

CARACTERÍSTICAS DO COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR DOS PROFESSORES DE EMPREENDEDORISMO DE ENSINO FUNDAMENTAL DE UMA SOLUÇÃO EDUCACIONAL

Maria de Fátima Sales Ribeiro

Graduanda do Curso de Administração do Centro Universitário 7 de Setembro (UNI7).

fatimasales.si@gmail.com

Roseilda Nunes Moreira

Professora adjunta do curso de Administração do Centro Universitário 7 de Setembro (UNI7). Doutoranda em Administração de Empresas pela Universidade de Fortaleza (UNIFOR). Mestre em Administração de Empresas pela UNIFOR. Especialista em Gestão Estratégica de Marketing pela Fundação Getúlio Vargas (FGV). Graduada em Administração pela Universidade Federal do Ceará (UFC).

roseilda.moreira@uni7setembro.edu.br

RESUMO

O desenvolvimento deste estudo se deu a partir da vontade de analisar as características do comportamento empreendedor nos professores que ensinam empreendedorismo numa solução educacional para as crianças de ensino fundamental, através do instrumento desenvolvido por David McClelland (1972) que verifica esses comportamentos empreendedores. O embasamento da pesquisa está no referencial teórico que reúne conceitos de empreendedorismo, o ensino do empreendedorismo e as características do comportamento empreendedor sob a luz da teoria de McClelland (1972). Utilizando-se do método quantitativo, o instrumento de coleta de dados foi através do questionário estruturado de McClelland (1972), teste esse também utilizado no programa de educação executiva EMPRETEC, oferecido pelo Sebrae, autorizado pela Organização das Nações Unidas. Os dados foram coletados em maio de 2017. A população foi composta por professores de empreendedorismo de ensino fundamental que participaram da solução educacional em questão ano de 2016. A maioria dos docentes alcançou pontuação acima de 15 em nove de dez características empreendedoras que McClelland (1972) propôs. O maior índice foi no comportamento planejamento e monitoramento sistemático e no comprometimento e o menor foi em persuasão e rede de contatos.

PALAVRAS-CHAVE: Características do comportamento empreendedor. Empreendedorismo. McClelland.

ABSTRACT

The development of this study started from the desire to analyze characteristics of entrepreneurial behavior on teachers who teach entrepreneurship in an educational solution for children from elementary and middle school through the tool developed by David McClelland (1972), which verifies such entrepreneurial behaviors. The basis of the research is the theoretical framework that brings together the concepts of entrepreneurship, entrepreneurial teaching and the characteristics of entrepreneurial behavior in the light of McClelland's theory. Using the quantitative method, the data collection instrument was McClelland's structured questionnaire (1972), a test that is also used in the program of executive education EMPRETEC, offered by Sebrae and authorized by the United Nations. The data were collected in May 2017. The population composed by teachers of entrepreneurship of elementary and middle school who participated in the educational solution in question year 2016. The majority of the teachers came to score above 15 in nine out of ten entrepreneurial characteristics that McClelland (1972) has proposed. The highest index was in the behavior "Systematic Monitoring and Planning" and in the Commitment, and the lowest was in Persuasion and Network.

KEYWORDS: Characteristics of entrepreneurial behavior. Entrepreneurship. McClelland.

1 INTRODUÇÃO

Vem sendo disseminado com bastante frequência no Brasil e no mundo a respeito do tema empreendedorismo, ser empreendedor, as características empreendedoras, no intuito de identificá-las e medi-las (CHIAVENATO 2007, DOLABELA 2006, DORNELAS 2015, MAXIMINIANO 2011, MCCLELLAND 1972), e atualmente, o mercado busca pessoas que possuam características empreendedoras, tendo em vista a grande chance de se obter êxito a partir de comportamentos empreendedores como iniciativa, inovação, correr riscos calculados, dentre outros (DOLABELA, 2006).

O Empreendedorismo, que teve suas origens no ramo empresarial (COSTA; BARROS; CARVALHO, 2011), pode ser analisado em outras áreas. Conforme traz Dornelas (2005, p. 38) “o processo empreendedor pode ser ensinado e entendido por qualquer pessoa”. Nesse sentido, o campo acadêmico pode ser um grande favorecedor do empreender.

Somando-se a isto, o Projeto Regional de Educação para a América Latina e Caribe (PRELAC), assume os pilares do século XXI sobre os sentidos da educação, que são: aprender a fazer, aprender a aprender, aprender a viver juntos, aprender a ser. Porém, em 2002, foi proposto para a vigência de 2002-2017, acrescentar um quinto pilar, o aprender a empreender, entendendo-se que é necessário formar os alunos para ter atitude proativa e inovadora, fazer propostas e tomar iniciativas (UNESCO, 2006).

No entanto, é demonstrada a importância deste ensino em um ambiente que favoreça o desenvolvimento das características empreendedoras, sabendo que pode-se aprender a ser empreendedor através da inserção de um sistema diferenciado de aprendizagem (DOLABELA, 2003; VESPER, 1987, *apud* RAMOS E FERREIRA, 2004). Para tanto, é fundamental destacar a figura influente do sujeito empreendedor para compreensão e aplicação do empreendedorismo (MURPHY, LIAO e WELSCH, 2006), que neste estudo serão os professores de ensino fundamental que ensinam empreendedorismo através de uma metodologia.

Sob essa ótica, para qualquer atividade voltada para o empreendedorismo é importante que o foco prevaleça na identificação e no entendimento das características do empreendedor, assim como, no desenvolvimento ativo dessas

habilidades. Introduzir estudos sobre o empreendedorismo contribui na procura constante de inovação, na construção da consciência crítica e na promoção de oportunidades para pessoas com o poder de mudar a realidade utilizando sua maestria (SCABENI; CRISÓSTIMO, 2008). Torna-se, portanto, medular desenvolver nos jovens a confiança na capacidade de desempenhar seu papel na construção do futuro e no progresso da sociedade.

Portanto, desenvolver as características empreendedoras utilizando uma metodologia de ensino-aprendizagem onde há um ambiente propício ao empreendedorismo que tenha espaço para reflexão, análise crítica, discussões, atividades lúdicas guiadas pelo docente é o que o empreendedorismo acadêmico almeja para fomentação da cultura empreendedora (Souza *et al*, 2004).

A cerca deste trabalho, objetiva-se analisar as Características do Comportamento Empreendedor (CCEs) presentes nos professores de ensino fundamental, capacitados para aplicar uma solução educacional para alunos de ensino fundamental. Como também, citar os conceitos de empreendedorismo sob a ótica de autores, descrever o ensino do empreendedorismo e avaliar as características do comportamento empreendedor.

A pesquisa utiliza metodologia estudo de caso com abordagem quantitativa e o Instrumento utilizado para a coleta de dados será por meio de questionário estruturado proposto por McClelland (1972) das características comportamentais empreendedoras.

Nessa perspectiva, foi escolhida uma solução educacional, oferecida por uma instituição de fomento ao empreendedorismo, voltada para o estudante do ensino fundamental das escolas cearenses, onde o docente recebe a capacitação para o ensino do empreendedorismo e tem a tarefa de aflorar o espírito empreendedor dos discentes.

Diante do exposto, a relevância deste artigo é contribuir com o debate sobre empreendedorismo e características empreendedoras, tanto para os professores quanto para as demais áreas. A partir deste influxo que chega por meio do instrumento de mensuração das características do comportamento empreendedor de McClelland (1972), é que se pretende verificar a manifestação das CCEs nos docentes capacitados por essa solução conforme o padrão de pontuações definidos na teoria.

2 REVISÃO DE LITERATURA

Nesta seção serão apresentados conceitos e fundamentos existentes na literatura científica sobre o tema que está sendo trabalhado e que orientarão esta pesquisa. São eles: citar os conceitos de empreendedorismo sob a ótica de autores, descrever o ensino do empreendedorismo e apontar as características do comportamento empreendedor.

2.1 EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo tem passado por várias transformações em seu processo de existência, tendo em vista a quantidade de criações e inovações conquistadas no século XX, como por exemplo, o avião motorizado, em 1903; o computador, em 1943; a chegada do homem à Lua em 1969, dentre outras; todas essas invenções foram criadas por pessoas, que acreditaram no seu projeto, que arriscaram e que verdadeiramente empreenderam (DORNELAS, 2015).

Desde o século XII até os dias atuais, o tema empreendedorismo vem sendo desenvolvido por economistas, comportamentalista; estudiosos de diversas áreas do conhecimento (GREATTI, 2005).

Mostra-se a visão de empreendedores por três ângulos indispensáveis. O primeiro através dos comportamentos, como traz McClelland (1972) acreditando que os empreendedores têm características próprias no seu comportamento; o segundo com enfoque econômico, conforme Schupeter (1985) que demonstra que o empreendedor age através da inovação e o terceiro como sujeito social trazida por Weber (2003) que não elimina as características sociais dos grupos onde o empreender está alocado.

Vários autores têm seu conceito de empreendedorismo. Para Drucker (2010), por exemplo, não é arte e nem ciência, e sim uma prática e uma disciplina, portanto pode ser aprendida e implementada na mudança de comportamento da pessoa.

Empreendedorismo pode ser definido de várias maneiras, contudo, a essência se resume em fazer a diferença, empregar eficientemente os recursos disponíveis, assumir riscos calculados, buscar oportunidades e poder de inovação (DORNELAS, 2005). Em outra ideia, é a criação de valor entre indivíduos e

organizações unindo-se para implementar uma ideia por meio da criatividade, capacidade de transformação e o cálculo da zona de risco (LEITE, 2008).

No entanto, Costa, Cericato e Melo (2007) mostram que empreendedorismo é uma maneira de ver a inovação na prática, mostrando as pessoas como objetos principais para que essas ideias inovadoras se transformem em modelos de negócios. Já Chiavenato (2007), por sua vez, interpreta que empreendedor não é apenas aquele que tem ou cria uma empresa, mas é aquele que ajuda a alavancar a economia, a florescer recursos, a fomentar talentos e a dinamizar as ideias.

Portanto, o empreendedorismo ocorre de forma pessoal, voltado para as competências, habilidades e atitudes de cada pessoa, mostrando que não há uma forma de defini-lo e nem de explicar as ações desses sujeitos empreendedores.

2.1.1 Empreendedorismo no Brasil

O surgimento do empreendedorismo no Brasil; foi na década de 90, onde houve grande abertura da economia. E percebeu-se dois problemas mais visíveis: os empreendedores não tinham conhecimentos suficientes para administrar seus negócios e ainda tinha pouca política pública ou privada para ajudar no fomento desses negócios. Então o Sebrae começou a dar um suporte para esses novos empreendimentos e, foi criada a Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software), antes disso, praticamente não se falava em empreendedorismo e em criação de pequenas empresas no Brasil (DORNELAS, 2015).

A divulgação do empreendedorismo no Brasil dá-se por conta do governo e da sobrevivência de vários trabalhadores que saíram das grandes estatais após o processo de privatização. A partir daí, o Estado se propõe a fornecer subsídios, para que os trabalhadores tivessem a possibilidade de contribuir para o desenvolvimento e a geração de emprego no Brasil.

Segundo estudo da *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), pesquisa que mede a evolução do empreendedorismo no Brasil em relação a outros países, existe dois tipos de empreendedorismo no Brasil: o empreendedorismo de oportunidade, onde o empreendedor sabe aonde quer chegar, planeja, tem em mente os passos para o crescimento do seu negócio, visando o lucro, oferecer empregos e unir

riquezas. O empreendedorismo de necessidade, onde o empreendedor começa a empreender por falta de emprego e renda (GEM, 2013).

Os órgãos que auxiliam como apoio ao empreendedorismo são aqueles que ajudam o empreendedor na sua caminhada. Esses órgãos fornecem orientações para o empreendedor guiar seu negócio, minimizando as ameaças que possam aparecer (HISRICH E PETERS, 2004).

No Brasil existem alguns órgãos que orientam na atividade empreendedora. Para Medeiros (2012) o SEBRAE é um dos órgãos mais importantes, pois gera e transpassa o conhecimento para empresários e potenciais empreendedores.

Atualmente o Brasil é rico em jovens empreendedores, principalmente no que diz respeito a tecnologias e inovações e tem-se avançado, a passos curtos, as políticas públicas para consolidar o empreendedorismo como alternativa ao desemprego, como ajuda no desenvolvimento econômico, diminuição da desigualdade social, fomentação do protagonismo juvenil, dentre outros.

2.1.1.1 Ensino do Empreendedorismo

Já é perceptível em diversos países a presença do empreendedorismo nos currículos escolares mostrando que a educação é o principal passo para o desenvolvimento dos futuros empreendedores.

A origem do ensino do empreendedorismo está associada aos cursos de administração de empresas como uma necessidade prática. No Brasil, o primeiro curso de empreendedorismo aconteceu em 1981, na Fundação Getúlio Vargas (HENRIQUE; CUNHA, 2008).

O ensino de empreendedorismo nos leva a verificar uma quebra de paradigmas na tradição didática, a sala de aula torna-se um ambiente onde as atitudes, os comportamentos, as sensações e os sonhos ganham espaço também no processo de ensino. Essa metodologia de ensino do empreendedorismo, tem o intuito de trabalhar o fortalecimento dos valores empreendedores na sociedade, promovendo a capacidade de inovação, de autonomia e de ser protagonista da própria história (DOLABELA, 2003).

A prática escolar se vincula ao mundo do trabalho e se envolve diretamente com todos os processos de vida do aluno (BRASIL, 1996). Leva-nos então a

conclusão de que é necessário despertar e estimular o potencial empreendedor, se dedicando através da educação brasileira, utilizando o sistema educacional como meio de divulgação e propagação da cultura empreendedora.

Portanto, torna-se imprescindível esclarecer que o aluno é o ser central da sala de aula e o professor, o facilitador da aprendizagem que deve atuar ajudando, aconselhando, questionando, todas as atividades ofertadas dentro e fora da sala de aula (DOLABELA, 1999)

O ensino do empreendedorismo compreende-se em três pontos singulares no desenvolvimento de uma sociedade mais empreendedora, como exposto abaixo.

- 1- O empreendedorismo é apresentado como uma opção de carreira concreta e possível, ao desenvolver mentalidades mais criativas e ferramentas que facilitam a criação de novos negócios;
- 2- A educação em empreendedorismo facilita o domínio da técnica e o desenvolvimento das competências pessoais e sociais necessárias a uma carreira de sucesso;
- 3- Os encarregados de educação, os investigadores e os educadores assumem um papel importante, ao multiplicar o conhecimento associado ao empreendedorismo (REDFORD, 2009, p. 7)

Educação Empreendedora difere-se do ensino de apenas teorias, pois este processo envolve o aprendizado de conhecimentos, habilidades, atitudes e qualidades. O ensino do empreendedorismo deve ocorrer de uma maneira diferenciada do ensino tradicional, é relevante a utilização de metodologias que levem o discente ao contato com a prática do empreendedorismo (LOPES, 2010).

Observando esses conceitos, submete-se o empreendedorismo à educação, onde os docentes são empreendedores criando ou modificando atividades em sala de aula e fazendo a diferença no ensino; podendo assim ajudar na construção do comportamento empreendedor no seu corpo discente (MARTINS, 2014).

Portanto, o espaço escolar, que é um local utilizado para formação da criança, deve se modificar para ajudar nessa formação, mostrando que essas crianças podem ser agentes transformadoras, trabalhando suas capacidades de serem protagonistas do presente e do futuro. A criança, aprendendo a ser protagonista transformadora da sua história, teria em si características essenciais para que venha fazer a diferença no seu ambiente de inserção, promovendo mudanças positivas, arriscando de forma calculada, identificando oportunidades e tomando iniciativas.

2.2 CARACTERÍSTICA DO COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR

Pesquisadores de diversos ramos de atividade da ciência como: a psicologia, administração, economia, sociologia, filosofia, dentre outras, se dedicaram a pesquisar o perfil do empreendedor, seu papel, suas características, ocasionando o surgimento de uma gama de definições.

Uma revisão da literatura foi apresentada por Dutra (2002) levantando os principais conceitos, ao longo da história, de alguns autores sobre características do empreendedor (figura 1).

Figura 1 – Características históricas do empreendedor

	Autores	Características
1948	Mill	Assume riscos.
1917	Weber	Origem da autoridade formal.
1934	Schumpeter	Inovação, iniciativa.
1954	Sutton	Desejo por responsabilidade.
1959	Hartman	Origem da autoridade formal.
1961	McClelland	Assume riscos; necessidade para a realização.
1963	Dauids	Ambição. Voltado para a independência responsabilidade; autoconfiaça.
1964	Pickle	Condutor/mental; relações humanas; compatibilidade; conhecimento técnico.
1971	Palmer	Risco calculado.
1973	Winter	Necessidade pelo poder.
1974	Borland	Internalidade (locus of control).
1974	Liles	Necessidade para a realização.
1977	Gasse	Orientação para valores pessoais.
1978	Timmons	Condutor/autoconfiante; orientado para as metas; criatividade/inação.
1980	Sexton	Energia/reação de ambição positiva para revés.
1981	Welsh e White	Necessidade para o controle; procura responsabilidade; procura desafios; assume riscos moderadamente.
1982	Dunkelberg e Cooper	Orientado para o crescimento; orientado para a independência; orientado para artesanato.
1986	Fernald e Solomon	Valores dos empreendedores.
1987	Winslow e Solomon	Mais do que inconformado, suavemente sociopata.

Fonte: Solomon e Winslow (1988 *apud* DUTRA, 2002)

Mai (2006) destaca que, se uma pessoa tem características comportamentais que são encontradas em empreendedores de sucesso, essa pessoa terá grandes chances para empreender. Na contramão desse pensamento, não é apenas o perfil empreendedor que garantirá o sucesso, porém sem ele a caminhada poderá ser um pouco mais árdua. Para outros autores, como Longenecker, Moore e Petty (1998,

apud MAI, 2006) verificou-se que a necessidade de realização, a disposição para assumir riscos e a autoconfiança são as três características básicas que identificam o espírito empreendedor.

Dutra e Previdelli (2003) chegaram à conclusão de que essas características poderiam ser divididas em dois fatores: fatores psicológicos e sociológicos, como por exemplo, iniciativa e independência, criatividade, visão de longo prazo, padrão de excelência, necessidade de realização, dentre outros e; fatores ambientais ou econômicos que são capacidade de trabalhar grupos de apoio, capacidade de buscar investidores, capacidade de superar obstáculos pela conjuntura econômica, maior utilização da tecnologia.

O que é preciso para aprender a empreender é um comportamento proativo, devendo assim, existir o desejo de aprender a ter autonomia, com criatividade, liderança e visão holística do futuro (DOLABELA, 2003).

Existem três características básicas para um empreendedor. São elas: necessidade de realização: bastante pessoal, geralmente é essa necessidade que vai diferenciar um empreendedor de outro; disposição para assumir riscos: trabalhar o método de riscos calculados e autoconfiança: acreditar na força de escolha e na tomada de decisão (CHIAVENATO, 2007).

Todavia, Fonseca e Muyder (2010) consideram McClelland um dos principais autores que baseiam suas pesquisas no comportamento das pessoas em relação ao empreendedorismo. Foi David McClelland (1972) que identificou os dez comportamentos comuns aos empreendedores, denominando como características do comportamento empreendedor (CCE).

Um estudo de competência e habilidades realizado nos anos 80, através de um contrato com a Agência de Desenvolvimento Internacional dos Estados Unidos (*Usaid*), com a McBer&Company (Dr. David McClelland) e *Management Systems International* (MSI), tinha como objetivo desenvolver maneiras de selecionar e capacitar empreendedores, porém, uma das etapas desse estudo foi identificar as principais características do empreendedor de sucesso (GURGEL, 2015).

McClelland (1972) elaborou uma maneira de avaliar as características do comportamento empreendedor, identificou, assim, os dez principais comportamentos empreendedores. Trata-se de um teste contendo 55 afirmações para autorreflexão do participante, onde cada questão apresenta cinco opções de respostas na escala

Likert, ou seja, atribui um valor de 1 a 5, sendo ele: 1 - nunca, o 2 - raras vezes, 3 - algumas vezes, 4 - usualmente e 5 - sempre.

Através desse estudo, conseguiu-se traçar um perfil das competências empreendedoras, que hoje é usada na solução Empretec. O Empretec é uma metodologia da Organização das Nações Unidas (ONU), cedido e realizado exclusivamente pelo Sebrae, voltada para o desenvolvimento das características do comportamento empreendedor. São estas as dez características do comportamento empreendedor, segundo McClelland (1972): Busca de oportunidade e iniciativa, persistência, correr riscos calculados, exigência de qualidade e eficiência, comprometimento, busca de informações, estabelecimento de metas, planejamento e monitoramento sistemáticos, persuasão e rede de contatos e independência e autoconfiança (SEBRAE, 2016).

Desse modo, mesmo diante de tantas teorias, a pesquisa desenvolvida por McClelland (1972) foi a que resultou em um dos poucos instrumentos que mensura as características comportamentais dos empreendedores.

3 MÉTODO

Metodologias são maneiras, meios que se pode seguir na busca do conhecimento. Por conseguinte, a metodologia mostra-se como uma etapa fundamental para desenvolver, analisar e executar os objetivos explanados nesta pesquisa (ANDRADE, 2012).

Nesse viés, este capítulo tem por finalidade explicar a metodologia que foi utilizada no processo de coleta e tratamento dos dados, o tipo de amostra e instrumento de pesquisa, para ajudar na verificação das Características do Comportamento Empreendedor (CCEs) presentes nos professores de ensino fundamental, capacitados para aplicar a solução educacional.

A definição de pesquisa relaciona-se a ação racional e metódica, objetivando resolver os problemas acusados durante a pesquisa, entregando, assim, respostas (GIL, 2007). A presente pesquisa caracterizou-se como exploratória descritiva.

Para a pesquisa em questão, tornou-se elementar o uso da pesquisa exploratória, pois promoveu maior conhecimento sobre o tema a ser pesquisado oferecendo explicações e alternativas para a situação, alicerçando a sua utilização

com a fala de Gonçalves (2014) que mostra a pesquisa exploratória como maneiras de descobrir, elucidar fenômenos ou a explicar aqueles que eram óbvios, mas não admitidos. É descritiva, pois a pesquisa descritiva tem como objetivo descrever a população quanto as suas particularidades ou um fenômeno, além de determinar se existe relação entre as variáveis estudadas (MASCARENHAS, 2012).

Quanto aos procedimentos, utilizou-se a pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo. Para Severino (2008), a pesquisa bibliográfica acontece quando há buscas de registros disponíveis, advinda de pesquisas já publicadas em documentos como livros, periódicos, artigos, teses etc. Utilizou-se neste trabalho a pesquisa bibliográfica acreditando na ótica de Freire-Maia (1998) dizendo que a ciência das bibliografias é a ciência-processo, pois está em constante elaboração, teste e discussão. A pesquisa de campo, de acordo com Fonseca (2002), enfatiza-se pelas investigações em que, além da pesquisa bibliográfica, realizou-se também a coleta de dados junto à amostra, com o recurso de diferentes tipos de pesquisa.

A natureza desta pesquisa foi quantitativa, tendo em vista que as averiguações são empíricas, sabendo que sua finalidade foi verificar as características de determinados grupos de indivíduos medidas através de variáveis quantificadas nos dados coletados (MARCONI & LAKATOS, 2006).

O universo da pesquisa consistiu em aproximadamente 300 professores capacitados no ano de 2016 à metodologia para o ensino do empreendedorismo nas escolas municipais do Ceará, nessa pesquisa, utilizou-se de escolas em Fortaleza, contendo o universo de 165 professores aproximadamente.

A amostra do estudo foi não-probabilística intencional. Para Mattar (2005), amostra não-probabilística é a eleição dos elementos da população para compor a amostra dependendo da escolha do pesquisador ou do entrevistador no campo. Conforme Costa Neto (1977), as amostras intencionais estão enquadradas no fato em que a pessoa responsável pela pesquisa escolhe por si só os elementos que pertencerão à amostra, julgando os elementos escolhidos representativos para a população. Para esse trabalho, a amostra foi constituída por professores da metodologia, atingindo um total de 53 indivíduos.

O Instrumento utilizado para a coleta dos dados foi por meio de um questionário estruturado proposto por McClelland (1972), onde identifica os dez principais comportamentos empreendedores através de um teste contendo 55

afirmações para autorreflexão do participante. Cada questão apresenta cinco opções de respostas na escala *Likert*, ou seja, atribui um valor de 1 a 5, sendo ele: 1 - nunca, o 2 – raras vezes, 3 - algumas vezes, 4 - usualmente e 5 - sempre.

A tabulação é uma forma de padronizar e codificar as respostas conseguidas através dos instrumentos de coleta de dados, a fim de facilitar a leitura e interpretação dos resultados da pesquisa (RICHARDSON, 1999), e para ajudar na tabulação e nos gráficos das respostas do questionário é que o instrumento foi automatizado através da utilização de planilhas do Excel, seguindo o raciocínio de McClelland (1972) quanto à autoavaliação das CCEs, como mostra a figura 02.

Figura 02: Questionário padrão de autoavaliação das CCEs

CCEs	Avaliação das informações	Pontuação
Busca de oportunidades e iniciativa	$\frac{\quad}{(1)} + \frac{\quad}{(12)} + \frac{\quad}{(23)} - \frac{\quad}{(34)} + \frac{\quad}{(45)} + 6$	= _____
Persistência	$\frac{\quad}{(2)} + \frac{\quad}{(13)} + \frac{\quad}{(24)} - \frac{\quad}{(35)} + \frac{\quad}{(46)} + 6$	= _____
Comprometimento	$\frac{\quad}{(3)} + \frac{\quad}{(14)} + \frac{\quad}{(25)} + \frac{\quad}{(36)} - \frac{\quad}{(47)} + 6$	= _____
Exigência de qualidade e eficiência	$\frac{\quad}{(4)} + \frac{\quad}{(15)} + \frac{\quad}{(26)} + \frac{\quad}{(37)} + \frac{\quad}{(48)} + 0$	= _____
Correr riscos calculados	$\frac{\quad}{(5)} + \frac{\quad}{(16)} + \frac{\quad}{(27)} - \frac{\quad}{(38)} + \frac{\quad}{(49)} + 6$	= _____
Estabelecimento de metas	$\frac{\quad}{(6)} - \frac{\quad}{(17)} + \frac{\quad}{(28)} + \frac{\quad}{(39)} + \frac{\quad}{(50)} + 6$	= _____
Busca de informações	$\frac{\quad}{(7)} + \frac{\quad}{(18)} - \frac{\quad}{(29)} + \frac{\quad}{(40)} + \frac{\quad}{(51)} + 6$	= _____
Planejamento e monitoramento sistemático	$\frac{\quad}{(8)} + \frac{\quad}{(19)} + \frac{\quad}{(30)} - \frac{\quad}{(41)} + \frac{\quad}{(52)} + 6$	= _____
Persuasão e rede de contatos	$\frac{\quad}{(9)} - \frac{\quad}{(20)} + \frac{\quad}{(31)} + \frac{\quad}{(42)} + \frac{\quad}{(53)} + 6$	= _____
Independência e autoconfiança	$\frac{\quad}{(10)} - \frac{\quad}{(21)} + \frac{\quad}{(32)} + \frac{\quad}{(43)} + \frac{\quad}{(54)} + 6$	= _____
Fator de correção	$\frac{\quad}{(11)} - \frac{\quad}{(22)} - \frac{\quad}{(33)} - \frac{\quad}{(44)} + \frac{\quad}{(55)} + 18$	= _____

Fonte: Bartel (2010)

A fim de evitar, mesmo que inconsciente, uma autovalorização excessiva da imagem do respondente, há no questionário uma correção da pontuação chamada Fator de Correção que, se constatando essa autovalorização, é aplicado esse Fator de Correção (figura 03) ao final de cada uma das CCEs (figura 04).

Figura 03: Fator de correção

Se o total do Fator de Correção for:	Faça a correção da pontuação de cada CCE, de acordo com o número abaixo:
24 ou 25	7
22 ou 23	5
20 ou 21	3
19 ou menos	0

Fonte: Bartel (2010)

Figura 04: Folha de pontuações

Características	Pontuação Original	Fator de Correção	Total Corrigido
Busca de oportunidades e iniciativa	-	=	
Persistência	-	=	
Comprometimento	-	=	
Exigência de qualidade e eficiência	-	=	
Correr riscos calculados	-	=	
Estabelecimento de metas	-	=	
Busca de informações	-	=	
Planejamento e monitoramento sistemático	-	=	
Persuasão e rede de contatos	-	=	
Independência e auto confiança	-	=	

Fonte: Bartel (2010)

Para aplicação deste questionário, o mesmo foi enviado por meio eletrônico e, a fim de garantir maior efetividade na coleta das informações, os professores foram abordados também pessoalmente. Constou no próprio questionário o objetivo da pesquisa e contatos com o pesquisador em caso de dúvidas.

4 RESULTADOS DA PESQUISA

Neste capítulo há a apresentação dos dados obtidos através da aplicação do questionário de McClelland (1972), assim como, a interpretação desses dados na busca de alcançar o objetivo do artigo.

A fim de melhorar a visualização dos resultados da pesquisa, dividiu-se esse capítulo em três subcapítulos onde há o objeto do estudo de caso, a abordagem do perfil da amostra pesquisado, quanto ao gênero, renda, tempo que leciona, faixa etária, escolaridade, dentre outros. Assim como, os dados encontrados mostrados através de gráficos e, por fim, a apresentação dos resultados quanto às características do comportamento empreendedor encontrados.

4.1 OBJETO DE ESTUDO – Empresa X

Yin (2005, p. 36) define estudo de caso “como outras estratégias de pesquisa, representa uma maneira de investigar um tópico empírico seguindo-se um conjunto de procedimentos pré-especificados”.

A empresa favorecedora deste estudo optou por não revelar-se, porém, para melhor entendimento, a empresa em questão lida com potenciais empreendedores e/ou empreendedores que buscam suas capacitações em gestão e desenvolvimento; além de contar com vários projetos, sendo um deles este, que é o objeto desse estudo.

O estudo de caso se faz necessário dado o assunto subjetivo que a solução educacional ocasiona nos professores de ensino fundamental em relação as características empreendedoras; conseguir visualizar esse retorno de incentivo ao perfil empreendedor nos professores dessa solução é o desafio deste trabalho e a maneira encontrada para tal feito é através do estudo de caso.

4.2 ANÁLISE DOS RESULTADOS

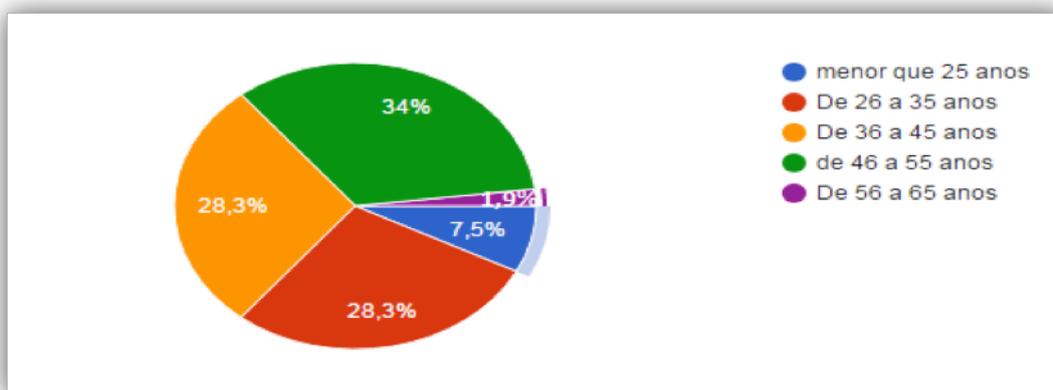
A partir desse capítulo, serão apresentados os gráficos gerados através do questionário de McClelland (1972) para verificar as características do comportamento empreendedor nos professores de ensino fundamental capacitados por uma solução educacional em empreendedorismo.

Será exposto o confronto entre os resultados esperados e os resultados encontrados de acordo com os objetivos específicos da pesquisa.

4.2.1 Perfil dos Professores Pesquisados

O total da amostra foi de 53 professores, abordados eletronicamente e pessoalmente em 5 escolas do município de Fortaleza, que foram capacitados na solução educacional ofertado pela empresa X. Destes 53, 5,7% era do gênero masculino e 94,3% era do gênero feminino. A faixa etária dos participantes obteve bastante representatividade, 34%, na faixa etária de 46 e 55 anos; Ambas as faixas etárias entre 26 e 35 anos e 36 a 45 anos obtiveram 28,3% de representatividade, como mostra o gráfico abaixo.

Gráfico 01 – Faixa etária



Fonte: Dados da pesquisa (2017)

A renda salarial dos professores foi praticamente a mesma, 96,2% dos participantes têm renda de 3 a 6 salários mínimos, como pode-se observar através do Gráfico 02.

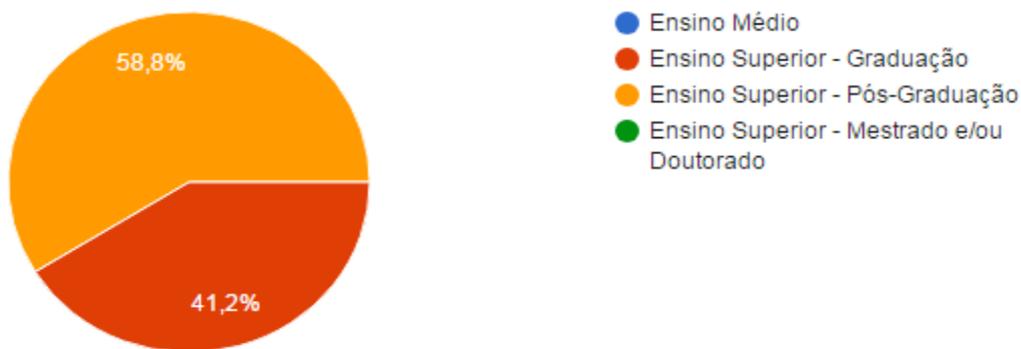
Gráfico 02 – Renda salarial



Fonte: Dados da pesquisa (2017)

Diante do exposto, mostra-se a importância de saber a escolaridade desses professores (Gráfico 03) e, em seguida, o tempo que leciona (Gráfico 04) para ser melhor analisada as informações do perfil dos professores.

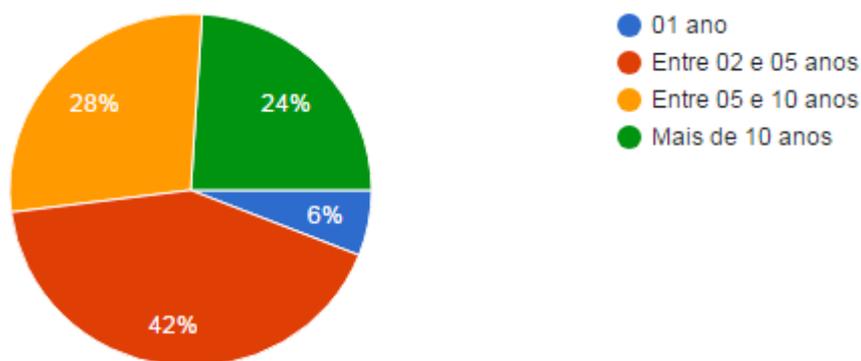
Gráfico 03 – Escolaridade



Fonte: Dados da pesquisa (2017)

Percebe-se nesse gráfico que 58,8% dos professores são pós-graduados e que 41,2% graduados, ou seja, o salário é compatível tendo apenas a graduação ou com a pós-graduação.

Gráfico 04 – Tempo que leciona



Fonte: Dados da pesquisa (2017)

Nota-se que 42% dos professores já lecionam entre 02 e 05 anos, e que 28% lecionam entre 05 e 10 anos, além de 24% estarem na ativa a mais de 10 anos; mostrando assim que a maioria dos professores tem experiência como docente.

4.3 ANÁLISE E DISCUSSÕES DOS DADOS

Os resultados do questionário retratam uma metodologia própria já validada por McClelland (1972). Cada pergunta remete a uma das dez características empreendedoras do modelo de McClelland (1972). Para cada bloco de perguntas, uma era acrescida ao índice de correção do modelo. Dos 90 questionários enviados, 53 foram respondidos e 7 foram descartados por conter itens não respondidos.

Neste capítulo aborda-se o fator de correção e a necessidade de sua utilização e a discussão quanto aos dados encontrados na pesquisa, confirmando a existência das características comportamentais empreendedoras nos professores respondentes.

4.3.1 Fator de Correção – Autoimagem Excessivamente Favorável

A fim de evitar, mesmo que inconscientemente, uma autovalorização excessiva da imagem do respondente, McClelland (1972) elaborou uma correção da pontuação do questionário chamada Fator de Correção que, se constatando essa autovalorização, é aplicado esse Fator de Correção.

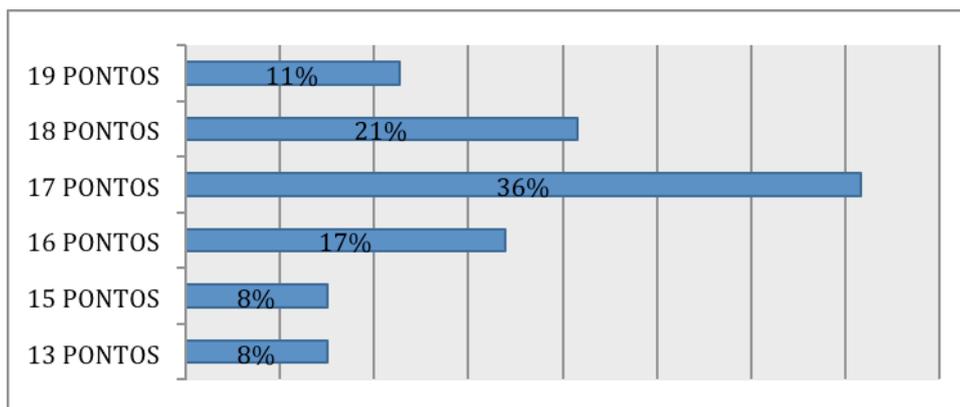
Conforme mostrou-se na figura 03, apresentada na metodologia deste artigo, são acrescentadas as pontuações extras nas CCEs que obtiverem seu somatório maior que 19 pontos. Nessa pesquisa não foi necessário aplicar o fator de correção a nenhum participante.

4.3.2 Características do Comportamento Empreendedor - Professores de Ensino Fundamental de Empreendedorismo

Para McClelland (1972), a pontuação esperada para um comportamento empreendedor deve ser superior a 15 pontos, ele considera uma pontuação mínima para cada um dos comportamentos, sendo 15 pontos o mínimo e 25 o máximo.

No gráfico 05 será apresentado o resultado da primeira, de dez, características do comportamento empreendedor.

Gráfico 05 – Busca de oportunidade e iniciativa

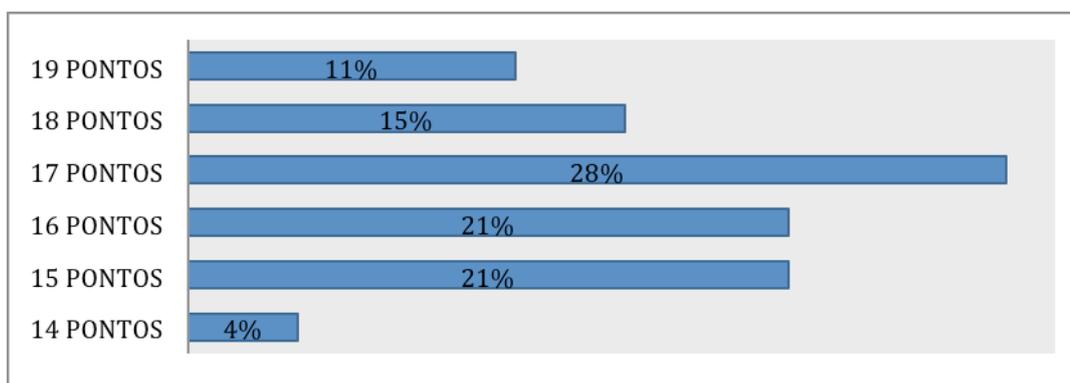


Fonte: Dados da pesquisa (2017).

Nesse comportamento, percebemos que 36% dos professores obtiveram 17 pontos e as duas pontuações mais próximas, 18 pontos com representação de 21% e 11% obtiveram 19 pontos. Esse resultado demonstra que a maioria dos professores tem esse comportamento empreendedor busca de oportunidade e iniciativa, que para McClelland (1972) está relacionado a fazer as coisas antes do solicitado, aproveitar as oportunidades, expandir ideias e negócios.

A próxima característica é a persistência, mostrada através do gráfico 06.

Gráfico 06 – Persistência



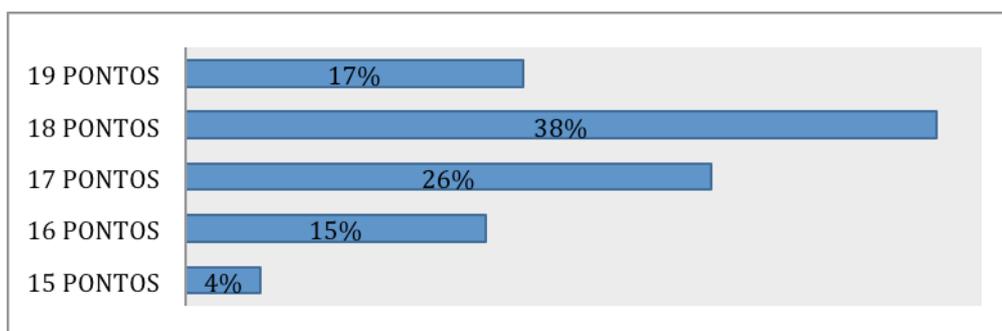
Fonte: Dados da pesquisa (2017)

A leitura do gráfico mostra 28% dos professores respondentes obtiveram 17 pontos. Nesse gráfico observa-se que 16 e 17 pontos têm a mesma quantidade de professores, ambas com 21% de representatividade. Nesse comportamento percebe-se que grande parte dos professores tem essa característica

empreendedora persistência, que está relacionada à ação e superação diante de obstáculos, sacrifícios pessoais e esforço para concluir suas tarefas.

No gráfico 07 será analisado o comportamento empreendedor comprometimento, onde constam as seguintes informações.

Gráfico 07 – Comprometimento

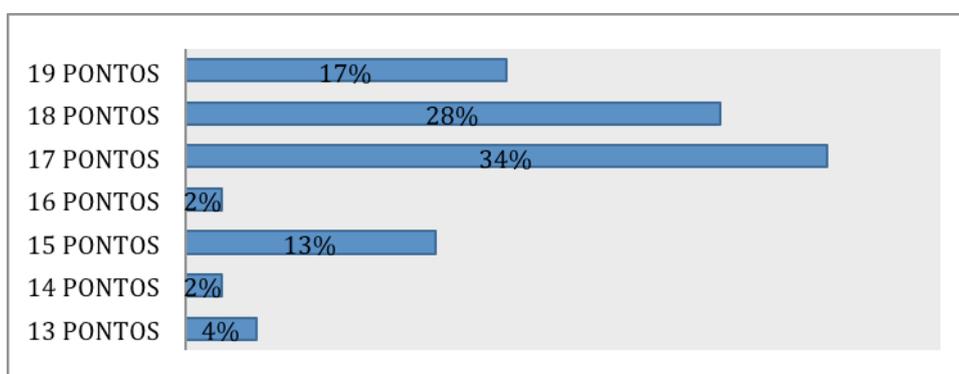


Fonte: Dados da pesquisa (2017)

Assim como nos anteriores, pode-se observar grande representatividade do comportamento comprometimento, com 38% dos professores com 18 pontos, 26% com 17 pontos e 17% com 19 pontos. Essa característica está relacionada a assumir responsabilidades sempre pensando em não prejudicar a conclusão do trabalho, colaborar no ambiente em que está para tudo fluir e concluir com êxito a atividade.

A próxima característica empreendedora a ser verificada é a exigência de qualidade e eficiência, como mostra o gráfico 08.

Gráfico 08 - Exigência de qualidade e eficiência



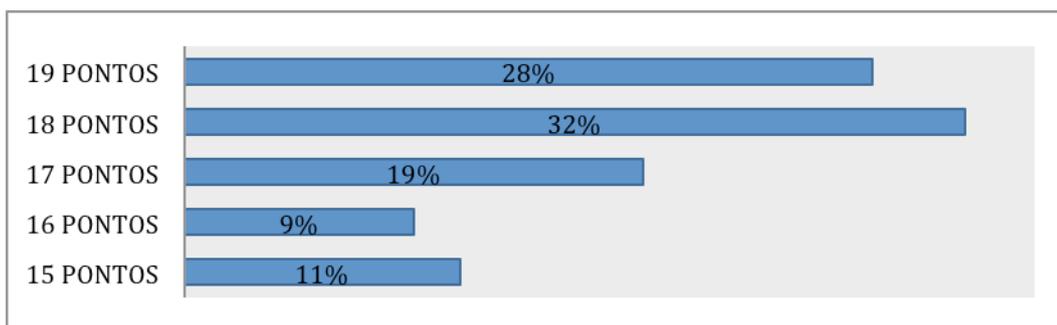
Fonte: Dados da pesquisa (2017)

Nessa característica percebe-se o baixo índice de pontuação 13, 14, 15 e 16 e a crescente pontuação 17, 34% dos professores, 18, 28% dos professores e 19,

17% dos professores. Essa característica está relacionada a agir com padrões de excelência, encontrar maneira de ser eficiente, terminar atividades a tempo. Verifica-se, portanto que a maioria dos professores tem essa característica empreendedora.

No gráfico 09 será mostrado o resultado para a característica correr riscos calculados.

Gráfico 09 – Correr riscos calculados

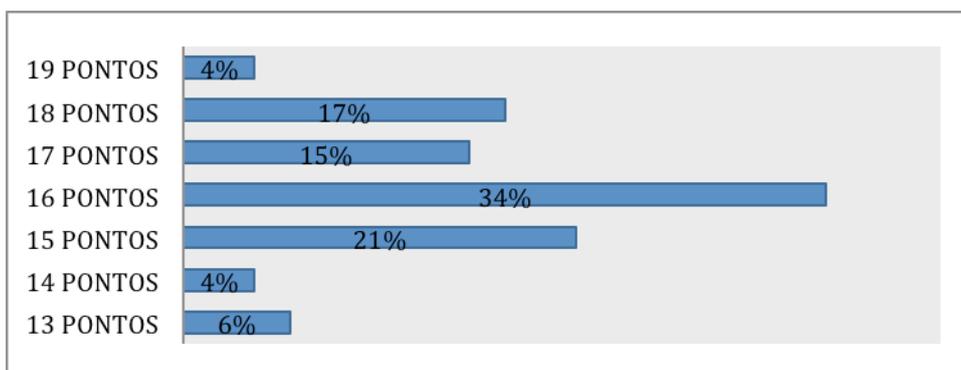


Fonte: Dados da pesquisa (2017)

No comportamento do gráfico 09, 32% dos professores obtiveram 18 pontos, 28% obtiveram 19 pontos e 19% obtiveram 17 pontos. Essa característica está relacionada à avaliação de alternativas, tentativa de controlar os resultados e desafios, buscando agir probabilisticamente, correndo riscos calculados. Os professores mostraram que sua pontuação está acima do índice para se enquadrar nesse comportamento empreendedor também.

O gráfico 10 afere-se a característica empreendedora estabelecimento de metas.

Gráfico 10 – Estabelecimento de metas

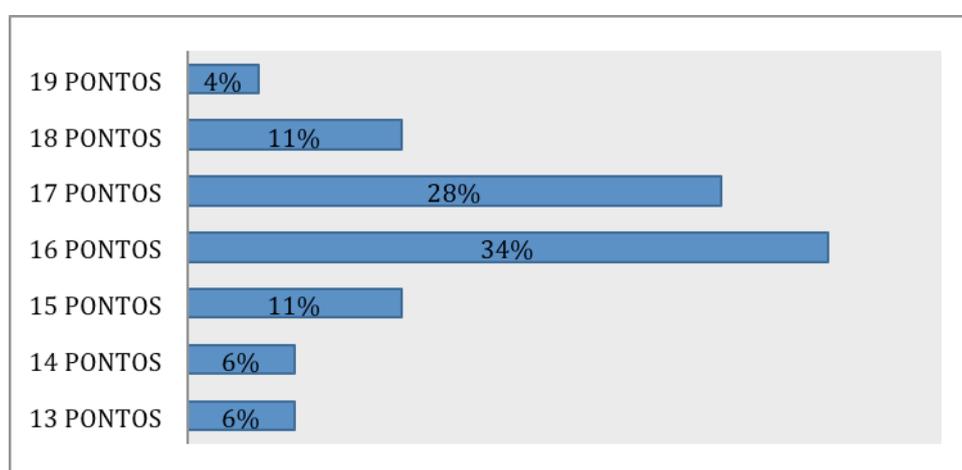


Fonte: Dados da pesquisa (2017)

Pode-se observar que 34% dos professores obtiveram 16 pontos, enquanto 21% dos professores apresentaram 15 pontos e 17% obtiveram 18 pontos. Esse comportamento está relacionado ao estabelecimento de metas desafiantes, visão de longo prazo e objetivos mensuráveis. Nessa característica a maioria dos professores obteve acima de 15 pontos, demonstrando como ponto forte essa característica comportamental.

A característica empreendedora mostrada no gráfico 11 é a busca de informações, ela é a sétima das dez CCEs verificadas nesse estudo.

Gráfico 11 – Busca de informações

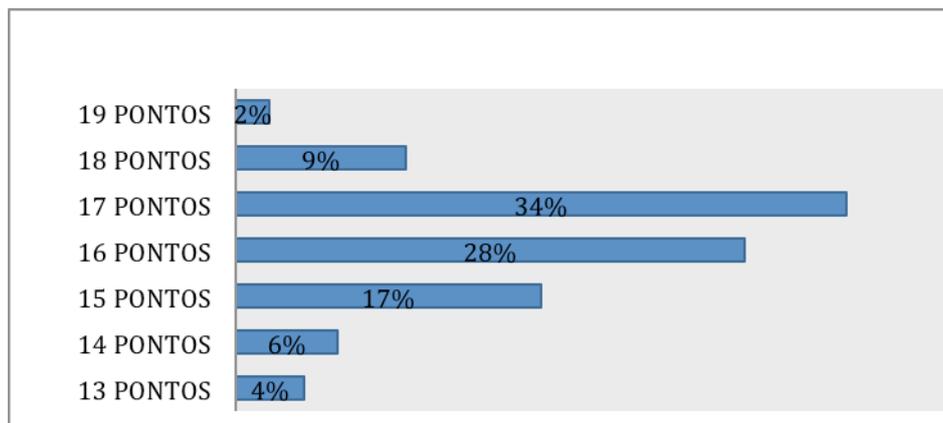


Fonte: Dados da pesquisa (2017)

Nesse comportamento observa-se que 34% dos professores obtiveram 16 pontos e 28% obtiveram 17 pontos, isso demonstra que essa característica é presente na maioria dos professores que responderam esse questionário. Essa característica diz respeito a investigar informações, consultar especialistas para sentir-se mais seguro na tomada de decisão.

Independência e autoconfiança é outra característica empreendedora que será averiguada, como mostra o gráfico 12.

Gráfico 12 - Independência e autoconfiança

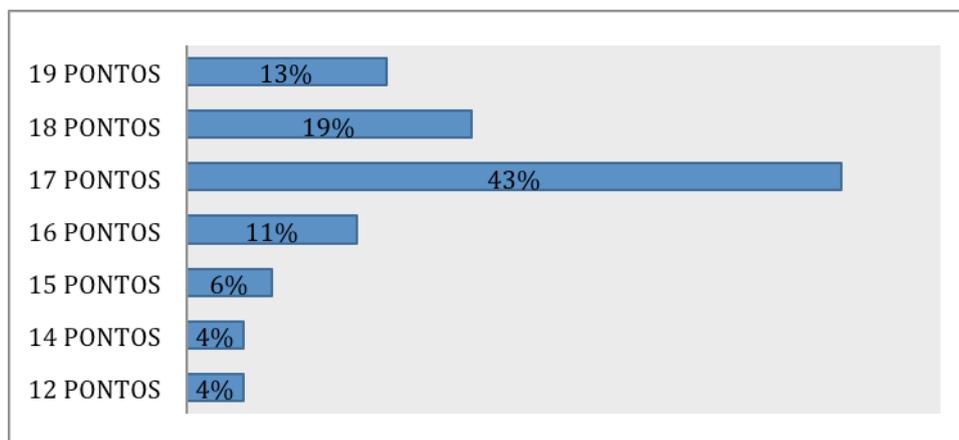


Fonte: Dados da pesquisa (2017)

Assim como na característica anterior, essa característica também teve grande representatividade, 28% dos professores obtiveram pontuação 16 e 34%, pontuação 17. A independência e autoconfiança está relacionada à busca de autonomia, a força nas opiniões, a prevalência das relações.

Planejamento e monitoramento sistêmico é a característica comportamental empreendedora analisada no gráfico 13.

Gráfico 13 - Planejamento e monitoramento sistêmico

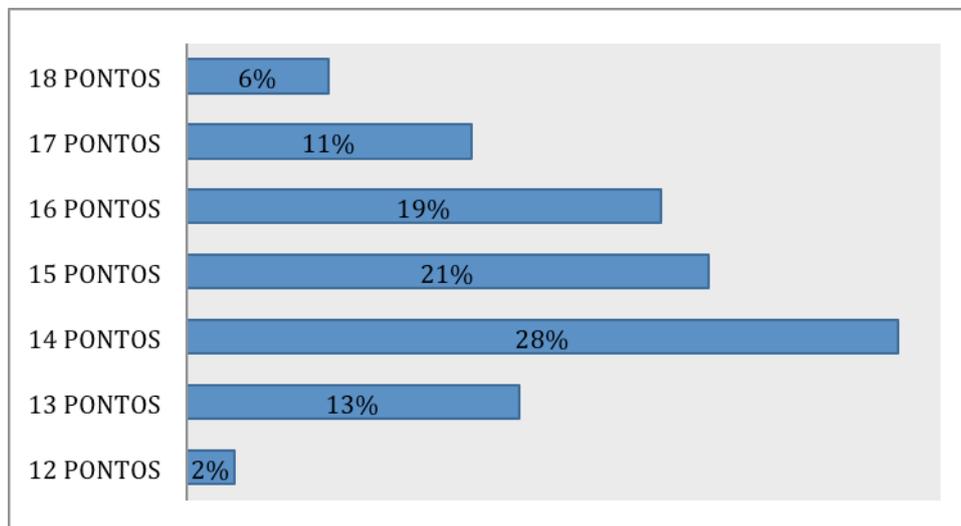


Fonte: Dados da pesquisa (2017)

Nessa característica pode-se perceber uma predominância de 43% dos professores que alcançaram 17 pontos e 19% de professores que alcançaram 18 pontos. Esse comportamento diz respeito a dividir tarefas grandes em subtarefas pequenas para alcançar o objetivo, revisão constante dos planos e registros para tomada de decisão eficiente.

No gráfico 13, verifica-se nos professores a característica persuasão e rede de contatos.

Gráfico 13 - Persuasão e rede de contatos



Fonte: Dados da pesquisa (2017)

Esse foi o comportamento que se obteve a menor pontuação com maior porcentagem de professores. 28% dos professores respondentes alcançaram 14 pontos, que para McClelland (1972) não se enquadra com essa característica empreendedora. 21% alcançaram 15 pontos, 19%, 16 pontos. Essa característica está relacionada a utilizar estratégias para influenciar pessoas, utilizar pessoas para alcançar os próprios objetivos, manter relações ativas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo contribuir com o debate sobre empreendedorismo e características empreendedoras, tanto para os professores, alvo desse estudo, quanto para as demais áreas que podem fazer bom uso das CCEs no seu dia a dia e carreira. A partir deste influxo que chega por meio do instrumento de mensuração das características do comportamento empreendedor de McClelland (1972), é que pretendeu-se verificar a manifestação das CCEs nos docentes capacitados por essa solução conforme o padrão de pontuações definidos na teoria.

Esse tema é bastante estudado e explorado, porém o desafio para esse artigo foi voltar essas características empreendedoras para os docentes responsáveis por ensinar empreendedorismo nas escolas de ensino fundamental, começando do primeiro ano ao nono ano, ou seja, para crianças e adolescentes em formação. Com esses professores obtendo um alto índice de características empreendedoras, subentende-se que esses alunos têm grandes chances de estarem aprendendo a empreender e potencializando suas habilidades, tornando essas habilidades comportamentos empreendedores para a sua vida desde cedo. Foi exatamente nessa questão que o presente artigo se embasou, em verificar as características comportamentais empreendedoras afloradas nesses professores.

Como respostas as pesquisas, constatou-se através do instrumento de McClelland (1972) que os professores não criaram uma imagem supervalorizada de si e que em 9 das 10 características empreendedoras, a maioria dos professores alcançaram pontuação superior a 15 nas CCEs.

Pode-se destacar a característica planejamento e monitoramento sistemáticos que obteve 17 pontos, com 43% dos professores com esse comportamento, assim como, a característica comprometimento alcançando 18 pontos com 38% dos professores. As demais características, busca de oportunidade e iniciativa, persistência, correr riscos calculados, exigência de qualidade e eficiência, comprometimento, busca de informações, estabelecimento de metas, e independência e autoconfiança alcançaram pontuações acima de 15, conseguindo assim perceber que os professores, na sua maioria, têm características comportamentais empreendedoras.

A única CCE que obteve pontuação abaixo de 15 foi a persuasão e rede de contatos que merece atenção, pois indica criação e desenvolvimento de *networking* e influência nas pessoas, que são importantes para aprendizado e novas experiências.

Como perspectiva para novos estudos, sugere-se aferir as características do comportamento empreendedor dos alunos estudantes dessa solução educacional, a fim de traçar um paralelo entre o perfil empreendedor dos professores encontrados nessa pesquisa, com a descoberta das características empreendedoras dos alunos.

Portanto, diante dos resultados, percebe-se que os professores de empreendedorismo de ensino fundamental capacitados à solução educacional de

uma instituição de fomento de empreendedorismo são, em sua maioria, docentes empreendedores.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Maria. **Introdução à metodologia do trabalho científico**: elaboração de trabalhos na graduação. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

BARTEL, Gonter. **Análise da evolução das características comportamentais empreendedoras dos acadêmicos do curso de administração de uma les catarinense**. 2010. 89 p. Dissertação de Mestrado. Universidade Regional de Blumenau. Blumenau, 2010.

BRASIL. Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**. Brasília, DF, 20 de dezembro de 1996. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9394.htm>. Acesso em: 20 out. 2016.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas. 2. ed. rev. e atualizada. São Paulo: Saraiva, 2007

COSTA, Alessandra Mello; BARROS, Denise Franca; CARVALHO, José Luis Felício. A dimensão histórica dos discursos acerca do empreendedor e do empreendedorismo. **Revista de Administração Contemporânea - RAC**, Curitiba, v. 15, n. 2, art. 1, p.179-197, março-abril. 2011.

COSTA, Alexandre Marino; CERICATO, Domingo; MELO, Pedro Antonio. Empreendedorismo corporativo: uma nova estratégia para a inovação em organizações contemporâneas. **Revista Negócios**, Blumenau, v. 12, n. 4, out/dez. 2007.

COSTA NETO, Pedro Luiz de Oliveira. **Estatística**. 1. ed. São Paulo: Edgard Blücher, 1977.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luíza**. São Paulo: Cultura, 2006.

_____. **Pedagogia Empreendedora**. 1. ed. São Paulo: Cultura, 2003.

_____. **Oficina do empreendedor**: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. 1. ed. São Paulo: Cultura, 1999.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: Transformando ideias em negócios. 5. ed. Rio de Janeiro: Empreende/LTC, 2015.

_____. **Transformando ideias em negócios**. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Inovação e espírito empreendedor**: Práticas e princípios. 12. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

DUTRA, Ivan de Souza. **O perfil do Empreendedor e a Mortalidade de Micro e Pequenas Empresas Londrinenses**. 2002. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Estadual de Maringá e Universidade Estadual de Londrina consorciadas, Maringá/Londrina. Disponível em: <<http://livros01.livrosgratis.com.br/cp002395.pdf>>. Acesso em: 08 abr. 2017.

DUTRA, Ivan de Souza; PREVIDELLI, José de Jesus. Perfil do empreendedor versus mortalidade de empresas: estudo de caso do perfil do micro e pequeno empreendedor. In: Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, 2003, São Paulo. **Anais**. Atibaia: São Paulo, 2003, 27p.

FONSECA, João José Saraiva. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

FONSECA, G.; MUYLDER, C. Auto-percepção do perfil McClelland: um estudo de caso Empretec. **Revista Ciências Sociais em Perspectiva, [S.l.]**, Minas Gerais, v. 9, n. 16, 2010.

FREIRE-MAIA, Newton. **A ciência por dentro**. 5. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 1998.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GONÇALVES, Hortência de Abreu. **Manual de metodologia da pesquisa científica**. 2. ed. São Paulo: Avercamp, 2014.

GREATTI, Lígia. Perfis empreendedores: análise comparativa das trajetórias de sucesso e do fracasso empresarial no município de Maringá, **FACEF PESQUISA**, Maringá v. 8, n. 1, 2005.

GURGEL, Frederico. **Criação e gestão de novos negócios**: o comportamento empreendedor e seu universo de atuação. 1. ed. Fortaleza: Expressão Gráfica e Editora, 2015.

HENRIQUE, D.C; CUNHA, S. K. Prática Didático-Pedagógica no Ensino de Empreendedorismo em Cursos de Graduação e Pós-Graduação Nacionais e Internacionais. **Revista de Administração Mackenzie**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 5, p. 112 – 136, 2008.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael. **Empreendedorismo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

LEITE, Emanuel. **O fenômeno do empreendedorismo**. 3. ed. Recife: Bagaço, 2008.

LOPES, Rose. **Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas**. 1. ed. Rio de Janeiro: Elsevier; São Paulo: Sebrae, 2010.

MCCLELLAND, David Clarence. **A sociedade competitiva: realização & progresso social**. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

MAI, Antonio Fernando. **O perfil do empreendedor versus a mortalidade das micro e pequenas empresas comerciais do município de Aracruz/ES**. 2006, 187 p. Dissertação (Mestrado). FUCAPE, Vitória, 2006.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

MARTINS, Silvana Neumann *et al.* **Empreendedor por um dia**. Lajeado: Editora da Univates, 2014

MASCARENHAS, Sidnei Augusto. **Metodologia científica**. 1. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

MATTAR, FauzeNajib. **Pesquisa de marketing: metodologia, planejamento**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Administração para empreendedores: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios**. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

MEDEIROS, Tiago César de Paiva. **Empreendedorismo e inovação: Um estudo de caso na indústria de software do Rio Grande do Norte**. 2011, 205 p. Dissertação (Mestrado). UFRGS, Porto Alegre, 2012.

MURPHY, P. J., LIAO, J., & WELSCH, H. P. (2006). *Journal of Management History*. **A conceptual history of entrepreneurial thought**. Disponível em: <<http://www.emeraldinsight.com/doi/pdfplus/10.1108/13552520610638256>>. Acesso em: 01 abr. 2017.

RAMOS, S.; FERREIRA, J. Levantamento das práticas e conteúdos do ensino de empreendedorismo nos cursos de graduação em administração da cidade de Curitiba – PR. In: Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, XXVIII. CD-ROM, **Anais**: Curitiba, 2004.

REDFORD, Dana Thacher. ***The state of entrepreneurship education in Portugal- an empirical study on a nascente system in the European Union policy framework.*** 2009. 231 p. Tese de Doutorado. ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa, Lisboa, 2009.

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

SCABENI, N. L. B.; CRISÓSTIMO, A. L. **A Importância da Educação Empreendedora na Formação Inicial do Administrador.** Revista Eletrônica Lato Sensu – UNICENTRO. Vol. 06, 2008. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/237480933_A_IMPORTANCIA_DA_EDUCACAO_EMPREENDEDORA_NA_FORMACAO_INICIAL_DO_ADMINISTRADOR>. Acessado em: 24 mar. 2017.

SEBRAE. **As dez características empreendedoras.** Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/Programas>>. Acesso em: 6 set. 2016.

SEBRAE. **Relatório agenda estratégica das micro e pequenas empresas 2011-2020.** Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/GEM_2013_Pesquisa_Completa.pdf>. Acesso em: 6 set. 2016.

SOUSA, E.C.L. de; SOUZA, C. C. L de; ASSIS, S. de A. G.; ZERBINI, T. Métodos e técnicas de ensino e recursos didáticos para o ensino do empreendedorismo em IES brasileiras. In: ENANPAD – Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração, 28. **Anais**: Curitiba, PR, 2004

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico.** 23. ed. São Paulo: Cortez, 2008.

UNESCO. ***Proyecto regional de educación para América Latina y El Caribe.*** Disponível em: <<http://www.unesco.cl/port/prelac/focoest/2.act>>. Acesso em: 03 out. 2016.

WEBER, M. A. **Ética protestante e o espírito do capitalismo.** 1. ed. São Paulo: Livraria Pioneira Editora, 2003.

YIN, Robert. **Estudo de caso: planejamento e métodos.** 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.