

O Ensino da Inovação nas Disciplinas de Empreendedorismo em Cursos de Administração

Autoria: Flávia Lorene Sampaio Barbosa, Roseilda Nunes Moreira, Fábio Freitas Schilling Marquesan, Fabiana Pinto de Almeida Bizarria

Resumo

Este estudo objetivou analisar como a temática da inovação tem sido abordada em disciplinas de empreendedorismo em cursos de Administração na modalidade presencial nas cidades de Fortaleza/Ceará e Teresina/Piauí. Para tanto, realizou-se pesquisa de natureza empírica, com abordagem qualitativa, em que se obtiveram dados por meio do sistema e-MEC, nos endereços eletrônicos das Instituições de Ensino Superior (IESs) que ofertam cursos de Administração, em planos de disciplinas e por meio de onze questionários respondidos por docentes que ministram disciplinas sobre empreendedorismo nos municípios do estudo. Os resultados apontam que mesmo que a disciplina investigada seja contemplada na matriz curricular das IESs, a temática da inovação ainda é discutida de modo incipiente nas salas de aula.

Palavras-chave: Inovação. Empreendedorismo. Ensino. Administração.

1 Introdução

O empreendedorismo é apontado como fenômeno que impacta positivamente a economia e que necessita, por isso, ser mais difundido (HOELTGEBAUM; TOMIO; DREHER, 2003). No âmbito das instituições de ensino superior (IESs), a valorização do empreendedorismo nos cursos de Administração está cada vez mais presente em suas matrizes de graduação e pós-graduação, em virtude de mudanças no mercado de trabalho e pelo crescimento da relevância das micro e pequenas empresas no panorama mundial (HENRIQUE; CUNHA, 2008; GUERRA; GRAZZIOTIN, 2010).

Um importante desafio para a concepção do empreendedor no mundo acadêmico é representado pela busca de referenciais para apreender as competências, detectar os melhores conteúdos programáticos, captar a dinâmica educacional mais adequada e descobrir mecanismos que coloquem em ação a atividade pedagógica desejada (DELLA GIUSTINA, 2005). Assim, torna-se premente a necessidade de discutir, planejar e ofertar disciplinas com suporte no conhecimento técnico e científico do empreendedorismo.

O conceito de empreendedorismo não está delimitado e abrange diversas áreas do conhecimento (FILION, 1999). Diante da evolução da concepção, percebe-se que a crença no inatismo da capacidade empreendedora, herdada geneticamente, está em decadência. Por outro lado, acredita-se cada vez mais que “o processo empreendedor pode ser ensinado e entendido por qualquer pessoa” (DORNELAS, 2005, p. 38).

Pode-se compreender o empreendedorismo por meio de três enfoques principais: os dois primeiros são o comportamental, baseado na contribuição de McClelland (1972), e o econômico, em referência às ideias de Schumpeter (1985). Enquanto os economistas relacionam o empreendedor a processos inovadores, os comportamentalistas relacionam o ato de empreender às características pessoais, principalmente, intuição e criatividade. O terceiro enfoque é sustentado pela abordagem sociológica de Weber (2003), que enfatiza o empreendedor como inovador e criador de negócios. Essa visão sustenta que as características sociais do grupo no qual o indivíduo está inserido também são consideradas (FERREIRA, RAMOS; GIMENEZ, 2006).

Do ponto de vista da inovação, dentre vários autores importantes, Joseph Schumpeter é frequentemente citado ou usado como um autor referencial de base sobre a temática, principalmente, em administração e empreendedorismo (NELSON, 2012).

Com Schumpeter (1985), o empreendedorismo é concebido em associação à inovação e ao processo de desenvolvimento econômico. O empreendedor, nessa perspectiva, além de ser inovador, é responsável pelo desenvolvimento de novas tecnologias que provocam mudanças no processo produtivo, favorecendo a busca de vantagens competitivas (FIATES; FIATES, 2008; MELO, 2012), independentemente do ramo de atividade no qual se esteja empreendendo (DOLABELA, 1999).

Dessa forma, “o ensino do empreendedorismo apresenta desafios fascinantes nos próximos anos” (FILION, 2000, p. 27), dentre eles, a inclusão da inovação nos currículos de formação dos empreendedores. Assim, considera-se a relevância de uma investigação sobre empreendedorismo como aspecto formativo nas instituições de ensino e, como forma de contribuir com o conhecimento produzido sobre o tema em análise, apresenta-se o seguinte problema de pesquisa: de que maneira a temática da inovação vem sendo estudada nas disciplinas de empreendedorismo em cursos de administração?

Para a pesquisa objetiva-se analisar como o tema da inovação, de acordo com a concepção de Schumpeter (1985), vem sendo ensinada nas disciplinas de empreendedorismo dos cursos de Administração na modalidade presencial das cidades de Fortaleza/Ceará e Teresina/Piauí. De forma específica, pretende-se identificar as matrizes curriculares, bem como os planos de curso e/ou de disciplinas voltadas para a área de empreendedorismo e levantar os pontos que corroboram com o estudo de inovação nas disciplinas de empreendedorismo ofertadas pelas Instituições de ensino superior (IESs) em estudo.

2 O Ensino do empreendedorismo nas IESs

A sociedade exige que as IESs se modernizem, desenvolvam novas reflexividades e implantem novas políticas, com a finalidade de atender ao processo de formação de um perfil profissional compatível com as demandas da sociedade atual (FISCHER, 2001).

O termo empreendedorismo ainda não possui definição unívoca, uma vez que possui significados distintos e é abordado sob prismas conceituais diversificados. Tal falta de consenso faz do empreendedorismo um campo de pesquisa e ensino amplo, em que a natureza do tema engloba mais do que a simples aquisição de saber; integra o “saber-ser” e o “saber-fazer” (FILION, 2000), estendendo o foco para aspectos de ordem social, cultural e educacional, além do psicológico e do econômico.

O ensino do empreendedorismo em universidades é relativamente recente, com crescimento nos últimos trinta anos (DOLABELA, 1999). Em diversos países percebe-se a presença do empreendedorismo nos currículos escolares, o que reflete a visão de que a educação é passo primordial para o desenvolvimento dos futuros empreendedores (FLORES, HOELTGEBAUM; SILVEIRA, 2007).

Nos últimos anos, pesquisas indicam inúmeras iniciativas de ensinar empreendedorismo. Os trabalhos de Dolabela (1999), Guimarães (2002), Souza Neto et al. (2007), Cabral (2007); Flores, Hoeltgebaum e Silveira (2007); Campêlo e Almeida (2007); Santos, Minuzzi e Cruz (2007); Dinato, Sandin e Cernach (2008); Ghobril et al. (2008); Paula (2008); Perera et al. (2008); Peñaloza et al. (2008); Souza e Castro-Lucas (2008); Veloso, Ono e Silva (2008); Souza, Hoeltgebaum e Silveira (2008), reportam a temática do ensino do empreendedorismo no mundo e no Brasil.

Em artigos publicados nos Encontros de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (EGEPE), evento específico da área, e nos Encontros da Associação Nacional de Pós-Graduação em Administração (EnANPAD), considerando o período de 2001 a 2008, 17% foram referentes ao Ensino e a Pesquisa em Empreendedorismo (NASSIF et al., 2009). Estudo sobre o histórico do ensino de empreendedorismo nas IESs e sua importância no desenvolvimento socioeconômico dos países e na geração de inovações evidenciou que as IESs estão implantando o ensino de empreendedorismo em suas matrizes curriculares com

práticas didático-pedagógicas mais eficazes, porém sem abandonar métodos tradicionais de ensino (HENRIQUE; CUNHA, 2006).

Diante da visão tradicional que reflete o predomínio da difusão de concepções culturais de grandes empresas, em detrimento da análise das empresas de pequeno porte, emergem novos modelos conceituais para o ensino do empreendedorismo, tais como: agir com experiência didática; incentivar o contato com empreendedores; medir resultados de projetos que resultem em novos negócios, além de criar uma “escola empreendedora”, não limitada ao calendário escolar, que contemple a produção em projetos de criação de novas organizações no currículo dos cursos (VESPER; GARTNER, 1997).

Neste sentido, as IESs podem concretizar os anseios do futuro profissional do mercado de trabalho com ênfase em conhecimentos e habilidades técnicas e científicas, baseado em abordagem interdisciplinar para o ensino de empreendedorismo, por meio da interação entre comunidade, docente e discente (PARDINI; PAIM, 2001).

As IESs estão aproximando, cada vez mais, o ensino à realidade do mercado, educando e formando indivíduos autônomos e criativos, auxiliando os que têm seu próprio negócio ou os que trabalham em empresas (TEZZA; SILVEIRA; HOELTGEBAUM, 2006). Contudo, cabe às IESs proporcionar um ambiente favorável, disponibilizando espaços de reflexão e discussão que permitam o desenvolvimento do empreendedorismo.

Assim, ressalta-se que o ensino do empreendedorismo pelas IESs pode identificar o entendimento das habilidades, a análise de oportunidades, a ação por meio da qual ocorre o processo de inovação e o processo empreendedor, a importância do empreendedorismo no desenvolvimento econômico, como preparar e utilizar um plano de negócios, como identificar fontes e obter financiamentos para o novo negócio e como gerenciar e fazer a organização crescer (DORNELAS, 2005).

As IESs têm o desafio de aproximar o aluno do mundo exterior à sala de aula, considerando que o principal aprendizado pode estar na capacidade de sondar o mercado e observar oportunidades. Assim, “o melhor ambiente acadêmico do aluno-empendedor é aquele onde se encontram e articulam forças produtivas, econômicas, sociais, políticas. É ali que o aluno vai desenvolver sua percepção do negócio e aprender com os pares” (DOLABELA, 1999, p. 102).

Tendo em vista a característica multidisciplinar do empreendedorismo, há ampla quantidade de temas e conteúdos relacionados ao campo, o que repercute em diferentes formas de abordar o tema e, por consequência, de ensiná-lo. Metodologias de ensino precisam estimular os alunos a saírem das salas de aula para entender o real funcionamento do mercado e entender a teoria por meio de sua aplicação prática (GUIMARÃES, 2002; DOLABELA, 1999).

Estudos na área do ensino de empreendedorismo também apontam para a necessidade de formação de professores para trabalhar o tema (FERREIRA; RAMOS; GIMENEZ, 2006). Docentes capacitados a instigar e estimular seus alunos no processo de desenvolvimento de habilidades necessárias a um empreendedor possibilita a construção de boas práticas pedagógicas para o campo em discussão.

2.1 O Empreendedorismo na visão Schumpeteriana

A concepção inicial do termo empreendedorismo data da segunda metade do século XVIII e do início do século XIX, com os economistas Richard Cantillon e Jean-Baptiste Say, cujas preocupações com economia, geração de novos empreendimentos e gerenciamento de negócios permitiam definir os empreendedores como pessoas que corriam riscos, pois investiam seu próprio dinheiro nos negócios (CUNHA; STEINER NETO, 2005).

No entanto, o conceito adquiriu novo significado com Schumpeter (1985), que define a essência do empreendedorismo como a percepção e o aprimoramento de novas

oportunidades no âmbito dos negócios, possuindo conexões com criações de novas formas de utilização de recursos. A teoria do desenvolvimento econômico de Schumpeter (1985) abriga a ideia da mudança espontânea e descontínua e que emerge de dentro do sistema, por forças internas na busca de realização de novas combinações (novo bem, novo método de produção, novo mercado, nova fonte de oferta, nova organização). Nessa perspectiva, o tomador de riscos é o banqueiro/capitalista, não mais o empreendedor – entendido como o agente do desenvolvimento econômico.

Atribui-se a Schumpeter (1997) elementos básicos do empreendedorismo, como a ação empresarial desenvolvida por indivíduos detentores de habilidades específicas que promovem o desenvolvimento econômico. São eles: 1) Novas combinações - produzir significa combinar materiais e forças que estão ao nosso alcance; 2) Financiamento - para se realizar novas combinações é necessário o comando sobre os meios de produção; 3) Empresários - são os indivíduos cuja função é realizar as novas combinações; 4) Mudança - representa o resultado da busca consciente ou não que move a ação empreendedora. A mudança organizacional pode ser alcançada ou mesmo induzida pelas novas combinações, enquanto a mudança social decorre em grande parte das mudanças do sistema produtivo; 5) Gerenciamento - considera encerrado o processo empreendedor quando as atividades da empresa tendem à rotina administrativa.

O empresário inovador (no caso, o empreendedor) é alguém com capacidade de aproveitar oportunidades de negócio e identificar meios para alcançar objetivos de forma criativa, diferenciada, que o coloca em situação privilegiada em um ambiente competitivo (SCHUMPETER, 1985; FILION, 1999). A atitude desse empresário repousa em três aspectos elementares: a intuição, a personalidade voltada para os negócios e a capacidade de superação da oposição do ambiente social. Além desses, a discussão em torno da liderança encerra um tipo empresarial baseado nessa característica (SCHUMPETER, 1985).

Empreender é, então, inovar e criar condições para uma radical transformação de um determinado setor, ramo de atividade, território, onde o empreendedor atua: novo ciclo de crescimento, capaz de promover uma ruptura no fluxo econômico contínuo, tal como descrito pela teoria econômica neoclássica. A inovação não pode ocorrer sem provocar mudanças nos canais de rotina econômica (SCHUMPETER, 1985).

Inovação e empreendedorismo, portanto, estão fortemente relacionados (DRUCKER, 1987; DORNELAS, 2005). Desta forma, importa esclarecer que o empreendedorismo passa a ser tanto percebido como medido por meio da inovação e, por isso, vem sendo denominado “empreendedorismo inovador”. Um dos motores do processo de desenvolvimento está na personalidade de um empresário inovador diante de um empreendimento e da criação de valor (ZAWISLAK, 2004). Assim, “a inovação é o instrumento específico do empreendedor” (DRUCKER, 1987, p. 39).

3 Procedimentos de pesquisa

Realizou-se uma pesquisa de natureza empírica e de abordagem qualitativa. A população da pesquisa foi definida de forma intencional, não-probabilística e de conveniência (HAIR JR. et al., 2005), considerando os objetivos do estudo. Assim, foram selecionados os cursos de Administração na modalidade presencial das cidades de Fortaleza e Teresina, cadastradas no sistema e-Mec, sistema do Ministério da Educação que acompanha processos de regulação, credenciamento, reconhecimento e acompanhamento de cursos superiores no Brasil.

A coleta de dados foi dividida em três etapas. Para a primeira etapa realizou-se no sítio do e-Mec (MEC, 2014) para fazer um levantamento dos cursos de Administração cadastrados, perfazendo uma população de 25 (vinte e cinco) IESs que ofertam curso de administração na modalidade presencial em Fortaleza e 16 (dezesesseis) em Teresina. Em seguida, buscou-se no

site de cada IESs identificar se existiam disciplinas voltadas ao empreendedorismo na matriz curricular. Após a segunda fase, 19 (dezenove) IESs de Fortaleza e 13 (treze) de Teresina corresponderam à população da pesquisa.

A terceira etapa foi realizada por meio da aplicação de um questionário estruturado (6 (seis) questões, sendo 3 (três) fechadas e 3 (três) abertas), elaborado pelos autores e encaminhado por meio eletrônico – explicitando o objetivo do artigo e o sigilo em relação a identificação dos sujeitos – aos docentes que no semestre letivo 2014.1 ministraram disciplinas sobre empreendedorismo nos cursos de Administração nas cidades citadas. Também foi solicitado aos docentes os planos dessas disciplinas.

Antes da aplicação do instrumento foi realizado um pré-teste para validação do mesmo com um docente do curso de Administração que ministra a disciplina em estudo. Foram encaminhados 32 (trinta e dois) e-mails para docentes e coordenadores de cursos. Para a análise dos dados, 11 (onze) questionários respondidos e 8 (oito) planos de disciplina foram recebidos pelos pesquisadores.

A combinação dos instrumentos, isto é, da matriz curricular, dos questionários e dos planos de disciplina contribuíram para a reunião de elementos que permitiram o exame de diferentes aspectos relacionados ao objetivo da pesquisa.

4 Análise dos dados

Esta seção compõe-se dos seguintes tópicos: resultados da análise das matrizes curriculares, análise documental dos planos de disciplina e análise dos questionários respondidos pelos docentes.

4.1 Análise das matrizes curriculares

Por meio dos dados coletados do sítio do e-Mec, verificou-se que o município de Fortaleza possui 25 (vinte e cinco) IESs que ofertam cursos de Administração na modalidade presencial e 17 (dezesete) na modalidade a distância. O município de Teresina tem 16 (dezesesseis) na modalidade presencial e 11 (onze) por meio da educação a distância.

A unidade de análise foram os cursos presenciais, logo, o total da população pesquisada foram 41 (quarenta e uma) IESs. Para tanto, foram avaliadas as matrizes curriculares destas instituições de ensino para verificar as IESs que possuíam disciplinas sobre empreendedorismo, conforme apresentado na tabela 1.

Tabela 1: **IESs com disciplinas de Empreendedorismo**

| Curso de Administração – (Modalidade Presencial) | Fortaleza | Teresina |
|--|-----------|----------|
| IESs com disciplinas focadas em Empreendedorismo | 19 | 13 |
| IESs sem disciplinas focadas em Empreendedorismo | 3 | 0 |
| IESs que encerraram atividades | 2 | 1 |
| Matriz curricular não disponível no site | 1 | 2 |
| Total | 25 | 16 |

Fonte: e-Mec (2014)

Constatou-se que em Fortaleza e em Teresina, respectivamente, 19 (dezenove) e 13 (treze) IESs possuem disciplinas com ênfase no Empreendedorismo.

Das matrizes curriculares dos cursos de administração avaliados, apenas 3 (três) IESs de Fortaleza não possuem disciplinas que contemplem o escopo do conteúdo programático de Empreendedorismo. Com isso, percebe-se que o tema é presente nas IESs estudadas. Esse fato, confirma a leitura de que, no Brasil, a partir da década de 1980, com a crise dos empregos motivada pela adoção do modelo neoliberal, iniciou-se um movimento mais enfático em torno

do empreendedorismo. Era preciso transformar o conhecimento presente nas universidades em produto ou serviço (CUNHA; STEINER NETO, 2005), fato corroborado pela visão de Dornelas (2005), Tezza, Silveira, Hoeltgebaum (2006), Dolabela (1999), Pardini e Paim (2001).

Esse aspecto também pode ser observado na nomenclatura das disciplinas (tabela 2), tendo em vista a ênfase na perspectiva da criação e desenvolvimento de novos negócios. Infere-se que esse perfil de disciplinas aborde questões práticas e necessárias no âmbito do mundo dos negócios.

Tabela 2: **Nomenclatura das Disciplinas das IESs**

| Nomes das Disciplinas | Quantidade |
|--|-------------------|
| Administração de novos negócios | 1 |
| Criação e desenvolvimento de novos negócios | 1 |
| Criação de novos negócios | 2 |
| Empreendedorismo | 17 |
| Empreendedorismo e desenvolvimento de novos negócios | 1 |
| Empreendedorismo e gestão | 2 |
| Empreendedorismo e negócios | 1 |
| Empreendedorismo e planos de negócios | 4 |
| Gestão e empreendedorismo | 1 |
| Novos negócios | 1 |
| Teoria e prática de criação de negócio | 1 |
| Total | 32 |

Fonte: Dados da pesquisa (2014)

Verificou-se que a maioria das IESs do estudo adotou a nomenclatura “Empreendedorismo” para nomear as disciplinas com essa abordagem. Devido a característica multidisciplinar dessa disciplina, há ampla quantidade de temas e conteúdos relacionados ao campo, o que gera diferentes formas de abordá-lo e, por consequência, de ensiná-lo e nomeá-lo.

Verifica-se que 4 (quatro) IESs utilizam o nome empreendedorismo associado a plano de negócios, o que gera preocupação pela baixa quantidade, pois entende-se que plano de negócio é fundamental ao sucesso de novos empreendimentos. A falta ou falha de um planejamento adequado, pode contribuir com fechamentos prematuros de organizações (DORNELLAS, 2005).

Ainda em relação às nomenclaturas, percebe-se que algumas IESs agrupam a disciplina de empreendedorismo com outras disciplinas ligadas à gestão de negócios. Percebe-se, também, que os nomes das disciplinas exploram oportunidades de novos negócios, demonstrando certa congruência com plano de negócios.

4.2 Análise documental dos planos das disciplinas

Foram recebidos 8 (oito) planos de disciplina. Dos planos foram analisadas suas ementas, objetivos da disciplina, conteúdo programático e referencial bibliográfico.

No que se refere as ementas, pode-se constatar os seguintes assuntos comuns a todos os planos analisados: conceito de empreendedorismo; plano de negócios; perfil empreendedor; características empreendedoras; habilidades do empreendedor e criação de novos negócios. Muito embora assuntos diversos como projeto empreendedor; estudo de viabilidade; identificação de fontes de financiamento; experiências empresariais na concepção

de um negócio; incentivo à atividade empresarial e características das pequenas empresas foram citados nas ementas em análise.

No que tange a temática inovação, os planos apresentam os seguintes assuntos: inovação; criatividade e espírito empreendedor; órgãos e instituições de apoio à geração de empreendimentos inovadores.

No que concerne aos objetivos da disciplina, os planos, de forma geral, apresentaram objetivos que buscam formar profissionais para atuar como agentes do processo de criação e desenvolvimento de uma nova organização, bem como desenvolver seu potencial empreendedor. Porém, convém ressaltar que 2 (duas) IESs contemplaram a temática “Inovação” no objetivo das disciplinas, a saber: desenvolver o senso crítico; a percepção e identificação de estratégias inovadoras, para a aplicação dos conhecimentos no campo econômico, político e/ou social; e, desenvolver no aluno um espírito empreendedor, com capacidade inovadora, espírito de liderança e visão empresarial.

Em relação aos conteúdos programáticos dos planos e, tomando como base a possibilidade de diferentes abordagens dos docentes, considerando a autonomia desse profissional diante do conteúdo programático e da ementa da disciplina, apenas 2 (duas) IESs apresentam unidades relacionadas ao aspecto da “Inovação”, sendo essas: Tendências: negócios e inovações; e Negócios Inovadores.

Na análise destinada às bibliografias, básicas e complementares, observou-se que Dornelas, Bernardi e Drucker são os autores mais presentes. E, considerando os livros adotados sobre a temática, identificou-se o livro intitulado “Inovação e Espírito Empreendedor” de Peter Drucker, adotado em 1 (um) dos planos como bibliografia básica e, em outros 2 (dois), na bibliografia complementar. O livro “Teoria do Desenvolvimento Econômico” de Schumpeter apareceu em 1 (um) dos planos de disciplina na bibliografia complementar, além do livro “Gestão Integrada da Inovação: estratégia, organização e desenvolvimento de produtos” de Coral et al. que apareceu em uma bibliografia básica.

Com suporte nos levantamentos realizados pode-se depreender que a temática “Inovação” é trabalhada de forma incipiente em 4 (quatro) IESs do estudo, não sendo um tópico discutido em profundidade nas disciplinas de empreendedorismo. Fato elucidado desde a definição da ementa, objetivos e conteúdo programático por terem poucos assuntos abordados, bem como, pela limitação das referências citadas.

4.3 Análise dos questionários

Uma das perguntas do questionário teve como inspiração a leitura de Dornelas (2005) sobre a relevância do ensino de empreendedorismo por parte das IESs. Os resultados são expressos na tabela 3.

Tabela 3: Respostas sobre a pergunta: o que é ensinado em sala de aula?

| Essência do Empreendedorismo (Dornelas, 2005) | Quantidade |
|--|-------------------|
| Identificação e entendimento das habilidades do empreendedor | 11 |
| Identificação e análise de oportunidades | 11 |
| Como ocorre o processo de inovação | 7 |
| Como ocorre o processo empreendedor | 11 |
| A importância do empreendedorismo no desenvolvimento econômico | 11 |
| Como preparar e utilizar um plano de negócios | 10 |
| Como identificar fontes e obter financiamentos para o novo negócio | 6 |
| Como gerenciar e fazer a empresa crescer | 8 |

Fonte: Dados da pesquisa (2014)

Verifica-se que os conteúdos considerados importantes por Dornelas (2005) estão sendo abordados nas IESs em análise. Os itens relacionados à “identificação e entendimento das habilidades do empreendedor”; “identificação e análise de oportunidades de negócios”; “como ocorre o processo empreendedor” e “a importância do empreendedorismo no desenvolvimento econômico” obtiveram maior frequência das respostas dos entrevistados, no caso, 11 (onze). Seguido por, “como preparar e utilizar um plano de negócios”, com frequência de 10 (dez) e “como gerenciar e fazer a empresa crescer” com frequência de 8 (oito). O item “como ocorre o processo de inovação”, com frequência de 7 (sete), e “como identificar fontes e obter financiamentos para o novo negócio”, 6 (seis), afirmaram ensinar em sala de aula.

Os docentes acrescentaram, ainda, outros itens estudados: Microempresário Individual (MEI); Empreendedorismo Corporativo ou Intraempreendedorismo; Empreendedorismo Social; Criatividade e visão empreendedora; Ambiente e características dos negócios; Inovação como tendência empreendedora; identificação de público-alvo (planejamento de Marketing); Inovação e Estratégias de diferenciação.

No que se refere a temática “Inovação”, percebe-se, com referência na análise de frequência e das sugestões dadas, que mais da metade dos docentes respondentes vêm inserido-a no contexto de suas aulas, mesmo com abordagens diversas.

Outra análise realizada considera que no âmbito da discussão científica, o empreendedorismo é concebido com suporte em três enfoques: o comportamental (MCCLELAND, 1972), a abordagem econômica (Schumpeter, 1985) e a abordagem sociológica (WEBER, 2003). Primeiramente sobre a abordagem comportamental, verificou-se as seguintes respostas:

(...) utilizo mais a abordagem comportamental de McClelland. Justifico pelo fato de que já foi comprovado que empreendedorismo pode ser ensinado, justamente pelo motivo comportamental; as pessoas podem ser estimuladas a desenvolver tais comportamentos, conhecidos como “CCE” – Características do Comportamento Empreendedor. Nelas, o potencial empreendedor adquire e potencializa as características inerentes ao empreendedorismo. Justifico também pelo motivo de sermos um País empreendedor, no sentido que cresce o Empreendedorismo por Oportunidade, aquele que se programa, se prepara para tal (D 1, 2014).

Abordagem comportamental, pois é trabalhado o perfil, habilidades e características do empreendedor (D 8, 2014).

Os depoimentos enfatizam o estudo dos comportamentos, das atitudes, das características e do perfil empreendedor, ou seja, foco no indivíduo. McClelland (1972) associa o empreendedorismo com a necessidade de realização, que estimula o sujeito a nunca parar de trabalhar, sempre motivado a fazer aquilo que aprecia. Essa necessidade de realização influencia a execução das tarefas, para atingir objetivos pessoais e a eficácia. Schumpeter (1978), por outro lado, vislumbra o conceito de empreendedorismo associado à inovação, enquanto os comportamentalistas o associam mais à criatividade.

Com um enfoque de ensino na abordagem econômica tem-se as seguintes respostas:

Trato as ideias de Schumpeter, pois acredito que o Empreendedor é a principal fonte dinamizadora de atividades empresariais. A Destruição Criativa promove empresas inovadoras e, por conseguinte, alavanca novos negócios no mercado e visa novas preferências de seu público-alvo (D 2, 2014).

Abordagem schumpeteriana, por considerá-la a mais consistente (D 4, 2014).

Abordagem Econômica dentro de uma perspectiva de criação de novos negócios e inovação de produtos, processos e tecnologias (D 10, 2014).

Contatou-se que 3 (três) docentes relacionam o empreendedorismo ao desenvolvimento econômico. Verifica-se, também, que o empreendedor é percebido como um motor do sistema econômico, como detectores de oportunidades de negócios e criadores de empreendimentos.

Por fim, a análise das expressões dos docentes sobre a abordagem sociológica:

Abordagem sociológica, contudo as outras abordagens também são mencionadas em pontos específicos da disciplina. A abordagem sociológica é a que mais se relaciona com a realidade brasileira, na qual os empreendedores, acabam sendo os chamados “empreendedores por necessidade”, pessoas que não têm oportunidade no mercado de trabalho formal e acabam vendo no empreendedorismo uma forma de ganhar dinheiro, este é o perfil dos empreendedores brasileiros em sua maioria, e por isso também a grande maioria dos pequenos negócios fecham entre 1 e 2 anos de funcionamento, porque não há na grande maioria dos novos negócios a elaboração do plano de negócios, com planejamento inicial, análise de viabilidade do negócio, pesquisa de mercado, entre outros (D 9, 2014).

A abordagem sociológica compreende que os empreendedores são inovadores, independentes, fonte de autoridade formal na sociedade devido à liderança nos negócios. Os empreendedores seriam portadores de uma “vocação” particular para ganhar dinheiro, com devoção ao trabalho e combate ao desperdício e à ostentação, adequando-se integralmente ao sistema capitalista (WEBER, 2003). D 9 menciona que essa abordagem é a mais presente no contexto brasileiro e que ganhar dinheiro é a tônica que move o sujeito a empreender, considerando dificuldades em manter-se no mercado de trabalho formal.

Vale ressaltar que 3 (três) docentes expressaram uma abordagem mista das concepções “sociológico e comportamental”, “comportamental e econômico” e “sociológico e econômico”. A saber:

As abordagens mais exploradas na disciplina de Empreendedorismo são a Sociológica especificando a necessidade da percepção de oportunidades inovadoras. Assim, o aluno é capaz de enxergar os empreendedores como seres inovadores independentes. Sendo portadores de “vocação” particular, dedicação ao trabalho e combate ao desperdício. Contudo, a abordagem comportamental também é especificada

quando o aluno passa a ser capaz de detectar comportamentos empreendedores percebendo a motivação para realização e o impulso/esforço de melhoria (D 5, 2014).

As abordagens, comportamental e econômica, foram adotadas na disciplina tendo em vista sua melhor adequação a nossa realidade. No entanto, acredito que, atualmente, a Econômica ou Schumpeteriana está mais “atual” ou presente frente a nova realidade e dinâmica do mercado (D 6, 2014).

Tanto a abordagem sociológica e econômica, por considerar que o empreendedorismo parte do indivíduo motivado para criar seu próprio negócio sem deixar de lado a inovação que faz toda diferença no mercado (D 11, 2014).

Possivelmente, esse misto de abordagens se dá pelo caráter interdisciplinar da disciplina estudada. A mistura da abordagem sociológica e econômica pode ser justificada pela influência de Weber e Schumpeter. Segundo Martes (2010) é Weber a quem Schumpeter claramente mais se aproxima. Sabe-se que o trabalho de Schumpeter foi muito influenciado por Weber, sendo que chegaram a trabalhar juntos em algumas situações entre os anos de 1914 a 1939 (MARTES, 2010).

Evidenciou-se que a abordagem mais frequentemente utilizada é a comportamental, seguida da abordagem econômica e, por último, a sociológica.

Quando indagados se a temática Inovação era tratada durante a disciplina de empreendedorismo, todos os docentes respondem que sim. Justificando a resposta tem-se:

Utilizamos o conceito de Inovação e trabalha-se ferramentas de Inovação existentes em diversas fontes (D 1, 2014).

Os alunos leem Schumpeter e outros autores que abordam a temática. Depois, os textos são discutidos em sala de aula (D 2, 2014).

Os alunos leem Schumpeter e outros autores que abordam a temática. Depois realizo debate sobre os textos (D 3, 2014).

A temática de inovação é pouco contemplada na estrutura programática da disciplina, contudo, há uma abordagem simples de forma conceitual. Explorando casos inovadores e estimulando atitudes inovadoras como fator competitivo para os empreendedores (D 4, 2014).

Na definição de identificar a ordem atual, desenvolver novos processos, produtos ou serviços e, finalmente, criar um novo caminho a ser explorado no mercado (D 5, 2014).

Na criação de novos negócios, vistos como oportunidades de mercado (D 6, 2014).

Como elemento diferenciador de negócios, ou como fonte de novas oportunidades (D 7, 2014).

Na criação de empreendimentos que podem fazer diferença no mercado (D 8, 2014).

Atrelado ao fato de que o empreendedor necessita ter características inovadoras no seu perfil (D 9, 2014).

São trabalhados estudos de casos de empresas que inovaram no mercado, aumentaram seu nicho, diferenciaram seus produtos e tecnologias para atender as necessidades globais (D 10, 2014).

Em textos e estudos de casos para contemplar exemplos de casos de sucesso” (D 11, 2014).

Os docentes afirmaram contemplar a temática “Inovação” nas suas aulas, muito embora não seja abordada com toda a complexidade e profundidade do tema.

Quanto a utilização do autor Schumpeter, verificou-se que 5 (cinco) docentes utilizam e 6 (seis) não o utilizam. Na tabela 4, percebe-se quais assuntos do autor são mais enfatizados em sala de aula.

Tabela 4: **Abordagem de Schumpeter nas disciplinas**

| Elementos básicos do Empreendedorismo (SCHUMPETER, 1985) | Frequência |
|--|------------|
| Desenvolvimento econômico | 11 |
| Novas combinações | 11 |
| Destruição criativa | 7 |
| Empreendedor inovador | 11 |
| Novas oportunidades no âmbito dos negócios | 11 |
| Criação de novas formas de utilizar recursos | 10 |
| Inovação de processo, tecnologia, produto | 6 |

Fonte: Dados da pesquisa (2014)

Demonstrou-se, em ordem decrescente de frequência, que “desenvolvimento econômico” obteve a maior pontuação, seguido de “inovação de processo, tecnologia, produto”; “destruição criativa” e “empreendedor inovador”, “novas oportunidades no âmbito dos negócios”; “novas combinações” e “criação de novas formas de utilização de recursos.

Quanto às referências bibliográficas mais adotadas na disciplina, têm-se os seguintes autores: Dornelas, citado por 10 (dez) docentes; Dolabela, por 6 (seis) e Schumpeter, por 2 (dois). Os autores Chiavenato; Hisrich; Tidd e Bessant; Drucker e Coral et al. foram mencionados por alguns docentes.

Para Schumpeter, empreender é, sobretudo, um ato inovador. E, aqui, não se trata de qualquer tipo de inovação, senão aquela de caráter pioneiro e transformador. O empresário pioneiro inova e lidera um processo de mudança que extrapola os domínios de seu negócio e da sua própria esfera de atuação (MARTES, 2010). A atitude empreendedora, que é, por essência inovativa, fundamenta a discussão do processo de desenvolvimento econômico com foco no indivíduo mobilizador de mudanças intrínsecas ao desenvolvimento (SCHUMPETER, 1988).

De forma complementar, Ferreira, Ramos e Gimenez (2006), Henrique e Cunha (2008) e Pardini e Paim (2001) afirmam que a capacitação do docente nesta área é imprescindível para construção de um ambiente empreendedor para os alunos. Além disso, infere-se que investimento em pesquisas na área também favoreçam o desenvolvimento da produção científica na área e da formação empreendedora, tendo em vista que foi verificado que apenas 3 (três) docentes pesquisam na área de empreendedorismo, sendo que 2 (dois) tendem para o enfoque da temática “Inovação” com os seguintes temas: “Oportunidades e Novas Ideias” e “Inovação e Estratégias de diferenciação”.

Considerações Finais

A partir da análise combinada dos instrumentos, pode-se inferir que, ainda que as diretrizes curriculares nacionais para o curso de Administração indiquem o empreendedorismo como conteúdo da formação de administradores, e isso seja contemplado em termos formais pelo projeto pedagógico de cursos de Administração, fato constatado pela

análise das matrizes curriculares das IESs do estudo, a temática “Inovação” nas disciplinas de empreendedorismo está sendo pouco trabalhada. Evidência também atestada pelo foco do curso com a não definição institucional sobre o perfil do administrador a ser formado e da não conexão entre a ementa, objetivos e o conteúdo programático.

Por meio dos dados, infere-se que isso se deve pelas iniciativas pontuais e não articuladas dos docentes no sentido de ensinar a temática “Inovação” nas disciplinas de empreendedorismo. Percebe-se que são trabalhados mais temas com foco em: “identificação e entendimento das habilidades do empreendedor”; “identificação e análise de oportunidades de negócios”; “como ocorre o processo empreendedor” e “a importância do empreendedorismo no desenvolvimento econômico” do que em “Inovação”. Além disso, a abordagem econômica não é a predominante no ensino da disciplina. Percebe-se, também, falta de pesquisas na área, principalmente, com a temática “Inovação”.

Constata-se, também, que as obras citadas e trabalhadas em sala de aula poderiam ser mais amplas e diversificadas quanto a temática em questão, principalmente pelo fato dos autores citados não adotarem a inovação na perspectiva schumpeteriana, referência no assunto.

O empreendedorismo traz vários benefícios para a sociedade, dentre eles o crescimento e desenvolvimento econômico, a produtividade e a geração de novos produtos e serviços. Segundo a Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD) e o Global Entrepreneurship Monitor (GEM) existe uma correlação direta entre atividade empreendedora e o desenvolvimento econômico. Em economias modernas a atividade com foco no empreendedorismo é uma prioridade política e os novos negócios constituem fonte de inovação e de ideias, que cria riqueza e emprego, aumentando a competição (HEGARTY, 2006). Na contra mão destas afirmativas os resultados do estudo demonstraram que o ensino do empreendedorismo numa visão schumpeteriana ainda é abordado de forma muito incipiente. Os resultados revelaram que mesmo que a disciplina seja contemplada na matriz curricular das IESs, a temática da “Inovação” ainda é discutida de modo incipiente nas salas de aula.

Pode-se concluir que, no contexto de crescimento econômico, a universidade assume um papel fundamental e a temática inovação conforme retratado por Schumpeter precisa ser melhor explorada nas disciplinas de empreendedorismo de cursos de administração, uma vez que, o empresário como destruidor criativo leva à criação de novos mercados, novas indústrias, novos produtos ou novos métodos de produção que revolucionam o estado atual da economia e tornam os produtos e procedimentos estabelecidos obsoletos. Neste sentido, o progresso econômico é impulsionado pela busca incessante da inovação.

Assim, as constantes discussões e a crescente presença do empreendedorismo e da inovação como fatores indispensáveis ao desenvolvimento econômico ilustram a necessidade de promover o desenvolvimento de pesquisas na área. Em especial, recomenda-se para estudos futuros, que esta análise seja elaborada observando outras IESs, em outros municípios e regiões brasileiras, bem como, que sejam considerados outros fatores de ordem social, econômica, cultural, tecnológica, inovadora e, não somente, no projeto pedagógico de cursos, mas, também, na capacitação dos docentes em ministrar seus conteúdos.

Referências

- CABRAL, R. M. Estratégias didáticas para o ensino do empreendedorismo em cursos de Pós-Graduação Lato Sensu. In: **Encontro de Ensino e Pesquisa em Administração e Contabilidade – EnEPQ**, 1, Recife, PE. Anais... Rio de Janeiro: ANPAD. 1 CD-ROM, 2007.
- CAMPÊLO, A. F.; ALMEIDA, A. M. B. É possível desenvolver habilidades de intra-empendedorismo em estágios supervisionados? analisando uma proposta de aproximação teórica –empírica. In: **Encontro de Ensino e Pesquisa em Administração e Contabilidade – EnEPQ**, 1, Recife, PE. Anais... Rio de Janeiro: ANPAD. 1 CD-ROM, 2007.

- CUNHA, R. de A. N.; STEINER NETO, P. J. Desenvolvendo Empreendedores: o desafio da Universidade do século XXI. In: **XI Seminário Latino-Iberoamericano de Gestão Tecnológica – ALTEC**, Salvador, 2005.
- DELLA GIUSTINA, A. P. **O ensino e a produção científica em empreendedorismo nos programas de pós-graduação da região sul do Brasil**. 190f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Regional de Blumenau, Blumenau, 2005.
- DINATO, M. R. S.; SANDIN, Â. S. de A.; CERNACH, A. C. Educação empreendedora: o processo de aprendizagem como fator de mudança social e tecnológica. In: **Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas – EGEPE**, 5, São Paulo, SP. Anais... São Paulo: UPM/UEM/UEL. 1 CD-ROM, 2008.
- DOLABELA, F. **Oficina do Empreendedor**. São Paulo: Cultura, 1999.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
- DRUCKER, P. F. **Inovação e o Espírito Empreendedor**. São Paulo: Pioneira, 1987
- FERREIRA, J. M.; RAMOS, S. C.; GIMENEZ, F. A. Estudo Comparativo das Práticas Didático-Pedagógicas do Ensino de Empreendedorismo em Universidades Brasileiras e Norte-Americanas. **Revista Alcance**, UNIVALI, v.13, n.2, p.207- 225, mai./ago., 2006.
- FIATES, G. G. S.; FIATES, J. E. A. A Inovação como Estratégia em Ambientes Turbulentos. In: ANGELONI, M. T.; MUSSI, C. C. (Org.) **Estratégias: Formulação, Implementação e Avaliação, o Desafio das Organizações Contemporâneas**. São Paulo: Saraiva, 2008.
- FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 34, n.2, p. 05-28, abr./jun., 1999.
- FILION, L. J. O empreendedorismo como tema de estudos superiores: panorama brasileiro. In: **Empreendedorismo: ciência, técnica e arte**. Instituto Evaldo Lodi. Cap. 4. Brasília: CNI. IEL Nacional, 2000.
- FISCHER, T. M. D. A difusão do conhecimento sobre organizações e gestão no Brasil: seis propostas de ensino para o decênio 2000/2010. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 5, edição especial, p. 121-139, Curitiba, 2001.
- FLORES, D. C.; HOELTGEBAUM, M. S. A. O ensino do empreendedorismo nos cursos de pós-graduação em administração no Brasil. In: **Encontro de Ensino e Pesquisa em Administração e Contabilidade – EnEPQ**, Recife, PE. Anais... Rio de Janeiro: ANPAD. 1 CD-ROM, 2007.
- GUERRA, M. J.; GRAZZIOTIN, Z. J. Educação empreendedora nas universidades brasileiras. In: LOPES, R. M. A. (Org.). **Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas**. Cap. 4. Rio de Janeiro: Elsevier; São Paulo: Sebrae, 2010.
- HAIR JR., J. F.; BABIN, B.; MONEY, A. H.; SAMOUELL, P. **Fundamentos de métodos de pesquisa em administração**. Porto Alegre: Bookman, 2007.
- HEGARTY, C. It's not an exact science: teaching entrepreneurship in Northern Ireland. **Education + Training**, v. 48, n. 5. p. 322-335, 2008.
- HENRIQUE, D. C; CUNHA, S. K. **Metodologias, Recursos e Práticas Didático-Pedagógicas no Ensino de Empreendedorismo em Cursos de Graduação e Pós-Graduação Nacionais e Internacionais**. Enanpad, Salvador:2006
- GUIMARÃES, L. de O. Empreendedorismo no Currículo dos Cursos de Graduação e Pós-Graduação em Administração: análise da organização didático-pedagógica destas disciplinas em escolas de negócios norte-americanas. In: **Encontro Nacional da Associação Nacional dos Cursos de Pós-graduação em Administração - EnANPAD**, Atibaia, 2002.
- GHOBRIL, A. N. et al. Mudando paradigmas para a formação de empreendedores em cursos universitários: a experiência da pré-incubadora de empresas na Universidade Presbiteriana Mackenzie. In: **Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas**

- Empresas – EGEPE**, 5, São Paulo, SP. Anais... São Paulo: UPM/UEM/UEL, 1 CD-ROM, 2008.
- HENRIQUE, D. C.; CUNHA, S. K. da. Práticas didático-pedagógicas no ensino de empreendedorismo em cursos de graduação e pós-graduação nacionais e internacionais. **RAM, Revista de Administração da Mackenzie**, São Paulo, vol. 9, n. 5, 2008.
- HOELTGEBAUM, M.; TOMIO, D.; DREHER, M. T. Uma nova concepção do ensino do empreendedorismo: uma visão além do business plan. In: **Encontro Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas – EGEPE**, 3, Brasília. Anais... Londrina: UEL/UEM/ UnB, p. 161-170, 2003.
- MCCLELLAND, D. C. **A sociedade competitiva**. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.
- MARTES, A. C. B. Weber e Schumpeter: A ação econômica do empreendedor. **Revista de Economia Política**, vol. 30, nº 2 (118), pp. 254-270, abril-junho, 2010.
- MELO, A. de. A educação básica na proposta da Confederação Nacional da Indústria (CNI) nos anos 2000. **Educação e Pesquisa**, São Paulo, vol. 38, n. 1, mar, 2012.
- NASSIF, V. M. J.; SILVA, N. B.; ONO, A. T.; BONTEMPO, P. C.; TINOCO, T. Empreendedorismo: área em evolução? Uma revisão dos estudos e artigos publicados entre 2001 e 2008. In: **Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Administração - EnANPAD**, Anais. São Paulo, SP, Brasil, 33, 2009.
- NELSON, R. R. Why Schumpeter has had so little influence on today's main line economics, and why this may be changing. **Journal of Evolution Economics**, November, Volume 22, Issue 5, 901-916, 2012.
- PARDINI, D. J.; PAIM, L. R C. Empreendedorismo e interdisciplinaridade: uma proposta metodológica no ensino de graduação. In: **Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas – EGEPE**, Londrina. Anais... Londrin: UEL/UEM, p. 227-240, 2001.
- PAULA, C. P. A. de. Using brasilian folk tales as an alternative approach to 'entrepreneurship' in university education. In: **Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas – EGEPE**, 5, São Paulo, SP. Anais...São Paulo: UPM/UEM/UEL, 1 CD-ROM, 2008.
- PEÑALOZA, V. et al. Ensino de empreendedorismo e expectativas profissionais. In: **Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas – EGEPE**, São Paulo, SP. Anais...São Paulo: UPM/UEM/UEL, 2008. 1 CD-ROM, 2008.
- PERERA, L. C. J. et al. Pode-se formar empreendedores na universidade? In: **Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas – EGEPE**, 5, São Paulo, SP. Anais...São Paulo: UPM/UEM/UEL, 1 CD-ROM, 2008.
- SANTOS, P. da C. F. Dos; MINUZZI, J.; CRUZ, N. J. T. da. O ensino de empreendedorismo nos cursos de administração: sugestões a partir do perfil empreendedor de estudantes alagoanos e catarinenses. In: **Encontro de Ensino e Pesquisa em Administração e Contabilidade – EnEPO**, Recife, PE. Anais... Rio de Janeiro: ANPAD, 1 CD-ROM, 2007.
- SCHUMPETER, J. A. **The Theory Economic Development**. Oxford Universit Press, 1978.
- SCHUMPETER, J. A. O Fenômeno Fundamental do Desenvolvimento Econômico. In: **Teoria do Desenvolvimento Econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juros e ciclo econômico**. 2a. ed. São Paulo: Nova Cultural, 1985.
- SCHUMPETER, J. A. **Teoria do Desenvolvimento Econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e ciclo econômico**. São Paulo: Nova Cultural, 1997.
- SOUZA, E. C. L. de; CASTRO-LUCAS, C. Empreendedorismo, inovação e cultura: uma experiência de ensino-aprendizagem. In: **Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas – EGEPE**, 5, São Paulo, SP. Anais... São Paulo: UPM/UEM/UEL, 1 CD-ROM, 2008.

- SOUZA, S. de; HOELTGEBAUM, M.; SILVEIRA, A. O ensino do empreendedorismo nos cursos de graduação em administração do Paraná e do Rio Grande do Sul. **Dynamis Revista Tecno-científica**, Blumenau, v.1, n.14, p.12-22, jan./mar, 2008.
- SOUZA NETO, S. P. de et al. A influência do ensino de empreendedorismo no potencial empreendedor do aluno. In: **Encontro de Ensino e Pesquisa em Administração e Contabilidade – EnEPQ**, 1, Recife, PE. Anais... Rio de Janeiro: ANPAD. 1 CD-ROM, 2007.
- TEZZA, G. O. A.; SIVEIRA, A.; HOELTGEBAUM, M. A educação empreendedora nos cursos de graduação em administração de Santa Catarina e do Paraná, Brasil. In: SILVEIRA, A.; DOMINGUES, M. J. C. DE S. **Ensino na área de administração e avaliação de instituições de ensino superior**. Blumenau: Edifurb. p. 35-54, 2006.
- VELOSO, A. R.; ONO, A. T.; SILVA, N. B. da. O impacto do perfil familiar e da universidade no desenvolvimento do potencial empreendedor. In: **Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas – EGEPE**, 5, São Paulo, SP. Anais...São Paulo: UPM/UEM/UEL. 1 CD-ROM, 2008.
- VESPER, K. H.; GARTNER, W. B. Measuring progress in entrepreneurship education. **Journal of Business Venturing**, v. 12 n. 5, p. 403-21, 1997.
- WEBER, M. **A Ética protestante e o espírito do capitalismo**. São Paulo: Livraria Pioneira Editora, 2003.
- ZAWISLAK, P. Nota técnica: Economia das Organizações e a base para o Pensamento Estratégico. In: CLEGG, S.; HARDY, C.; NORD, D. (Orgs.) **Handbook de estudos organizacionais**. São Paulo: Atlas, v.3. (p.180-185), 2004.