os fatores influenciadores na intenção de empreender dos jovens universitários de administração de São Paulo. Monograph. São Paulo: ESPM, 2010.
- Peterman, N. E., Kennedy, J. (2003). Enterprise education: influencing students' perceptions of entrepreneurship. **Entrepreneurship: Theory & Practice**, 28 (2), 129-144.
- Sieger, P., Fueglistaller, U., Zellweger, T. (2011). Entrepreneurial intentions and activities of students across the world. International Report of the GUESSS Project 2011. St.Gallen: Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship at the University of St.Gallen (KMU-HSG). Available on: [http://www.guesssurvey.org/PDF/2011/GUESSS\\_INT\\_2011\\_FINAL.pdf](http://www.guesssurvey.org/PDF/2011/GUESSS_INT_2011_FINAL.pdf)
- Suedekum, G, Miller, A. (2011). Empreendedorismo nas Universidades Brasileiras. Endeavor Brasil. Available on: <https://docs.google.com/file/d/0B6ZW664B0pZWdGIwNE9UVWJRZFNWaUVZUllrcmY5dw/edit?pli=1>
- Surlemont, B., Kearney, P. (2009). **Pédagogie et esprit d'entreprendre**. Brussels: De Boeck.
- Unctad Secretariat (2011). **Entrepreneurship education, innovation and capacity-building in developing countries**. United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). Geneva.
- Williams, F. (1991). **Reasoning With Statistics: How to Read Quantitative Research**. Orlando: Harcourt Brace J. College Publishers, 1991.