



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE SECRETARIADO EXECUTIVO**

ANA LUIZA GOMES DE OLIVEIRA SILVA

**PERCEPÇÃO DOS DISCENTES DE SECRETARIADO EXECUTIVO DA
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE SOBRE EMPREENDEDORISMO.**

São Cristóvão, SE
2018

ANA LUIZA GOMES DE OLIVEIRA SILVA

**PERCEPÇÃO DOS DISCENTES DE SECRETARIADO EXECUTIVO DA
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE SOBRE EMPREENDEDORISMO.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
ao Departamento de Secretariado Executivo da
Universidade Federal de Sergipe, como
requisito parcial para obtenção do grau de
Bacharel em Secretariado Executivo.

Orientadora: Professora Dra. Manuela Ramos da Silva
Co-orientador: Professor Me. Augusto César Vieira dos Santos

São Cristóvão, SE
2018

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho ao meu filho, **Raul Augusto da Silva Neto**, para que diante das adversidades ele nunca desista dos seus objetivos.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, inicialmente, aos professores do curso de Secretariado Executivo da UFS, que contribuíram com minha formação, com exemplos de ética e profissionalismo, até aos que não foram éticos, nos ensinando mesmo que inconscientemente, como não agir. À professora Elis, que esteve conosco no início do curso, nos motivando e incentivando; à Professora Doutora, Manuela Ramos da Silva, que além de me orientar participou ativamente de minha formação acadêmica, por quem tenho muita admiração e respeito. Ao Professor Mestre, Augusto César Vieira dos Santos, que esteve por alguns períodos a me orientar, e que com seu entusiasmo e paixão sugeriu-me o tema Empreendedorismo. Ao Professor Doutor, Napoleão dos Santos Queiroz, com quem tive o prazer de estagiar e enxergar o comprometimento dele com a pesquisa e a disseminação da cultura, exercendo o “dever cívico” de dar aula.

Aos meus colegas da primeira turma do curso que estiveram comigo, e muitos dos quais mantenho contato até hoje, que sempre me incentivaram e cobraram para que eu concluísse este trabalho, oferecendo-se para ajudar-me, dentre os quais: Rose, Rosana, Abineide, Camila Cristina, Isabel, Jamieli, Kézia, Laís, Miriam e Rachel.

À Psicóloga, Camila Souza Pinto Marinho, que com seus conhecimentos ajudou-me a entender e transpor o bloqueio que desenvolvi para concluir este trabalho.

Aos meus familiares, especialmente a minha mãe, Ana Maria Gomes de Oliveira, que em suas orações suplicou a Deus para que eu conseguisse concluí-lo. A minha irmã, Ana Cristina Gomes de Oliveira, sempre presente, me incentivando, cobrando e até me subornando com uma viagem a Paris, quando conseguisse concluir. Ao meu marido Marcos Antonio Alves da Silva, que me incentivou, criticou e deu suporte com nosso filho e afazeres domésticos. Ao meu filho Raul Augusto da Silva Neto que dizia: não acredito minha mãe, que você ainda não terminou; e mesmo sem saber me dava ânimo para concluir. E a ela, minha irmã de coração, amiga e comadre, Vanderléa Nobrega Azevedo Cortes, que com sua garra, vivência e olhar poético me inspirou e ajudou na conclusão deste trabalho.

E por último, porém não menos importante, ao Criador e Senhor de todas as coisas, que através da espiritualidade amiga me amparou e assistiu quando desmotivada, pois por várias vezes pensei em desistir. Mas como acredito que tudo tem uma razão de ser e o tempo de acontecer, o momento chegou.

EPÍGRAFE

Ser um empreendedor é executar os sonhos, mesmo que haja riscos. É enfrentar os problemas, mesmo não tendo forças. É caminhar por lugares desconhecidos, mesmo sem bússola. É tomar atitudes que ninguém tomou. É ter consciência de que quem vence sem obstáculos triunfa sem glória. É não esperar uma herança, mas construir uma história. Quantos projetos você deixou para trás? Quantas vezes seus temores bloquearam seus sonhos? Ser um empreendedor não é esperar a felicidade acontecer, mas conquistá-la.

(Augusto Cury)

RESUMO

PERCEPÇÃO DOS DISCENTES DE SECRETARIADO EXECUTIVO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE SOBRE EMPREENDEDORISMO.

AUTORA: Ana Luiza Gomes de Oliveira Silva

ORIENTADORA: Professora Dra. Manuela Ramos da Silva

Essa pesquisa teve como objetivo geral apresentar um diagnóstico situacional sobre o empreendedorismo no curso de Secretariado Executivo da UFS, mais especificamente, verificou o conhecimento sobre o tema pelos discentes; investigando se houve contato com a educação empreendedora ao longo do curso; identificar o interesse dos discentes para empreender. A justificativa veio da sua contemporaneidade, das novas oportunidades de trabalho que pode oferecer e compreender como esse fenômeno social, que pode estar latente para os alunos do curso de Secretariado Executivo, ampliando inclusive para outras áreas de educação superior da UFS. A pesquisa foi delineada através de um estudo de campo e teve como ambiente social a UFS, sendo selecionados como população, os alunos do curso de Secretariado Executivo e foi composta de forma aleatória, tendo-se aplicado questionário com as variáveis capazes de avaliar quantitativamente o fenômeno. Após análise dos dados, concluiu-se que se faz necessário desenvolver e apresentar opções de negócios, bem como formas de empreender dentro das organizações, de maneira que se faz essencial a inserção de disciplina obrigatória de educação empreendedora na grade curricular do curso, já que foi analisado pelos dados que o tema está latente nos alunos, mas, a sua grande maioria não possui conhecimento de base científica sobre empreendedorismo. Outro ponto relevante seria uma maior interação com o Empreender UFS, para estimular a criação de disciplina obrigatória de empreendedorismo e nos projetos pedagógicos dos cursos e, dessa forma, proporcionar aos discentes uma forma de colocar em prática o que for aprendido no curso.

Palavras-Chave: Educação empreendedora. Empreendedorismo. Secretariado Executivo.

ABSTRACT

PERCEPTION OF EXECUTIVE SECRETARIAT OF THE FEDERAL UNIVERSITY OF SERGIPE ON ENTREPRENEURSHIP.

AUTHOR: Ana Luiza Gomes de Oliveira Silva
ORIENTADORA: Professor Dr. Manuela Ramos da Silva
CO-ORIENTER: Professor Me. Augusto César Vieira dos Santos

This research had as general objective to present a situational diagnosis about the entrepreneurship in the course of the Executive Secretariat of UFS, more specifically, verified the knowledge on the subject by the students; investigating if there was contact with the business education throughout the course; identify the interest of learners to perform. The justification came from its contemporaneity, the new employment opportunities it can offer and to understand how this social phenomenon that may be latent for the students of the course of the Executive Secretariat, extending even to other areas of UFS higher education. The research was delineated through a field study and had as a social environment the UFS, being selected as a population, the students of the Executive Secretariat course composed in a random way, where a questionnaire was applied with the variables able to quantitatively evaluate the phenomenon. After analyzing the data, it was concluded that it is necessary to develop and present business options as well as forms of company within the organizations, so it is essential to insert a compulsory discipline of business education in the course curriculum, once it was analyzed by the data that the subject is already dormant in the students, but, the great majority is not aware of scientific basis in the entrepreneurship. Another relevant point would be a greater interaction with the UFS Entrepreneur, to stimulate the creation of a compulsory discipline of entrepreneurship and in the pedagogical projects of the courses and, thus, to give the students a way to implement what is learned in the course.

Key words: Entrepreneurial education. Entrepreneurship. Executive Secretariat.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1– Empreendedorismo: principais linhas de pensamento.....	14
Quadro 2 – Escolas do pensamento sobre empreendedorismo.....	16
Quadro 3 – Tipologia e características do empreendedorismo.....	17
Quadro 4 – Objetivos e questões da pesquisa.....	34
Quadro 5 – Objetivos e resultados da pesquisa.....	51

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Idade dos alunos respondentes da pesquisa	38
Gráfico 2 – Caracterização do gênero dos respondentes da pesquisa	39
Gráfico 3 – O que você sabe sobre empreendedorismo?	41
Gráfico 4 – Onde ouviu falar de empreendedorismo pela primeira vez?	42
Gráfico 5 – Dentre as características abaixo apresentadas, em sua opinião, quais as que melhor definem uma atitude empreendedora.....	43
Gráfico 6 – Houve contato com iniciativas ligadas ao empreendedorismo na Universidade?.	45
Gráfico 7 – Quais iniciativas a Universidade poderia adotar para estimular o empreendedorismo?	46
Gráfico 8 – Quais características acredita que possam ser desenvolvidas, apreendidas ou aperfeiçoadas através da Universidade?	47
Gráfico 9 – Quais motivos o levariam a não empreender?.....	48
Gráfico 10 – Quais motivos poderiam levar a criar o seu próprio negócio?	49
Gráfico 11 – Quais segmentos que vislumbra como oportunidade para atuação do Secretariado Executivo no mercado de trabalho como empreendedor?.....	50

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 EMPREENDEDORISMO: APORTES TEÓRICOS E CONCEITUAIS	13
2.1 PRINCIPAIS LINHAS DE PENSAMENTO	13
2.2 TIPOLOGIA E CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDORISMO.....	17
2.3 EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA	22
2.3.1 Educação empreendedora no Centro de Ciências Sociais e Aplicadas da Universidade Federal de Sergipe	28
3 METODOLOGIA	32
3.1 DELIMITAÇÃO DA METODOLOGIA DE PESQUISA.....	32
3.2 CARACTERIZAÇÃO DO UNIVERSO DE PESQUISA	33
3.3 ESTRATÉGIAS DE COLETA DE DADOS.....	33
4 RESULTADOS E DISCUSSÕES	38
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS	53
REFERÊNCIAS	56
APENDICE A – CONVITE TERMO DE CONSENTIMENTO ESCLARECIDO	59
APENDICE B – QUESTIONÁRIO	60

1 INTRODUÇÃO

As mudanças decorrentes da sociedade do conhecimento e os efeitos da globalização transformaram diversas áreas de desenvolvimento econômico, político e social. Nesse contexto, os postos de trabalhos tradicionais sofreram mudanças, tornando-se necessário que os profissionais desenvolvam habilidades e competências que se adaptem às transformações que a sociedade globalizada exige.

Dessa forma, Neiva e D'Elia (2009, p. 166) destacam que é preciso que esses profissionais estejam atentos às mudanças e inovações do mercado, de maneira que desenvolvam a criatividade e o dinamismo para atuarem com maior competência.

Observa-se que as organizações, em função das pressões competitivas, necessitam que o profissional seja bem qualificado e cada vez mais exigente em sua seleção. Além do conhecimento teórico, precisam demonstrar competência associada à criatividade e inovação, ou seja, um perfil empreendedor.

Mediante a perspectiva das transformações contemporâneas que promoveram as limitações de oportunidades de postos de trabalhos formais, o empreendedorismo surge como uma ferramenta de inserção no mercado de trabalho, tornando-se imperativo na geração de oportunidades e renovação.

Inserido nesse contexto, estão incluídos os discentes dos mais variados cursos das universidades, que buscam através da graduação, um espaço no mercado de trabalho. Dessa maneira, a temática da educação empreendedora se torna um campo vasto de pesquisas, que buscam entender melhor qual a realidade do empreendedorismo e sua contribuição no cenário nacional e mundial.

Nesse sentido, várias organizações sem fins lucrativos desenvolvem programas de incentivo ao empreendedorismo que, ligadas a movimentos estaduais, inspiram, incentivam e capacitam empreendedores.

Contudo, ainda é questionável a falta de conhecimento da visão e características do empreendedorismo no âmbito dos futuros profissionais que estão nas Universidades, nos mais variados cursos e áreas, caracterizando uma problemática latente, principalmente para os futuros profissionais que são capacitados para exercerem a profissão e se deparam com um mercado de trabalho que, muitas vezes, limitam o seu campo de atuação.

Diante das perspectivas descritas e do cenário econômico atual, a relevância desta pesquisa está na apreensão do desenvolvimento do empreendedorismo ainda na academia,

possibilitando uma reflexão sobre a necessidade de identificar e caracterizar o empreendedorismo como opção de atuação desses futuros profissionais.

Esta pesquisa se justifica pela importância de que o tema possa ser suscitado como meio de expansão de opções de mercado de trabalho, de maneira geral, e campo de atuação para estes profissionais de Secretariado Executivo, em particular.

A necessidade destes futuros profissionais em buscar novos espaços e desafios vem se destacando como objeto de pesquisas pela academia, seja na perspectiva da educação empreendedora de nível superior ou na temática do empreendedorismo voltado para a gestão empresarial e social, o que justifica a importância da temática face aos artigos desenvolvidos e indexados em bases de dados dos programas de graduação e pós-graduação de Universidades; na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD); em publicações de artigos indexados na Scielo e em anais de congressos de empreendedorismo.

Em uma breve análise na produção acadêmica, com corte temporal dos últimos cinco anos, identificou-se um aumento nos artigos de empreendedorismo e na literatura formal, sendo ainda tímida a produção da temática voltada para a educação empreendedora em nível de universidade, conforme as fontes identificadas e citadas no referencial teórico desenvolvido ao longo dessa pesquisa.

Face às novas perspectivas para os profissionais do Secretariado Executivo, o problema pesquisado nos remeteu ao seguinte questionamento: Qual a percepção que os discentes do curso de Secretariado Executivo da UFS possuem sobre o empreendedorismo?

Essa pesquisa foi desenvolvida com o objetivo geral de apresentar um diagnóstico situacional sobre o tema empreendedorismo no curso de Secretariado Executivo da UFS. Mais detalhadamente, foram traçados os seguintes objetivos específicos: verificar o conhecimento sobre o tema pelos discentes; investigar se houve contato com a educação empreendedora ao longo do curso; identificar o interesse dos discentes para empreender.

A contribuição da pesquisa está diretamente voltada para o desenvolvimento do tema na sua contemporaneidade, nas novas oportunidades de trabalho que o empreendedorismo pode oferecer e, principalmente, na observação da pesquisadora, como graduanda do curso de Secretariado Executivo, que buscou melhor compreender esse fenômeno social que pode estar latente e fazer o diferencial para o curso de Secretariado Executivo, ampliando inclusive para outras áreas de educação superior da UFS.

Essa pesquisa aborda o empreendedorismo com os alunos do curso de Secretariado Executivo da UFS, intitulada como “Percepção dos discentes de Secretariado Executivo da Universidade Federal de Sergipe (UFS) sobre Empreendedorismo”; mais especificamente

identificando de que forma está sendo introduzido o empreendedorismo no que tange à visão empreendedora dos discentes.

O presente trabalho está estruturado em cinco capítulos, em que, inicialmente, se desenvolve o capítulo de caráter introdutório, apresentando uma breve compreensão de alguns conceitos e contextos no qual está inserido, seguido pela apresentação do problema da pesquisa, a proposição, os objetivos (geral e específico), a metodologia, a justificativa e a relevância tanto social quanto educacional para o curso de Secretariado Executivo.

A segunda parte, compreende a revisão de literatura, na qual se buscou fundamentar a pesquisa com o conhecimento prévio produzido, dialogando com os teóricos da área. Assim, o capítulo foi intitulado como “Contexto histórico e conceitual do empreendedorismo” e como títulos secundários foram abordados os seguintes temas: tipologia e características do empreendedorismo e educação empreendedora, subdividida em “Educação empreendedora no Centro de Ciências Sociais e Aplicadas da UFS”.

O terceiro capítulo, apresenta todo o percurso metodológico desenvolvido nas bases da pesquisa científica, apresentando os procedimentos e métodos utilizados para a classificação e o desenvolvimento da pesquisa, os instrumentos e as estratégias de coleta de dados.

O quarto capítulo discorre sobre os resultados e discussões das análises dos dados obtidos com as respostas dos questionários, realizando a interpretação dos gráficos.

Essa análise, permite ainda que a pesquisadora vá além e, assim, identifique possíveis características de jovem empreendedor, se existe desconhecimento da abordagem do tema ou mesmo, com base nas respostas do questionário, vislumbre a necessidade de inclusão de uma disciplina específica para educação empreendedora pela academia.

O quinto capítulo apresenta as considerações finais que representa a conclusão da pesquisa, as observações e reflexões em decorrência das análises realizadas, bem como, sugestões passíveis de intervir na melhoria do problema apresentado pela pesquisa, no que concerne à educação empreendedora no curso de Secretariado Executivo da UFS.

2 EMPREENDEDORISMO: APORTES TEÓRICOS E CONCEITUAIS

O Empreendedorismo remonta à idade média, vinculada inicialmente ao pensamento empreendedor que acompanha o homem e aponta indícios, já nos processos do intercâmbio e ascensão das cidades na idade média (DORNELAS, 2008, HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009).

Dornelas (2008, p. 14) considera que, ao estabelecer rotas comerciais para o Extremo Oriente, representando comercialmente os produtos de um capitalista como intermediário, o aventureiro Marco Polo seria um dos pioneiros no pensamento empreendedor.

O significado do termo empreendedorismo teve a sua origem na palavra francesa *enter-preneur*, cuja tradução significa “aquele que está entre” ou “intermediário”, termo este que passou por transformações no contexto histórico dos séculos XVI e XVII, desde o advento do mercantilismo, evoluindo para definir as estratégias e planos de guerra no século XVII, traduzido como “a pessoa que tomava a responsabilidade e coordenava uma operação militar” (FILION, 1999 apud VÉRIN).

Observam-se os indícios do empreendedorismo nas ações do homem inovando nos negócios e nas guerras e esta evolução de significados corrobora com um processo que envolve as ideias e ações escritas pelo General Sun Tzu, em seu livro “A Arte da Guerra”.

A referida obra, mesmo datada do século IV, é referenciada por diversos autores como estratégia para o mundo dos negócios, no qual Clavell (2002) o identifica como grande estrategista de espírito empreendedor.

Seus ensinamentos já resumiam manobras, planejamentos e estratégias para se vencer a guerra, com lições que já apresentavam características de empreendedorismo: conheça a si mesmo e ao concorrente; reconheça sua inferioridade, aja com firmeza, e valorize a criatividade.

A partir do final do século XVII a inovação empreendedora acompanha paralelamente a revolução industrial e todo processo socioeconômico que prosseguiu evoluindo no campo industrial, quando a partir do século XX o patrimônio está associado a fatores e características ligadas a tomada de decisão para a organização e ao novo modelo de gestão do conhecimento.

2.1 PRINCIPAIS LINHAS DE PENSAMENTO

O Empreendedorismo percorre linhas de pensamentos de diferentes visões que envolvem múltiplos campos da ciência, mas todos contribuem para sua compreensão de modo

interdisciplinar. Nesse sentido, Chiavenato transcreve a gênese da visão empreendedora conforme Filion (1999, apud CHIAVENATO, 2007, p. 6):

Quadro 1– Empreendedorismo: principais linhas de pensamento

A VISÃO DOS ECONOMISTAS	Existe concordância entre os pesquisadores do Empreendedorismo de que os pioneiros no assunto teriam sido os autores Cantillon (1755) e Jean-Baptiste Say (1803;1815;1816). Para Cantillon, o empreendedor (<i>entrepreneur</i>) era aquele que adquiria a matéria-prima por um determinado preço e a revendia a um preço incerto. Ele entendia que, se o empreendedor obtivesse lucro além do esperado, isso ocorreria porque ele teria inovado (Filion, 1999). Desde o século XVIII, o autor já associava o empreendedor ao risco, à inovação e ao lucro, ou seja, ele era visto como pessoa que busca aproveitar novas oportunidades, vislumbrando o lucro e exercendo suas ações diante de certos riscos. Diversos economistas, mais tarde, associaram, de um modo mais contundente, o empreendedorismo à inovação e procuraram esclarecer a influência do empreendedorismo sobre o desenvolvimento econômico.
A VISÃO DOS BEHAVIORISTAS	Na década de 1950, os americanos observaram o crescimento do império soviético, o que incentivou David C. McClelland a buscar explicações a respeito da ascensão e declínio das civilizações. Os behavioristas (comportamentalistas) foram, assim, incentivados a traçar um perfil da personalidade do empreendedor (Filion, 1999). O trabalho desenvolvido por McClelland (1971) focalizava os gerentes de grandes empresas, mas não interligava claramente a necessidade de auto realização com a decisão de iniciar um empreendimento e o sucesso desta possível ligação (Filion, 1999).
A ESCOLA DOS TRAÇOS DE PERSONALIDADE	Ainda que a pesquisa não tenha sido capaz de delimitar o conjunto de empreendedores e atribuir-lhe características certas, tem propiciado uma série de linhas mestras para futuros empreendedores, auxiliando-os na busca por aperfeiçoar aspectos específicos para obterem sucesso (Filion, 1991a). Dado o sucesso limitado e as dificuldades metodológicas inerentes à abordagem dos traços, uma orientação comportamental ou de processos tem recebido recentemente grande atenção.

Fonte: (FILION, 1999, apud PAIVA; CORDEIRO, 2002).

As linhas de pensamento acima transcritas corroboram com a busca pela definição do empreendedorismo em diferentes visões e abordagens teóricas, que caracterizam a expansão dos seus conceitos permeando entre a escola dos economistas, dos behavioristas ou comportamentalistas e a escola da teoria dos traços de personalidade.

Atribuem a criatividade e a inovação para a linha dos economistas e sua expansão voltada para a identificação da atribuição do risco que foi se estabelecendo no quadro de evolução de desenvolvimento social, econômico, político e comportamental, mais nitidamente marcante após a década de 80 conforme Souza (2005, p. 5):

Os enfoques de maior destaque, no estudo sobre empreendedorismo, por estarem sendo utilizados com maior intensidade no campo científico, são: o econômico, representado por pensadores como Schumpeter (1987) e o comportamental, por pensadores como McClelland (1972).

De uma maneira geral, são enfoques que atrelam o empreendedorismo às mais variadas essências que o conceituam, convergindo para a percepção de novas oportunidades.

Trata-se de um processo de inovação com lucratividade e risco calculado que, quando planejado, pode gerar lucros e ampliar o mercado de negócios, sendo características comportamentais que os economistas tendem a alinhar com a inovação.

Em se tratando de teóricos comportamentais, essa visão se iniciou com a obra “A Ética Protestante e o Espírito do Capitalista”, de Max Weber, o qual relaciona o espírito empreendedor do indivíduo, a inovação e a liderança no ambiente organizacional. Linha identificada por “Teoria do Carisma”, na qual sua contribuição para o entendimento segundo Chiavenato (2005, p. 6) está voltada para a mudança na atitude positiva, a partir da religião, em direção à forma de lucro e ao trabalho.

Nesta mesma escola teórica, destacam-se as pesquisas e teorias divulgadas por McClelland para contribuição das principais características do comportamento empreendedor com base na realização. O autor fundamenta seus estudos principalmente na motivação psicológica, as quais estão direcionadas para três necessidades básicas, tidas pelo autor como a necessidade de realização, a necessidade de afiliação e a necessidade de poder, abaixo descritas.

Necessidade de realização: o indivíduo tem que pôr à prova seus limites, fazer um bom trabalho que mensura as realizações pessoais. Pessoas com grande necessidade de realização são aquelas que procuram mudanças na vida, estabelecem metas realistas e realizáveis e colocam-se em situações competitivas.

Necessidade de afiliação: preocupação de estabelecer, manter ou restabelecer relações emocionais positivas com outras pessoas.

Necessidade de poder: caracterizada principalmente pelo forte impulso em exercer autoridade sobre os outros e executar ações poderosas (MCCLELLAND, 1972 apud LENZI; SANTIAGO, 2010, p. 7).

Para os autores acima citados, essas necessidades são os pilares que impulsionam as pessoas a se iniciarem no empreendedorismo, visto que, a necessidade desperta a vontade em empreender e cria a vontade de delegar metas e procurar as situações competitivas que gerem ações que supram essas necessidades.

O levantamento de definições de empreendedorismo se torna ampla, e as ciências o definem de acordo com suas perspectivas, ou seja, cada uma sob uma ótica. Dessa forma, a concepção de Cunningham e Lischeron (1991 apud HASHIMOTO, 2006), pode ser resumida em seis escolas de pensamentos, conforme quadro adaptado pelos autores, abaixo descrito:

Quadro 2 – Escolas do pensamento sobre empreendedorismo

Escola	Interpretação central	Pressuposto	Habilidades e comportamento do empreendedor
Grande figura	O empreendedor possui intuição, traços e instintos inatos	A intuição inata é a chave do sucesso	Intuição, vigor, energia, perseverança e autoestima
Características psicológicas	O empreendedor possui valores, atitudes e necessidades únicas que o impulsiona	As pessoas agem orientadas pelos seus valores e o comportamento resulta de tentativas para satisfazer necessidades	Valores pessoais, propensão a aceitação do risco e necessidade de realização
Clássica	A característica básica do empreendedor é a inovação	As pessoas contrapõem o fazer ao possuir	Inovação, criatividade e descoberta
Administrativa	O empreendedor organiza, possui e administra empreendimentos econômicos, cujos riscos são assumidos	Transformar pessoas em empreendedores por meio de treinamento de funções e técnicas da administração	Planejamento, organização, direção e controle
Liderança	O empreendedor é um líder, com a capacidade de adaptar o seu estilo às necessidades das pessoas	Para atingir seus objetivos, o empreendedor depende de outros	Capacidade de motivação, orientação e liderança
Intraempreendedorismo	As habilidades do empreendedor podem ser úteis em organizações complexas; o intraempreendedor cria unidades independentes para a geração, comercialização e expansão dos negócios	A adaptação é fundamental para a sobrevivência das organizações complexas. O empreendedorismo resulta na criação de organizações e na transformação de empreendedores em administradores	Capacidade de estar alerta às oportunidades; maximização das decisões

Fonte: Adaptada de Cunningham e Lischeron (1991 apud HASHIMOTO, 2006)

Mais dois estudiosos, Stevenson e Jarilo (1990), segundo Hashimoto (2013), também classificou os estudos do empreendedorismo em três linhas constituídas por: economistas que visam os resultados; psicólogos e sociólogos com foco no indivíduo; administradores que buscam conhecer habilidades, metodologia, técnicas e ferramentas utilizadas pelos empreendedores.

Para Marshall, um economista neoclássico, defendia que o fornecimento de produtos atrelado à inovação e ao progresso seria a principal função do empreendedor, contudo acreditava que essa capacidade dependia de fatores como: exemplos na família, da educação e capacidade inata de liderança.

Portanto, as definições do empreendedorismo estão centradas no processo de se criar algo em que possa agregar valor e assumir os riscos com espírito empreendedor e visão da necessidade e satisfação compensatória, ou seja, é constituído inicialmente pela visão de ser um elemento determinante para despertar o ensejo de inovar, além do que a sociedade formal possa oferecer, e com a coragem e determinação para concorrer e lidar com as adversidades das relações sociais e econômicas do mundo globalizado.

No conceito adotado pelo GEM (2015), o empreendedorismo consiste em qualquer tentativa de criação de um novo empreendimento, como, por exemplo, uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente.

Mas, apesar de tantos teóricos explorando o tema, sua definição está entremeada nas bases da interdisciplinaridade, e sofre as influências das transformações socioeconômicas por ser um fenômeno vinculado a um conjunto de características, visão, competências e atitudes presentes no homem muito antes de qualquer definição do termo ou das transformações contemporâneas.

2.2 TIPOLOGIA E CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDORISMO

Muitas características envolvem os tipos do empreendedorismo reconhecidos pelas pesquisas, o que torna o processo muito peculiar face a diversidade de características, motivações e a própria visão dos empreendedores.

Dessa maneira, por ser um fenômeno que sempre existiu e tem a amplitude multidisciplinar de pesquisas, o empreendedorismo não possui um modelo específico ou um estereótipo universal padrão, assim, Dornelas (2007, p. 11) publica um livro com pesquisa realizada com 399 empreendedores e tenta contemplar a definição de quase todos os tipos de empreendedorismo, conforme quadro abaixo:

Quadro 3 – Tipologia e características do empreendedorismo

Tipo de empreendedorismo	Característica
Empreendedor Nato (Mitológico)	Empreendedores que começam jovens e constroem história de sucesso e grandes impérios por serem visionários otimistas e comprometidos em realizar seus sonhos. Ex: Bill Gates, Silvio Santos etc.
Empreendedor que Aprende (Inesperado)	Pessoa que possui instabilidade profissional ou aposentaria e nunca pensou em ser empreendedor, mas, quando alguém o convida para fazer parte de uma sociedade ou ainda quando ele próprio percebe que pode criar um negócio próprio e aproveita a oportunidade que bata à porta e muda radicalmente o que fazia na vida para se dedicar ao negócio próprio.
Empreendedor Serial (Cria Novos Negócios)	Pessoa dinâmica, que prefere os desafios e a adrenalina envolvidos na criação do novo a assume uma postura de executivo que lidera grandes equipes e fica à frente dos negócios até que se torne uma grande corporação. Algumas vezes se envolve em vários negócios ao mesmo tempo, podendo ter vários fracassos.
Empreendedor Corporativo	Assumem riscos e têm o desafio de lidar com a falta de autonomia por serem subordinados hierarquicamente às organizações que estão inseridas e isso faz com que desenvolvam estratégias avançadas de negociação e desenvolvem seu networking dentro e fora da organização.

Quadro 3 – Tipologia e características do empreendedorismo

(conclusão)

Empreendedor Social	Envolve-se em causas humanitárias e suas ações e das organizações que criam, preenchem lacunas deixadas pelo poder público e se diferenciam justamente por se realizarem vendo seus projetos trazerem resultados para os outros e não para si próprios.
Empreendedor por necessidade	Cria o próprio negócio como alternativa da falta de acesso ao mercado de trabalho ou foi demitido, se envolvendo em negócios informais, simples, sem inovação e de pouco retorno financeiro.
Empreendedor por herdeiro (sucessão familiar)	Herdam o negócio da família e normalmente aprendem cedo a ter responsabilidades e como o negócio funciona.
Empreendedor “normal” (planejado)	Tem o planejamento como pré-requisito para minimizar os riscos do negócio.

Fonte: Adaptado de Dornelas (2007)

Heris e Peters (2004) ainda apresentam o Intraempreendedor como indivíduos em uma organização que acham que algo pode ser feito de modo diferente e melhor quando confrontados com as necessidades e tomadas de decisão e necessitam de estrutura e um clima organizacional que explorem essas potencialidades.

Ainda sob este tipo de intraempreendedor, Hashimoto, (2006, p. 79) alerta que ele enfrentará obstáculos na organização no sentido de que:

[...] enfrentará linhas hierárquicas rígidas, terá que lidar com falta de apoio e incentivo, sofrerá rejeições constantes às suas ideias e propostas, precisará superar entraves burocráticos e agirá muito na clandestinidade. Estes empreendedores são raros, porém valiosos para qualquer tipo de organização.

O autor apresenta o que na prática acontece nos processos de inovação nas empresas, que a resistência é presente em detrimento do fator de risco que as mudanças provocam, sendo padrões infiltrados na tradição institucional e no medo de mudanças inerentes aos usos e costumes, mas o funcionário que tem a visão empreendedora, tende a confrontar e modificar o processo que carece de adaptações ou transformações.

Um tipo de empreendedorismo que constitui um mercado em expansão mundial e que os dados apontam um crescimento exponencial é o empreendedorismo digital, que segundo fonte do E-marketeer (2009), o Brasil possui 62 milhões de usuários sendo um número superior à população de países como a França, o Reino Unido e a Itália e ainda, as compras realizadas no Brasil por empresas ou por consumidores finais, pela internet durante o ano de 2008 somaram 193 bilhões de dólares.

Nesse sentido, o empreendedorismo digital, face às normas de segurança digital que vigora através do Decreto-lei nº 7.692, passou a regulamentar as compras e vendas pela internet, com informações claras a respeito do produto, do serviço e do fornecedor; com atendimento facilitado ao cliente e cumprimento ao direito de arrependimento do consumidor.

O SEBRAE como entidade de incentivo ao empreendedorismo reconhece a excelente oportunidade de impulso gerado sobre a dinâmica dos negócios virtuais, e em parceria com a iMasters publicou uma cartilha como resultado de uma pesquisa de enquete realizada por aquela instituição de cursos online que traz informações sobre o mercado, as habilidades necessárias para o empreendedor de sucesso, o perfil do empreendedor digital brasileiro, casos reais de empresas do mundo virtual e aspectos de planejamento e análise do negócio digital.

Da análise da enquete foi criado o seguinte conceito: o empreendedor digital é aquele que tem um negócio cujos processos e relacionamentos com parceiros, clientes e funcionários são realizados, principalmente, por meio digital.

Traçou um perfil dos empreendedores digitais onde: 100% dos entrevistados têm o local físico do seu negócio no Brasil distribuído em: 34% em São Paulo, 21% no Rio de Janeiro, 14 % no Rio Grande do Sul e 12% em Minas Gerais, sendo metade dos entrevistados com nível superior.

Em se tratando de empreendedorismo, as pesquisas desenvolvidas pelas entidades que medem essas taxas em vários países sinalizam que o Brasil é um país empreendedor, destacando a pesquisa do projeto Global Entrepreneurship Monitor – GEM, iniciado em 1999, por meio de uma parceria entre a London Business School e o BabsonCollege, que tem o objetivo de compreender o papel do empreendedorismo na economia dos países através de questionários direcionados às pessoas que estão empreendendo e dos diferentes tipos de empreendedorismo, sejam eles formais ou informais (GEM, 2014). No Brasil, a pesquisa é conduzida pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP) e tem o apoio técnico e financeiro do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), com a parceria acadêmica do Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios da Fundação Getúlio Vargas (FGV).

A mais recente pesquisa realizada pela GEM em parceria com o Sebrae nos meses de setembro e novembro de 2015 estima que em 2015, 52 milhões de brasileiros com idade entre 18 e 64 anos estavam envolvidos na criação ou manutenção de algum negócio, na condição de empreendedor em estágio inicial ou estabelecido, contabilizando que, quatro em cada dez

brasileiros adultos, já possuem um negócio ou estão envolvidos com a criação de uma empresa.

Dentro deste panorama de pesquisas a Confederação Nacional dos Jovens Empresários (CONAJE) surge como entidade sem fins lucrativos que atua no fomento ao empreendedorismo, fortalecimento, criação e manutenção de novas empresas, com foco no jovem empreendedor promovendo, por meio de parcerias, a articulação e divulgação de práticas capazes de fortalecer e promover novas oportunidades de negócios e sua disseminação no Brasil, em intercâmbio com movimentos jovens empresariais nacionais e internacionais do Bloco do Mercosul, na Federação Ibero-americana de Jovens Empresários (FIJE), nos países lusófonos e na Aliança dos Jovens Empreendedores do G20 (G20Young Entrepreneurs' Alliance).

A pesquisa realizada em 27 estados brasileiros com questionário online respondido por um total de 5.181 jovens, com idade entre 18 e 39 anos, das cinco regiões brasileiras, buscou identificar as características socioeconômicas, o perfil de negócios e empresas desses jovens, a motivação e o preparo para apreender sua percepção do país, as maiores dificuldades enfrentadas e as propostas de melhorias, com o objetivo de traçar o perfil do jovem empreendedor brasileiro e o perfil do potencial jovem empreendedor, no ano de 2014, com a parceria da revista Pequenas Empresas & Grandes Negócios da Editora Globo.

O relatório final, de acordo com a Coordenadoria Nacional da Pesquisa, traça o perfil da população da amostra pesquisada, de acordo com as seguintes características (GEM, 2016) do perfil do jovem empreendedor brasileiro:

- 26 a 30 anos;
- Gênero masculino;
- Curso superior completo;
- Administração como curso de preferência;
- Motivação na vontade de ser empreendedor e na identificação da oportunidade de negócio;
- Redes sociais e sites com conexão com o mundo de negócios;
- Segmento de serviços para abrir a empresa, sendo o agronegócio o menos atrativo;
- Capacitação e relacionamento ao participar de entidades empresariais;
- Porte de micro e pequenas empresas (73%);
- Faturamento anual bruto nas faixas de R\$ 60 a R\$ 360 mil (64%);

- Supera o fracasso dos empreendimentos;
- A maioria pretende expandir os negócios em outros segmentos;
- O marketing, o planejamento estratégico e a inovação, como principais demandas;
- Ausência de mão de obra qualificada, burocracia, recrutamento e falta de capacitação são as maiores dificuldades. Perfil do potencial jovem empreendedor brasileiro;
- Vontade de empreender entre 21 e 25 anos;
- Predominantemente homens;
- Ensino superior completo;
- Administração de empresas como curso mais procurado;
- Motivação para abrir o empreendimento é a independência;
- Recursos financeiros e falta de preparo são os principais empecilhos;
- Não participação de movimentos estudantis nas universidades;
- Uso de redes sociais e sites para se conectar com o empreendedorismo;
- Preferência por empresas de segmento de “Serviços”.

Na análise comparativa dos grupos da amostragem da pesquisa, o relatório tem em comum o gênero dos participantes, o nível escolar, o acesso pelas redes sociais ao empreendedorismo e a segmentação de empresa de serviços. Considerando o resultado do relatório, os jovens mostram que precisam de incentivo e capacitação, que seriam fatores determinantes para os jovens que estão na faixa de potencial empreendedores.

Identificou-se, ainda, que 61% dos jovens entrevistados já possuem seu próprio negócio e se consideram “jovens empreendedores”, estando na faixa etária entre 26 e 30 anos, ficando a faixa etária de 21 a 25 anos definida como tempo de maturação que eles precisam para ter a ideia de empreender e, conseqüentemente, aplicar, definindo que 39 % desejam ter seu próprio negócio, sendo denominados “potenciais jovens empreendedores”, predominando 60% nos dois perfis, respectivamente, o gênero masculino.

Entre as condições que interferem na atividade empreendedora estão: finanças, políticas, programas governamentais, educação e treinamento, transferência de tecnologia, infraestrutura de suporte, sociedade e cultura em geral.

São as pesquisas que retratam o lado positivo das elevadas taxas do empreendedorismo jovem e indicam o aumento do mercado de trabalho informal, no qual mais de 50% da População Economicamente Ativa (PEA) trabalha sem carteira assinada

(SEBRAE, 2015), e essa nova forma de relação de trabalho é fonte de inserção destes no mercado.

Em outra pesquisa, divulgada pelo SEBRAE, realizada em 43 países, mostrou o grande crescimento do número de jovens brasileiros que decidiram empreender. No Brasil, cerca de quatro milhões de jovens decidiram abrir o próprio negócio, sendo 25% na faixa etária entre 18 e 24 anos, o que coloca o país em terceiro lugar no ranking de participação jovem, atrás do Irã e da Jamaica.

Ao decidirem montar uma empresa, os jovens pesam diversos fatores, por exemplo, a liberdade que terão para ditar os rumos do negócio e cuidar do próprio tempo, além da capacidade de inovar. Em geral, apresentam o seguinte perfil:

- São motivados pelos desafios: admiram grandes soluções para grandes problemas;
- Visam impactar a vida das pessoas: gostam de ideias inovadoras que contribuem com a sociedade;
- Compartilham informações: são mais abertos a captarem e distribuírem informações para todos. Dominam as tecnologias: são pioneiros em negócios tecnológicos, principalmente os que envolvem a internet;
- São dinâmicos: tornam-se mais aptos para o mercado devido à flexibilidade em suas decisões e objetivos;
- São precoces: começam seus negócios na adolescência fazendo o que mais gostam.

Independentemente dos motivos já analisados que os levam a empreender, esta mudança não compromete a existência dos trabalhos formais, apenas pontuam a realidade de uma sociedade globalizada, que precisou se adaptar aos novos paradigmas para enfrentar o mundo competitivo, de procura e oferta, e vislumbram o sucesso com o estímulo através da educação empreendedora.

2.3 EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA

A essência do empreendedorismo está associada ao perfil e às características presentes no indivíduo e manifestadas nas atitudes de inovação, capazes de criar valores novos, onde na concepção de Drucker (1986), a inovação é tão relevante e poderia evoluir para uma disciplina de estudo.

São os estudos que revelam a presença dos jovens no contexto do empreendedorismo como fruto das mudanças da economia globalizada, que trouxe a competitividade como fator determinante para a mudança dos paradigmas das estruturas econômicas e sociais, desvinculando o emprego da economia formal e agregando a informalidade a este panorama mundial.

A atitude empreendedora do jovem está diretamente proporcional ao estímulo promovido pelo contato com modelos empreendedores compatível com o meio familiar ou o meio social que frequentam, podendo estas influências serem explicadas pela intenção destes em reprodução e ascensão social compatível com as aspirações familiares (DOLABELA, 1999; LIMA FILHO; SPROESSER; MARTINS, 2009).

O empreendedorismo provém de uma atitude mental que deve ser desenvolvida e incentivada na vida dos indivíduos pela sociedade (REDFORD, OSSWALD, NEGRÃO e VERÍSSIMO, 2013). Além das vantagens econômicas de criação de postos de trabalho, inovação, melhoria e aumento do nível de competitividade no mercado, promove também a melhoria do bem-estar e da autoestima no jovem como produto da mente empreendedora. A Fundação Nacional da Qualidade (2016, p. 4) aponta que os jovens empreendedores são caracteristicamente,

Mais centrados e dispostos a encontrar o equilíbrio entre as atividades profissionais e a vida pessoal, os jovens investem em seus sonhos e buscam resultados rápidos. No entanto, eles ainda encontram algumas barreiras no mercado tradicional. Por isso, não são raros os casos daqueles que investem em um negócio próprio visando ao empreendedorismo.

Estes fatores são determinantes para que se tornem empreendedores e apesar da avaliação justificada pelos estudos da influência do contexto familiar no comportamento empreendedor, sobrevém também da influência e estímulo de organizações e entidades que promovem o ensino e desenvolvem as competências para o empreendedorismo.

Dessa maneira, estão inseridas as ações ligadas às iniciativas empresariais no âmbito nacional e internacional e nas instituições de ensino que detêm, em sua maioria, um número de alunos com faixa etária que contemple o segmento de perfil de jovem empreendedor.

Assim, a educação empreendedora ou *entrepreneurship education*, emerge no seio dos Estados Unidos, em um cenário de crescimento da economia capitalista e motivada pelos avanços tecnológicos e expansão da industrialização, marco histórico de um cenário pós-guerra na segunda metade da década de 40.

Convém afirmar que, os Estados Unidos estavam no auge do desenvolvimento industrial com altos índices de investimentos na capacitação para empreendedores de pequenas empresas. (SILVA; MANCEBO; MARIANO, 2017, p. 199).

Inserido em sua grande maioria como disciplina obrigatória nos cursos de administração, o que se justifica essa predominância até os dias atuais, teve suas primeiras conferências e cursos oferecidos pela *Harvard Business Scholl*, nos Estados Unidos, através de disciplina ministrada pelo professor *Myles Mace* com foco no desenvolvimento de pequenas empresas. (DOLABELA, 2008, p. 37; LAVIERI, 2010 p. 6; LOPES, 2010).

Laviere (2010, p.7) destaca ainda que, as ideias de inovação disseminadas desde 1932 pelo professor Josephh Alois Schumpeter, em Harvard, tornaram-se pressupostos importantes para as bases iniciais desses cursos, sedimentando as bases dos novos cursos de empreendedorismo que se espalharam nas mais diversas universidades dos Estados Unidos.

A partir destes primórdios de educação empreendedora, a evolução de cursos foi motivada pelas diversas conferências e pela criação dos cursos de empreendedorismo ofertados pelas faculdades de administração.

Nesse contexto, em levantamento desenvolvido no ano de 1974 por *Karl Vésper* (KARTZ, 2003 apud LAVIERE, 2010, p. 7), aponta para a existência de 104 cursos nas universidades dos Estados Unidos, enquanto Lopes destaca um levantamento, em 2004, contabilizando a existência de mais de 1.600 Instituições de Ensino Superior ofertando em torno de 2.200 cursos (KURATKO, 2005, apud LOPES, 2010, p. 31).

Pode-se observar que no período de trinta anos houve um crescimento exponencial da criação de cursos, em um contexto de mudanças e evolução onde o empreendedorismo se desenvolve como ferramenta para inovar e desenvolver competências nos alunos através da educação empreendedora.

Contudo, estes cursos estiveram vinculados ao curso de administração, o que paralelo a esse processo, foram surgindo cursos intensivos com viés práticos e em programas de aceleração para empreendedores, entre outras iniciativas, onde, de acordo com o Sebrae (2016, p. 5), a Universidade de Massachusetts ofereceu 60 cursos relacionados a essa vertente entre 2014 e 2015.

No Brasil, de acordo com Dolabela (2008, p. 39) o primeiro curso foi ofertado em 1981, como disciplina intitulada “Novos Negócios”, do curso de Especialização em Administração para Graduados pela Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas (FGV), na cidade de São Paulo. O autor destaca que o curso passou a integrar a grade do curso de Administração da FGV em 1984, denominado “Criação de Novos

Negócios” e, neste mesmo ano, a Universidade de São Paulo oferecia a disciplina de criação de empresas no curso de graduação em Administração.

Observa-se que a realidade da educação empreendedora no Brasil, teve início em um cenário de crise econômica da década de 80, marcada por alta taxa de inflação, de desemprego e de desigualdades sociais, terreno propício para se reorganizar o processo de produção e investir em inovação como forma de superação.

Dornelas (2008, p. 40) destaca que a década de noventa foi marcante para os projetos universitários de ensino e pesquisa no campo do empreendedorismo, a saber: a criação da Escola de Novos Empreendedores (ENE), criada em 1992 pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e o programa Softex, criado pelo CNPq em 1992, o qual, a partir de 1997 passou a ser gerido pela Sociedade Softex, criando os projetos de incubação universitária, Gênese e Softstart.

Assim, o empreendedorismo passou a ser inserido gradativamente no campo da educação no Brasil, promovida pelas academias como disciplina ligada ao curso de Administração ou como opção de conhecimento extracurricular, como capacitação e incentivo promovidos pelas entidades de apoio a pequenas e médias empresas, como o SEBRAE e as Organizações não Governamentais (ONG) que são iniciativas de sucesso e reconhecidas. (SARAIVA, 2007).

Para Costa (2010), essa vinculação do empreendedorismo com a grade do curso de administração, reflete sobre as competências socialmente desejáveis para o profissional da Administração, em que a autora questiona os desdobramentos dessa afirmativa à mediada que dialoga com discursos historicamente construídos que se contrapõem na interpretação do que seja socialmente desejável.

A autora dialoga com a visão de Dornelas (2008) que vislumbra o ensino do empreendedorismo como fator de formação de melhores empresários e melhores empresas, em relação ao discurso de Saraiva (2007, p. 4), que possui um ponto de vista voltado para a formação empreendedora visando iniciativas empresariais pró-flexibilização do trabalho, focada nas oportunidades profissionais e carreiras dos indivíduos. Nesse sentido, Saraiva amplia sua concepção acerca do empreendedorismo como uma oportunidade profissional e do ser empreendedor.

Ainda segundo Costa, a concepção de Saraiva descreve a educação superior em administração a uma estratégia de mercantilização, o que pode ser um entrave para uma educação empreendedora apta a formar indivíduos capazes de participar ativamente no

crescimento econômico do país e fomentar geração de emprego e renda. Dessa maneira, Saraiva justifica seu diálogo:

[...] com isso, constitui-se uma formação profissional comprometida tecnicamente com os resultados das empresas, mas não com a sociedade na qual estas organizações se inserem; uma categoria profissional em boa parte desprovida de reflexões sobre seu próprio papel no sistema, imersa em um contexto que converte, com naturalidade, os objetivos individuais e sociais como desdobramento das estratégias empresariais [...] (SARAIVA, 2007, p. 3).

Destaca-se, ainda, o movimento das empresas Júnior, que foi iniciado em São Paulo na década de oitenta como segmento do movimento surgido na França, em 1967, com o intuito de inserir os universitários em sua área de atuação, dessa maneira permitindo um contato direto com o mercado de trabalho (RIBEIRO; SACRAMENTO, 2009).

A partir de 2003, foi criada a Brasil Júnior, a Confederação Brasileira de Empresas Júniores, um órgão máximo regulador do movimento de Empresa Júnior no Brasil (EJs).

Segundo a Brasil Júnior (2011), a Empresa Júnior é uma formada apenas por estudantes de graduação que prestam projetos para micro e pequenas empresas incentivando a inovação e o empreendedorismo, vinculados, no mínimo, a uma instituição de ensino superior, e a pelo menos, um curso de graduação, que deverão estar determinados em estatuto. Ainda segundo dados da Brasil Júnior, no cenário atual de Empresas juniores, no Brasil existem cerca de 1,2 mil EJs espalhadas pelo país, com mais de 27 mil universitários envolvidos, realizando mais de 2 mil projetos por ano (BRASIL JÚNIOR, 2011).

A grande contribuição das EJs consiste em confrontar as práticas dos universitários voluntários, adquiridas em sala de aula, com a realidade do mercado de trabalho relacionadas as áreas que estudam e pretendem atuar.

Nessa concepção, a motivação para o empreendedorismo é importante, mas não essencial para o sucesso no empreendimento, pois se faz necessário conhecer formas de análise de negócio, do mercado e das próprias limitações, de maneira que pode ser desenvolvido por meio de educação empreendedora (DOLABELA, 2008; DRUCKER, 1985).

Observa-se então, que o empreendedorismo se desenvolve como um processo interdisciplinar, que movimenta a sociedade do conhecimento e busca o estreitamento entre as mais diversificadas áreas da ciência. Afirmção corroborada por Dolabela (2008) quando pontua que o empreendedorismo deve estar inserido em todas as áreas do conhecimento.

Este mesmo autor ainda destaca que, o empreendedorismo pode ser ensinado na Universidade, através de uma didática capaz de disponibilizar formas de análise de negócios, de mercado e desenvolvendo o potencial do ser empreendedor, capacitando-o a enfrentar as

dificuldades do mercado, investir na aprendizagem contínua e aprender a avaliar os erros, através de um compromisso constante com a inovação (DOLABELA, 2008).

A educação empreendedora norteia os elementos de transformação de uma simples visão de oportunidade em um grande negócio e prepara o empreendedor para enfrentar os obstáculos e persistir no empreendimento, aprendendo sempre e desta maneira, surge então a abordagem da competência do empreendedor que deve ser adquirida e relacionada ao ensino transversal para toda a vida.

Ainda nesse contexto, o empreendedor aprende e se prepara para o empreendimento, não como um talento nato, mas, em uma realidade de inserção no mercado de trabalho que precisa de capacitação para a execução e planejamento da prática empreendedora.

No dizer de Lavieri (2010, p. 9-10), as universidades formam profissionais inflexíveis, que não pensam de forma holística, preocupados tão somente em conseguir um emprego em uma grande empresa, focando o ensino para soluções de problemas dessas empresas, esquecendo-se das micro e pequenas, onde se encontram os empreendedores.

Sob esse enfoque, a Endeavor juntamente com o SEBRAE, desenvolveu no ano de 2016, a quarta edição da pesquisa intitulada “Empreendedorismo nas Universidades Brasileiras”, que teve seus eixos definidos como essenciais à cultura empreendedora, inovação, extensão, capital financeiro, internacionalização e infraestrutura.

Esse estudo objetivou aprofundar o conhecimento sobre a relação que os estudantes possuem com o empreendedorismo e conscientizar as instituições de ensino superior do seu papel de fomentar e contribuir para o desenvolvimento econômico e social do Brasil, por meio de uma educação empreendedora, inclusive, tendo o empreendedorismo como mola mestra.

A pesquisa entrevistou 2.230 alunos e 680 professores em todo o país, em 70 instituições de ensino, mapeando estratégias e resultados de ações promovidas nessas instituições com o objetivo de direcionar as estratégias das universidades e das lideranças que trabalham com o tema no Brasil, sejam professores, reitores ou formuladores de políticas públicas, e assim contribuir para as novas estratégias que venham potencializar mudanças para o desenvolvimento econômico e social do país pela educação empreendedora.

A pesquisa analisou a percepção dos alunos e dos professores no papel das universidades e o potencial da mudança, com as iniciativas e o incentivo ao empreendedorismo, apontando uma incompatibilidade entre elas. Enquanto cerca de 65% dos professores estão satisfeitos com as iniciativas de empreendedorismo dentro da universidade, a média entre os alunos é de apenas 36%, resultado esse, que se justifica pela falta de um programa que apoia toda a jornada do aluno que quer empreender algo que vá além da

motivação e dos primeiros passos. As universidades têm em sua grade matérias sobre empreendedorismo, mas, a maioria (54%), visa a apenas inspirar o aluno a empreender. Assuntos mais práticos, como o de franquias (3%) e gestão de pequenos negócios (7%) acabam não recebendo a atenção que merecem pelas instituições de ensino superior.

Sob a análise do mercado e da aproximação dos alunos, existe uma lacuna entre os professores e o mercado, o que reflete diretamente no movimento da educação empreendedora quando os resultados apontam o relato de que 48% deles nunca tiveram uma experiência empreendedora, destacando que um percentual de 38% não tem vontade e/ou tempo para abrir seu próprio negócio.

Em contrapartida, dentre os alunos que empreenderam, quase 50 % procuraram uma conexão com executivos e empreendedores, o que não acontece com os professores, e que a pesquisa destaca como um cenário de distanciamento para o reconhecimento das boas práticas de ensino, com uma aproximação com o mercado, visto que, a pesquisa aponta que 70% dos alunos começaram a empreender nos últimos cinco anos e 48% abriram seu empreendimento durante a universidade, sendo que o professor não se mantém atualizado sobre o mercado com os alunos.

Em síntese, a pesquisa pontuou que as Universidades não possuem uma estrutura que apoia a jornada completa do empreendedor e está desconectada com o mercado quando precisa desenvolver iniciativas com uma visão estratégica de jornada do empreendedor, em um programa robusto de empreendedorismo, com atividades que possam estimular a inovação e o grande sonho do aluno. É preciso conectar suas iniciativas a uma visão estratégica, visando a uma gama de atividades e espaços que acompanhem a jornada do empreendedor em um programa robusto de empreendedorismo.

Inserido na educação formal é que o empreendedorismo poderá ser reconhecido e desenvolvido em todo o seu potencial de oportunidades para o mercado de trabalho, formando profissionais capacitados, para enfrentar na prática, todo o aprendizado teórico internalizado e transformado em conhecimento.

2.3.1 Educação empreendedora no Centro de Ciências Sociais e Aplicadas da Universidade Federal de Sergipe

A Universidade Federal de Sergipe (UFS) é uma fundação instituída pelo Decreto Lei nº 269 de 15 de maio de 1968, órgão do poder executivo vinculado ao Ministério da Educação, selecionada como o ambiente social da pesquisa, sendo os alunos do curso de Secretariado Executivo os sujeitos sociais a serem pesquisados.

Dessa maneira, a abordagem da educação empreendedora na UFS foi direcionada a uma análise curricular para identificar a oferta da disciplina de empreendedorismo, que abrangeu o Centro de Ciências Sociais e Aplicadas (CCSA), formado por nove departamentos, a saber: Departamento de Administração (DAD), Departamento de Ciências Contábeis (DCC), Departamento de Ciências da Informação (DCI), Departamento de Direito (DDI), Departamento de Economia (DEE), Departamento de Relações Internacionais (DRI), Departamento de Secretariado Executivo (DSE), Departamento de Serviço Social (DSS) e o Núcleo de Turismo (NTU).

Na análise das grades curriculares disponibilizadas pelo Sistema Integrado de Gestão de Atividades Acadêmicas (SIGAA) da UFS, observou-se que somente os cursos dos Departamentos de Administração e Turismo, possuem como componente curricular a matéria referente ao Empreendedorismo, e o Departamento de Secretariado Executivo (DSE), em suas ações de Extensão, ofertou em 2017.1 a disciplina de empreendedorismo, com oferta de seis turmas, com vagas que variavam entre 50 e 64 alunos e carga horária de 80 horas.

Apesar da Educação Empreendedora ter seu início nos idos de 1947 nos EUA, e em 1981 no Brasil, com a disseminação da ideia de que empreender seria a forma de sair do subdesenvolvimento, em países como Brasil, Rússia, Índia e China (BRIC), a fim de acelerar o crescimento e a globalização, segundo Lavieri, 2010, percebe-se que a UFS com seus 50 anos de existência, recentemente, voltou seu olhar para a EE., com a criação do Núcleo de Empreendedorismo da Universidade Federal de Sergipe – Empreender UFS, a partir das deliberações do comitê de extensão, tendo a sua composição designada pela Portaria 1705 de 21 de dezembro de 2016 da UFS, a qual designa os representantes do Núcleo de Empreendedorismo – EMPREENDER, da Universidade Federal de Sergipe, composto por Coordenador, Vice-coordenador, Membros Fundadores, Membro Docentes, Membros Bolsistas e Membros Voluntários.

O Empreender é um núcleo vinculado à Pró-Reitora de Extensão da UFS por meio da Coordenação de Tecnologias Sociais e Ambientais (CTSA), fruto de uma parceria da UFS com o SEBRAE.

O seu regimento interno prevê que o núcleo está voltado para o incentivo, formação e desenvolvimento de competências empreendedoras de criatividade e de inovação entre discentes, docentes e servidores técnico-administrativos da UFS.

Seus objetivos são: a inovação e o empreendedorismo social, empresarial, cultural, ambiental e tecnológico, a fim de promover a cultura e um ecossistema empreendedor na UFS; fomentar a educação empreendedora; desenvolver competências empreendedoras e de

inovação na comunidade interna e externa da UFS; contribuir com o desenvolvimento social, ambiental e econômico.

Dimensiona formar através das disciplinas, cursos de extensão e produção de conhecimento, através de pesquisa; inspirar e conectar: visitas, *meetups*, palestras, eventos, fóruns, encontros, liga de empreendedores; vivenciar com estágios, empresa júnior, desafios, competições, rodada de negócios, feiras, exposição e incubadora.

Entre as atribuições do Empreender UFS estão: desenvolver projetos ligados à Educação Empreendedora, Empreendedorismo, Criatividade e Inovação; elaborar ações e projetos para desenvolvimento de competências empreendedoras e de inovação na comunidade acadêmica, contribuindo para o desenvolvimento social e econômico da sociedade; criar um ambiente de integração entre empreendedores para incentivar a troca de experiências; aglutinar, articular e apoiar todas as ações e projetos da universidade nas áreas temáticas às quais o núcleo está vinculado.

A pesquisa ainda promove a criação de dados com informação de ações e projetos aos quais está vinculada, vivências inovadoras para a comunidade interna e externa assistida; favorece a integralização entre cursos de graduação e de pós-graduação, com ações de extensão e participação dos alunos dos referidos cursos e a relação Universidade/Sociedade; aprimorar a relação entre ensino, pesquisa e extensão na UFS; buscar parceiros em instituições locais, regionais, nacionais e internacionais; além de divulgar a produção científica e de extensão desenvolvidas.

Apesar de ter sido há pouco tempo implantado, o núcleo já se destaca no ranking nacional das universidades empreendedoras, o que nos remete à importância de repensar a educação empreendedora como parte da grade curricular, de maneira que abranja diversas áreas do conhecimento e promova a inserção dos alunos na prática empreendedora.

Assim, e com o intuito de proporcionar uma visão geral da educação empreendedora no Brasil e proporcionar novos estímulos para o empreendedorismo nas Instituições de Ensino Superior, a Confederação Brasileira de Empresas Juniores, Brasil Júnior, lançou a segunda edição do “Índice das Universidades Empreendedoras de 2017”, trazendo o ranking das universidades mais empreendedoras do país e buscando compreender quais práticas incentivam a inovação nas instituições de ensino superior públicas e privadas.

A pesquisa traz um estudo desenvolvido ao longo do ano, com mais de 10.000 estudantes entre mais de 50 instituições de ensino superior, através da metodologia framework, a qual é utilizada para ranquear as universidades e o ranking nacional de universidades empreendedoras, obtidos através da análise de cinco fatores, a saber:

organizações estudantis pró-empreendedorismo, postura empreendedora do corpo docente e discente, infraestrutura, proximidade das Ies-empresa e formação empreendedora. A Universidade Federal de Sergipe foi destacada na 29ª posição do ranking, sendo a 6ª mais empreendedora do Nordeste e a mais empreendedora de Sergipe.

Esse excelente resultado traduz o trabalho que vem sendo desenvolvido pelo núcleo do empreendedorismo da UFS, em parceria com o SEBRAE e a difusão da empresa júnior da UFS reflete o quanto a prática do empreendedorismo destacou a Universidade Federal de Sergipe no ranking nacional de maneira positiva e, ainda mais, poderia ter esse índice com resultado prospectivo crescente se fosse ampliado como prática interdisciplinar.

3 METODOLOGIA

3.1 DELIMITAÇÃO DA METODOLOGIA DE PESQUISA

A metodologia foi desenvolvida para identificar e caracterizar a percepção dos discentes de Secretariado Executivo da UFS sobre o empreendedorismo, através de um processo reflexivo do tema e da compreensão de um determinado grupo social, conforme os pressupostos de uma abordagem de pesquisa quantitativa.

Essa forma de abordagem busca compreender e responder o problema de pesquisa de uma maneira objetiva para melhor compreender o fenômeno do empreendedorismo, de maneira que “[...] permite a mensuração de opiniões, reações, hábitos e atitudes em um universo, por meio de uma amostra que o represente estatisticamente (TERENCE; ESCRIVÃO FILHO, 2006, p. 3).

Esse método também é frequentemente usado em estudos descritivos, de maneira que permite uma maior compreensão do fenômeno social e a identificação da relação entre variáveis, descobrindo as características de um fenômeno como tal. (LAKATOS, 2008; RICHARDSON, 1999).

Quanto aos objetivos, a pesquisa foi de característica exploratória porque objetivou proporcionar maior familiaridade com o problema e dessa maneira torná-lo mais explícito, ante a necessidade de desenvolver uma abordagem do empreendedorismo na academia como um fenômeno ainda pouco explorado.

Apesar de fornecer novos dados e informação como resultados, a opinião dos teóricos convergem no sentido de que a pesquisa exploratória não costuma produzir resultados conclusivos ou respostas para determinados problemas ou hipóteses, mas indica pesquisas posteriores (BRAGA, 2007; p. 25; GIL, 2008, p. 27), o que se atribui a sua característica subjetiva.

Nesse mesmo sentido, Gil (2008, p. 27) pontua que:

Muitas vezes as pesquisas exploratórias constituem a primeira etapa de uma investigação mais ampla. Quando o tema escolhido é bastante genérico, tornam-se necessários seu esclarecimento e delimitação, o que exige revisão da literatura, discussão com especialistas e outros procedimentos. O produto final deste processo passa a ser um problema mais esclarecido, passível de investigação mediante procedimentos mais sistematizados.

O que justifica os objetivos da pesquisa, por tratar do tema “empreendedorismo”, que permite descobrir novas informações, procurar padrões que favoreçam a construção de um

caminho que instigue novas pesquisas mais abrangentes e que possam favorecer e identificar a necessidade de mudanças e estratégias no fenômeno observado e identificado.

A pesquisa foi delineada através de um estudo de campo, por ser um tipo de pesquisa que envolve a relação direta do pesquisador com o fenômeno a ser investigado, onde se pretende buscar a informação diretamente com a população pesquisada. Ela exige do pesquisador um encontro mais direto com os indivíduos selecionados para a pesquisa.

Partindo desse princípio, o método possibilita à pesquisadora lidar com uma ampla variedade de evidências, provenientes de observação participante desenvolvida durante o curso e considerando ainda que o estudo de campo foi realizado a partir da identificação do fenômeno específico, contextualizado em um tema contemporâneo e necessário de análise junto a uma comunidade em termos de sua estrutura social, que por escolha, foi um grupo de alunos do curso de Secretariado Executivo.

3.2 CARACTERIZAÇÃO DO UNIVERSO DE PESQUISA

O ambiente social da pesquisa foi a Universidade Federal de Sergipe, onde foram selecionados como população, os alunos do curso de Secretariado Executivo do Centro de Ciências Sociais e Aplicadas. A amostra foi composta de forma aleatória e a representatividade foi calculada com base em uma população de 232 discentes matriculados no curso de Secretariado Executivo da UFS, com uma margem de erro de 5% e um nível de confiança de 95%, sendo que o tamanho ideal para a amostra seria de 145 respondentes.

A escolha dos sujeitos da pesquisa está relacionada com o envolvimento da pesquisadora como aluna do curso e justificada pela observação do fenômeno do empreendedorismo e por algumas ações empreendedoras por parte da pesquisadora, como graduanda do curso em questão, e que já vislumbra o empreendedorismo como opção de campo de trabalho para os alunos do curso.

Essa percepção potencializa e corrobora para que o pesquisador tenha uma experiência mais direta com a situação de estudo (GIL, 2002, p. 53). Assim, o estudo de campo proporciona ao pesquisador uma observação mais profunda e um maior tempo em contato direto com a comunidade, o que atende às proposições da pesquisa no sentido em que o envolvimento e a observação do fenômeno motivaram esse trabalho.

3.3 ESTRATÉGIAS DE COLETA DE DADOS

Apesar da gama de possibilidades de levantamento de dados na prática de pesquisa, optou-se pelo questionário, porque através das questões elaboradas possibilitou-se investigar

questões relevantes para a pesquisa e traduzir os seus objetivos, sendo um dos meios mais utilizados para a coleta de dados.

O questionário é um instrumento de coleta de dados elaborado ordenadamente com o objetivo de coletar dados junto à população selecionada pelo pesquisador, onde Gil (2008, p. 121) assim define:

Pode-se definir questionário como a técnica de investigação composta por um conjunto de questões que são submetidas a pessoas com o propósito de obter informações sobre conhecimentos, crenças, sentimentos, valores, interesses, expectativas, aspirações, temores, comportamento presente ou passado etc.

Nesse contexto, as perguntas foram elaboradas com base nos pressupostos teóricos do empreendedorismo já validadas nos estudos que contemplam os últimos cinco anos de pesquisa, nos livros publicados, que são referências nas pesquisas e nos dados estatísticos presentes nas entidades de promoção e apoio ao Empreendedorismo, principalmente, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) que oferece orientação para a formulação das perguntas.

Optou-se pelo questionário, com aplicação inicialmente online e posteriormente presencial, formulado com dez questões fechadas de múltipla escolha, dando-se a opção de marcar até três respostas a partir da questão de número 4 (quatro), estruturado da seguinte forma:

- O campo de caracterização dos participantes foi vinculado às diferenças de gênero, idade e o período que está cursando, com o intuito de identificar o objetivo da pesquisa;
- As questões de múltipla escolha foram elaboradas visando verificar a visão empreendedora dos participantes, de maneira que, mesmo não tendo intimidade com o tema e/ou consciência da visão empreendedora, em sua análise pudesse identificar o empreendedorismo nato no sujeito;
- O questionário direciona perguntas que propõem proporcionar uma análise e identificação do grau de conhecimento dessa população em relação ao empreendedorismo e da abordagem sobre empreendedorismo em alguma disciplina cursada.

Devido à necessidade de melhor delinear os objetivos da pesquisa com as questões propostas no questionário, o quadro 3, abaixo descrito, associa as questões do questionário aos seus respectivos objetivos, de maneira a esclarecer e melhor identificar o fenômeno na análise dos dados.

Quadros 4 – Objetivos e questões da pesquisa

OBJETIVOS	QUESTÕES
Conhecimento Sobre Empreendedorismo	2. O que você sabe sobre o empreendedorismo? 3. Onde ouviu falar de empreendedorismo pela 1ª vez? 8. Características que melhor definem uma atitude empreendedora?
Contato com a educação empreendedora	4. Houve contato com a iniciativa ligada ao empreendedorismo na Universidade? 5. Quais iniciativas a Universidade poderia adotar para estimular o empreendedorismo? 6. Quais características podem ser desenvolvidas, apreendidas na Universidade?
Interesse para empreender	7. Quais motivos levariam você a não empreender? 9. Quais motivos o levariam a criar o próprio negócio? 10. Quais segmentos vislumbra como oportunidade de atuação do Secretário Executivo no mercado de trabalho para empreender?

Fonte: Elaborado pela autora. (2017)

A aplicação do questionário ocorreu inicialmente através de uma versão online, onde foi elaborado e disponibilizado na plataforma *SurveyMonkey*, por meio do link <https://pt.surveymonkey.com.br/r/K7H296C>, encaminhado à chefe do Departamento de Secretariado Executivo, e por ela enviado utilizando o Sistema Integrado de Gestão de Atividades Acadêmicas (SIGAA).

Através do DSE, todos os 232 alunos regularmente matriculados no curso, receberam um convite para participarem da pesquisa, em 19/10/2017, acreditando-se que atingiria assim um número expressivo de respondentes, no entanto, não aconteceu como esperado.

Devido ao número insuficiente de respostas através do link encaminhado aos e-mails dos discentes, se obteve o retorno somente de três respondentes em quase trinta dias, representando um ponto forte de dificuldade na aplicação de questionários no tipo de pesquisa desenvolvida, de maneira que, decidiu-se fazer a coleta dos dados presencialmente em sala de aula.

Dessa forma, foram impressos questionários em dias diferentes, a saber: dias 10 e 19 de novembro de 2017 e 12 de janeiro de 2018. No primeiro dia, no horário das 20h40min às 21 horas, obteve-se um número de 55 questionários respondidos, com a aplicação dos questionários e assinatura de concordância de participação na pesquisa, em termos de convites em quatro turmas das seguintes disciplinas: Direção Estratégica de Empresas (6º período); Técnicas Secretariais I (2º período); Métodos e Técnicas de Arquivo (4º período) e Inglês para Fins Específicos V (8º período), bem como com alguns alunos que se encontravam na secretaria do DSE.

No segundo dia aguardou-se a saída dos discentes que estavam em prova da disciplina Inglês para Fins Específicos III (4º período), das 19h às 20h30min, contudo, alguns informaram já ter respondido, conseguindo-se tão somente seis questionários.

No terceiro dia visitou-se a sala em que estava sendo ministrada a aula da disciplina Inglês para Fins Específicos V (8º período), no horário das 20h40min e obteve-se quatro questionários; em seguida, nos corredores do DSE, conseguiu-se mais um questionário e outros cinco que estavam de posse de um docente, cujos alunos entregaram somente após a saída da pesquisadora, na visita a uma das salas de aula.

No total, obteve-se 74 questionários respondidos, computando-se com os 3 online. Segundo o cálculo amostral para uma população de 232 discentes matriculados, com uma margem de erro de 5% e um nível de confiança de 95%, o tamanho recomendável para a amostra seria de 145 respondentes, contudo, houve dificuldade, pois por se tratar do segundo período do ano letivo de 2017 o departamento só ofertou disciplinas para: 2º, 4º, 6º e 8º períodos e uma disciplina para o 5º período. Quanto aos respondentes do 7º período e os três respondentes do 5º, 10º e 11º períodos, respectivamente, acredita-se que ou estavam fazendo disciplinas optativas ou “pagando” matéria, estando dispersos nas turmas, justificando-se assim o quantitativo menor do que o recomendável. Logo, a amostra foi definida por acessibilidade.

Concluída a fase de aplicação do questionário, os dados foram tratados no software de questionário da *SurveyMonkey*, fielmente às respostas dos questionários impressos, mas como o formulário on-line estava com a opção de aceitar apenas uma resposta por aparelho, desativou-se e adicionaram-se todas as respostas dos 71 questionários coletados, acreditando-se ser mais fácil, já que no próprio sistema aparecem os resultados em gráficos.

Terminada essa etapa, partiu-se para a análise dos dados disponibilizados pelo software. Pode-se identificar um problema devido o acesso ao *software* ser em uma “Conta *Basic*” (gratuita), para ter a opção de extrair os dados (formato xls, csv, pdf, etc.), ou então para se realizar a impressão dos gráficos, era necessário fazer *upgrade* para um plano pago, a um custo desnecessário. Para solucionar o problema e obter os dados optou-se por utilizar diferentes *softwares*, seguindo os seguintes passos:

Primeiro passo: conectou-se ao software de formulário, escolheu-se o questionário e clicando na opção analisar respostas, com os dados apresentados na tela, selecionou-se todo o conteúdo, copiou-se e colou em um documento do *Word*, porém os gráficos ficaram desconfigurados, ou seja, ficaram no formato texto e não de imagem, sendo assim, excluiu-se o documento.

Segundo passo: Retornou-se então ao questionário e utilizando o programa do *Windows* “Ferramenta de Captura” selecionou-se a área do gráfico sem a descrição da resposta, uma vez que essa informação aparece de forma truncada e salvando como imagem no formato “jpeg”;

Terceiro passo: Em seguida ao passo anteriormente descrito, precisava-se incluir na figura salva as descrições das respostas e para tanto se utilizou outro programa, o *Power Point*. Abriu-se uma nova apresentação, inseriu-se a imagem e depois incluíram-se várias caixas de texto com a descrição dos tipos de respostas; feito isso se salvou o arquivo também no formato “jpeg”.

Quarto passo: a questão P1 (Caracterização do Respondente) no formulário criado não se permite a análise dos dados no formato de gráfico, e para solucionar esse problema inseriram-se os dados da resposta numa “Planilha *Excel*”, fizeram-se funções de cálculo de quantidade e porcentagem e, dessa forma, conseguiu-se fazer os gráficos comparativos.

Quinto passo: Após todo esse procedimento todas as imagens e gráficos criados foram incluídos no documento do *Word* citado no item “1”. Sendo que os itens “2” e “3” foram repetidos para as questões P2 a P10*.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Nesse capítulo, apresenta-se a tabulação e análise dos dados obtidos nos questionários estruturados e aplicados em campo, de maneira que, ao transcrever os dados, pode-se responder aos objetivos da pesquisa.

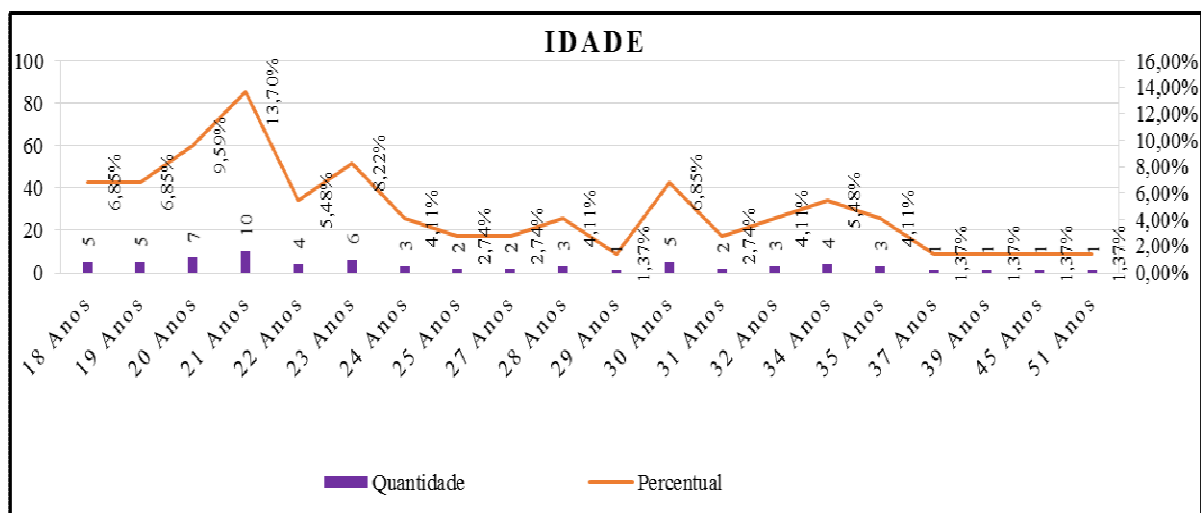
Observa-se que os percentuais totais dos gráficos excedem os 100%, esse fato se justifica porque o número total de opções de respostas selecionadas de uma questão foi maior do que o número de questionados que responderam à questão.

A identificação dos participantes foi resguardada, contudo, foi solicitado que fosse identificado o período do curso, a idade e o gênero, variáveis que serviram para caracterizar os respondentes e traçar uma relação dos mesmos com o panorama dos jovens empreendedores apontados pela pesquisa.

Dessa maneira, a amostra desse trabalho foi composta de 74 respondentes, onde 67 informaram o período cursado, o que corresponde a 91,78% da amostra, os quais estão distribuídos em diversos períodos: 2º, 4º, 5º, 6º, 7º, 8º, 10º e 11º, o que permite ter uma boa visão do conhecimento sobre o tema no início, meio e final do curso, sendo que em sua maioria, os respondentes estão no 2º período, correspondendo a um total de 34,25%.

A idade foi uma variável que buscou relacionar a idade com o ato de empreender, conforme se identificou no Gráfico 1:

Gráfico 1 – Idade dos alunos respondentes da pesquisa



Fonte: Dados da pesquisa elaborados pelo autor. (2018)

No gráfico referente à variável idade, nota-se que do total dos 69 discentes respondentes, 94,52% informaram a idade e 5 discentes deixaram de fazê-lo. Observou-se

uma faixa etária heterogênea, que variou dos 18 aos 51 anos, estando a sua maioria na fase adulta, que compreende a faixa etária de 21 a 45 anos.

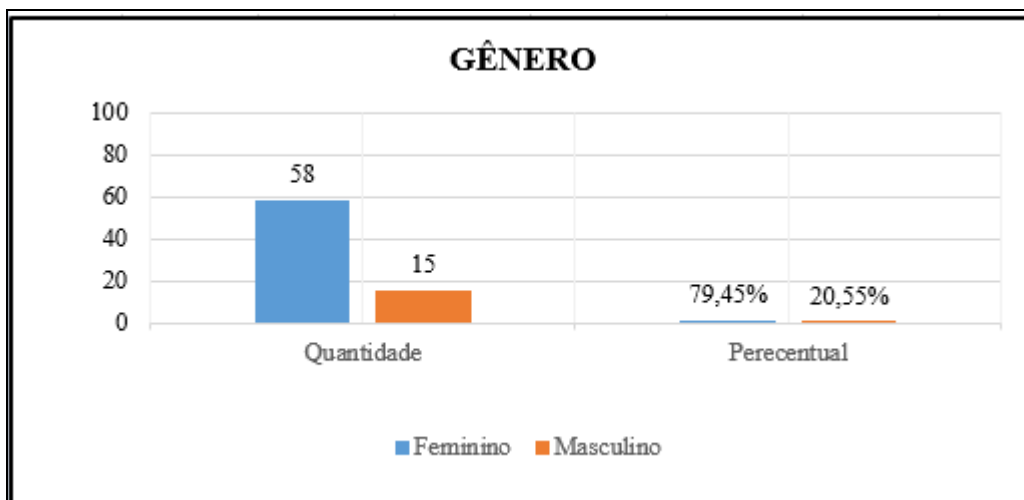
Dados esses que correspondem a faixa etária em que mais se empreende conforme apontado pela pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2016), a qual conclui que, os brasileiros com 25 a 34 anos são os mais empreendedores, mas os jovens de 18 a 24 anos têm aumentado sua participação na abertura de empresas.

A análise da Intensidade Empreendedora por Faixa Etária (TEA) mostra que no Brasil todas as faixas etárias apresentam índices significativos de empreendedorismo, porém, com menor expressão para os indivíduos de mais idade.

Essa amostra heterogênea confirma que as Universidades constituem um rico celeiro de possíveis empreendedores e que a amostra composta nessa pesquisa vem confirmar que, no curso de Secretariado Executivo, os alunos se enquadram na faixa etária dos jovens empreendedores apontada pelo GEM (2016) e, mais ainda, por possuir um potencial de alunos acima dessa faixa, podem ter a experiência como fator positivo para desenvolver o perfil de empreendedor.

Outro ponto relevante que se destacou foi a caracterização do gênero, pois nos mostrou que a maioria dos discentes é do gênero feminino, com 79,45% dos respondentes, perfazendo um total de 58 discentes, conforme se observa no gráfico 2:

Gráfico 2 – Caracterização do gênero dos respondentes da pesquisa



Fonte: Dados da pesquisa elaborados pelo autor. (2018)

Na variante referente ao gênero, observa-se no quadro acima que, a grande maioria da amostra entrevistada no curso de secretariado executivo da UFS é do sexo feminino, o que se torna fator relevante frente a grande evidencia da evolução da mulher no mercado de trabalho,

frente ao avanço considerável quanto ao ingresso das mulheres nesse mercado, na educação e na sociedade em geral, principalmente no cenário mundial.

A representatividade feminina no curso de Secretariado Executivo corresponde a um fator positivo, à medida que o relatório da pesquisa GEM (2016) constata que as Taxas Específicas de Empreendedorismo Inicial no Brasil, entre homens e mulheres, acontecem na mesma proporção.

Não obstante, da mesma maneira que as mulheres e homens conseguem empreender, as dificuldades em se manter no negócio são maiores para o sexo feminino. A GEM (2016, p.36) atribui o fenômeno ao fato de “preconceito de gênero; menor credibilidade pelo fato de o mundo dos negócios ser mais tradicionalmente associado aos homens”, o que não se trata de fenômenos isolados.

Ainda nas universidades, são amplos os debates da representatividade feminina, do longo percurso para a inserção da mulher em equidade de gênero prevista na Constituição da República Federativa do Brasil, de 1988, na luta por iguais condições de trabalho e como colaboradora direta na economia do país, sendo importante a criação de medidas que estimulem a atividade empreendedora por mulheres, amparadas por ações de educação formal e ações governamentais.

Com o objetivo de identificar o **grau de conhecimento que os alunos** respondentes possuíam sobre o tema Empreendedorismo, foram formuladas três questões que abordaram diretamente o tema, a saber:

- Questão 2. O que você sabe sobre o empreendedorismo?
- Questão 3. Onde ouviu falar de empreendedorismo pela primeira vez?
- Questão 8. Quais características melhor definem uma atitude empreendedora?

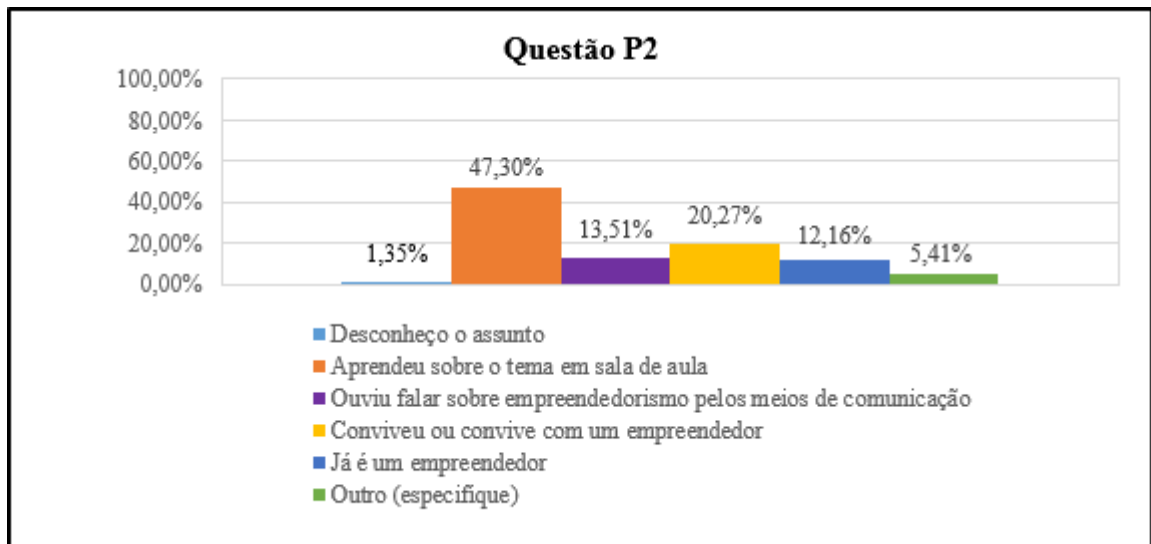
Para identificar a opinião dos respondentes sobre o empreendedorismo, identificou-se que a maior parte dos discentes aprendeu sobre o tema em sala de aula, o que corresponde a 47,30% dos entrevistados, seguido de 20,27%, que tiveram conhecimento sobre o tema na convivência com um empreendedor, e nos meios de comunicações foram 13,51%.

O percentual menor de conhecimento sobre empreendedorismo nos meios de comunicação deixa uma lacuna e demonstra que o tema ainda é pouco divulgado, visto que as mídias de comunicação disponíveis em redes sociais possuem um poder de propagação tão intenso e rápido.

Ainda nessa perspectiva, surpreende o percentual de 13,51% encontrado nos meios de comunicação, por ser o mais baixo apontado, em se tratando de uma amostra

predominantemente jovem e com acesso às mídias e aos meios de comunicação de massa. As respostas encontram-se abaixo analisadas no gráfico 3.

Gráfico 3 – O que você sabe sobre empreendedorismo?



Fonte: Dados da pesquisa elaborados pelo autor. (2018)

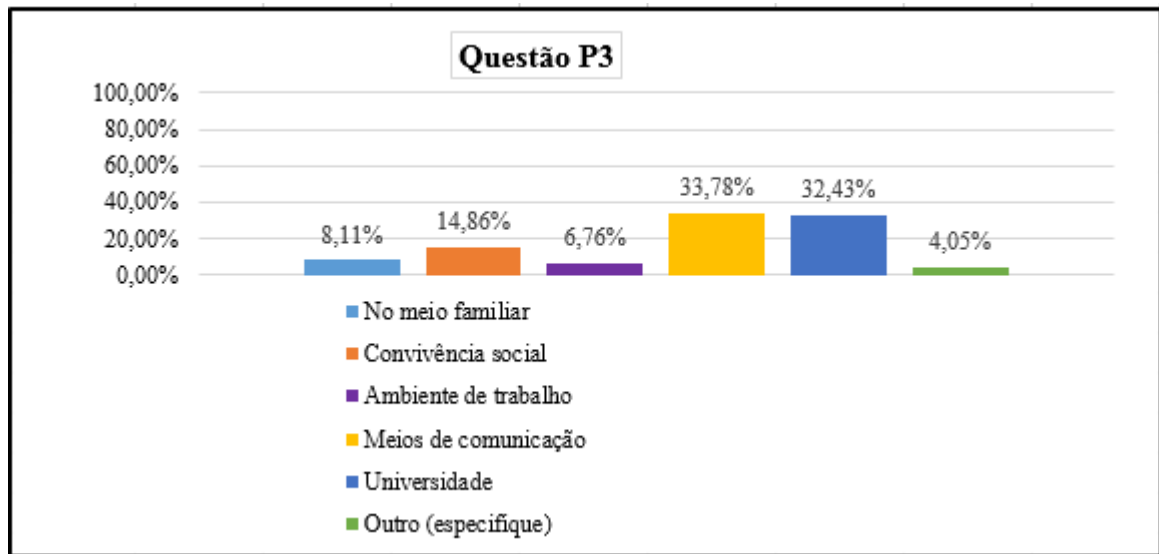
Apesar do tema está sendo discutido em sala de aula e em disciplinas não específicas sobre empreendedorismo, conforme poderemos observar no decorrer dessa análise de dados, pode-se ter uma resposta positiva de que os docentes do curso de Secretariado Executivo estão sensíveis ao tema e de maneira mais abrangente na academia.

No que tange à terceira questão, que avalia como os respondentes ouviram falar de empreendedorismo pela primeira vez, verificou-se que os meios de comunicação e a Universidade, trouxe à tona o assunto pela primeira vez para a maioria dos respondentes, com 33,78% e 32,43%, respectivamente, e 14,68% na convivência social.

Os dados depois de tratados e analisados denotam a importância em se fazer uma divulgação sobre o tema de forma a atingir o maior número de discentes. Observa-se que os valores referentes aos percentuais que apontam os meios de comunicação e a universidade como o primeiro local em que ouviram falar sobre o empreendedorismo, nos remete a questões de divulgação, de conscientização e necessidade de apresentar o fenômeno do empreendedorismo como opção de trabalho não formal ainda na universidade.

Para um melhor entendimento, as respostas estão representadas no gráfico 4

Gráfico 4 – Onde ouviu falar de empreendedorismo pela primeira vez?



Fonte: Dados da pesquisa elaborados pelo autor. (2018)

Ao se analisar os resultados obtidos nas questões 2 e 3 respectivamente, podemos observar que existe uma nítida diferença em relação aos resultados obtidos no percentual das respostas que envolvem os meios de comunicação. Enquanto somente 13,51 %, ou seja, os terceiros menores percentuais dos entrevistados aprenderam sobre empreendedorismo através dos meios de comunicação, no que tange à questão de onde ouviram falar sobre empreendedorismo pela primeira vez, representaram o maior índice de resposta pelos meios de comunicação.

A análise desses resultados pode representar que os meios de comunicação oferecem uma divulgação de rápida repercussão, porém, de pouco esclarecimento, à medida que, os entrevistados elegeram os meios de comunicação como o melhor tipo de divulgação sobre o tema, ficando aquém de um conhecimento maior e sendo superado pela universidade ou sala de aula.

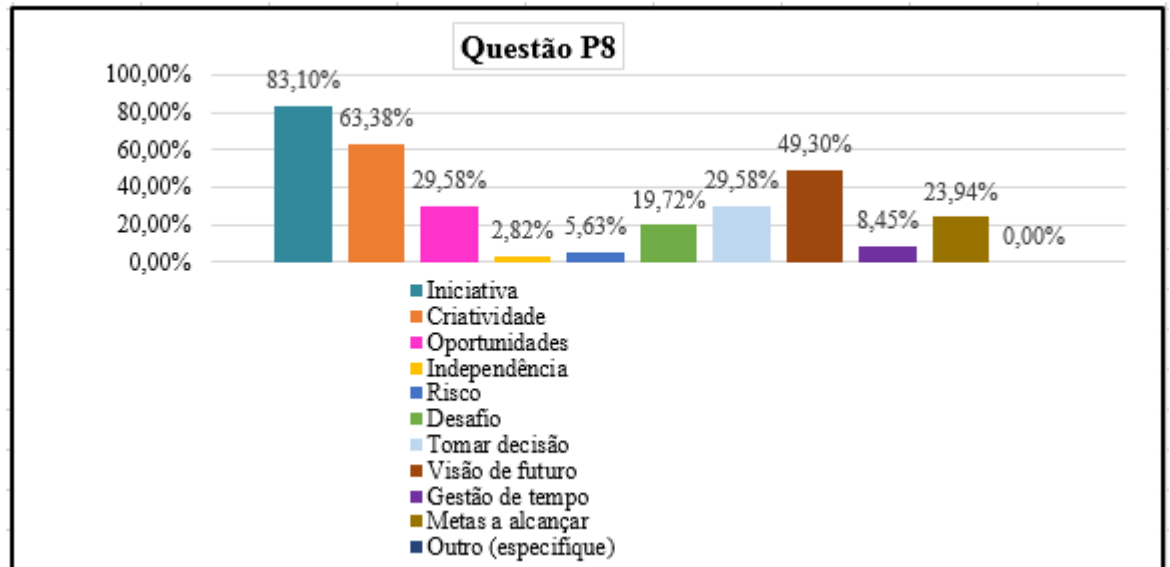
Finalizando o bloco de perguntas que objetivam identificar o grau de conhecimento sobre empreendedorismo, antecipou-se a análise da 8ª questão em virtude de sua relação direta com esse objetivo, a qual indaga sobre quais as características que melhor definem uma atitude empreendedora na visão dos entrevistados.

A questão explica em seu enunciado que as principais pesquisas desenvolvidas pelos organismos que tratam do fomento e do desenvolvimento do empreendedorismo no Brasil e no mundo, buscam identificar as características que melhor definem uma atitude empreendedora já discutida e validada pela academia, nesse sentido, dentre as características

abaixo apresentadas, em sua opinião, quais as que melhor definem uma atitude empreendedora?

Foi dada a opção de marcarem até três opções entre as variáveis descritas nos resultados do gráfico 5, abaixo discriminado.

Gráfico 5 – Dentre as características abaixo apresentadas, em sua opinião, quais as que melhor definem uma atitude empreendedora?



Fonte: Dados da pesquisa elaborados pelo autor. (2018)

De acordo com as características selecionadas pelos respondentes, o percentual da iniciativa se destacou em número consideravelmente e veio acompanhado de criatividade e da visão de futuro, respectivamente. Os percentuais de oportunidades e metas a alcançar também se destacaram.

Nessa análise, poderemos retomar a definição de Atitudes empreendedoras, que são atitudes manifestadas na forma de opiniões e percepções que a sociedade desenvolve perante esse fenômeno sociocultural e econômico que é o empreendedorismo (GEM, 2016, p. 109), complementando ainda que, o potencial empreendedor deve sempre antecipar as oportunidades, ter conhecimento e habilidades, não ter medo do fracasso e possuir atitude positiva.

Observamos que os alunos selecionaram o risco, a independência e a gestão do tempo como menores percentuais para caracterizar uma atitude empreendedora.

Com base no modelo GEM de potencial empreendedor, o risco, a independência e uma atitude positiva são fatores que caracterizam um potencial empreendedor, mas, pode-se analisar que falta o conhecimento e habilidades que são pontos chave que podem ser

desenvolvidos através de uma educação empreendedora, podem levar esses alunos a obterem conhecimento, o que poderia modificar os resultados apontados no gráfico, visto que o fator risco e não ter medo de fracasso são características essenciais para o potencial empreendedor.

A variação dos percentuais verificados nos índices de iniciativa que foi de 83,10% em relação ao fator risco 5,63% e tomar decisões 29,58%, identifica que o conhecimento dos entrevistados está voltado para um conhecimento de empreendedorismo por oportunidade e não por planejamento, a partir do momento que poucos inferem sobre o fator risco, o qual é fundamental para o ato de empreender.

O referencial teórico desenvolvido na pesquisa corrobora para uma educação empreendedora, e as características que contemplam uma atitude empreendedora servem de base para potencializar o fenômeno do empreendedorismo como um campo de trabalho profissional.

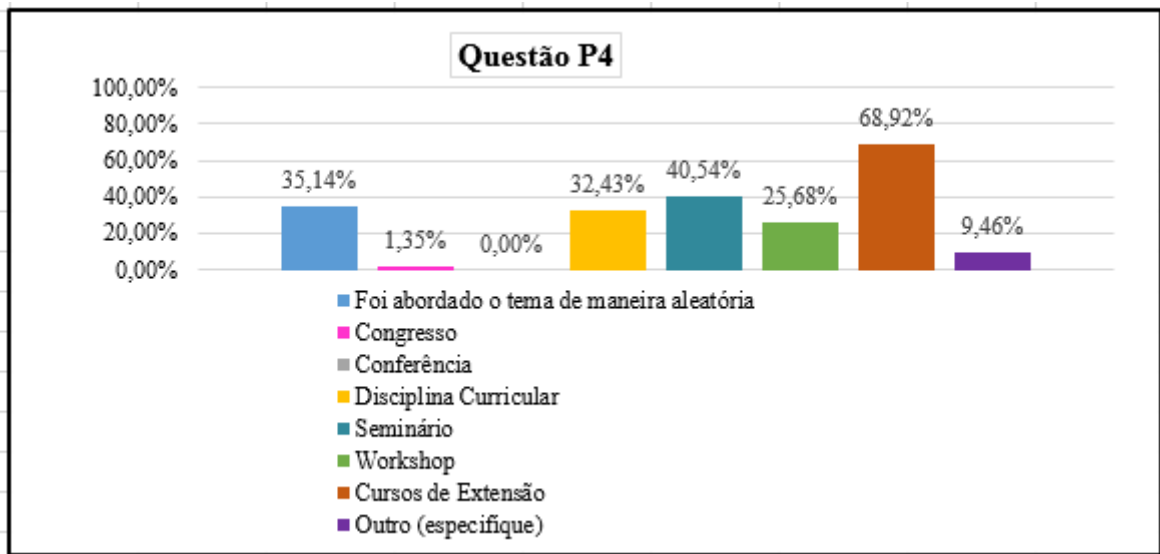
Posteriormente, a pesquisa objetivou **identificar o contato que os entrevistados tiveram com a educação empreendedora** e, nesse sentido, foram elaboradas as seguintes questões:

- Questão 4: houve contato com iniciativas ligadas ao empreendedorismo na Universidade?
- Questão 5: quais iniciativas a Universidade poderia adotar para estimular o empreendedorismo?
- Questão 6. Quais características podem ser desenvolvidas e apreendidas na Universidade?

A questão esclareceu que a educação empreendedora é fundamental para preparar os jovens no novo contexto do mercado de trabalho, caracterizados pelas mudanças tecnológicas e pela necessidade de criação de novos postos de trabalhos autônomos e independentes, nesse sentido, perguntou-se se houve contato com iniciativas ligadas ao empreendedorismo na Universidade.

As questões foram respondidas e os dados foram tratados e analisados conforme gráfico 6, abaixo descrito.

Gráfico 6 – Houve contato com iniciativas ligadas ao empreendedorismo na universidade?



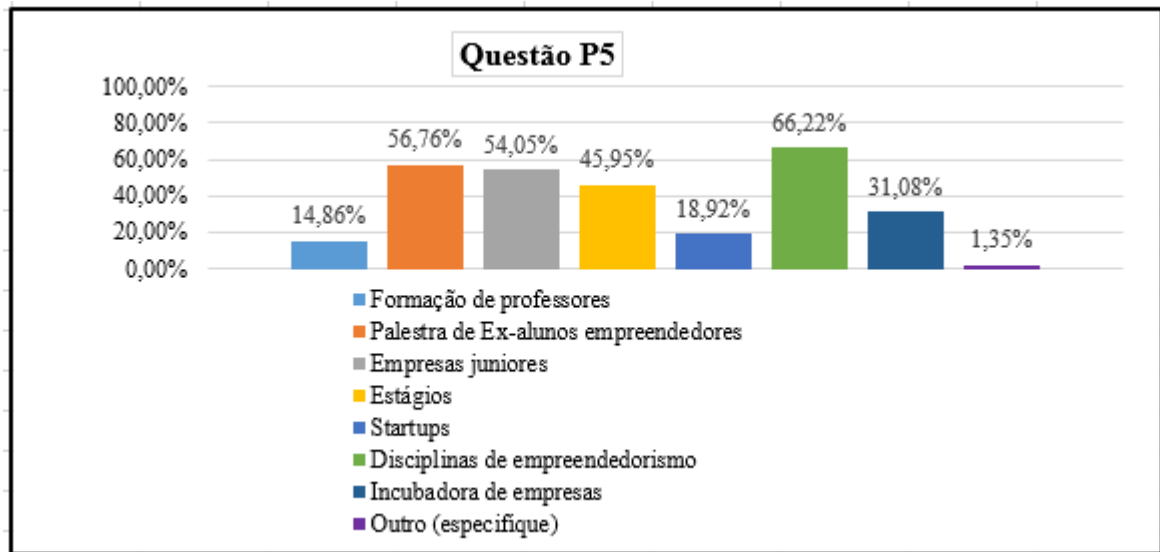
Fonte: Dados da pesquisa elaborados pelo autor. (2018)

Constata-se claramente que houve contato com iniciativas ligadas ao empreendedorismo na UFS e mais da metade dos respondentes 68, 92% fizeram curso de extensão, 40,54% em seminários, e 35,14% de forma aleatória em disciplinas do curso.

Contudo, a análise do gráfico destaca um percentual muito superior de contato em cursos de extensão e um percentual muito inferior em disciplina específica, lacuna que está evidenciada nos resultados obtidos. Não obstante, o tema já é de interesse dos alunos; a procura de cursos de extensão é evidenciada na pesquisa e a maneira aleatória como o tema é abordado também remete à questão da necessidade de implantação de disciplinas específicas no curso.

Ainda no eixo do contato que os entrevistados tiveram com a educação empreendedora, partiu-se para a segunda questão: Em sua opinião quais iniciativas a Universidade poderia adotar para estimular o empreendedorismo? (Marque até "3" opções).

Gráfico 7 – Quais iniciativas a Universidade poderia adotar para estimular o empreendedorismo?



Fonte: Dados da pesquisa elaborados pelo autor. (2018)

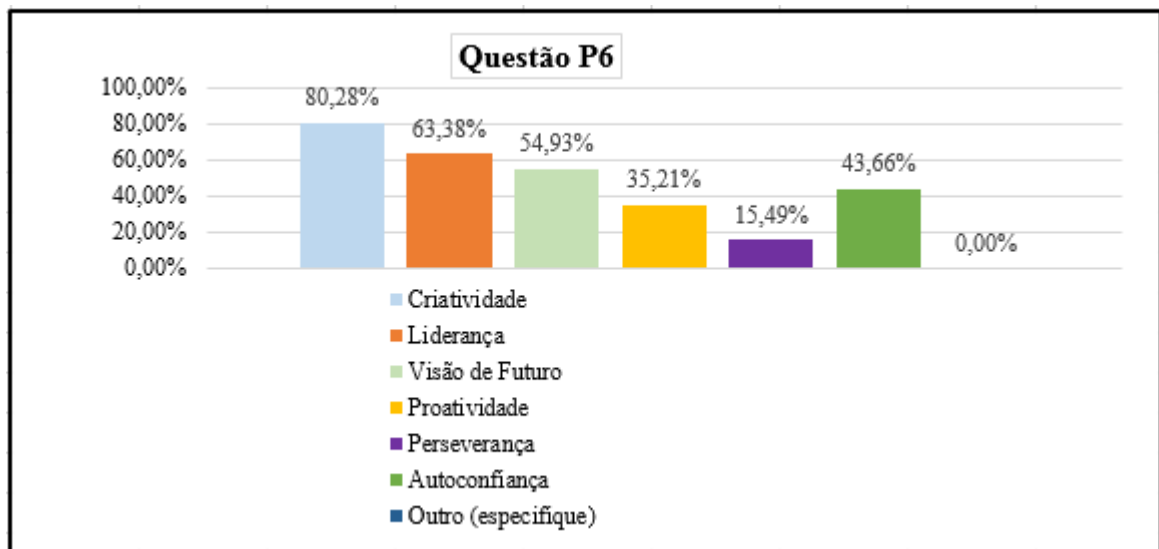
Percebe-se que os discentes de secretariado anseiam por disciplinas de empreendedorismo no curso, pois dos 74 respondentes, 49, ou seja, 66,22%, outros 56,76% desejam que seja realizada palestra com ex-alunos empreendedores, provavelmente para estimulá-los através do exemplo. E 40 discentes, 54,05% apontaram a empresa de juniores; apesar de existir no curso a empresa Excelência Jr, fundada de 2016, há algo a se observar, fazendo-se necessário a divulgação por parte dos componentes junto aos colegas de curso.

Finalizando o ciclo de perguntas que objetivaram identificar o contato que os entrevistados tiveram com a educação empreendedora, foi enunciado sobre as novas perspectivas de mercado de trabalho e a educação empreendedora, que levam o profissional a ir além das atribuições inerentes a sua profissão. Assim, quais características acredita que possam ser desenvolvidas, apreendidas ou aperfeiçoadas através da Universidade? (Marque até "3" opções).

Essa questão está voltada para a educação empreendedora e amplia a análise da pesquisa, de maneira que podem embasar pontos fortes para a sua conclusão. Dessa maneira, essas características representam a visão dos alunos sobre o tema e ampliam a visão da pesquisadora para identificar o grau de conhecimento e dos anseios que os alunos queiram desenvolver sobre empreendedorismo acerca de educação empreendedora.

As análises dos dados estão representadas no gráfico 8, abaixo descrito, conforme resultados obtidos após tabulação.

Gráfico 8 – Quais características acredita que possam ser desenvolvidas, apreendidas ou aperfeiçoadas através da Universidade?



Dados da pesquisa elaborados pelo autor. (2018)

Nota-se que os discentes acreditam na criatividade, com 80,28%, a liderança com 63,88%, visão de futuro com 54,93% e autoconfiança com 43,66%, são as características que podem ser desenvolvidas, apreendidas ou aperfeiçoadas na universidade, demonstrando assim que existe a necessidade de implantação de uma disciplina curricular de empreendedorismo.

O último bloco de questões objetivou **identificar o interesse para empreender**, o qual foi dividido em três questões, a saber:

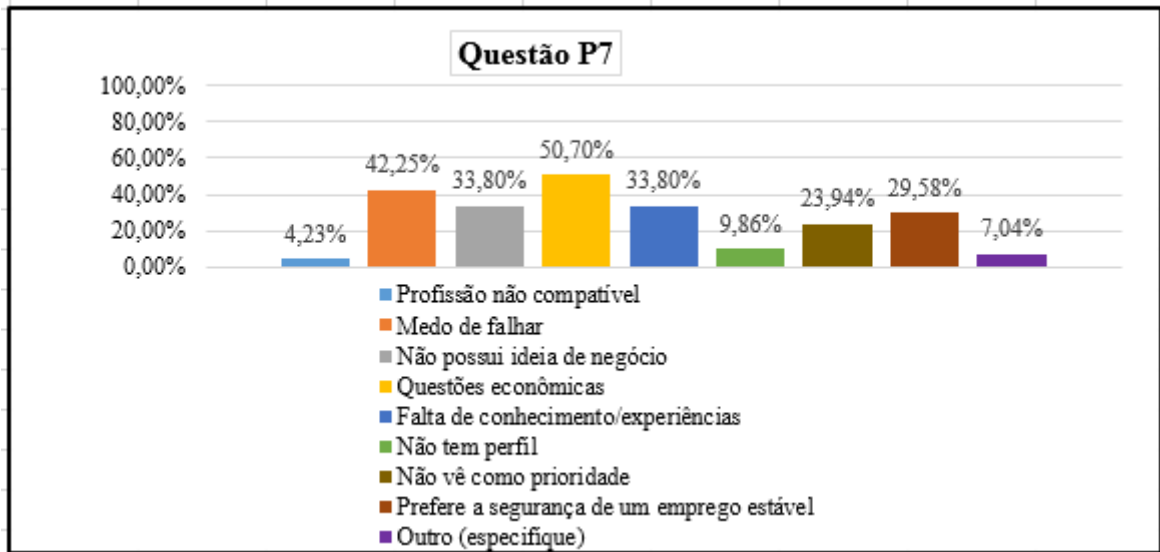
- Questão 7. Quais motivos levariam você a não empreender?
- Questão 9. Quais motivos levariam a criar o próprio negócio?
- Questão 10. Quais segmentos vislumbram como oportunidade de atuação do Secretário Executivo no mercado de trabalho para empreender?

A análise das respostas desse bloco de perguntas vai além de identificar o interesse para empreender, a análise se torna essencial para apreender características de potenciais empreendedores e suas motivações e possíveis oportunidades por eles identificadas.

Não houve premissas para desvirtuar o objetivo do bloco das questões, mas, o tema por ser amplo e fazer parte de um fenômeno social interdisciplinar e de movimento contínuo, tende a promover um panorama mais amplo desses respondentes, quiçá potenciais empreendedores.

Assim, a primeira questão a ser investigada se refere aos resultados que podem ser identificados no gráfico 9.

Gráfico 9 – Quais motivos o levariam a não empreender? (Marque até "3" opções)



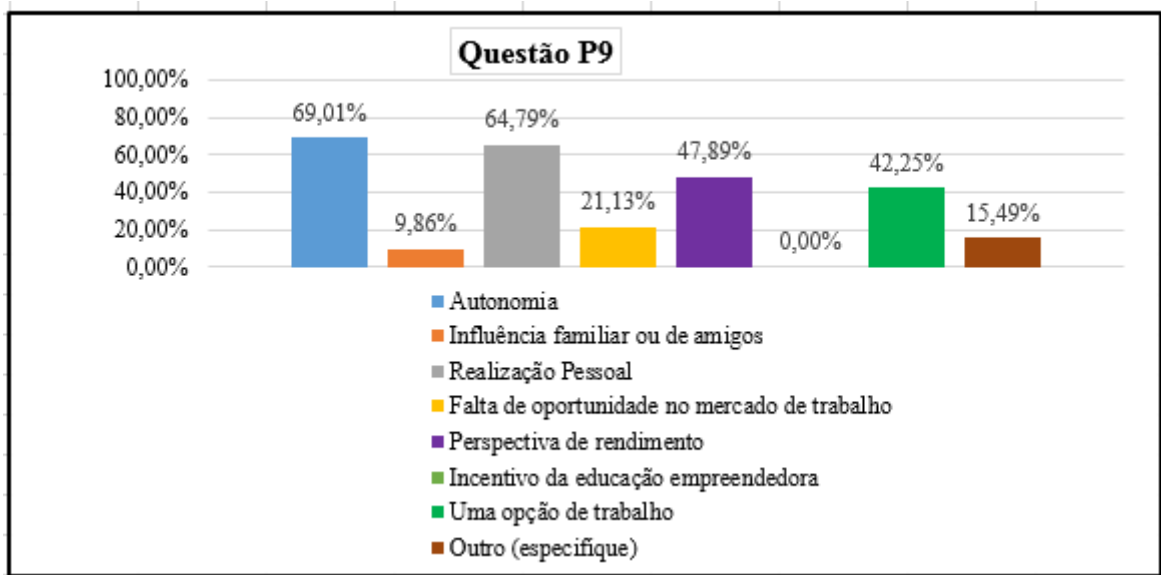
Fonte: Dados da pesquisa elaborados pelo autor. (2018)

Observa-se que dos respondentes, 50,70% alegam que não empreenderiam por questões econômicas, 42,25% por medo de falhar, e empatados com 33,80% por falta de conhecimento/experiências. Percebe-se que os discentes possuem uma concepção de que empreender é criar uma empresa, o que pode ser corroborado pelos resultados apresentados no gráfico 5, onde os alunos acreditam que as características de iniciativa e de criatividade são as duas principais para caracterizar uma atitude empreendedora.

Prosseguindo na análise do último bloco de perguntas, foram solicitados que os respondentes escolhessem entre três opções, quais motivos poderiam levar a criar o seu próprio negócio?

Foi dada a opção de marcar até três opções, conforme pode ser observado no Gráfico 10.

Gráfico 10 – Quais motivos poderiam levar a criar o seu próprio negócio?



Fonte: Dados da pesquisa elaborados pelo autor. (2018)

Essa questão objetivou principalmente traçar os principais motivos que os alunos respondentes podem ter latentes ou como uma forma de identificar futuros empreendedores, analisando a influência social e também como a educação empreendedora é apreendida em suas respostas.

Observou-se, inicialmente, que existe um equilíbrio percentual nos motivos de autonomia (69,01 %) e realização pessoal (64,79 %), o que seria, contudo, o primeiro fator de motivação. Em seguida, observou-se que existe um mesmo equilíbrio de percentuais, embora em percentuais abaixo dos anteriores, quanto à perspectiva de empreender pelos rendimentos (47,89 %) e pela opção de trabalho (42,25%).

A análise dos resultados acima citados converge para questões de amadurecimento do tema, contudo, sua abordagem e as ações da educação empreendedora podem modificar os índices de opção de trabalho não formal ainda na academia, visto que, os alunos não somente do Secretariado Executivo, mas, de outros cursos da UFS, precisam perceber ainda na universidade as diretrizes para terem o empreendedorismo como ponto de partida e fator de independência profissional, assim como oportunidade de superar riscos.

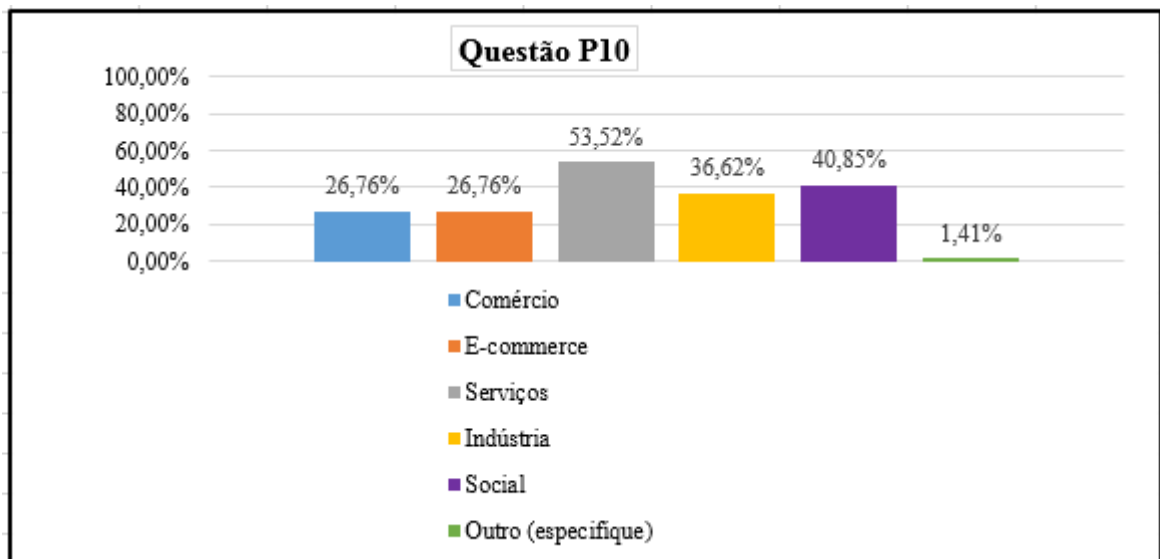
Outro ponto relevante está no aumento considerável e positivo dos respondentes distinguirem o empreendedorismo como oportunidade de trabalho (42,25%), em contrapartida do menor número de alunos que entendem que empreender seria motivado pela falta de oportunidade no mercado de trabalho (21,13 %).

Esses resultados refletem a influência do empreendedorismo como uma nova forma de trabalho não formal, e talvez os alunos já possam contemplar essa quebra de paradigma em virtude das atividades de extensão e na abordagem do tema nas disciplinas do curso, mesmo de maneira aleatória.

Finalmente, e tendo como ponto de partida a abrangência do empreendedorismo nos vários setores da economia, os quais muitas profissões podem expandir seu campo de atuação, foi solicitada na décima e última questão, que os alunos indicassem quais segmentos que vislumbram como oportunidade para atuação do Secretariado Executivo no mercado de trabalho como empreendedor.

Suas respostas estão representadas no gráfico de nº 11.

Gráfico 11 – quais segmentos que vislumbra como oportunidade para atuação do Secretariado Executivo no mercado de trabalho como empreendedor?



Fonte: Dados da pesquisa elaborados pelo autor. (2018)

Os percentuais analisados no gráfico 11 apontam para o percentual do segmento relativo a serviços (53,52 %) em que houve o maior vislumbre por parte dos entrevistados, mesmo porque, o empreendedorismo desse segmento está mais consolidado mundialmente e no Brasil através da expansão das micro e pequenas empresas pelo SEBRAE.

Com relação aos segmentos da indústria e ao social, 36,62% e 40,85% respectivamente, não houve muita diferença, em virtude das mudanças socioeconômicas e das ações de inclusão e de mobilização social promovidas de maneira crescente nas universidades, sendo o resultado entendido como uma forma positiva e fator chave para que o empreendedorismo social, voltado para a sustentabilidade e as causas sociais sejam o retrato

da nova força de trabalho, em que a educação empreendedora possa evoluir e ser sedimentada.

Com relação à análise dos percentuais empatados dos segmentos de E-commerce e de comércio, surpreendem um pouco os dados obtidos em um percentual de 26,76 % para ambos, visto que, as mídias sociais têm promovido e modificado o cenário econômico da comercialização através das plataformas eletrônicas, levando a várias opções de empreender.

Considerando que os índices de respostas foram os mais baixos para os dois segmentos acima citados, a análise abre várias hipóteses que podem ser ampliadas em trabalhos posteriores.

Contudo, ao se cruzar as análises das respostas obtidas sobre a pergunta de quando se ouviu falar de empreendedorismo pela primeira vez, obteve-se o maior percentual de respostas através dos meios de comunicação (33,78%), conforme observado no gráfico 4 (p. 39).

Nesse mesmo sentido, ao analisar as respostas obtidas quando se pergunta o que os alunos sabem sobre o empreendedorismo, somente 13,51% apontam os meios de comunicação como fonte de informação do tema (gráfico3, p.).

Sob essa ótica, existe uma discrepância em reconhecer que os meios de comunicação promovem e abordam o empreendedorismo, de maneira que são capazes de apresentar o assunto e despertar a atenção dos sujeitos dessa pesquisa, mas não conseguem gerar ou aprofundar um maior conhecimento sobre o empreendedorismo, mesmo como E-commerce ativo nas redes sociais.

Esse fato pode ser atribuído à falta de um maior esclarecimento do tema na academia, considerando ainda que, a internet é atualmente o maior meio de comunicação em massa, e que os alunos são internautas por opção e por necessidade na sociedade atual.

O quadro 5 associa os objetivos da pesquisa aos resultados encontrados, levando-se em conta o item de maior percentual, de maneira sucinta, a seguir:

Quadros 5 – Objetivos e resultados da pesquisa

OBJETIVOS	RESULTADOS	PERCENTUAL (%)
Conhecimento Sobre Empreendedorismo	Aprendeu em Sala de Aula	47,30%
	Meios de Comunicação	33,78%
	Característica que melhor define: Iniciativa	83,10%
Contato com a educação empreendedora	Curso de Extensão	68,93%
	Disciplinas de Empreendedorismo	66,22%
	Característica a ser desenvolvida: Criatividade	80,28%
Interesse para empreender	Questões econômicas	50,70%
	Autonomia	69,01%
	Serviços	53,52%

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Com base nos gráficos apresentados é possível identificar que os discentes do curso de Secretariado Executivo da UFS que responderam à pesquisa têm conhecimento sobre empreendedorismo, tiveram contato com a educação empreendedora na universidade e demonstraram interesse em empreender.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa objetivou traçar um diagnóstico sobre a percepção dos discentes de Secretariado da UFS sobre o Empreendedorismo. Foram elaboradas questões fechadas com o intuito de identificar se os discentes tinham conhecimento sobre o tema, se tiveram incentivos para empreender, e se havia interesse em empreender.

Os resultados demonstram que os participantes da pesquisa são em sua maioria jovens adultos, que se enquadram no perfil do jovem empreendedor, em sua maioria do gênero feminino, diferenciando-se, nesse sentido, em relação às pesquisas, por questões culturais, por ainda ser vista como uma “profissão de mulheres”, contando com discentes de início, meio e final de curso.

No tocante ao conhecimento do tema que contempla as questões de números 2, 3 e 8, observou-se que os discentes conhecem sobre o tema, com alguns “vícios”, que apreenderam, em sua maioria, em sala de aula, o que se tornou uma grata surpresa, pois demonstra que os docentes estão abordando o tema. Ouviram falar pela primeira vez através dos meios de comunicação e na universidade, e conseguiram identificar as características sobre o empreendedor que são: iniciativa e criatividade, segundo os teóricos.

Em relação ao contato com o empreendedorismo e estímulos para empreender, respondidos através das questões de números 4, 5 e 6, em sua maioria tiveram contato através de curso de extensão, ofertado em 2017.1 pelo DSE junto ao Núcleo de Empreendedorismo da UFS – Empreender UFS. Já em relação às iniciativas da UFS visando estimular o empreendedorismo foram destacados três pontos: disciplinas de empreendedorismo, palestras de ex-alunos empreendedores e empresas juniores, demonstrando-se assim que há interesse em aprender mais, com exemplos reais e de forma que possam colocar em prática os conhecimentos adquiridos inicialmente em empresa júnior. Acreditam que possam desenvolver características para se tornarem empreendedores, tais como: criatividade, liderança e visão de futuro.

Nos quesitos sobre o interesse em empreender, questões de números 7, 9 e 10, observa-se que questões econômicas aparecem em primeiro lugar, seguidas de medo de falhar, e empatadas: não possui ideia de negócio e falta de conhecimento/experiência. Percebe-se que acreditam que empreender é tão somente criar uma empresa, esquecendo-se de que o essencial é o capital intelectual, podendo contribuir no que já existe, percebendo as falhas e demandas em determinado setor, e assim contribuir e fazer a diferença na sociedade. Vislumbram que empreender traria autonomia, realização pessoal e uma perspectiva de

rendimento, porém é ensinado que precisam solucionar problemas em grandes empresas, não se atentando para as pequenas, que necessitam de pessoas com visão, liderança e criatividade.

Em relação aos segmentos para empreender, os serviços, o social e a indústria, respectivamente, são os mais citados, o que causou uma certa estranheza, já que a conectividade está tão em evidência e o segmento *e-commerce* tenha sido pouco escolhido.

Conclui-se que, a UFS apesar de seus 50 anos de existência ainda está engatinhando no quesito Educação Empreendedora, que no Brasil chegou no início dos anos 80; contudo, a criação do Núcleo de Empreendedorismo da UFS, em 2016, pode reverter essa situação, se efetivamente cumprir o seu papel de incentivar, formar e desenvolver as competências empreendedoras de criatividade e inovação entre discentes, docentes e servidores técnico-administrativos da UFS.

Conforme está descrito em seu regimento interno, contribuirá de forma benéfica para que a UFS forme profissionais flexíveis, com uma visão mais holística das situações, despertando nos discentes a necessidade de encontrar soluções, através de uma cultura empreendedora.

Com base nos dados encontrados nessa pesquisa, sugere-se que o DSE possa contribuir de forma mais contundente no que diz respeito aos seguintes pontos: inserir no projeto pedagógico do curso disciplina de empreendedorismo; viabilizar através do núcleo Empreender UFS oferta de curso de empreendedorismo social; estimular os docentes do curso a traçarem mecanismos em sala de aula, para identificar e estimular características empreendedoras; intermediar o contato da Excelência Júnior com os discentes do curso.

Faz-se necessário desenvolver e apresentar opções de negócios, bem como formas de empreender dentro das organizações, ou seja, o empreendedor corporativo e o intraempreendedorismo.

Diante do resultado, pode-se contar com o apoio do núcleo “Empreender UFS”, que possui como um de seus objetivos específicos: estimular a criação de disciplina no campo de empreendedorismo e inovação, nos projetos pedagógicos dos cursos, não se restringindo a ofertar curso de extensão, por não contemplar todos os alunos, e sugerir a oferta de curso de empreendedorismo social.

Torna-se cada vez mais urgente que a EE seja fomentada nos cursos da UFS, em especial no de Secretariado Executivo, já que recentemente foi publicado no Diário Oficial da União (DOU), o Decreto nº 9.262 de 09 de janeiro de 2018, o qual prevê a extinção de cargos efetivos vagos e que vierem a vagar, dos quadros de pessoal da administração pública federal,

e veda abertura de concurso público e provimento de vagas adicionais para os cargos que especifica (BRASIL, 2018).

Dentre esses cargos, o governo federal extingue o cargo de Secretariado Executivo de alguns órgãos dos quadros do Poder Executivo, a fim de que despertem para a necessidade de empreender, desenvolvendo suas habilidades de empreendedores, buscando assim alternativas de empregabilidade, já que muitos postos de trabalho estão fechando as portas para esse futuro profissional, tornando-se necessário estarem preparados para enfrentar as crises.

Sugere-se que esse tema venha a ser mais explorado dentro da academia, a fim de que se possa apreender o saber sobre o empreendedorismo, fundamentado nas bases científicas. Para isso, é necessário que os docentes e discentes do curso de Secretariado desenvolvam uma visão conjunta com o objetivo de conhecer e identificar as novas oportunidades de mercado e enfrentar os novos desafios profissionais da área, a fim de que o DSE saia na dianteira no que concerne à Educação Empreendedora, para melhor preparar os futuros profissionais.

A pesquisa contemplou os seus objetivos e contribuirá para que a academia perceba a necessidade de estimular a capacidade empreendedora nos discentes, bem como possibilitar uma reflexão acerca do seu papel, tornando-se assim um agente de mudança para quebrar paradigmas, inclusive podendo ser ampliada para a investigação em outros cursos da UFS.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Joana Gomes. **Percursos Alternativos, transições empreendedoras**. 2012. 314 f. Dissertação (Mestrado em Intervenção Social, Inovação e Empreendedorismo) – Faculdade de Economia da Faculdade de Coimbra, Portugal, 2012. Disponível em: <https://estudogeral.sib.uc.pt/bitstream/10316/21328/1/MISIE-%20Joana%20G.%20Almeida.pdf>. Acesso em: 20 set. 2017.

BRAGA, Kátia Soares. Aspectos relevantes para a seleção de metodologia adequada à pesquisa social em Ciência de Informação. In: MUELLER, Suzana Pinheiro (Org.). **Métodos para a pesquisa em Ciência da Informação**. Brasília: Thesaurus, 2007. 192 p. (Série Ciência da Informação e da Comunicação).

BRASIL Presidência da República, Casa Civil, Subchefia para Assuntos Jurídicos. Lei n. 10.097, de 19 de dezembro de 2000. <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l10097.htm> Acesso em 10/07/2013.

BRASIL JÚNIOR. Conceito Nacional de Empresas Juniores (CNEJ). Brasília: Confederação Brasileira de Empresas Juniores, 2011. Disponível em: <<https://www.brasiljunior.org.br/uploads/cms/institucional/file/file/5/CNEJ.pdf>>. Acesso em: 05 out. 2017.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando as asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas empresas: um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio**. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008. 320 p.

DORNELAS, José Carlos Assis Dornelas. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 3 ed., Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. 231 p.

DRUCKER, Peter Fedinand. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios**. Tradução de Carlos Malferari, 2 ed., São Paulo: Pioneira, 1987.

FERNANDES, Renê José Rodrigues. **Breve histórico do ensino de empreendedorismo no Brasil: Escola de negócios**. São Paulo: FGV, 2013. p. 36. Disponível em: <bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rgnn/article/download/60813/59032>. Acesso: 16 set. 2017.

FILION, L. J. O planejamento de seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações. **Rev. de Administração de Empresas**, FGV, São Paulo, jul. /set. vol. 31, n. 3, p. 63-71, 1991. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75901991000300006. Acesso em: 02 jul. 2017.

FLICK, Uwe. **Uma introdução à pesquisa qualitativa**. 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2004. 405 p.

FNQ, Brasil. **Modelo de excelência da gestão (MEG): guia de referência de excelência de gestão: relatório de gestão 2016**. Brasília: Fundação Nacional de Qualidade, 2016. Disponível em: <https://www.fnq.org.br/guia_referencia_MEG_21_abril_16.pdf>. Aceso: 01 set. 2017.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2008, 200 p.

GRECO, Simara Maria de Souza Silveira. (Coord.). **Empreendedorismo no Brasil: Relatório. GEM, Global Entrepreneurship Monitor de 2016**. Curitiba: IBQP, 2017. 280p. Disponível em: < <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/GEM%20Nacional%20-%20web.pdf>>. Acesso: 12 out. 2017.

HASHIMOTO, MARCOSES. **Espírito empreendedor nas organizações: aumentando a competitividade através do intra-empendedorismo**. São Paulo: Saraiva, 2006.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. Tradução de Teresa Cristina Felix de Souza. 7. ed. Porto alegre: Bookman, 2009.

IFDEP, INSTITUTO PARA O FOMENTO E DESENVOLVIMENTO DO EMPREENDEDORISMO EM PORTUGAL. **Empreendedorismo jovem: um olhar sobre Portugal**. Portugal, nov. 2014. Disponível: < http://www.ifdep.pt/assets/empreendedorismo-jovem_versao_web2.pdf > Acesso em: 20 abr. 2017

KAUARK, Fabiana; MANHÃES, Fernanda Castro; MEDEIROS, Carlos Henrique. **Metodologia da pesquisa: guia prático**. Itabuna: Via Litterarum, 2010. 88p.

LAVIERI, Carlos. Educação... empreendedora? In: LOPES, Rose Mary Almeida (org.). **Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas**. São Paulo: Sebrae, 2010. p. 1-16.
LAKATOS, E. M.; MARCONI, Marina A. **Metodologia Científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

LENZI, Fernando Cesar; KIESEL, Márcio Daniel (Org.) **O empreendedor de visão**. São Paulo: Atlas, 2009.

LIMA FILHO, Dario de Oliveira; SPROESSER, Renato Luiz; MARTINS, Éber Luis Capistrano. **Rev. Cienc. da Adm.**, Florianópolis, v. 11, n.24, maio/ago. 2009. Disponível em: < <https://periodicos.ufsc.br/index.php/adm/article/view/12189> >. Acesso em: 13 ago. 2017.

LOPES, Rose Mary Almeida (org.). **Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas**. São Paulo: Sebrae, 2010.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2003. 312 p.

MATOS, Antonio Carlos de; SOUZA, Alecsandro Araújo de. HARIZ, MMelhem Skaf. **Manual do Jovem Empreendedor**. Disponível:< [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/cb975d2c3a657cca8dc762e0cf6ac2c5/\\$File/NT000350A2.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/cb975d2c3a657cca8dc762e0cf6ac2c5/$File/NT000350A2.pdf)>Acesso em 28.abr.2016.

NEIVA, Edméa Garcia; D'ELIA, Maria Elizabete Silva. **As novas competências do profissional de Secretariado**. 2.ed. São Paulo: IOB, 2009. 281p

PAIVA Jr., Fernando Gomes; CORDEIRO, Adriana Tenório. Empreendedorismo e o espírito empreendedor: uma análise da evolução dos estudos na produção acadêmica brasileira. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO – ENANPAD, XXVII, 2002, Salvador, BA. **Anais...** Salvador: 2002. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/enanpad2002-eso-1576.pdf>. Acesso: 22 out. 2017.

PORTELA, Keyla Christina Almeida; SCHUMACHER, Alexandre Joaw. (Org.). **Gestão secretarial: o desafio da visão holística**. Cuiabá: Adeptus, 2009. 300 p.

REDFORD, D. T., OSSWALD, P., NEGRÃO, M. & Veríssimo, L. **Uma escola de futuro: empreendedorismo e capacitação dos jovens**. Programa Escolhas. Porto: Universidade Católica Portuguesa, 2013.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SEBRAE. **Iniciando um pequeno grande negócio**. Brasília: SEBRAE, 2001

SILVA, Fabiane da Costa e Silva; MANCEBO, Rafael Cuba; MARIANO, Sandra Regina de Holanda. Educação Empreendedora como Método: O Caso do Minor em Empreendedorismo e Inovação da UFF. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 6, n. 1, p. 196-216, 2017. Disponível em: <<http://www.spell.org.br/documentos/ver/44786/educacao-empreendedora-como-metodo--o-caso-do-m--->>. Acesso: 02 dez. 2017.

TERENCE, A. C.; ESCRIVÃO FILHO, E. Abordagem quantitativa, qualitativa e a utilização da pesquisa-ação nos estudos organizacionais. In: ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 26, 2006, Fortaleza. **Anais...** Rio de Janeiro: Abepro, 2006. Disponível em: <https://www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP2006_TR540368_8017.pdf>. Acesso em: 12 jan. 2018.

APENDICE A – CONVITE TERMO DE CONSENTIMENTO ESCLARECIDO**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE SECRETARIADO EXECUTIVO**

Convido para participar de forma voluntária, a responder questionário que é parte de uma pesquisa sobre Empreendedorismo, intitulada “Percepção dos Discentes de Secretariado Executivo, da Universidade Federal de Sergipe (UFS) sobre Empreendedorismo”, referente à Monografia desenvolvida como Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), pela discente Ana Luiza Gomes de Oliveira Silva, que tem como orientador a Professora Doutora Manuela Ramos da Silva. O objetivo da pesquisa consiste em identificar e caracterizar a percepção dos discentes do Curso de Secretariado Executivo sobre o Empreendedorismo, enfocando o conhecimento sobre o tema, habilidades desenvolvidas na Universidade e atitudes empreendedoras.

Solicito a colaboração e compreensão para que respondam ao questionário com a maior brevidade possível, a fim de que eu possa obter sucesso ao realizar a análise dos dados, ressaltando que o mesmo dura em média 5 (cinco) minutos.

Esclareço que será preservado o anonimato do respondente.

Agradeço a participação.

Ana Luiza Gomes de Oliveira Silva
Discente de Secretariado Executivo da UFS
aninha_40ufs@hotmail.com
55 79 991921222

Link para acessar o questionário: <https://pt.surveymonkey.com.br/r/K7H296C>

APENDICE B – QUESTIONÁRIO

1. Caracterização do respondente:

Gênero: () Fem () Masc Idade: _____ Período do curso: _____

No conceito adotado pelo *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2015, P.7): “empreendedorismo consiste em qualquer tentativa de criação de um novo empreendimento, como, por exemplo, uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente”. Considerando a explicação acima, apresentamos um conceito do tema visando identificar seu grau de identificação sobre o assunto. Nesse sentido, **marque a opção nas questões 2 e 3** que melhor atende ao seu conhecimento:

2. O que você sabe sobre empreendedorismo?

- () Desconheço o assunto;
- () Aprendeu sobre o tema em sala de aula;
- () Ouviu falar sobre empreendedorismo pelos meios de comunicação;
- () Conviveu ou convive com um empreendedor
- () Já é um empreendedor.
- () Outros _____

3. Onde ouviu falar de empreendedorismo pela 1ª vez?

- () No meio familiar
- () Ambiente de trabalho
- () Universidade
- () Convivência social
- () Meios de comunicação
- () Outros _____

4. A educação empreendedora é fundamental para preparar os jovens no novo contexto de mercado do trabalho caracterizados pelas mudanças tecnológicas e pela necessidade de criação de novos postos de trabalhos autônomos e independentes, nesse sentido, houve contato com iniciativas ligadas ao Empreendedorismo na Universidade? (**Marque até 3 opções**)

- () Não foi abordado o tema em disciplinas específicas.
- () Foi abordado o tema de maneira aleatória.
- () Congresso
- () Conferência
- () Disciplina curricular
- () Seminário
- () *Workshop*
- () Cursos de extensão
- () Outros _____

5. Em sua opinião quais iniciativas a Universidade poderia adotar para estimular o empreendedorismo? (**Marque até 3 opções**)

- () Formação de professores
- () palestra de Ex-alunos empreendedores
- () empresas juniores
- () estágios

- start ups*
- disciplinas de empreendedorismo
- incubadora de empresas
- Outros _____

6. As novas perspectivas de mercado de trabalho e a educação empreendedora, leva o profissional além das atribuições inerentes a sua profissão, assim, **quais as características** que acredita que possam ser desenvolvidas, apreendidas ou aperfeiçoadas na Universidade. (**Marque até 3 opções**)

- Criatividade
- Visão de Futuro
- Perseverança
- Liderança
- Proativo
- Autoconfiança

7. Quais motivos levariam você a **não** empreender? (**Marque até 3 opções**)

- Profissão não compatível
- Medo de falhar
- Não possui ideia de negócio
- Questões econômicas
- Falta de conhecimento/experiências
- Não tem perfil
- Não vê como prioridade
- Prefere a segurança de um emprego estável
- Outros _____

8. As principais pesquisas desenvolvidas pelos organismos que tratam do fomento e o desenvolvimento do empreendedorismo no Brasil e no mundo buscam identificar as características que melhor definem uma atitude empreendedora já discutidas e validadas pela academia, nesse sentido, dentre as características abaixo apresentadas, em sua opinião quais as que **melhor definem uma atitude empreendedora**? (**Marque até 3 opções**)

- Iniciativa
- Independência
- Tomar decisão
- Metas a alcançar
- Criatividade
- Risco
- Visão de futuro
- Outros _____
- Oportunidades
- Desafio
- Gestão de tempo

9. Quais motivos poderiam levar a criar o seu próprio negócio? (**Marque até 3 opções**)

- Autonomia
- Influência familiar ou de amigos
- Realização Pessoal
- Falta de oportunidade no mercado de trabalho
- Perspectiva de rendimento
- Incentivo da educação empreendedora
- Uma opção de trabalho
- Outros _____

10. O empreendedorismo abrange vários setores da economia, nos quais muitas profissões podem expandir seu campo de atuação, nesse sentido, indique quais segmentos que vislumbra como oportunidade para atuação do Secretariado Executivo como empreendedor?

- Comércio
- E-commerce
- Serviços
- Indústria
- Social
- Outros _____