



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, ATUÁRIA E
CONTABILIDADE – FEAAC
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

YASMIN MACIEL CAMPOS

**A PERCEÇÃO DOS ALUNOS DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO EM RELAÇÃO À
FORMAÇÃO EMPREENDEDORA DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ (UFC)**

FORTALEZA

2022

YASMIN MACIEL CAMPOS

A PERCEPÇÃO DOS ALUNOS DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO EM RELAÇÃO À
FORMAÇÃO EMPREENDEDORA DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ (UFC)

Monografia apresentada ao Curso de Administração do Departamento de Administração da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para a obtenção do Título de Bacharel em Administração.

Orientador (a): Prof. Dra. Marilene Feitosa Soares

FORTALEZA

2022

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Biblioteca Universitária

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

M1p

MACIEL CAMPPPOS, YASMIN.

A PERCEPÇÃO DOS ALUNOS DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO EM RELAÇÃO À
FORMAÇÃO EMPREENDEDORA DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ (UFC) /
YASMIN MACIEL CAMPPPOS. – 2022.

47 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará,
Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade, Curso de Administração,
Fortaleza, 2022.

Orientação: Prof. Dr. Prof. Dra. Marilene Feitosa Soares.

1. Educação Empreendedora. 2. Intenção Empreendedora. 3. Empreendedorismo. I.
Título.

CDD 658

YASMIN MACIEL CAMPOS

A PERCEPÇÃO DOS ALUNOS DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO EM RELAÇÃO À
FORMAÇÃO EMPREENDEDORA DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ (UFC)

Monografia apresentada ao Curso de
Administração do Departamento de
Administração da Universidade Federal do
Ceará, como requisito parcial para
obtenção do Título de Bacharel em
Administração.

Orientador (a): Prof. Dra. Marilene Feitosa
Soares

Aprovada em: 21/07/2022.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dra Marilene Feitosa Soares (Orientador)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Dr. Francisco Vicente Sales Melo
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Dr. Bruno Chave Correia Lima
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Dedico este trabalho a Deus; a minha mãe e meu pai, por seu eterno amor; às pessoas que me incentivaram, dando apoio para a conquista desse desafio.

AGRADECIMENTOS

A Deus, que me guiou e me deu forças para vencer.

Aos meus pais, que me deram a vida, foram dedicados a vida inteira, fazendo sempre o melhor que podiam, sendo fortes perante as dificuldades e nos apoiando em nossas escolhas. Me deram condições de seguir em frente na realização dos meus sonhos e objetivos, aplicando esforços simultâneos aos meus, na caminhada para a conquista da conclusão do Curso de Administração, sendo essa, minha segunda graduação. Sem o apoio deles, a conclusão desse projeto não teria sido possível.

Ao meu irmão, pelo seu amor, incentivos e presença. Presente de Deus na minha vida.

Às palavras sábias e aconchegantes das amigas queridas que iluminaram minha mente em muitos momentos desafiadores, por elas presenciados.

Aos colegas do curso que me deram as mãos, sendo companheiros e acolhedores.

A Universidade Federal do Ceará, pela oportunidade de desenvolvimento pessoal que me foi dada.

Aos coordenadores, pela dedicação e envolvimento com a instituição, assim como, pela vontade de fazer acontecer e ver o caminhar dos discentes, rumo à conquista dos nossos propósitos no Curso de Administração.

A Prof. Dra. Dra Marilene Feitosa Soares, pela disponibilidade, excelência na construção do conteúdo disponibilizado aos alunos na disciplina por ela ministrada, e também a pessoa humana e dedicada que foi em minha produção acadêmica. Sua presença foi fundamental para mim nesse momento.

Aos professores participantes da banca examinadora Prof. Dr. Francisco Vicente Sales Melo e Prof. Dr. Bruno Chaves Correia Lima, pelo tempo, pelas valiosas colaborações e sugestões.

E a todos os professores do curso, pelo engajamento, disposição, paciência, bom humor, positividade e brilho nos olhos.

“O Empreendedorismo é uma revolução silenciosa, que será para o século XXI mais do que a Revolução Industrial foi para o século XX.” Jeffrey Timmons

RESUMO

A presente pesquisa teve como objetivo, investigar a percepção dos alunos do curso de Administração, quanto às contribuições de Educação Empreendedora ofertadas pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Para tanto, foi elaborado um questionário para coletar as opiniões dos discentes do Curso de Administração a respeito da educação empreendedora adotada na Universidade. O estudo consiste em um estudo de caso, sendo a pesquisa descritiva e de abordagem quantitativa. A pesquisa de campo foi realizada com os alunos do Curso de Administração dos turnos diurno e noturno, com a aplicação de questionário de forma on-line. A UFC oferece incentivo ao desenvolvimento de habilidades e atitudes empreendedoras dos seus alunos no projeto do Centro de Empreendedorismo da UFC (CEMP), fundado em dezembro de 2014 pelos professores, presidentes e ex-presidentes das Empresas Juniores da UFC, após sentirem a necessidade de um órgão na IES que fomentasse a visão empreendedora dos seus discentes. Porém, na percepção dos alunos, tais iniciativas não são bem divulgadas, ocasionando um baixo índice de participação dos mesmos no projeto, demonstrando conseqüentemente, ineficiência no aproveitamento acadêmico. Ademais, verificou-se que a participação dos professores do curso de Administração no projeto, poderia ser mais intensificada, incentivando assim, os alunos na busca ativa por conhecimentos empreendedores, visto que tais conhecimentos, desenvolvem qualidades no comportamento dos participantes, que serão aproveitadas em outras áreas da administração. Adicionalmente, os alunos sugeriram melhorias, como o desenvolvimento de atividades práticas nas disciplinas, melhoria na divulgação de projetos, realização de vivências fora do ambiente acadêmico.

Palavras-chave: Educação Empreendedora; Intenção Empreendedora; Empreendedorismo.

ABSTRACT

The present research had as objective, to investigate the perception of the students of the Administration course, regarding the contributions of Entrepreneurial Education offered by the Federal University of Ceará (UFC). For that, a questionnaire was prepared to collect the opinions of the students of the Administration Course regarding the entrepreneurial education adopted at the University. The study consists of a case study, the research being descriptive and with a quantitative approach. The field research was carried out with the students of the Administration Course of the day and night shifts, with the application of an online questionnaire. UFC offers incentives for the development of entrepreneurial skills and attitudes of its students in the UFC Entrepreneurship Center (CEMP) project, founded in December 2014 by professors, presidents and former presidents of UFC Junior Companies, after feeling the need for an organ in the HEI that would foster the entrepreneurial vision of its students. However, in the students' perception, such initiatives are not well publicized, causing a low rate of participation in the project, consequently demonstrating inefficiency in academic achievement. In addition, it was found that the participation of professors of the Administration course in the project could be more intensified, thus encouraging students in the active search for entrepreneurial knowledge, since such knowledge develops qualities in the behavior of the participants, which will be used in other areas of administration. Additionally, the students suggested improvements, such as the development of practical activities in the disciplines, improvement in the dissemination of projects, and carrying out experiences outside the academic environment.

Keywords: Entrepreneurial Education; Entrepreneurial Intent; Entrepreneurship.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
2	REFERENCIAL TEÓRICO	12
2.1	Empreendedorismo.....	13
2.2	Intenção empreendedora.....	16
2.3	Educação empreendedora.....	18
3	METODOLOGIA	23
4	Análise e discussão dos resultados	26
4.1	Caracterização da amostra.....	26
4.2	Análise descritiva dos resultados.....	27
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	38
	REFERÊNCIAS	41
	APÊNDICE	45
	APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO	45

1 INTRODUÇÃO

O cenário econômico mundial vem enfrentando momentos de instabilidade nos últimos séculos, causada por diversas razões como: questões econômicas, organizacionais, guerras, emergências em saúde pública, entre outras. Tais períodos de instabilidade na economia, surgem em específico, em regiões ou países, cujas consequências são propagadas de diferentes formas (CORCINO; SILVA; LEAL, 2022).

Desse modo, essas crises econômicas são nocivas à sociedade, gerando graves efeitos prolongados, causando também, o fechamento de empresas e a extinção de postos de trabalhos em diversas áreas. Culminando assim, na recessão econômica, que tem como características: a diminuição da renda e o endividamento das famílias, que por sua vez, são atingidas pelo enfraquecimento do poder de compra da moeda. Desafio vivido por toda a população (CORCINO; SILVA; LEAL, 2022).

Frente a adversidade do cenário, o empreendedorismo surge como uma solução para manter o mercado aquecido e dirimir os efeitos causados pelas recessões. A abertura de um novo negócio gera por sua vez, novos postos de renda e empregos, que geram desenvolvimento econômico e conseqüentemente, movimentam a economia local (FROTA; BEZERRA; MARTINS, 2022).

Com base nesses fatores, o tema empreendedorismo ganha relevância no ambiente acadêmico, por ser considerado essencial para o desenvolvimento socioeconômico de um país, visto que as falhas de mercado são o gatilho necessário para o surgimento de novas oportunidades de negócios como fonte de recursos financeiros, uma vez que o empreendedor busca soluções para enfrentar crises econômicas, sociais e ambientais (BARBOSA et al., 2020; PAIVA; LIMA; REBOUÇAS, 2021).

Por sua vez, o empreendedorismo pode ser compreendido, na visão de Birchler e Texeira (2017), como: a interação entre atitudes, atividades e aspirações empreendedoras que mudam ao longo das etapas do desenvolvimento econômico ou no processo do qual os empreendedores relacionam-se com o ambiente, buscando identificar oportunidades e iniciar um novo empreendimento. Nesse contexto, destaca-se a intenção empreendedora, apontada como primordial,

amplamente discutida para compreensão e explicação da criação de novos negócios, sendo também, o principal objeto de estudo para se compreender o empreendedorismo na sua totalidade (PAIVA; LIMA; REBOUÇAS, 2021; FROTA; BEZERRA; MARTINS, 2022).

Outro ponto, analisado em estudos sobre empreendedorismo, diz respeito à educação empreendedora, que vem contribuindo significativamente no processo de incentivar a intenção e iniciativa dos estudantes em empreender, com a aplicação de metodologias ativas de ensino-aprendizagem, capazes de formar alunos com conhecimentos e habilidades necessários à atividade empreendedora (GUIMARÃES; SANTOS, 2020; SCHAEFER; MINELLO, 2020).

Dessa maneira, a educação empreendedora passou a ser um tema relevante para administradores, universitários, desenvolvedores de cursos e pesquisadores, uma vez que o empreendedorismo é visto como um processo, sendo ensinado de forma competitiva, como modelos nos quais as etapas devem ser concluídas com êxito, considerando o planejamento e um retorno desejável na formação de empreendedores voltados para a criação de novos negócios (ARAÚJO; DAVEL, 2018).

Diante do contexto, a educação empreendedora emerge para suprir as necessidades da economia contemporânea frente às suas adversidades. Dessa forma, levanta-se a seguinte questão de pesquisa: na percepção dos alunos do Curso de Administração da UFC, quais as contribuições oferecidas à formação empreendedora pela da Universidade Federal do Ceará? Para responder ao questionamento proposto, o objetivo geral do presente estudo, consiste em: investigar a percepção dos alunos do Curso de Administração quanto à contribuição da Universidade Federal do Ceará para a formação empreendedora dos seus discentes. Para o alcance do objetivo geral, apresentam-se como objetivos específicos, os seguintes:

- (i) Verificar a percepção dos discentes sobre as ações da Universidade voltadas a educação empreendedora;
- (ii) Verificar a percepção dos discentes sobre a participação dos professores no processo de educação empreendedora; e
- (iii) Verificar a percepção dos discentes sobre a sua formação empreendedora na IES.

Este trabalho está estruturado em seis tópicos: (i) a Introdução, na qual é exposto o contexto teórico sobre o tema em estudo; (ii) o Referencial Teórico, no qual estão apresentadas as teorias sobre empreendedorismo, intenção empreendedora e educação empreendedora; (iii) a Metodologia, na qual é descrita a forma como foi conduzido o estudo de caso deste estudo; (iv) a Análise dos Dados, na qual os dados são analisados; (v) a Discussão dos Dados, na qual os resultados obtidos são discutidos a partir da bibliografia existente e, por fim, as Considerações finais, na qual está exposta a conclusão e as contribuições deste trabalho.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

As instituições de ensino representam espaços que conseguem habilitar e criar as competências dos estudantes, promovendo nestes, a capacidade de aprender o seu papel na composição das relações sociais, econômicas, políticas e culturais, contribuindo assim, para o desenvolvimento regional.

Portanto, faz-se necessário compreender em quais condições o espírito empreendedor se sobressai, fomentando a adoção de modelos pedagógicos que tornem o ensino de empreendedorismo mais atraente para os graduandos, visando a sua formação, estímulo ao empreendedorismo na academia e rompimento de paradigmas. Pensando nessas questões, surgiu a necessidade de analisar o tema e estudar as condições e perspectivas capazes de permitir o ingresso dos estudantes no segmento (Silveira, Nascimento e Riboldi, 2018).

É fundamental contextualizar a abrangência no papel do docente para a formação do espírito empreendedor, bem como as variáveis que contribuem para o desenvolvimento das características do perfil desse profissional. Entretanto, o futuro empresário necessita de alguns requisitos que são imprescindíveis para quem pretende empreender: conhecimento do ramo do negócio que pretende assumir, aptidões empresariais, sensibilidade administrativa, capacidade de planejamento, capacidade de identificar riscos e conviver com eles, entre outras características que em conjunto formam o perfil do empreendedor (Greatti e Previdelli, 2004).

2.1 Empreendedorismo

O tema empreendedorismo foi estudado inicialmente pelos economistas, com o foco em gerenciamento de novos negócios, novos empreendimentos e no desenvolvimento econômico. Foi citado na literatura, em um artigo de economia, no ano de 1919. O tema voltou a ser assunto de pesquisa na década de 1940, quando foi consolidado. No entanto, somente na década de 1980, as pesquisas sobre empreendedorismo aumentaram, crescendo de forma acentuada a partir dos anos 2000, do século XIX (BOAS; NASCIMENTO, 2020; ZANCHET; SILVA, 2021).

Essa evolução nas pesquisas sobre empreendedorismo ocorreu pelo surgimento de novas subáreas de pesquisas sobre o tema, gerando interesse em compreender e identificar características no comportamento empreendedor que influenciavam na decisão de empreender, além do interesse de outras áreas, não se limitando, somente, a área de gestão (BOAS; NASCIMENTO, 2020; ZANCHET; SILVA, 2021).

A palavra empreendedorismo é originária da língua francesa *entrepreneur*, com significado: aquele que assume riscos e começa algo novo, sendo considerado o ato de empreender um negócio, com a finalidade de gerar crédito (GUIMARÃES; SANTOS, 2020; ZANCHET; SILVA, 2021).

“Empreendedorismo é o modo de pensar e agir de forma inovadora, identificando e criando oportunidades, inspirando, renovando e liderando processos. Tornando possível, o impossível. Entusiasmado pessoas, combatendo a rotina, assumindo riscos a favor do lucro” (GUIMARÃES; SANTOS, 2020, p. 132).

Zanchet e Silva (2021) apontam que no conceito sobre empreendedorismo são encontradas características comuns como: liderança, iniciativa, criatividade, autoconfiança, aceitação a riscos, flexibilidade, orientação por resultados, auto realização, comportamento competitivo, entre outros. No entanto, os autores indicam que há um consenso entre os estudiosos, que a aceitação a correr riscos e tendência à inovação comportamento dessas pessoas, contribuem para o desenvolvimento econômico. O Quadro 1 apresenta alguns conceitos sobre empreendedorismo.

Quadro 1 – Conceitos sobre empreendedorismo

Autor	Conceito
Drucker (1987)	O trabalho específico do empreendedorismo numa empresa, é fazer os negócios de hoje, capazes de fazer o futuro, transformando-se num negócio diferente. Empreendedorismo não é nem ciência, nem arte. É uma prática.
Schumpeter (1997)	Empreender é o processo de introdução de uma inovação no sistema econômico pelo empresário-empREENDEDOR, visando a obtenção de lucro.
Filion (1999)	O campo do empreendedorismo pode ser definido como aquele que estuda os empreendedores e que empreendedor, é a pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões.
<i>Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2016)</i>	Empreendedorismo é qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou novo empreendimento como, por exemplo, uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente.

Fonte: Adaptado de Zanchet e Silva (2021).

Meneghatti *et al.* (2015) definem empreendedorismo, como um estilo de vida, uma realização, um caminho a se seguir. Sendo que esse estilo de vida está relacionado com a criação de empreendimentos, modelos e processos de inovação. Sendo assim, o empreendedor pode ser definido como a pessoa que opta pela renovação contínua, que não se contenta com a estabilidade, mas que cria caminhos. Eckert *et al.* (2013), também mostram que o empreendedorismo ajuda nos estudos sobre as características do empreendedor, incluindo seu perfil, atividades, área de atuação e origem, possibilitando um melhor entendimento sobre o perfil empreendedor.

Nessa perspectiva, Silva, Pereira e Guimarães (2021) apontam que as características do empreendedor são um dos temas centrais nos estudos sobre empreendedorismo e definem o empreendedor: o indivíduo capaz de criar riqueza e agregar valor através do desenvolvimento de ideias, da obtenção e alocação de recursos na realização de novas atividades.

Corroborando com os autores, Veiga e Pereira (2015) também comentam que as pesquisas sobre as características do empreendedor são relevantes para a abertura de novos negócios, apontando que os empreendedores não são somente pessoas que buscam novas ideias, mas são, também, aquelas que buscam novas estratégias de implementação e lideram suas equipes em prol da definição dos seus objetivos.

“Empreendedor é alguém que constrói uma visão, com o objetivo de gerar crescimento e lucro, alguém que possui postura estratégica e um comportamento inovador. O empreendedorismo, por sua vez, é resultante do movimento de indivíduos empreendedores” (ECKERT *et al.*, 2013, p.64).

Sobre o perfil do empreendedor, Silva, Pereira e Guimarães (2021) apresentam algumas características, como: visionários, cultivam a imaginação e aprendem a definir visões; senso de oportunidade, explorar ao máximo as oportunidades; otimistas e apaixonados pelo que fazem, sonhadores realistas que traduzem pensamentos em ação; formam as redes de contatos e as utilizam intensamente para alcançar os objetivos, criando valor para a sociedade.

Fandiño e Maciel (2008), salientam que uma das peculiaridades do empreendedor é sua capacidade de interpretar cenários e compreender o comportamento do mercado para encontrar soluções para momentos de crise. Outro fator apontado pelos autores diz respeito aos valores e a cultura do empreendedorismo, adquiridos durante a vida como uma das principais características do empreendedor, uma vez que a sua capacidade para enfrentar os problemas do cotidiano está associada a um processo de aprendizado contínuo, no qual a experiência é adquirida no dia a dia.

Por fim, Meneghetti *et al.* (2015) apontam que o perfil empreendedor independe de criar ou não um novo negócio, pois pessoas que nunca se propuseram a tal finalidade podem apresentar perfil empreendedor, sendo capazes de arriscar e inovar. Dessa maneira, definir empreendedorismo e o perfil empreendedor se torna uma tarefa árdua, uma vez que a inovação faz parte desse conceito, indica que o perfil empreendedor, também está em constante mudança.

O processo empreendedor é um fenômeno complexo, no qual é praticamente impossível determinar uma única causa que faz desencadear o processo. Os estudiosos complementam que vários fatores estão inter-

relacionados e que, a partir do momento em que o processo empreendedor é disparado, o plano de carreira empresarial deve corresponder às aspirações do indivíduo, e este deve sentir-se capaz de ver o projeto até a conclusão. (ECKERT *et al.*, 2013).

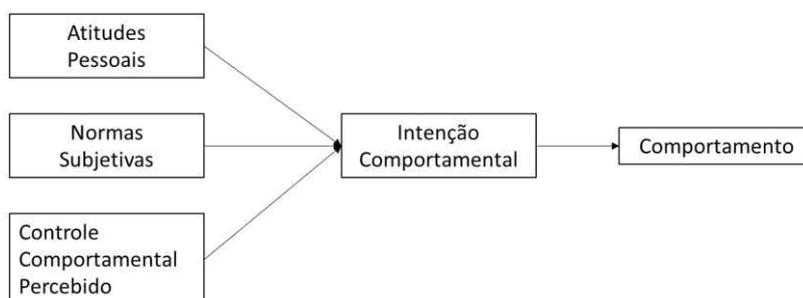
2.2 Intenção empreendedora

Compreender o ato de empreender requer estudos que utilizem modelos que reflitam adequadamente os complexos processos baseados na percepção do comportamento do indivíduo, como na criação de uma nova empresa. Identificar e compreender essas características e comportamentos têm sido objeto de estudos desde o final do Século XX e vêm despertando o interesse de pesquisadores e instituições sobre o tema, no intuito de uma maior compreensão sobre a intenção empreendedora (SANTOS *et al.*, 2021).

Desse modo, o entendimento sobre a intenção empreendedora ganha visibilidade e destaque entre os estudiosos do empreendedorismo, por se entender que o fenômeno em observação é a peça fundamental para a compreensão do processo de criação de uma empresa (PAIVA; LIMA; REBOUÇAS, 2021).

Nesse sentido, houve uma necessidade, nos estudos sobre empreendedorismo, de se compreender as características empreendedoras em situações anteriores, a decisão de empreender para exemplificar o comportamento empreendedor. Para a consecução de tal objetivo, inúmeros modelos baseados na intenção empreendedora foram utilizados para tentar prever ou antecipar possíveis potenciais empreendedores (PAIVA; LIMA; REBOUÇAS, 2021; ZARELLI; OTTO; LABIAK, 2021).

Frota, Bezerra e Martins (2022) apontam que a intenção empreendedora está alicerçada na Teoria do Comportamento Planejado (TCP), na qual afirma que as intenções influenciam o comportamento e indicam o quanto é intensa a vontade de dedicar-se, de quanto empenho o indivíduo quer desenvolver para internalizar um comportamento, sendo influenciado por crenças comportamentais, normativas e de controle. Os autores ainda comentam que a intenção de agir é resultado da combinação de três variáveis independentes: a Atitude Pessoal (AP), as Normas Subjetivas (NS) e o Controle Comportamental Percebido (CP). Figura 1.

Figura 1 – Modelo da Teoria do Comportamento Planejado

Fonte: Adaptado de Frota, Bezerra e Martins, 2022.

As atitudes pessoais definem a avaliação pessoal que o indivíduo faz de suas atitudes e crenças, frente ao comportamento que planeja seguir. Assim, se o sujeito julgar que determinado comportamento está alinhado com o que acredita, ele assumirá uma postura favorável à sua execução.

As normas subjetivas se referem a pressão social exercida sobre o indivíduo para que ele adote determinado comportamento, ele tende a valorizar a percepção dos que fazem parte do seu ciclo social frente ao seu comportamento. Dessa forma, se as pessoas que o indivíduo tem apreço, aprovarem tal comportamento, este se sentirá seguro em executá-lo.

A percepção de controle está ligada em como este indivíduo vê suas próprias habilidades para executar tal comportamento, ou seja, se ele acha que a manifestação do comportamento é fácil ou difícil de ser executada. Dessa forma, a intenção empreendedora está ligada ao desejo e ao comprometimento do indivíduo em iniciar um negócio. Sendo considerada a fase inicial para o processo de descobrimento e análise de oportunidades, exercendo um impacto positivo sobre o comportamento inicial do empreendedor (BRITO; SANTOS; SILVEIRA, 2021).

Dessa maneira, observa-se que a intenção empreendedora também está associada a combinação de outros fatores, como: pessoais e sociais, uma vez que a intenção desponta como antecedente do comportamento e, quanto mais forte é a intenção de desenvolver um determinado comportamento, maior será a chance de sua realização (ZARELLI; OTTO; LABIAK, 2021).

Zarelli, Otto e Labiak (2021) comentam que os modelos utilizados nos estudos sobre intenção empreendedora, que utilizam a Teoria do Comportamento Planejado, funcionam como modelos sólidos, generalizáveis e confiáveis para analisar e prever a intenção empreendedora a partir de uma abordagem integradora e ecossistêmica da pessoa e do seu contexto.

Nesse contexto, esses modelos são utilizados para identificar a intenção empreendedora em universitários de diferentes países para compreender a relação entre atitudes e comportamentos, considerando que comportamentos conscientes, são ocasionados pelo planejamento, uma vez que são preditos intencionalmente. Ou seja, um comportamento real é formado de intenções, apontado como preditor único desse comportamento e antecedente relevante das práticas empresariais (SILVA *et al.*, 2022).

2.3 Educação empreendedora

As diversas mudanças que estão ocorrendo no mundo e no mercado de trabalho, principalmente, devido ao surgimento de novas tecnologias têm exigido que os indivíduos desenvolvam características e competências antes não demandadas e que agora são exigidas no novo cenário econômico. Nesse sentido, observa-se que a Educação Empreendedora ganha relevância em recorrentes estudos universitários, por promover, através de mecanismos metodológicos e pedagógicos, a instauração do espírito empreendedor em qualquer instância social (GUIMARÃES; SANTOS, 2020).

A partir dos estudos sobre Educação Empreendedora, foi possível verificar novas maneiras de contribuição para o desenvolvimento do empreendedor, sendo as universidades por sua vez, um agente fundamental para o processo de disseminação da cultura empreendedora, de forma integrada, interdisciplinar e transversal (SILVA; PEREIRA; GUIMARÃES, 2021).

Krüger, Bürger e Minello (2019) apontam que a educação empreendedora pode ainda ser compreendida como: o conhecimento, comportamento e aprendizagem afetivo-emocional que, aplicadas em experiências, geram um processo dinâmico de conscientização, que levam a resultados funcionais.

Diante desse conceito, observa-se que os empreendedores não são nascidos, e sim, desenvolvidos. Tornando-se necessária a inserção do ensino do empreendedorismo nos currículos dos cursos de ensino superior, como disciplinas obrigatórias, uma vez que a Educação Empreendedora contribui no desenvolvimento de competências e habilidades comportamentais (SILVA; PEREIRA; GUIMARÃES, 2021). Nesse sentido, “o conceito de educação empreendedora a ser adotado, deve ser muito mais no sentido de viabilização de propósitos do que apenas no sentido de abertura de um negócio”. (KRÜGER; BÜRGER; MINELLO, 2019, p. 64).

Os métodos da Educação Empreendedora levam os estudantes a vivenciarem experiências empreendedoras reais, aprimorando suas habilidades e tornando-os mais aptos e preparados para a criação de novos empreendimentos, além de melhorar a capacidade de fazer análises, resolução de problemas individuais e revelar o potencial empreendedor (ANDRADE JÚNIOR; SATO, 2019).

Oliveira, Melo e Muylder (2016, p. 37) comentam que a Educação Empreendedora deve abranger o empreendedorismo e a inovação social, como o objetivo de conseguir resultados e benefícios nas esferas social, econômica e cultural, despertando a vontade de contribuir para o desenvolvimento do empreendedorismo humanitário em negócios com ou sem fins lucrativos, que ajudam na geração de valor, tecnologia e inovação.

Schaefer e Minello (2016) comentam que a natureza e as características da Educação Empreendedora se distinguem dos modelos tradicionais de ensino, pois seu foco está no processo de aprendizado do estudante, objetivando a ação no aprender a aprender. Para tanto, utiliza-se novas metodologias e instrumentos de ensino que proporcionam conhecimentos teóricos e práticos, permitindo aos estudantes, experiências mais reais, interativas e dinâmicas.

Estival *et al.* (2018) complementam que em relação aos métodos de ensino utilizados nas instituições de ensino superior (IES), as aulas tradicionais expositivas podem ser utilizadas para a difusão de aspectos teóricos e culturais do empreendedorismo, enquanto métodos e recursos pedagógicos mais dinâmicos, devem ser utilizados para os aspectos da ação empreendedora.

Os autores também comentam sobre a relevância da educação formal no processo de capacitação e discussão de temas associados ao empreendedorismo

na formação do aluno. Sendo que as técnicas de ensino a serem adotadas para disseminação da Educação Empreendedora devem ser voltadas para o processo de aprendizagem centrada.

O estímulo ao empreendedorismo no ambiente universitário, acarretaria num impacto positivo para o desenvolvimento socioeconômico local, sendo a educação empreendedora, um contribuinte para a elevação do nível de proatividade dos jovens, e visto também como fomento para a qualidade da educação, não apenas de forma organizacional, como também, de forma independente, criando pessoas mais inovadores.(ESTIVAL et al., 2014).

No Quadro 2, Dolabela (2008) apresenta algumas características que diferenciam o processo de educação convencional praticado hoje, da Educação Empreendedora. Para o autor, o elo fundamental entre o professor e o aluno no ensino convencional é o conhecimento. Já na Educação Empreendedora, o relacionamento pessoal entre docente e discente é o componente essencial para o processo de aprendizagem, uma vez que os professores assumem a responsabilidade de estimular os alunos a pensarem e agirem como um empreendedor.

Lopes (2010), aponta que algumas iniciativas podem ser utilizadas pelos professores das instituições de ensino superiores para a promoção da Educação Empreendedora em sala de aula, que são: elaboração de planos de negócios, incentivos para a criação de pequenas empresas, assessoramento de empreendedores às empresas reais, e intercâmbio com o *trades* de negócios locais.

Quadro 2 – Educação Convencional x Educação Empreendedora

Educação Convencional	Educação Empreendedora
Ênfase no conteúdo.	Ênfase no processo de aprendizagem.
O conteúdo é conduzido e dominado pelo instrutor.	Apropriação por meio do processo de aprendizagem.
O conhecimento é difundido de instrutor para receptor.	

	O conhecimento é alcançado através do processo de interação entre instrutor e receptor.
Objetivos de ensino impostos.	Objetivos de aprendizado negociados entre as partes.
Rejeição ao desenvolvimento de pensamento crítico.	Pensamento crítico como mecanismo de aprendizagem discente.
Erros não aceitos.	Erros como etapa do processo de aprendizagem e fonte de conhecimento.

Fonte: Adaptado de Dolabela (2008).

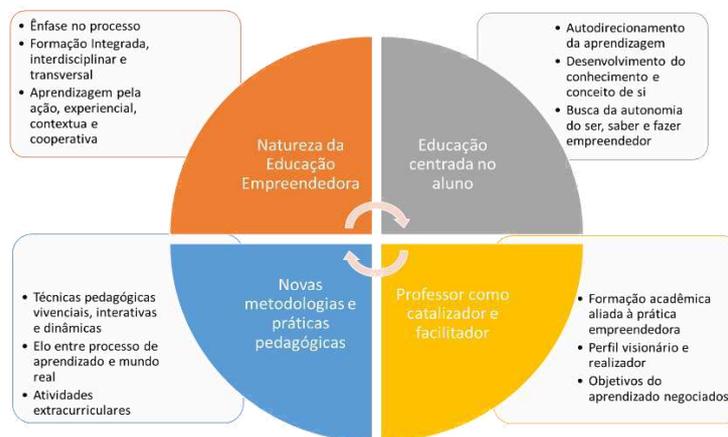
Guimarães e Santos (2020) apontam, também, para a existência da educação geral, gerencial e Educação Empreendedora, apresentando as diferenças entre elas. Na educação convencional, a ênfase está na aquisição de conhecimento. Na educação gerencial, a ênfase está na aquisição de Know-how. A Educação Empreendedora, é mais complexa. Não basta apenas ter conhecimentos sobre algo e Know-how, mas também é necessário autoconhecimento antes de tudo.

Os autores ainda informam que existem quatro áreas principais para a implementação da Educação Empreendedora, sendo elas: incorporação do empreendedorismo na educação e formação, o desenvolvimento curricular, o desenvolvimento do professor, e o engajamento com o setor privado.

Para além das salas de aula e laboratórios práticos, a Educação Empreendedora complementa-se por meio de atividades extracurriculares como incubadoras de empresas e parques tecnológicos, empresas juniores, células empreendedoras, clubes e centros de empreendedorismo, competições e eventos relacionados às práticas empreendedoras, parcerias com empreendedores, arranjos produtivos, cooperativas e organizações do terceiro setor, além da ligação com os centros de pesquisa e transferência de tecnologia, envolvendo desse modo as diferentes dimensões de uma instituição de ensino superior definida como universidade empreendedora (SCHAEFER; MINELLO, 2016, p. 78).

Na Figura 2 podem ser observadas algumas características da Educação Empreendedora.

Figura 2 – Características da Educação Empreendedora



Fonte: Adaptado de Silva, Pereira e Guimarães (2022).

No modelo proposto por (SCHAEFER; MINELLO, 2020), desenvolve-se assim uma relação dialética e dialógica entre professor e aluno durante o processo de aprendizagem, cujos perfis, modelos de pensamento e de ação se influenciam reciprocamente.

Nessa proposta, o professor passa a atuar como mediador e catalisador do processo de aprendizagem, adquirindo novas funções. Enquanto o aluno, também assume um novo papel, sendo responsável pelo próprio aprendizado, desenvolvendo, motivando os próprios desejos e anseios (SCHAEFER; MINELLO, 2020).

Cabe enfatizar que o posicionamento do corpo docente e da instituição de ensino superior é primordial para o desenvolvimento das competências e capacidades dos alunos no direcionamento das atitudes empreendedoras para uma efetiva formação empreendedora, através dos métodos de ensino disponíveis (OLIVEIRA; MELO; MUYLDER, 2016.).

Lopes (2014) identifica que as características da Educação Empreendedora possibilitam ao estudante a avaliação de determinada situação, assumindo um papel proativo, no qual há uma busca por oportunidades, capacitando-o a elaborar

e planejar maneiras e estratégias de interagir com aquela situação que ele passou a perceber.

Desse modo, Johan, Krüger e Minello (2018, p. 128) evidenciam que “o comportamento empreendedor pode ser aperfeiçoado, aliado ao processo de educação empreendedora, evidenciando a importância de tal educação para o desenvolvimento e propagação desta”.

Para (JOHAN; KRÜGER; MINELLO, 2018), a Educação Empreendedora pode ser entendida como um processo dinâmico atrelado às mais diversas conjunturas, podendo assim ser considerado uma forma estratégica.

Neste contexto, as Instituições de Ensino Superior (IES) têm uma função social muito importante de gerar novos conhecimentos e aprimorar a prática existente, introduzindo valores na sociedade que possam incentivar e formar empreendedores por meio dos processos educacionais. Para isto, as IES necessitam renovar constantemente seus projetos pedagógicos utilizando de novas tecnologias e metodologias para o avanço do conhecimento. E mais do que isso, levar os alunos a pensar e avaliar possibilidades alternativas, para os diversos segmentos do campo da administração (MOREIRA *et al.*, 2020).

3 METODOLOGIA

A presente pesquisa, quanto à forma de abordagem do problema, é de natureza quantitativa. Para classificá-la, foram utilizados os dois critérios recomendados por Vergara (2004): quanto aos fins e quanto aos meios de pesquisa empregados. Quanto aos fins, o estudo é descritivo, porque buscou descrever a contribuição das Universidades para a formação empreendedora dos alunos. Quanto aos meios, a pesquisa trata-se de um estudo de caso, cujos dados foram levantados através de questionário aplicado aos estudantes da Universidade Federal do Ceará (UFC).

Prodanov e Freitas (2013) comentam que a pesquisa descritiva apenas registra e descreve o fenômeno em estudo, sem a interferência do pesquisador. Visa apenas descrever as peculiaridades de determinada população ou estabelecimento com relação entre as variáveis. Os autores ainda comentam que

nesse tipo de pesquisa indica-se o uso de entrevistas, formulários e questionários para a coleta de dados.

O trabalho também se caracteriza por ser uma pesquisa bibliográfica, uma vez que foram utilizados materiais publicados em livros, publicações em periódicos e artigos científicos, monografias e dissertações (PRODANOV; FREITAS, 2013), com o intuito de elaborar o arcabouço teórico necessário para a execução dessa monografia.

A pesquisa bibliográfica é um apanhado geral sobre os principais trabalhos já realizados, revestidos de importância, por serem capazes de fornecer dados atuais e relevantes relacionados com o tema. (LAKATOS; MARCONI, 2003, p. 158).

Diante dos objetivos e da definição do problema de pesquisa proposto neste estudo, o universo foi constituído pelos estudantes do curso de Administração da Universidade Federal do Ceará, que tem 893 alunos matriculados, sendo 435 no turno da manhã e 458 no turno da noite.

Dessa forma, a seleção da amostra seguiu o critério não probabilístico por acessibilidade, pois os elementos da população para compor a amostragem foram selecionados conforme a facilidade de acesso a eles, sem o uso de procedimentos estatísticos (VERGARA, 2009; MALHOTRA, 2012). A escolha dessa técnica se deu por ela ser a técnica menos dispendiosa, que requer menos tempo e cabe em situações nas quais as unidades amostrais são acessíveis.

Considerando que a quantidade de elementos amostrais, admite-se neste estudo uma população finita (MARTINS; THEÓPHILO, 2009). Para o cálculo da amostra utilizou-se a seguinte fórmula, conforme, Bruni (2007):

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q \times N}{Z^2 \times p \times q + (N-1) \times e^2} \quad (1)$$

Onde:

- n = tamanho da amostra
- Z = nível de confiança;
- p = probabilidade de acertos;
- q = probabilidade de erros;
- N = tamanho da população
- e = erro amostral.

Os valores adotados, neste estudo, para o cálculo da amostra são:

- Z = nível de confiança de 90% ($Z = 1,64$);
- p = probabilidade de acertos de 50% ($p = 0,5$);
- q = probabilidade de erros de 50% ($q = 0,5$);
- $N = 893$
- e = erro amostral 10% ($e = 0,1$).

Substituindo-se os valores na fórmula, obtém-se o resultado de 63 respondentes, tendo-se obtido 54 questionários válidos.

Como estratégia de coleta de dados foi utilizado o mesmo questionário do trabalho de Nascimento (2015), que em seu trabalho, também, buscou analisar a contribuição das Universidades na formação empreendedora dos seus alunos.

O instrumento de pesquisa utilizado divide-se em duas partes e está apresentado no Apêndice A, para uma melhor compreensão dessa construção. A primeira parte do questionário é formada por questões sociodemográficas para a categorização dos entrevistados, enquanto a segunda parte consiste nas questões necessárias às análises pretendidas. Cada questão foi construída em forma de frase, sendo solicitado aos respondentes que assinalassem seu grau de concordância ou discordância em relação a cada afirmativa, de acordo com uma escala do tipo Likert de cinco pontos, em que 1 representa concordância total, 2 representa concordância parcial, 3 representa indiferente, 4 representa discordância parcial e 5 representa discordância total. Quadro 3.

Quadro 3 – Escala *Likert* Utilizada no Questionário

Concordo Totalmente (CT)	Concordo parcialmente (CP)	Indiferente (I)	Discordo parcialmente (DP)	Discordo totalmente (DT)
1	2	3	4	5

Fonte: Elaborado pela autora (2022).

Os questionários foram aplicados via *Internet*, por meio da ferramenta de formulários, *Google Forms*. Os questionários foram aplicados no período de junho

e julho de 2022. Essa estratégia de coleta por via digital procurou obter uma maior abrangência da população estudada, de forma a conseguir-se quantidade representativa e significativa de respondentes.

Os dados foram tratados mediante ao uso do *software* Excel®, do pacote de *softwares* Office 365®. No qual foi realizado o tratamento descritivo da amostra coletada.

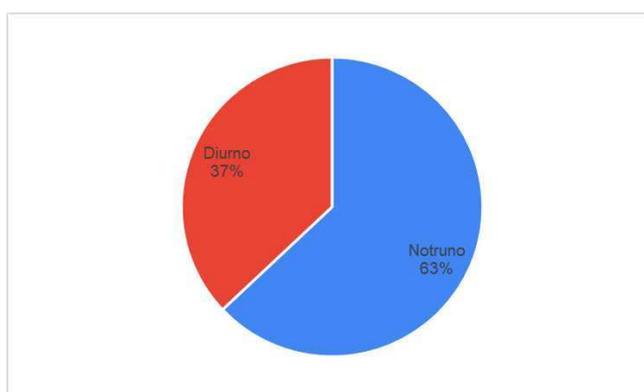
4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Neste capítulo, há uma exposição e discussão dos resultados encontrados neste trabalho. Em um momento inicial, foi realizada uma análise descritiva da amostra.

4.1 Caracterização da amostra

A amostra analisada foi composta por alunos do Curso de Administração da Universidade Federal do Ceará (UFC), distribuídos nos turnos da manhã (37%) e da noite (63%). Gráfico 1.

Gráfico 1 – Turno



Fonte: Dados da pesquisa 2022.

A idade dos respondentes variou de 20 a acima de 56 anos, no entanto, a maioria dos respondentes têm idade entre 20 e 26 anos, representando 54% da amostra. Não foi observada a presença de menores de 18 anos de idade (Tabela 1).

Tabela 1 – Idade

Idade	Frequência	Percentual
20 - 26	29	54%
26 - 32	14	26%
32 - 38	7	13%
38 - 44	2	4%
44 - 50	1	2%
50 - 56	0	0%
Acima de 56	1	2%
TOTAL	54	100%

Fonte: Dados da pesquisa 2022.

No que se refere à renda individual observa-se que a maioria dos respondentes informou ter uma renda entre R\$ 1.000,00 e R\$ 2.000,00 (30%), no entanto, as faixas de renda até R\$ 1.000,00 e entre R\$ 2.000,00 e R\$ 3.000,00 representaram, juntas, 20% da amostra. (Tabela 2).

Tabela 2 – Renda individual

Renda	Individual	
	Frequência	Percentual
Até R\$ 1.000,00	10	19%
Entre R\$ 1.000,00 e R\$ 2.000,00	16	30%
Entre R\$ 2.000,00 e R\$ 3.000,00	10	19%
Entre R\$ 3.000,00 e R\$ 4.000,00	6	11%
Entre R\$ 4.000,00 e R\$ 5.000,00	4	7%
Acima de R\$ 5.000,00	8	15%
TOTAL	54	100%

Fonte: Dados da pesquisa 2022.

4.2 Análise descritiva dos resultados

Esta seção tem o objetivo de apresentar a análise descritiva das respostas dos alunos do curso de Administração da Universidade Federal do Ceará sobre a contribuição da Universidade para a sua formação empreendedora.

A partir da quarta afirmativa até a décima primeira, buscou-se verificar o grau de concordância dos respondentes em relação às ações da UFC voltadas para Educação Empreendedora dos seus discentes.

A Tabela 3 apresenta a distribuição proporcional das respostas e a moda de cada item. Numa visão geral, todos os resultados estão abaixo de 50%, ou seja, menos da metade dos alunos entendem como não satisfatório.

Destaca-se que somente os itens Q4 (*A Universidade estimula os discentes do Curso de Administração a terem seu próprio negócio.*), Q5 (*A Universidade foi importante para minha formação empreendedora.*) e Q8 (*Recebi informações importantes sobre o tema Empreendedorismo na Universidade.*) apresentaram um percentual de concordância parcial 39%, 44% e 39%, respectivamente. O valor da moda (2) indica predominância de concordância parcial, nos itens evidenciados.

Observa-se, também, no item Q4 (*A Universidade estimula os discentes do Curso de Administração a terem seu próprio negócio.*) que apesar de apresentar um grau de concordância parcial (39%), o somatório de discordância parcial e total (49%) é maior que o somatório de concordância parcial e total (45%).

Em relação aos demais itens Q6 (*A Universidade costuma organizar visitas técnicas em empresas para ampliar o conhecimento dos alunos.*), Q7 (*A Universidade se preocupa em conciliar o conhecimento teórico sobre empreendedorismo com a experiência prática.*), Q9 (*A Universidade estimula e recompensa o comportamento empreendedor de seus alunos.*), Q10 (*O Curso de Administração da UFC busca a qualificação de empreendedores de sucesso, incentivando o comportamento proativo.*) e Q11 (*A Universidade incentivou a conhecer o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas).*) foi verificado um grau de discordância parcial e total por partes dos estudantes em relação às ações da Universidades voltadas para a Educação Empreendedora. Fato que pode ser confirmado com os valores da moda de cada item que foram quatro (4) e cinco (5).

Observa-se, também, que os itens Q6 (*A Universidade costuma organizar visitas técnicas em empresas para ampliar o conhecimento dos alunos.*) e Q11 (*A Universidade incentivou a conhecer o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas)*) tiveram o maior percentual de discordância total 48% e 46%, respectivamente.

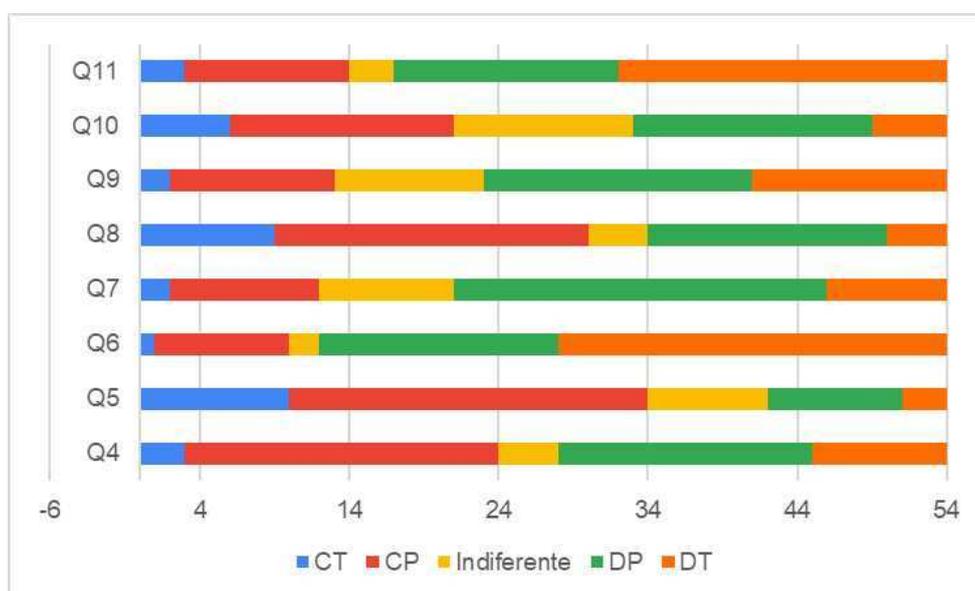
Tabela 3 – Distribuição proporcional das repostas sobre as ações da Universidade voltadas a Educação Empreendedora seletiva

Questão	Concordo totalmente	Concordo em parte	Indeciso	Discordo em parte	Discordo totalmente	Moda
Q4	<u>6%</u>	<u>39%</u>	<u>7%</u>	<u>31%</u>	<u>17%</u>	<u>2</u>
Q5	<u>19%</u>	<u>44%</u>	<u>15%</u>	<u>17%</u>	<u>6%</u>	<u>2</u>
Q6	2%	17%	4%	30%	48%	<u>5</u>
Q7	4%	19%	17%	46%	15%	<u>4</u>
Q8	<u>17%</u>	<u>39%</u>	<u>7%</u>	<u>30%</u>	<u>7%</u>	<u>2</u>
Q9	4%	20%	19%	33%	24%	<u>4</u>
Q10	11%	28%	22%	30%	9%	<u>4</u>
Q11	6%	20%	6%	28%	41%	<u>5</u>

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

No Gráfico 2, observa-se o grau de concordância e discordância dos itens Q4 a Q11 utilizados na primeira parte do estudo.

Gráfico 2 – Grau de concordância e discordância dos itens Q4 a Q11



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Nos resultados descritos acima, percebe-se um baixo percentual de concordância em cinco dos oito itens analisados, indicando que na percepção dos alunos, as ações da Universidade voltada para a Educação Empreendedora não atingiram um nível de eficiência.

Sendo assim, Moreira *et al.* (2020) chamam a atenção para o papel das Universidades na Educação Empreendedora dos seus discentes, uma vez que as Instituições de Ensino Superior (IES) através da Educação Empreendedora devem preparar os estudantes com conhecimentos, habilidades e atitudes para os desafios de criar, conduzir e expandir um negócio, a partir do desenvolvimento de competências-chave do empreendedorismo, como a criatividade e a inovação.

Ainda, em relação às ações da UFC voltadas para Educação Empreendedora, foi perguntado aos discentes sobre as ações de divulgação da Empresa Júnior, denominada Inova Júnior, e sobre o Centro de Empreendedorismo (CEMP) pela UFC.

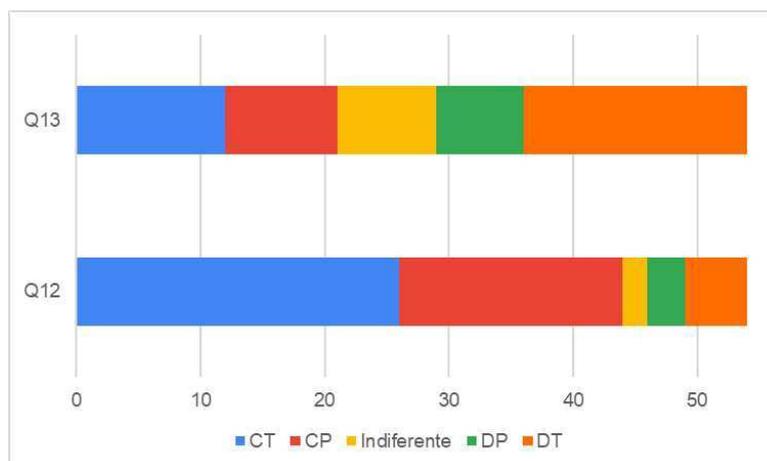
Tabela 4 – Distribuição proporcional das repostas sobre as ações da Universidade voltadas a divulgação da Inova Júnior e do CEMP

Questão	Concordo Totalmente	Concordo Parcialmente	Indeciso	Discordo Parcialmente	Discordo Totalmente	Moda
Q12	<u>48%</u>	33%	4%	6%	9%	1
Q13	22%	17%	15%	13%	<u>33%</u>	5

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Conforme os resultados apresentados na Tabela 4 observa-se que 48% dos respondentes concordam totalmente que a UFC apresentou a Empresa Júnior (Inova Júnior), item Q12 (*A Universidade apresentou a Empresa Júnior da UFC - INOVA JR?*). Já em relação às ações de divulgação do Centro de Empreendedorismo 33% dos respondentes discordam totalmente que a UFC apresentou esse equipamento, item Q13 (*A Universidade apresentou o Centro de Empreendedorismo da UFC - CEMP.*).

No Gráfico 3, observa-se o grau de concordância e discordância dos itens Q12 e Q13 utilizados na primeira parte do estudo

Gráfico 3 – Grau de concordância e discordância dos itens Q12 e Q13

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Sobre a percepção dos alunos em relação a participação dos professores no processo de Educação Empreendedora, verificou-se que 31% dos respondentes discordam parcialmente que os professores incentivam e motivam os alunos a realização de práticas empreendedoras, item Q14 (*Os professores do Curso de Administração são motivados a orientar seus alunos para a prática empreendedora.*). O valor da moda (4) indica predominância de discordância parcial, no item evidenciado. Também se verifica que o somatório de discordância parcial e total (44%) é maior que o somatório de concordância parcial e total (39%), como demonstrado na tabela 5

Tabela 5 – Distribuição proporcional das repostas sobre a participação dos professores no processo de Educação Empreendedora

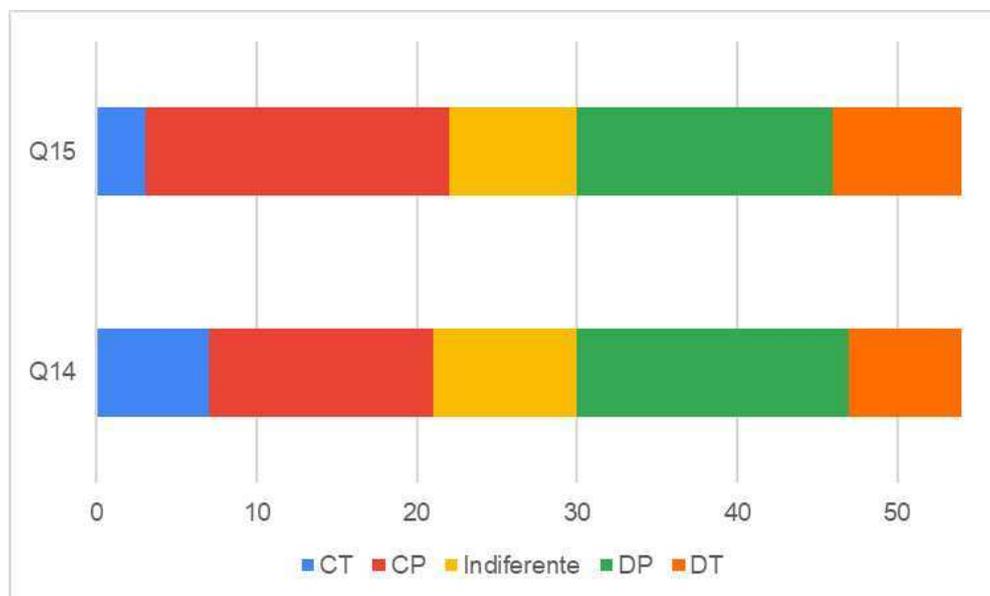
Questão	Concorda Totalmente	Concorda Parcialmente	Indeciso	Discorda Parcialmente	Discorda Totalmente	Moda
Q14	13%	26%	17%	31%	13%	4
Q15	6%	35%	15%	30%	15%	2

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Quando abordados se os professores estimulam os alunos a experimentação a riscos, 35% dos respondentes concordam parcialmente, item Q15 (*Os professores do Curso de Administração estimulam seus alunos a experimentação e riscos.*) como demonstrado na Tabela 5.

No Gráfico 4, observa-se o grau de concordância e discordância dos itens Q14 e Q15.

Gráfico 4 – Grau de concordância e discordância dos itens Q14 e Q15



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Sobre o papel do corpo docente no processo de Educação Empreendedora, Oliveira, Melo e Muylder (2016), comentam que o posicionamento do corpo docente e da IES devem ser voltados à utilização de diversos métodos de ensinios disponíveis, como estratégias para possibilitar o desenvolvimento das competências e capacidades dos alunos para uma efetiva formação empreendedora.

Nesse sentido, Oliveira *et al.* (2016) ressaltam que os professores podem utilizar diversos processos pedagógicos para a elaboração de atividades educacionais na formação empreendedora, tais como: palestras, recomendações de leituras, estudos de caso, e resolução de casos reais, visita a empresas, brainstorming, simulações e projetos desenvolvidos em grupos, assim como planos de negócios, entrevistas com empreendedores, uso de filmes e jogos sobre empreendedorismo

Os autores ainda comentam que a Educação Empreendedora para ter efetividade, depende das habilidades do professor no uso das metodologias aplicadas em sala de aula. Pois a mesma deve ser abordada através de várias

perspectivas teóricas e diversos métodos de ensino para fomentar uma ação desafiante. Ademais, o papel do professor torna-se agente de geração de conhecimento individualizado, transmitindo-os aos alunos. São usadas técnicas inovadoras em sala.

Dessa forma, o professor se torna um facilitador do processo de aprendizagem, responsável por orientar, coordenar e, sobretudo, apoiar os estudantes em direção ao controle da situação experimentada. (SILVA; PENA, 2017, p. 382).

Os itens Q16 a Q21 buscaram verificar a percepção dos discentes em relação à sua formação empreendedora durante a graduação.

Observa-se que em relação ao envolvimento (participação) dos discente nas atividades da Empresa Inova Júnior e do Centro de Empreendedorismo da UFC, itens Q16 (*Participei da Empresa Júnior da UFC - INOVA JR?*) e Q17 (*Participei do Centro de Empreendedorismo da UFC - CEMP?*) verifica-se um baixo percentual de envolvimento (participação) dos alunos em ambos os equipamentos 4% e 13%, respectivamente, como demonstrado na tabela 6.

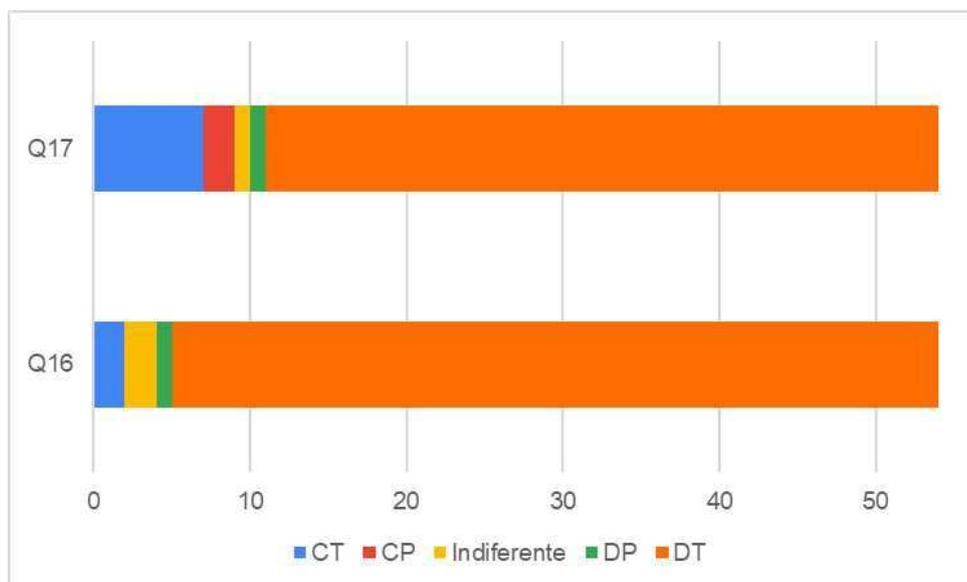
Tabela 6 – Distribuição proporcional das repostas sobre o envolvimento (participação) dos discentes nas atividades da Inova Júnior e do CEMP

Questão	Concordo Totalmente	Concordo Parcialmente	Indeciso	Discordo Parcialmente	Discordo Totalmente	Moda
Q16	4%	0%	4%	2%	<u>91%</u>	5
Q17	13%	4%	2%	2%	<u>80%</u>	5

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Chama atenção nesses itens, Q16 e Q17, a baixa adesão dos discentes nas atividades da Empresa Inova Júnior e do Centro de Empreendedorismo 91% e 80%, respectivamente, mesmo havendo, de alguma forma, ações de divulgação dos equipamentos pela instituição.

No Gráfico 5, observa-se o grau de concordância e discordância dos itens Q16 e Q17.

Gráfico 5 – Grau de concordância e discordância dos itens Q16 e Q17

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Identifica-se nos itens analisados, Q16 e Q17, que o corpo discente do curso de Administração precisa incorporar, além dos conceitos teóricos sobre empreendedorismo, práticas voltadas ao processo empreendedor, sendo esses dois equipamentos disponibilizados pela UFC, fundamentais nesse processo. Desse modo, fica evidenciado que as ações de divulgação e engajamento desses alunos a esses equipamentos precisam ser mais efetivas.

No que diz respeito à realização de atividades ou curso sobre empreendedorismo, 37% dos respondentes concordam parcialmente que realizaram algum tipo de atividade durante a sua formação, que contribui para a sua formação empreendedora, item Q18 (*Durante a faculdade desenvolvi projetos que me ajudaram a formar meu perfil empreendedor.*) e 37% informam que não procuraram fazer algum curso sobre empreendedorismo durante o período de formação universitária, item Q19 (*Realizei curso extracurricular sobre o tema empreendedorismo.*), conforme demonstrado na tabela 7.

Tabela 7 – Distribuição proporcional das repostas sobre a realização de atividades ou curso sobre empreendedorismo

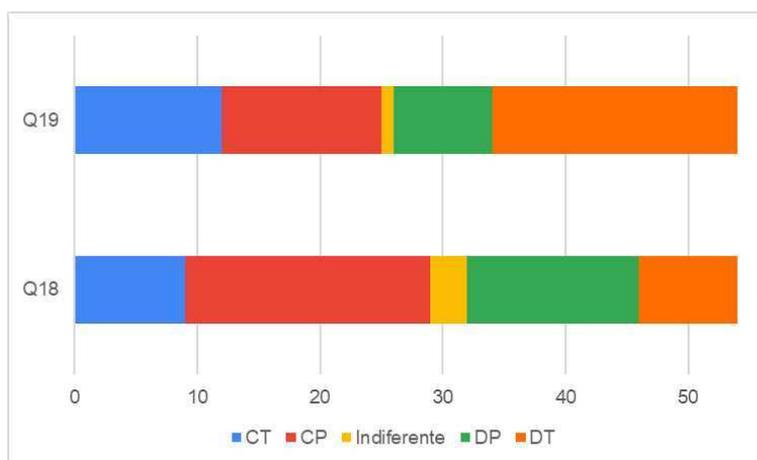
Questão	Concordo Totalmente	Concordo Parcialmente	Indeciso	Discordo Parcialmente	Discordo Totalmente	Moda
Q18	17%	<u>37%</u>	6%	26%	15%	2

Q19	22%	24%	2%	15%	37%	5
-----	-----	-----	----	-----	-----	---

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

No Gráfico 6, observa-se o grau de concordância e discordância dos itens Q18 e Q19.

Gráfico 6 – Grau de concordância e discordância dos itens Q18 e Q19



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

O desenvolvimento de projetos é fundamental para o incentivo dos alunos a práticas empreendedoras, funcionando como um catalisador para práticas de inovação, proatividade e geração de boas ideias. Também, se faz necessário que o aluno procure obter conhecimento sobre empreendedorismo além da sala de aula, sendo necessário que o mesmo desenvolva a busca pelo autoconhecimento e gerenciamento das ações voltadas para o seu aprendizado.

No item Q20 (*Confio na formação que recebi para obter sucesso na profissão de empreendedor.*) observa-se que 39% e 13% dos respondentes confiam parcialmente e totalmente na sua formação empreendedora, respectivamente. Já os alunos que não confiam na sua formação empreendedora totalizam 32%, dos que responderam discordo parcialmente e discordo totalmente.

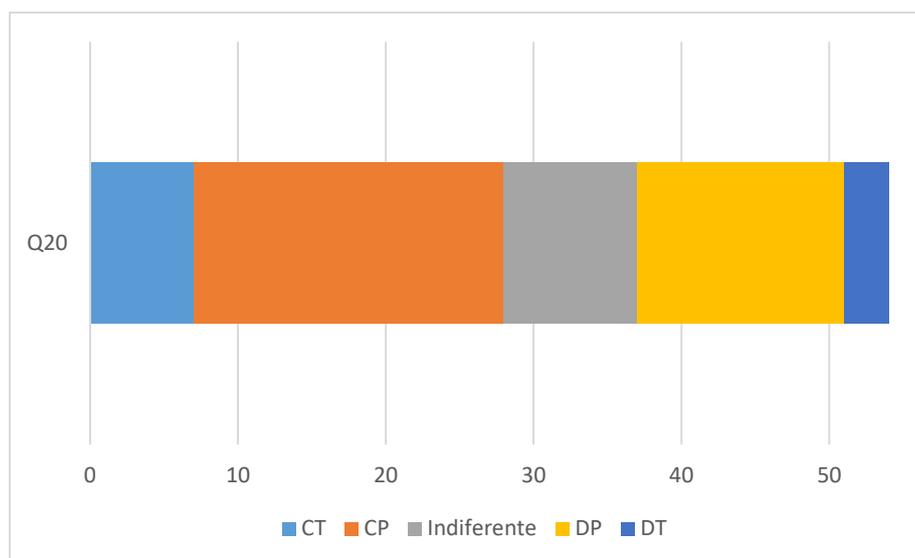
Tabela 8 – Distribuição proporcional das repostas sobre a confiança dos alunos na sua formação empreendedora

Questão	Concordo Totalmente	Concordo Parcialmente	Indeciso	Discordo Parcialmente	Discordo Totalmente	Moda
Q20	13%	39%	17%	26%	6%	2

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

No Gráfico 7, observa-se o grau de concordância e discordância do item Q20.

Gráfico 7 – Grau de concordância e discordância do item Q20

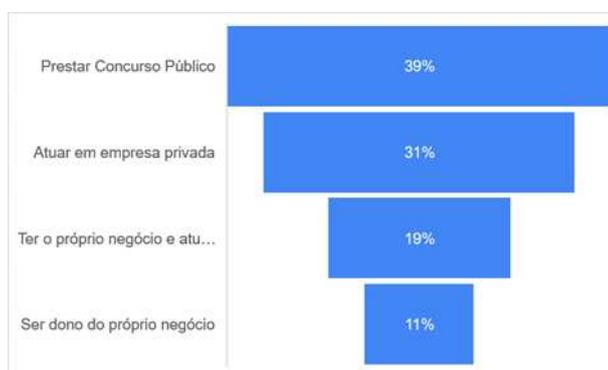


Fonte: Dados da pesquisa (2022).

A relação de confiança entre Instituição de Ensino Superior e corpo discente é fundamental, pois só a partir desta confiança é que será possível evoluir no sentido da Educação Empreendedora.

No Gráfico 8 observa-se que dos 54 participantes, somente 11% pretendem ter o seu próprio negócio após o término da graduação. Destacando-se que 39% dos respondentes pretendem tentar a carreira no setor público. Com esta análise, percebe-se o quanto os alunos precisam de incentivo e aprendizagem quanto às vantagens que o Empreendedorismo pode trazer para suas vidas.

O baixo percentual de alunos que manifestaram interesse em ter o seu próprio negócio, difere dos resultados obtidos na pesquisa de Moreira *et al.* (2016), na qual apontam a vontade de ter o próprio negócio como principal resultado. Outros resultados, também, foram obtidos, como: boa oportunidade de negócio para empreender e empreender como forma de evitar o desemprego.

Gráfico 8 – Pretensão após a graduação

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Frente às grandes dificuldades econômicas que o país vem enfrentando nos últimos anos como: alta taxa de desemprego e baixos salários. Seguir a carreira pública passa a ser uma opção viável, uma vez que oferece altos salários e principalmente estabilidade. No que tange a abertura de uma empresa no Brasil, esse processo ainda é muito burocrático e caro, impedindo que novos negócios sejam iniciados.

Outros fatores também contribuem para que as pessoas não tentem abrir seu próprio negócio, como: falta de conhecimento a respeito do setor que irá investir, falta de capital inicial, inabilidade para calcular custos de produção, desenvolver estratégias de marketing e dificuldade em criar produtos ou serviços, que se diferenciam e têm vantagem competitiva no mercado.

Por fim, os participantes foram abordados sobre suas opiniões quanto às práticas empreendedoras desenvolvidas pela UFC. Do total de participantes, somente 20 expressaram a sua opinião, representando 37% da amostra. As contribuições obtidas estão apresentadas no quadro 3.

Quadro 3 – Contribuição dos participantes

Inserção da disciplina de Empreendedorismo na matriz curricular do curso de Administração.
Desenvolvimento de atividades práticas sobre empreendedorismo.
Melhorar a divulgação e acesso às atividades do CEMP.
Realização de visitas técnicas.
Melhor divulgação do tema empreendedorismo através de palestras, seminários, estudos de casos, etc.

Oportunizar os alunos que trabalham a participarem das atividades da empresa júnior e do centro de empreendedorismo.
Maior participação dos docentes na realização de práticas empreendedoras.
Apresentar o processo de constituição e formalização de uma empresa.

Fonte: dados da pesquisa 2022.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho apresentou um estudo que buscou elucidar algumas questões a respeito da Educação Empreendedora, no que concerne à formação de empreendedores. Observa-se que existe uma clara necessidade de os alunos serem incentivados e formados para o empreendedorismo, criando expectativas para um futuro melhor e um país com melhores oportunidades profissionais.

Levando em consideração o objetivo geral deste trabalho, que procurou verificar a percepção dos estudantes de Administração sobre como a Universidade Federal do Ceará tem contribuído para a formação empreendedora dos alunos do Curso de Administração, admite-se que o objetivo geral foi alcançado.

Foi possível verificar a percepção dos alunos do Curso de Administração da UFC que, em sua maioria, percebem que a Universidade tem pontos de melhorias a serem trabalhados até chegar na eficiência da Educação Empreendedora, desenvolvendo ações efetivas em sua contribuição para os jovens.

Com a apresentação dos resultados do questionário, em forma de estatística descritiva, foi possível identificar como os alunos têm percebido o ensino do empreendedorismo em sala de aula, descobrindo-se que as afirmativas tiveram mais discordância, que concordância. Esses resultados confirmam que os discentes percebem, por parte da UFC, que suas ações voltadas para a Educação Empreendedora, necessitam de intensificação na formação acadêmica, fomentando despertar os conhecimentos teóricos e práticos do empreendedorismo.

Dessa forma, pode-se afirmar que a amostra pesquisada apresentou um resultado desfavorável em relação ao objetivo geral deste estudo, uma vez que a capacitação dos novos empreendedores passa pelo universo da educação, principalmente pelas Universidades, para que se tenha mais empreendedores por oportunidade ao invés de empreendedores por necessidade.

Também, observa-se que a UFC desempenha um importante papel na formação profissional do seu corpo discente, do Curso de Administração, no entanto, ainda se fazem necessárias, novas ações na área da Educação Empreendedora que proporcione aos alunos, novas habilidades e criatividade em relação ao empreendedorismo.

Sobre a percepção dos respondentes sobre a sua formação empreendedora, os professores e coordenador do Curso de Administração podem capturar muitas contribuições. Os achados dessa pesquisa podem contribuir para a mudança das estratégias de implementação da Educação Empreendedora para o seu corpo discente. Sendo necessário que a UFC atue como fonte de informação e formadora de jovens empreendedores, conscientizando-os de sua realidade e potencial.

Para tanto, se fazem necessárias adaptações no currículo do Curso de Administração com a utilização de metodologias ativas que visem conciliar a teoria com a prática. Como limitação do estudo pode-se verificar que a amostra definida para o estudo não foi totalizada, esperavam-se 63 respondentes, porém a amostra final foi composta por 54 respondentes.

Ainda que os objetivos deste trabalho tenham sido atingidos, deve-se reconhecer que essas percepções não são as mesmas para todos os cursos da UFC, embora pareça ser um bom indício disso.

Assim, a replicação desta investigação em outros cursos, poderá ajudar a compor um mosaico onde se vislumbrem as opiniões a respeito da formação empreendedora dos alunos da instituição, além de ajudar a melhor compreender como essas opiniões podem interferir nas ações voltadas para a Educação Empreendedora.

Sugere-se, portanto, que outros investigadores repliquem este estudo em outros cursos oferecidos pela UFC, já que o trabalho contemplou o Curso de Administração.

REFERÊNCIAS

- ANDRADE JÚNIOR, D. L. I. SATO, C. Y. **Influência da educação empreendedora na identificação de oportunidades de negócios. Revista de Administração IMED**, v. 9, n. 2, 2019. Disponível em: file:///C:/Users/leand/Downloads/Andrade_Sato_2019_Influencia-da-Educacao-Empreen_55860.pdf. Acesso em: 15 jun 2022.
- ARAÚJO, G. F. DAVEL, E. **Educação empreendedora, experiência e John Dewey. Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 12, n. 4, 2018. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/pca/article/download/13291/pdf/95174>. Acesso em: 15 jun 2022.
- BARBOSA, R. A. P. SILVA, E. A. GONÇALVES, F. H. L. MORAIS, F. R. **O impacto da educação empreendedora na intenção de empreender: análise dos traços de personalidade. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 9, n. 1, 2020. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/56296/o-impacto-da-educacao-empreendedora-na-intencao-de-empreender--analise-dos-tracos-de-personalidade>. Acesso em: 05 jun 2022.
- BIRCHLER, E. A. TEXEIRA, A. **A intenção empreendedora de estudantes e os fatores que a influenciam. Revista de Negócios**, v. 22, n. 2, 2017. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/49604/a-intencao-empreendedora-de-estudantes-e-os-fatores-que-a-influenciam->. Acesso em: 10 jun 2022.
- BOAS, P. V. B. NASCIMENTO, F. **A evolução das publicações sobre educação empreendedora: uma análise a partir da bibliometria. Revista da Micro e Pequena Empresa**, v. 14, n. 2, 2020. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/61520/a-evolucao-das-publicacoes-sobre-educacao-empreendedora--uma-analise-a-partir-da-bibliometria>. Acesso em: 10 jun 2022.
- BRITO, B. A. V. SANTOS, I. C. SILVEIRA, G. B. **Agrupamento de empreendedores e possíveis empreendedores do Acre: uma análise da intenção empreendedora. E&G Economia e Gestão**, v. 21, n., 58, 2021. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/62916/agrupamento-de-empreendedores-e-possiveis-empreendedores-do-acre--uma-analise-da-intencao-empreendedora>. Acesso em: 05 jun 2022.
- BRUNI, A. L. **Estatística aplicada à gestão financeira**. São Paulo: Atlas, 2007.
- CORCINO, K. F. SILVA, T. N. LEAL, S. R. **Mudanças causadas pela crise do corona vírus na motivação de funcionários do setor aéreo: mais uma crise ou um marco definitivo? Revista Eletrônica de Administração e Turismo**, v. 16, n. 1, 2022. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/66592/mudancas-causadas-pela-crise-do>

coronavirus-na-motivacao-de-funcionarios-do-setor-aereo--mais-uma-crise-ou-um-marco-definitivo-. Acesso em: 29 mai 2022.

DOLABELA, F. **Oficina do Empreendedor**. São Paulo: Cultura, 2008.

DRUCKER, Peter F. **Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios**. São Paulo: Pioneira, 1987.

ECKERT, A. OLEA, P. M. DORION, E. C. E. MECCA, M. S. ECKERT, M. G. **O perfil empreendedor na graduação: um estudo comparativo entre ingressantes e concluintes**. *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, v. 7, n. 2, 2013. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/pca/article/view/11128/7923>. Acesso em: 15 jun 2022.

ESTIVAL, K. G. S. ROSA, R. O. CORRÊA, S. R. S. ANDRADE, J. C. P.

PROCÓPIO, D. P. **Educação empreendedora e negócios sociais: estudo de caso da concepção à implantação da disciplina Negócios Sociais no curso de Administração**. *Revista de Tecnologia Aplicada*, v. 7, n. 2, 2018. Disponível em: file:///C:/Users/leand/Downloads/Estival_Rosa_Corr%C3%AAa_Andrade_Proc%C3%B3pio_2018_Educacao-Empreendedora-e-Negoc_51410.pdf. Acesso: 21 jun 2022.

FILION, L. J. **Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios**. *RAUSP Management Journal*, v. 34, n. 2, 1999.

FANDIÑO, A. M.; MACIEL, J. S. A análise do perfil empreendedor entre alunos de pós-graduação lato sensu (MBA). *Revista Gerenciais*, v. 7, n. 1, 2008.

FROTA, L. A. A. BEZERRA, S. Q. MARTINS, T. A. P. **A intenção empreendedora de estudantes de gestão diante da crise econômica causada pela pandemia de covid – 19 no Brasil**. *Revista de Administração, Sociedade e Inovação*, v. 8, n. 2, 2022. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/66676/a-intencao-empreendedora-de-estudantes-de-gestao-diante-da-crise-economica-causada-pela-pandemia-de-covid-19-no-brasil>. Acesso em: Acesso em: 29 mai 2022.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade**, 2016.

GREATTI, Ligia; PREVIDELLI, José. J. Perfis empreendedores: análise comparativa das trajetórias de sucesso e do fracasso empresarial no município de Maringá-PR. In.: ENANPAD, 28, 2004, Curitiba. **Anais...** Curitiba: ANPAD, 2004. Disponível em: PDF 'Perfis Empreendedores: Análise Comparativa Das Trajetórias De Sucesso E Do Fracasso Empresarial No Município De Maringá - Ligia Greatti' - Ler Online | Livraria Pública (livrariapublica.com.br). Acesso em: 25 jul 2022.

GUIMARÃES, J. C. SANTOS, I. F. **Educação empreendedora: a prática docente estimulando a mente do estudante. Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 14, n. 2, 2020. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/60026/educacao-empreendedora--a-pratica-docente-estimulando-a-mente-do-estudante->. Acesso em: 15 jun 2022.

JOHAN, D. A. KRÜGER, C. MINELL, I. F. **Educação empreendedora: um estudo bibliométrico sobre a produção científica recente. Revista de Gestão e Tecnologia**, v. 8, n. 4, 2018. Disponível em: file:///C:/Users/leand/Downloads/Johan_Kr%C3%BCger_Minello_2018_Educacao-empreendedora--um-est_55061.pdf. Acesso em: 23 jun 2022.

KRÜGER, C. BÜRGER, R. E. MINELLO, I. F. **O papel moderador da educação empreendedora diante da intenção empreendedora. Economia e Gestão**, v. 19, n. 52, 2019. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/53873/o-papel-moderador-da-educacao-empreendedora-diante-da-intencao-empreendedora->. Acesso em: 20 jun 2022.

LOPES, C. L. J. **Educação empreendedora: um estudo do projeto de empreendedorismo 10.0 aplicado aos alunos do curso técnico em informática. Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, v. 1, n. 1, 2014. Disponível em: <https://seer.imed.edu.br/index.php/revistasi/article/download/618/521>. Acesso em: 25 jun 2022.

LOPES, R. M. A. **Educação Empreendedora: conceitos, modelos e práticas**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010).

MARCONI, M. A. LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MARTINS, G. A.; THEÓPHILO, C. R. **Metodologia da investigação científica para Ciências Sociais Aplicadas**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MATTAR, F. N. **Pesquisa de Marketing**. Ed. Compacta. São Paulo: Atlas, 2001.

MENEGHATTI, M. R. RIBEIRO, I. CANCELIER, G. R. SILVA, J. M. SANTOS, P. S. **Perfil empreendedor: uma análise a partir de alunos do curso de Administração. Revista Eletrônica Científica do CRA – PR**, v. 2, n. 2, 2015. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/319700994_Perfil_empreendedor_uma_analise_a_partir_de_alunos_do_curso_de_administracao. Acesso em: 18 jun 2022.

MOREIRA, M. A. ALVES, N. J. F. ADREASSI, T. BRAGA, J. G. R. **Educação empreendedora em Contabilidade: da teoria à aprendizagem experiencial. Revista Catarinense da Ciência Contábil**, v. 19, n. 8, 2020. Disponível em: file:///C:/Users/leand/Downloads/Moreira_Alves_Andreassi_Braga_2020_Educacao-Entreendedora-em-Cont_56776.pdf. Acesso em: 01 jul 2022.

NASCIMENTO, K. A. L. L. **A formação empreendedora do curso de Administração da Universidade Federal do Ceará (UFC) na percepção dos alunos concludentes.** 2015. 54 f. Monografia (Graduação em Administração) – Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, 2015.

OLIVEIRA, A. G. M. MELO, M. C. O. L. MUYLDER, C. F. **Educação empreendedora: o desenvolvimento do empreendedorismo e inovação social em Instituições de Ensino Superior.** *Revista Administração em Diálogo*, v. 18, n. 1, 2016. Disponível em: [file:///C:/Users/leandro/Downloads/Oliveira Melo Muylder 2016 Educação-empreendedora--o-dese 40452.pdf](file:///C:/Users/leandro/Downloads/Oliveira%20Melo%20Muylder%202016%20Educa%C3%A7%C3%A3o%20empreendedora--o-dese%2040452.pdf). Acesso em: 15 jun 2022.

PAIVA, L. E. B. LIMA, T. C. B. REBOUÇAS, S. M. D. P. **Análise do comportamento sustentável e inovador na intenção empreendedora.** *Revista de Ciências da Administração*, v. 23, n. 60, 2021. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/63751/analise-do-comportamento-sustentavel-e-inovador-na-intencao-empreendedora>. Acesso em: 29 mai 2022.

PRODANOV, C. C. FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico.** 2 ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

SANTOS, F. F. SOUSA, M. A. B. SANTOS, H. N. RIBEIRO S. P. **Intenção de empreender e potencial empreendedor dos alunos do curso de graduação em engenharia elétrica e engenharia mecânica da Universidade Federal do Pampa.** *Revista Interface*, v. 18, n. 1, 2021. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/63290/intencao-de-empreender-e-potencial-empreendedor-dos-alunos-dos-cursos-de-graduacao-em-engenharia-eletrica-e-em-engenharia-mecanica-da-universidade-federal-do-pampa>. Acesso em: 29 mai 2022.

SCHAEFER, R. MINELLO, I. F. **Desafios contemporâneos da educação empreendedora: novas práticas pedagógicas e novos papéis de alunos e docentes.** *Revista da Micro e Pequena Empresa*, v. 14, n. 3, 2020. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/61536/desafios-contemporaneos-da-educacao-empreendedora--novas-praticas-pedagogicas-e-novos-papeis-de-alunos-e-docentes>. Acesso em: 10 jun 2022.

SCHUMPETER, A. S., **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e ciclo econômico.** São Paulo: Nova Cultural, 1997.

SILVA, J. F. PENA, R. P. M. **O “be-á-ba” do ensino em empreendedorismo: uma revisão da literatura sobre os métodos e práticas da educação empreendedora.** *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, v.6, n. 2, 2017. Disponível em: [file:///C:/Users/leandro/Downloads/Silva Pena_2017_O----Beabá----do-Ensino-em-E_46682.pdf](file:///C:/Users/leandro/Downloads/Silva%20Pena_2017_O----Beab%C3%A1----do-Ensino-em-E_46682.pdf). Acesso em: 05 jul 2022.

SILVA, L. N. BARROSO, E. S. S. TEIXEIRA, L. I. L. OLIVEIRA, M. A. C. **Empreender ou não? Análise da intenção empreendedora dos universitários de uma instituição federal de ensino.** *Revista de Gestão e Secretariado*, v. 13, n. 1, 2022). Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/66558/empreender-ou-nao--eis-a-questao--analise-da-intencao-empreendedora-dos-universitarios-de-uma-instituicao-federal-de-ensino>. Acesso em: 05 jun 2022.

SILVA, C. P. S. PEREIRA, E. C. S. GUIMARÃES, J. C. **Educação empreendedora no ensino superior: uma análise sob a perspectivas dos estudantes de Administração.** *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, v. 15, n. 4, 2021. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/65180/educacao-empreendedora-no-ensino-superior--uma-analise-sob-a-perspectiva-dos-estudantes-de-administracao->. Acesso em: 04 jun 2022.

SILVEIRA, A.; NASCIMENTO, S. do; RIBOLDI, L. Sustentabilidade e Intenção Empreendedora: Estudo com Discentes do Curso de Administração da Universidade do Oeste de Santa Catarina (Unoesc). *Revista de Gestão e Secretariado*, [S. l.], v. 9, n. 2, 2018. Disponível em: <https://revistagesec.emnuvens.com.br/secretariado/article/view/769>. Acesso em: 25 jul. 2022.

VEIGA, H. M. S. PEREIRA, S. M. **Perfil empreendedor: análise de suas relações com valores relativos ao trabalho e autoeficácia para criar.** *Revista Gestão Organizacional*, v. 8, n. 3, 2015. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/41912/perfil-empreendedor--analise-de-suas-relacoes-com-valores-relativos-ao-trabalho-e-auto-eficacia-para-criar->. Acesso em: 23 jun 2022.

VERGARA, S. C. **Projeto e relatórios de pesquisa em administração.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

_____. **Métodos de coleta de dados no campo.** São Paulo: Atlas, 2009.

ZANCHET, R. E. R. SILVA, L. C. S. Educação empreendedora nos cursos de graduação da Universidade Federal da Grande Dourados (UFGD). *Revista de Administração, Sociedade e Inovação*, v. 7, n. 3, 2021. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/65033/educacao-empreendedora-nos-cursos-de-graduacao-da-universidade-federal-da-grande-dourados--ufgd->. Acesso em: 05 jun 2022.

ZARELLI, P. R. OTTO, E. M. LABIAK, S. **Intenção empreendedora entre estudantes universitários: influências das características e treinamento empreendedor.** *Revista Gestão Organizacional*, v. 14, n. 3, 2021. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/65133/intencao-empreendedora-entre-estudantes-universitarios--influencia-das-caracteristicas-e-treinamento-empreendedor->. Acesso em: 29 mai 2022.

APÊNDICE

APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO

Este questionário tem a finalidade de levantar informações para a elaboração de uma Monografia em Administração, na Universidade Federal do Ceará (UFC). Como se pode ver, não há identificação do respondente.

Agradecemos a importante colaboração.

Parte I

CARACTERIZAÇÃO

1 – Turno:

() Diurno () Noturno

2 – Idade:

_____ anos completos.

3 – Qual a sua renda?

- () Até R\$ 1.000,00
- () Entre R\$ 1.000,00 e R\$ 2.000,00
- () Entre R\$ 2.000,00 e R\$ 3.000,00
- () Entre R\$ 3.000,00 e R\$ 4.000,00
- () Entre R\$ 4.000,00 e R\$ 5.000,00
- () Acima de R\$ 5.000,00

Parte II

Por favor, em cada uma das frases a seguir, assinale com um círculo o número à direita que corresponde ao grau de sua concordância/discordância em relação à assertiva correspondente, de acordo com a seguinte escala de valores:

Concordo completamente	Concordo parcialmente	Indiferente	Discordo parcialmente	Discordo totalmente
1	2	3	4	5

4	A Universidade estimula os discentes do Curso de Administração a terem seu próprio negócio.	1	2	3	4	5
5	A Universidade foi importante para minha formação empreendedora.	1	2	3	4	5
6	A Universidade costuma organizar visitas técnicas em empresas para ampliar o conhecimento dos alunos.	1	2	3	4	5
7	A Universidade se preocupa em conciliar o conhecimento teórico sobre empreendedorismo com a experiência prática.	1	2	3	4	5
8	Recebi informações importantes sobre o tema Empreendedorismo na Universidade.	1	2	3	4	5
9	A Universidade estimula e recompensa o comportamento empreendedor de seus alunos.	1	2	3	4	5
10	O Curso de Administração da UFC busca a qualificação de empreendedores de sucesso, incentivando o comportamento proativo.	1	2	3	4	5
11	A Universidade incentivou a conhecer o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas).	1	2	3	4	5
12	A Universidade apresentou a Empresa Júnior da UFC - INOVA JR?	1	2	3	4	5
13	A Universidade apresentou o Centro de Empreendedorismo da UFC - CEMP.	1	2	3	4	5
14	Os professores do Curso de Administração são motivados a orientar seus alunos para a prática empreendedora.	1	2	3	4	5
15	Os professores do Curso de Administração estimulam seus alunos a experimentação e riscos.	1	2	3	4	5
16	Participei da Empresa Júnior da UFC - INOVA JR?	1	2	3	4	5
17	Participei do Centro de Empreendedorismo da UFC - CEMP?	1	2	3	4	5
18	Durante a faculdade desenvolvi projetos que me ajudaram a formar meu perfil empreendedor.	1	2	3	4	5
19	Realizei curso extracurricular sobre o tema empreendedorismo.	1	2	3	4	5
20	Confio na formação que recebi para obter sucesso na profissão de empreendedor	1	2	3	4	5

21 - Após o término do curso, pretendo:

- Atuar em empresa privada
- Prestar Concurso Público
- Ser dono do próprio negócio
- Ter o próprio negócio e atuar em outro setor

22 - Que sugestões você daria para que o Curso de Administração pudesse contemplar as aspirações do aluno que pretende colocar-se como empreendedor no mercado de trabalho?
