Capítulo 1 – A contribuição da educação empreendedora para a formação dos futuros engenheiros da UFRSA

Raynara Gurgel Hipólito
Suely Xavier dos Santos

SciELO Books / SciELO Livros / SciELO Libros

HIPÓLITO, R. G., and SANTOS, S. X. A contribuição da educação empreendedora para a formação dos futuros engenheiros da UFRSA. In: OLIVEIRA, A. M. B., ed. *Empreendedorismo: registros de estudos teórico-empíricos no semiárido* [online]. Mossoró: EdUFERSA, 2018, pp. 23-55. ISBN: 978-85-5757-090-0.

<https://doi.org/10.7476/9786587108667.0003>.

All the contents of this work, except where otherwise noted, is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International license](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Todo o conteúdo deste trabalho, exceto quando houver ressalva, é publicado sob a licença [Creative Commons Atribuição 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Todo el contenido de esta obra, excepto donde se indique lo contrario, está bajo licencia de la licencia [Creative Commons Reconocimiento 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

CAPÍTULO 1

A CONTRIBUIÇÃO DA EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA PARA A FORMAÇÃO DOS FUTUROS ENGENHEIROS DA UFRSA

Raynara Gurgel Hipólito
Suely Xavier dos Santos

1.1 Introdução

Sabe-se que o empreendedorismo tem conquistado relevante participação no desenvolvimento econômico e social de uma região ou um país. Nesse sentido, um ambiente acadêmico que fomente o desenvolvimento de atitudes empreendedoras nos discentes pode contribuir para que estes optem por planejar suas carreiras profissionais considerando a possibilidade de empreender seus próprios negócios.

Uma pesquisa da Revista Endeavor Brasil (2012), realizada com 46 universidades brasileiras, de 11 estados e com a participação de 6.215 discentes, apontou que as universidades estudadas estão muito bem posicionadas no ensino do empreendedorismo. Porém, ainda há muito por fazer. Quanto aos universitários pesquisados, verificou-se que o empreendedorismo está na cabeça deles, mas poucos se prepararam para abrir um negócio. Também foi possível verificar que tanto as universidades quanto os estudantes, assim como a sociedade em geral, observam o empreendedorismo com bons olhos.

Para o campo do estudo de empreendedorismo de modo geral, é imprescindível um estudo que verifique empiricamente o que Dornelas (2001) e Teixeira (2012) defendem. Na concepção desses autores, as instituições de ensino têm um papel fundamental na capacitação do seu alunado, pois as pessoas adquirem conhecimentos e experiência

que condicionam suas vidas, tanto no âmbito profissional quanto no pessoal. Nesse sentido, desenvolver habilidades e competências empreendedoras no ambiente acadêmico pode fazer toda a diferença para a carreira dos discentes.

O curso de Bacharelado em Ciência e Tecnologia (BCT) da Universidade Federal Rural do Semiárido (Ufersa) foi viabilizado mediante o projeto REUNI. Esse novo curso está inserido nesse contexto de nova educação superior no Brasil, delineado em harmonia com modificações no ensino superior propostas pela nova LDB. Dessa forma, o BCT foi homologado pela Decisão CONSUNI/UFERSA nº 049/2008, de 03 de julho de 2008, para viabilizar a formação em engenharia em dois ciclos. Sendo o primeiro ciclo o BCT, como duração mínima de seis períodos, e o segundo ciclo uma das engenharias oferecidas pela Ufersa em um dos seus campi. Dessa forma, na Ufersa, atualmente o BCT serve como a porta de ingresso para a Engenharia Civil, de Energia, Mecânica, Química, de Petróleo e ou de Produção, no Campus de Mossoró; Engenharia Civil ou de Produção, no Campus de Angicos; Engenharia Civil, Elétrica ou Mecânica, no Campus de Caraúbas; e Engenharia Civil, da Computação ou Ambiental e Sanitária, no Campus de Pau dos Ferros.

Nesse sentido, no que se refere aos discentes do BCT, sabe-se que deles é demandada uma substancial gama de conhecimentos técnicos nos dois ciclos. De forma geral, esses discentes são preparados de forma especializada para se posicionarem no mercado de trabalho como futuros engenheiros, de forma empreendedora. Pelo exposto, este trabalho tem por objetivo identificar a contribuição do ensino do empreendedorismo para a formação dos discentes do BCT da Ufersa. Para tanto, buscou-se elencar as ações empreendedoras realizadas no BCT e sua contribuição para a formação profissional; e verificar a percepção dos discentes do BCT quanto à importância do ensino do empreendedorismo para a sua formação.

1.2 Abordagem histórica e conceitual do empreendedorismo

De acordo com Hisrich, Peters e Shepherd (2014), o termo empreendedorismo é originado da palavra francesa *entrepreneurship* e significa ‘aquele que está entre’ ou ‘intermediário’, que assume riscos e começa algo novo. Contudo, o empreendedorismo não é algo novo, pois faz parte da história das civilizações e tem como objetivo melhorar as relações do homem com os outros e com a natureza. Nesse sentido, Custódio (2011) lembra que o homem já utilizava o empreendedorismo quando precisava inovar em atitudes para sobreviver, como, por exemplo, na construção de diversas ferramentas para facilitar a caça de animais, fazer o fogo, etc.

Na Idade Média, os clérigos já cumpriam papel de empreendedor nas obras arquitetônicas pelas quais eram responsáveis, porém, sem correr riscos, já que os recursos eram financiados pelo governo da época. No século XVI, os donos das grandes navegações expandiram suas missões empreendedoras no mundo e, no final do século XIX e início do século XX, os termos ‘empreendedor’ e ‘gerente’ eram confundidos, tendo em vista que os empreendedores eram considerados como aqueles que organizavam, planejavam, dirigiam e controlavam.

Sabe-se que o século XX foi marcado por inúmeras invenções, como o avião motorizado, o aparelho televisor, o computador, a bomba atômica, entre outros. É perceptível que, por trás dessas inovações, estavam pessoas criativas, à frente do seu tempo, que tiveram uma ideia, transformaram-na em algo concreto e assumiram o risco de seus inventos. Segundo Melo Neto (2002), foi nesse século que surgiu, por meio de Joseph Schumpeter, a relação de empreendedorismo com inovação. Foi a partir de então que o empreendedorismo passou a ser visto como uma ferramenta criada para despertar as habilidades, inovar e criar alternativas por meio de ideias, unir recursos, transformá-los em um produto ou serviço, para entregar quantidade e qualidade

para o consumidor. Assim, no contexto atual, o empreendedorismo vem sendo utilizado para fazer referência aos estudos relacionados ao empreendedor, às suas características, às atividades que ele desenvolve, ao seu ambiente de atuação.

Por sua vez, na percepção de Baron e Shane (2007), o empreendedorismo pode ser visto como um processo, ou seja, como uma cadeia de eventos e atividades que ocorrem ao longo do tempo – em alguns casos, períodos consideráveis de tempo. Esse processo vai desde a identificação de uma oportunidade até a concretização desta em um negócio estabelecido. De acordo com esses autores, o processo de empreender é influenciado por inúmeros fatores, sejam eles individuais, grupais ou sociais.

Os fatores individuais estão ligados às características inerentes ao empreendedor, como a percepção para identificar oportunidade e capacidade/habilidade para administrar os recursos e explorá-los, bem como a tendência para arriscar em novos produtos/serviços e mercados, a busca recorrente por algo novo (inovador) e a vontade de crescer. Essas características resultam na propensão de algumas pessoas para iniciarem o processo empreendedor.

Importante ressaltar que o empreendedor pode também ser influenciado pelo seu círculo de relacionamento. Ou seja, os familiares, amigos, clientes, fornecedores e todos aqueles com os quais o empreendedor se relaciona e se relacionou em suas experiências e empregos anteriores. O círculo de relacionamento de um empreendedor influencia o processo decisório e de planejamento do negócio. Assim, esses fatores de nível grupal ajudam na construção, na captação de recurso e no desenvolvimento do negócio.

Para Chiavenato (2012), ser empreendedor está muito além de fundar empresas, construir novos negócios ou impulsionar negócios atuais. Para ele, o empreendedorismo move a economia, incentiva mudanças e transformações, produz novas ideias, impulsiona talentos

e competências. Destaca ainda esse autor que, para ser bem-sucedido, o empreendedor deve saber, além de criar seu próprio negócio, mantê-lo e sustentá-lo por um longo período e obter retornos positivos de seus investimentos mediante o balanceamento de aspectos racionais e emocionais.

De acordo com Dolabela (1999), empreendedorismo é um fenômeno cultural, ou seja, os empreendedores nascem por influência do meio em que vivem. Da mesma forma, Dornelas (2014) reforça que empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades.

Para Hisrich, Peters e Shepherd (2014), o empreendedorismo demanda ação empreendedora, por meio de novos processos, dentro de uma nova empresa ou em uma empresa já estabelecida. Tal ação requer avaliação da oportunidade, assim como da incerteza que ela traz, para que se tenha capacidade de enfrentá-la e reduzi-la.

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas ([SEBRAE], 2007) sintetiza esses principais conceitos e define o empreendedorismo como o processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal. Assim, o diferencial do empreendedor é que ele consegue unir prazer e trabalho, obtendo realização pessoal e profissional.

Segundo Sarkar (2010), o empreendedorismo está ligado à inovação e a outras características como forte desejo de sucesso, capacidade para trabalhar arduamente, criatividade, capacidade para criar uma equipe de sucesso e pensamento próprio. Essa última engloba inteligência ou desejo de enriquecer.

Para Custódio (2011), o empreendedor deve ter visão e percepção para identificar as oportunidades. Suas atitudes empreendedoras, que

são fundamentais para o sucesso ou o fracasso da empresa, devem focar as pessoas e não somente as empresas.

Já Malheiros (2003) sugere que, independentemente da área de atuação, há características que todo empreendedor tem e estas incluem: a) necessidade de realização; b) motivação, criatividade e inovação; c) estabelecimento de metas e objetivos; d) predisposição; e) identificação de necessidades. Pode-se afirmar que todo empreendedor de sucesso deve desenvolver habilidades tais como: competência (saber fazer), motivação (querer fazer), criatividade (fazer mais com menos) e metas claras, desafiadoras, mas que podem ser realizadas. Tais características, segundo Dornelas (2014) e Dolabela (1999) podem ser aprendidas.

Por fim, seja como um campo de estudo ou como um processo, o empreendedorismo vem ganhando destaque no cenário mundial, estando continuamente relacionado ao contexto social e tecnológico. Para Dornelas (2014), vivencia-se hoje a chamada era do empreendedorismo, já que os empreendedores estão conseguindo suprimir as barreiras de âmbito comercial e social, inovando os processos e as formas de organização, anulando padrões e consequentemente produzindo riquezas.

1.3 Empreendedorismo no contexto brasileiro

Para Melo Neto (2002), o empreendedorismo é uma ferramenta de política de ação de governo, das empresas e da comunidade, gerando uma alternativa para a promoção do desenvolvimento econômico e social local. Com isso em mente, vários estudos vêm mostrando a influência que o empreendedorismo tem no desenvolvimento da economia de um país. Nesse sentido, a pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor* ([GEM], 2005) aponta que a criação de negócios é uma das causas da prosperidade das nações, uma vez que a existência de indivíduos dispostos aos riscos de empreender é um dos pilares do desenvolvimento econômico.

Em todo o mundo, o interesse pelo empreendedorismo se estende além das ações dos governos nacionais, atraindo também a atenção de muitas organizações e entidades multinacionais, como ocorre na Europa, nos Estados Unidos e na Ásia. Dornelas (2014) afirma que há uma convicção de que o poder econômico dos países depende de seus futuros empresários e da competitividade de seus empreendimentos. Para o autor, o exemplo dos Estados Unidos deve ser observado, pois se trata do maior exemplo de compromisso nacional com o empreendedorismo e o progresso econômico. Isso porque, apesar das crises econômicas enfrentadas por aquele país, o empreendedorismo tem crescido e tem tido investimentos de centenas de milhões de dólares anualmente por parte dos governos locais e de organizações privadas. Tais programas servem de incentivo para o desenvolvimento empresarial de outros países.

No Brasil, a cultura empreendedora vem sendo difundida de maneira significativa em função dos avanços tecnológicos e das mudanças ocorridas no mercado. O governo brasileiro vem se mostrando interessado em dinamizar e apoiar o empreendedorismo. De acordo com Dornelas (2001), o movimento do empreendedorismo começou a tomar forma aqui no Brasil nos anos de 1990, quando foram criadas entidades como o Sebrae e a Sociedade brasileira para exportação de Software (Softex). Desde então, é firmada continuamente a ideia de empreendedorismo como relação de pessoas e processos que, em conjunto, proporcionam a transformação de ideias em oportunidades.

Na visão de Dornelas (2014), o momento atual é favorável para o crescimento do empreendedorismo no contexto brasileiro. Segundo Custódio (2011), o Brasil possui grandes e pequenos empreendedores, e estes últimos contribuem muito para a geração de riquezas do país. Daí a importância do empreendedorismo no Brasil, que está apenas começando e necessita de um olhar especial do Governo.

De acordo com a pesquisa do GEM (2015), a taxa total de empreendedorismo no Brasil sofreu um aumento significativo com relação ao ano de 2014, que teve, como determinante, o significativo aumento na taxa de empreendedores nascentes. Ainda segundo a pesquisa, os brasileiros são favoráveis à atividade empreendedora e tem uma visão positiva a respeito dos indivíduos envolvidos com negócios próprios.

Quando se trata das condições que favorecem a atividade empreendedora no Brasil, o GEM (2015) destaca a capacidade que o povo brasileiro tem de empreender. Em contrapartida, a mesma pesquisa aponta que os fatores limitadores ao empreendedorismo no país estão relacionados a políticas governamentais, educação e capacitação, bem como apoio financeiro aos empreendedores.

Na visão de Lemos (2005), algumas forças diferenciam o Brasil como país empreendedor, como, por exemplo: a elevada capacidade de identificar oportunidades, a diversidade étnica e cultural, a tolerância às diferenças, a capacidade de criatividade e inovação, a flexibilidade e a adaptabilidade a ambientes desafiadores, a convivência com o risco, etc.

1.4 Educação empreendedora e o seu papel no fomento do empreendedorismo

A educação empreendedora é um tema discutido na sociedade norte-americana desde a década de 1940 e, anos mais tarde, no cenário europeu. Essa temática tem uma longa tradição em centros de ensino da Europa, Estados Unidos e Canadá. Já no Brasil, a educação focada no empreendedorismo é uma abordagem relativamente recente. Para Duarte et al. (2004), o tema vem se disseminando rapidamente, bem como ampliando os seus espaços entre o governo, o meio empresarial e as instituições representativas de classe e de ensino.

Dolabela (2008) aponta que a proposta da educação empreendedora objetiva oportunizar a geração de atitudes e ações empreendedoras nos estudantes, em nível fundamental, médio, técnico ou superior. Nessa

perspectiva, Lucas (2001) destaca que, quando se foca a necessidade de desenvolver nesses estudantes as características típicas do empreendedor, essa proposta de educação tem como base o desenvolvimento do autoconhecimento com ênfase na perseverança, na imaginação, na criatividade, na inovação, sendo importante o conteúdo que se aprende, mas, sobretudo, como se aprende. Portanto, a educação empreendedora possibilita ao estudante desenvolver habilidades, atitudes e comportamentos, de modo que possa explorar oportunidades e transformar o meio em que vive, contribuindo, assim, para o desenvolvimento econômico, social e cultural.

Para Lopes (2010), uma formação empreendedora enfatiza várias metodologias de ensino que permitem aprender fazendo e se caracteriza por isso, pois o estudante se depara com situações atípicas que o fazem pensar de maneira diferente, buscando novas soluções para os problemas existentes, ou seja, aprendendo com a experiência, com o processo. Com essa visão, muitas instituições de ensino já adotam ou pretendem adotar pelo menos uma disciplina direcionada a essa temática, como uma forma de despertar criatividade, inovação, troca de ideias, informações, conhecimento. Tais ações são fundamentais para que, posteriormente, possam surgir mais empreendedores de sucesso.

No entanto, voltando-se especificamente para as instituições de ensino superior (IES), Lopes (2010) acredita que os benefícios da disciplina e a inserção dela em todo currículo universitário ainda é bloqueada pela resistência, pela falta de uma cultura empreendedora, bem como a pouca disposição em discuti-la de maneira mais ampla.

Para Bernardes (2010), muitas IES estão implantando projetos com o objetivo de apoiar empreendimentos de alta tecnologia ou de cunho social. Como, por exemplo, formar parcerias com cooperativas, ou ainda desenvolver programas internos cujo objetivo é a disseminação de práticas de empreendedorismo entre seus discentes.

Segundo Dornelas (2014), há pouco mais de 20 anos, havia uma grande oferta de empregos nas grandes empresas nacionais e multinacionais com estabilidade, bons salários e possibilidade de crescimento, o que fazia com que os recém-formados não optassem por abrir seu negócio próprio. Porém, o cenário vem mudando, e a abertura de negócios próprios está em alta. Nessa perspectiva, o autor acredita que, devido à crise que alguns países e o Brasil vêm enfrentando, a capacitação de egressos empreendedores tem sido prioridade e, por isso, há um crescimento constante no número deles. Tal prioridade vem sendo operacionalizada por meio da criação de cursos e matérias específicas de empreendedorismo.

Por fim, o ensino do empreendedorismo durante a formação de um novo profissional tem sido considerado pelos especialistas como vital para o seu sucesso. Nesse sentido, a educação empreendedora se apresenta como um dos fatores essenciais para ajudar os estudantes a entenderem e a adotarem uma atitude empreendedora ainda quando estão em formação.

1.5 Ações de fomento ao empreendedorismo nas IES

A promoção da cultura empreendedora envolve ações que se propõem criar um ambiente que valorize o empreendedorismo e busque conferir-lhe maior visibilidade perante a sociedade, ao disseminar sua prática. Esse estímulo permite fazer com que mais pessoas se sintam encorajadas a optar pelo empreendedorismo e criem novos negócios.

Para Dolabela (1999), as IES podem assumir um relevante papel na nova realidade econômica mundial, em que empresas de conhecimento se transformam em uma das principais forças do desenvolvimento econômico. Nesse aspecto, é de grande importância o papel direcionado ao ensino do empreendedorismo, visto que este incentiva e procura desenvolver nos estudantes os comportamentos e atitudes que condizem com a inovação, com a capacidade de transformação do mundo e com a geração de riquezas.

A fim de criar e fortalecer uma cultura empreendedora e aproximar seus discentes do mercado de trabalho, as IES podem promover uma série de ações por meio das quais seja possível associar teoria e prática no ambiente acadêmico. Dentre as diversas atividades de fomento ao empreendedorismo, promovidas pelas IES, estão os programas ou projetos de extensão universitária, as empresas juniores, as incubadoras de empresas, os núcleos de inovações tecnológicas (NIT), etc.

Almeida (2000) afirma que a extensão universitária no Brasil é amparada por lei desde 1968 e, desde então, as IES vêm articulando projetos sociais à vida acadêmica. Por intermédio dos programas de extensão, a IES estabelece a relação transformadora com a sociedade, e o conhecimento gerado na instituição é canalizado para as comunidades. Nesse processo, os discentes podem realizar atividades em que são associadas teoria e prática, contribuindo assim para sua qualificação profissional.

As empresas juniores são organizações juridicamente autônomas, sem fins lucrativos, dirigidas por discentes, sob a supervisão de docentes. Elas são aptas a prestarem consultorias, apoio técnico, realizar estudos e desenvolver projetos para empresas, entidades e até para a própria IES. Um requisito importante é que os projetos se relacionem com as atividades curriculares do discente. Para Dornelas (2001), as empresas juniores têm grande importância para o fomento do empreendedorismo, pois, por meio delas, os discentes agregam conhecimento teórico-empírico e prestam serviço a um baixo custo e de boa qualidade para as pequenas empresas. Já na visão de Rafael e Oliveira (2012), a empresa Júnior serve de laboratório de exercício da prática profissional e de vínculo entre o saber acadêmico e a comunidade. A importância disso para o discente é o desenvolvimento e o contato profissional com o mercado.

Por sua vez, a Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores ([ANPROTEC], 2002) destaca que as incubadoras de empresas foram criadas para apoiar o desenvolvimento de novos empreendimentos e oferecer infraestrutura necessária para o crescimento de projetos inovadores. Elas são fortes disseminadoras da cultura empreendedora nas IES, na medida em que acolhem e dão suporte técnico e de gestão aos projetos submetidos pelos discentes para a abertura de negócios.

Além dessas ações, as IES também podem promover eventos como palestras, seminários, workshops, etc. Portanto, verifica-se que o conjunto dessas ações é de suma importância para o fomento do empreendedorismo, bem como para contribuir com o desenvolvimento das atitudes empreendedoras dos discentes.

1.6 Procedimentos metodológicos

Quanto à abordagem do problema, a pesquisa classifica-se, quanto à natureza, como quantitativa. Já com relação ao objetivo geral, a pesquisa se classifica como exploratória e descritiva. No que se refere à amostra, trata-se de uma porção ou parcela da população convenientemente selecionada. Dessa forma, a pesquisa é do tipo não probabilística, por conveniência. Segundo, Diehl e Tatim (2004), essa amostragem não se utiliza de formas aleatórias de seleção e, sim, de forma intencional, uma vez que o pesquisador escolhe a população que deseja estudar. Porém, ela apresenta maior limitação por generalizar os resultados para todo o universo estudado.

A população desta pesquisa é composta por 113 discentes do sexto período do BCT da Ufersa, Campus Mossoró, do semestre 2015.2. E a amostra é constituída dos 73 discentes que estavam presentes em sala de aula, no momento em que a pesquisa foi aplicada. Adotou-se esse critério de seleção, porque esse é o último período do curso e por entender que, nesse período, todos os discentes estão cursando ou já cursaram a disciplina de Administração e Empreendedorismo.

O instrumento utilizado para coleta de dados foi o questionário que, segundo Martins e Lintz (2000), é um conjunto ordenado e consistente de perguntas a respeito de variáveis e situações, que se deseja medir ou descrever. O questionário foi elaborado com 13 questões afirmativas (ver Quadro 1), em que se utilizou a escala de Likert, com itens de múltipla escolha, na forma autoadministrada, para verificar o nível de concordância dos respondentes. Nesse sentido, cada questão foi respondida, levando-se em consideração o nível de concordância (de 1 a 5): Discordo totalmente; Discordo; Nem discordo, nem concordo; Concordo e Concordo totalmente.

Quadro 1 – Questões afirmativas que compõem o instrumento de pesquisa

Questões
Cursei a disciplina de Administração e Empreendedorismo na Ufersa
Eu considero os conhecimentos de empreendedorismo importantes para a minha formação
Eu considero que os conhecimentos estudados na disciplina Administração e Empreendedorismo foram suficientes para a minha formação
Eu considero que os conhecimentos de empreendedorismo poderão me ajudar no mercado de trabalho
A partir da disciplina de Administração e Empreendedorismo, eu identifiquei que tenho características empreendedoras
Eu entendo que os conhecimentos de empreendedorismo são importantes apenas para quem vai abrir um negócio
Eu conheço as atividades de fomento ao empreendedorismo que são realizadas na Ufersa
Eu participo ou participei de alguma(s) atividade(s) empreendedora(s) na Ufersa
Eu considero que o profissional de engenharia precisa ter atitudes empreendedoras para se posicionar bem no mercado
Quando eu me formar, pretendo trabalhar em uma média ou grande empresa
Quando eu me formar, pretendo prestar concurso para o serviço público
Quando eu me formar, pretendo ser dono do meu próprio negócio
Eu considero que o empreendedorismo contribui para o desenvolvimento de competências importantes que são exigidas pelo mercado de trabalho

Fonte: Elaboração própria (2016).

Para o tratamento e a análise dos dados, utilizou-se o sistema da estatística descritiva, “[...] que consiste na escolha, análise e interpretação de dados numéricos através da criação de instrumentos adequados: quadros, gráficos e indicadores numéricos” (REIS, 1996, p. 15).

1.7 Apresentação e análise dos dados

O atendimento ao objetivo proposto foi alcançado com o auxílio dos gráficos. Dessa forma, os gráficos apresentados neste tópico demonstram a percepção dos respondentes e atendem ao objetivo geral de identificar a contribuição do ensino do empreendedorismo para a formação dos discentes do BCT da Ufersa.

Com relação ao primeiro objetivo específico, que é: elencar as ações empreendedoras realizadas no BCT e sua contribuição para a formação profissional, verificou-se que, na Ufersa, Campus Mossoró, existem várias atividades de fomento ao empreendedorismo. Como, por exemplo, a incubadora de empresas (IAGRAM), o NIT e as empresas juniores dos cursos de Administração, Engenharia Química, Engenharia de Pesca, entre outros, bem como a realização de eventos envolvendo a temática do empreendedorismo. No entanto, no BCT, a única ação identificada é a realização da disciplina de Administração e Empreendedorismo, que está inserida na estrutura curricular. Essa disciplina, como o próprio nome sugere, aborda conteúdos gerais de administração e de empreendedorismo, bem como de um Plano de Negócio. Por meio dela, os discentes são estimulados a pensarem em uma proposta de negócio inovadora e a elaborarem os projetos a serem apresentados ao final da disciplina.

Já quanto ao segundo objetivo específico, que é verificar a percepção dos discentes do BCT quanto à importância do ensino do empreendedorismo para sua formação, apresenta-se, na sequência, a interpretação gráfica da análise das 13 questões abordadas no instrumento de pesquisa.

Com relação à afirmação “eu cursei a disciplina de Administração e Empreendedorismo na Ufersa”, dentre os discentes pesquisados, verificou-se que 52% responderam discordo totalmente; portanto, não cursaram a disciplina. E 48% responderam que concordam totalmente; logo, cursaram a disciplina. Esses 52% podem haver discordado pelo

fato de alguns discentes estarem cursando a disciplina no momento da pesquisa ou adiantando outras disciplinas do sexto período e não estando, portanto, efetivamente, no último semestre do BCT como previsto, conforme Gráfico 1.

Gráfico 1 – Análise da questão 1

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Apesar de a metade dos discentes pesquisados não haverem cursado a disciplina, no tocante à afirmação “eu considero os conhecimentos de empreendedorismo importantes para a minha formação”, 4% responderam nem concordo nem discordo, 36% concordaram com a afirmação e 60% concordaram totalmente. Assim, juntando os concordantes, 96% do total de 73 pesquisados consideraram importantes os conhecimentos de empreendedorismo para sua formação, como demonstrado no Gráfico 2. Essa realidade corrobora com Teixeira (2012), quando ela diz que as IES têm um papel de fundamental importância, uma vez que, nelas, os discentes adquirem conhecimentos e experiência que condicionam sua vida, tanto profissional quanto pessoal. Por isso, a capacidade de empreender e de inovar se tornou um desafio que deve ter a devida importância nas IES. Essa

preocupação deve gerar uma nova perspectiva e aprimorar o senso profissional dos discentes, favorecendo uma postura empreendedora no ambiente acadêmico.

Gráfico 2 – Análise da questão 2

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Quanto ao conhecimento de empreendedorismo abordado na disciplina serem suficientes para a formação, 10% discordaram totalmente, 22% discordaram, 42% nem concordaram nem discordaram, 19% concordaram e 7% concordaram totalmente em ser suficientes. O percentual de 42% nem concordo nem discordo pode estar relacionado ao fato de 52% dos discentes pesquisados não terem cursado a disciplina na íntegra, no momento da pesquisa, de acordo com o Gráfico 3.

Gráfico 3 – Análise da questão 3

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Já com relação à afirmação de os conhecimentos de empreendedorismo poder ajudá-los no mercado de trabalho, 10% nem concordaram nem discordaram, 37% concordaram e 53% concordaram totalmente. Logo, juntando os concordantes, 90% acreditam que podem ajudá-los no mercado de trabalho e somente 10% acreditam que não, como demonstrado no Gráfico 4. Esse resultado tem consonância com a opinião de Lopes (2010), quando ela diz que uma formação empreendedora enfatiza várias metodologias de ensino que permitem aprender fazendo e se caracteriza por isso, pois o discente se depara com situações atípicas que os fazem pensar de maneira diferente, buscando novas soluções para os problemas existentes, ou seja, aprendendo com a experiência, com o processo.

Gráfico 4 – Análise da questão 4

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

No Gráfico 5, a pesquisa mostra que 15% dos discentes pesquisados discordaram totalmente, 8% discordaram, 53% nem concordaram nem discordaram, 18% concordaram com a afirmação e 6% concordaram totalmente. Portanto, juntando os concordantes, apenas 23% identificam em si algumas características. Os que não conseguiram identificar podem estar relacionados com o fato de ainda não haverem cursado a disciplina na íntegra.

Nessa perspectiva,

Quando se coloca a necessidade de desenvolver nos alunos as características típicas do empreendedor, essa proposta de educação tem como base o desenvolvimento do autoconhecimento com ênfase na perseverança, na imaginação, na criatividade, na inovação, sendo importante o conteúdo que se aprende, mas sobretudo, como se aprende. (LUCAS, 2001, p. 243).

Gráfico 5 – Análise da questão 5

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Sobre o entendimento de que os conhecimentos de empreendedorismo são importantes apenas para quem vai abrir um negócio, 37% discordaram totalmente, 36% discordaram, 4% nem concordaram nem discordaram, 5% concordaram e 18% concordaram totalmente. Logo, juntando os discordantes, 73% dos discentes pesquisados discordaram dessa afirmação, como apresenta o Gráfico 6. Esse resultado demonstra que a percepção dos discentes pode estar relacionada com a de Chiavenato (2012), ao afirmar que ser empreendedor está muito além de fundar empresas, construir novos negócios ou impulsionar negócios atuais.

Gráfico 6 – Análise da questão 6

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

O Gráfico 7 demonstra o quanto os pesquisados conhecem as atividades de fomento ao empreendedorismo realizadas na Ufersa. 40% discordaram totalmente, 29% discordaram, 19% nem concordaram nem discordaram, 5% concordaram e 7% concordaram totalmente, resultando em 69% de discentes que desconhecem tais atividades dentro da instituição, juntando os discordantes. Esse resultado mostra a necessidade de que sejam socializadas e disseminadas para a toda a comunidade acadêmica, e aqui, em especial, aos discentes do BCT, as ações já desenvolvidas pela instituição, posto que a Ufersa já promove diversas atividades de fomento ao empreendedorismo, como elencado neste tópico. No entanto, o percentual de discentes que desconhecem essas atividades no âmbito da instituição é muito alto.

Gráfico 7 – Análise da questão 7

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Já com relação à participação em atividades empreendedoras na Ufersa, 56% dos discentes pesquisados discordaram totalmente, 27% discordaram, 7% nem concordaram nem discordaram, 7% concordaram e 3% concordaram totalmente. Juntando os discordantes, 83% dos pesquisados não participam ou participaram de alguma(s) atividade(s) empreendedora(s) na Ufersa. Tal resultado provavelmente está relacionado ao desconhecimento dos discentes em relação às atividades realizadas na Ufersa, enfatizado no Gráfico 7. Reafirma também a crença de Lopes (2010) de que os benefícios da disciplina e a inserção dela em todo currículo universitário ainda é bloqueada pela resistência e pela falta de uma cultura empreendedora, bem como pela pouca disposição em discuti-la de maneira mais ampla, conforme o Gráfico 8.

Gráfico 8 – Análise da questão 8

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Já com relação a considerar que o profissional de engenharia precisa ter atitudes empreendedoras para se posicionar bem no mercado de trabalho, 1% dos discentes pesquisados discordou, 10% nem concordaram nem discordaram, 52% concordaram e 37% concordaram totalmente. Logo, a pesquisa mostra, no Gráfico 9, que 89% dos discentes pesquisados, juntando os concordantes, veem a necessidade dessas atitudes para se posicionarem bem no mercado. Esse resultado corrobora com Custódio (2011), que afirma que o empreendedor deve ter visão e percepção para identificar as oportunidades. Suas atitudes empreendedoras devem focar as pessoas e não somente as empresas, atitudes estas que são fundamentais para o sucesso ou o fracasso da empresa.

Gráfico 9 – Análise da questão 9

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

De acordo com o gráfico 10, quanto à pretensão dos discentes de trabalhar em uma média e pequena empresa, 4% dos pesquisados discordaram totalmente, 4% discordaram, 13% nem concordaram nem discordaram, 38% concordaram e 41% concordaram totalmente. Conclui-se, então, que, juntando os concordantes, 79% dos discentes pesquisados ainda pretendem trabalhar em uma média ou grande empresa. Isso demonstra que os pesquisados ainda têm aspirações saudosistas, pois, segundo Dornelas (2014), há pouco mais de 20 anos, havia uma grande oferta de empregos nas grandes empresas nacionais e multinacionais com estabilidade, bons salários e possibilidade de crescimento, o que fazia com que os recém-formados não pensassem em abrir seu negócio próprio. Porém, o cenário vem mudando, e a abertura de negócios próprios está em alta.

Gráfico 10 – Análise da questão 10

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

No Gráfico 11, com relação à pretensão dos discentes de prestarem concurso público após se formarem, 4% dos pesquisados discordaram totalmente, 22% nem concordaram nem discordaram, 44% concordaram e 30% concordaram totalmente. Portanto, a pesquisa mostra que 74% dos discentes pesquisados pretendem prestar concurso para o serviço público. Esse resultado pode ser movido pela estabilidade que o serviço público propicia, ou ainda pelo medo de assumir riscos, inerente ao conceito de empreendedorismo.

Gráfico 11 – Análise da questão 11

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Ainda sobre o mercado de trabalho, quanto à pretensão dos discentes em serem donos do próprio negócio, 5% dos pesquisados discordaram totalmente, 10% discordaram, 37% nem concordaram nem discordaram, 23% concordaram e 25% concordaram totalmente, conforme o Gráfico 12. Essa parcela que não pretende abrir seu próprio negócio ou tem dúvidas, corrobora com a pesquisa do GEM (2015), que indica que o brasileiro ainda tem desconanças quanto à abertura dos seus negócios.

Gráfico 12 – Análise da questão 12

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Por fim, o Gráfico 13 demonstra que, com relação à contribuição do empreendedorismo no desenvolvimento de competências importantes que são exigidas pelo mercado de trabalho, 1% dos discentes pesquisados discordou totalmente, 6% nem concordaram nem discordaram, 44% concordaram e 49% concordaram totalmente. Então, juntando os concordantes, 93% dos pesquisados acreditam nessa contribuição. Nesse sentido, Resende, Santos e Leite (2004) sinalizam que a estrutura acadêmica adequada às necessidades de mercado é premissa fundamental na proposta curricular de um curso de formação profissional. Moldá-lo de maneira adequada para que esta esteja comprometida com os desafios da futura carreira é desafio para todos aqueles que se propõem envolver-se na atividade de formação de novos profissionais. Essa tarefa vem se tornando mais desafiadora à medida que aumentam a velocidade do desenvolvimento tecnológico e a capacidade de transferência de tecnologia para o setor produtivo.

Gráfico 13 – Análise da questão 13

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Após o detalhamento do que seja empreendedorismo, educação empreendedora e da pesquisa aplicada aos discentes do BCT da Ufersa,

pode-se identificar que esses realmente estão a par da importância dos conhecimentos de empreendedorismo para a sua formação como Bacharéis em Ciência e Tecnologia.

1.8 Considerações finais

Ao final da pesquisa, foi possível responder ao objetivo geral, cujo propósito era identificar a contribuição do ensino do empreendedorismo para a formação dos discentes do BCT da Ufersa. Nesse sentido, a pesquisa demonstrou que a maioria dos respondentes (96%) considera importante a inserção de conteúdos e ações relacionados ao empreendedorismo para a sua formação.

Com relação ao primeiro objetivo específico: elencar as ações empreendedoras realizadas no BCT e sua contribuição para a formação profissional, este foi alcançado quando se verificou que, na instituição, existem várias iniciativas de fomento ao empreendedorismo, por meio da IAGRAM, do NIT e das empresas juniores de alguns cursos, bem como da realização de eventos abordando a temática, etc. Entretanto, tais iniciativas não são amplamente divulgadas no BCT. Dessa forma, a única ação instituída efetivamente, no momento, para fomentar o empreendedorismo no BCT ocorre em uma única disciplina.

Quanto ao segundo objetivo específico, que envolvia verificar a percepção dos discentes do BCT quanto à importância do ensino do empreendedorismo para sua formação, a pesquisa demonstrou que a maioria dos pesquisados considera-o importante para a formação do engenheiro. Contudo, apontou que boa parte dos pesquisados ainda alimenta o sonho de ingressar em uma média ou grande empresa ou prestar concursos públicos.

Diante disso, essa pesquisa tem sua relevância na medida em que contribui para ampliar as discussões sobre o fomento do empreendedorismo no âmbito acadêmico. Ou seja, os resultados desta pesquisa

podem servir como subsídio para a tomada de decisão no âmbito da Ufersa e, mais especificamente, no BCT, no que se refere à criação e à disseminação de ações relativas ao empreendedorismo, para que, cada vez mais, os discentes se envolvam em atividades que contribuam com o desenvolvimento de atitudes empreendedoras.

Apesar da sua contribuição, a pesquisa apresentou limitações no que se refere ao critério de seleção adotado, posto que mais da metade dos discentes pesquisados ainda não havia cursado na íntegra a disciplina ou ainda nem a iniciaram.

Por fim, sugere-se, como trabalho futuro, a ampliação da pesquisa para outros cursos e campi da Ufersa a fim de ampliar a discussão relativa ao fomento do empreendedorismo no âmbito acadêmico.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, N. L. T. de. O serviço social na educação. **Revista INSCRITA**, n. 6. Conselho Federal de Serviço Social, 2000.
- ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE ENTIDADES PROMOTORAS DE EMPREENDIMENTOS INOVADORES (ANPROTEC). **Planejamento e implantação de incubadoras de empresas**. Brasília, 2002.
- BARBETTA, P. A. **Estatística aplicada às ciências sociais**. Florianópolis: Editora da UFSC, 2002.
- BARON, R. A.; SHANE, S. A. **Empreendedorismo**: uma visão do processo. São Paulo: Thomson Pioneira, 2007.
- BERNARDES, M. A. Papel da universidade em ações de organização e fomento de negócios em regiões carentes: algumas propostas. **Revista Eletrônica Gestão e Serviços**, v. 1, n. 2, p. 10-129, 2010.
- CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. 4. ed. Barueri, SP: Manole, 2012.
- DECISÃO CONSUNI/UFERSA nº 049/2008, de 03 de julho de 2008. Disponível em: <https://documentos.ufersa.edu.br/wp-content/uploads/sites/79/arquivos/consuni/2008/DECISAO_CONSUNI_049_2008.pdf> Acesso em: 21 ago. 2011.
- CUSTÓDIO, T. P. **A importância do empreendedorismo como estratégia de negócio**. 2011. 62 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração), Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium, Lins, 2011.
- DIEHL, A.; TATIM, D. C. **Pesquisa em ciências sociais: métodos e técnicas**. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. São Paulo: Sextante, 2008.

DOLABELA, F. O ensino do Empreendedorismo: panorama brasileiro. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL A UNIVERSIDADE FORMANDO EMPREENDEDORES, 1, 1999, Brasília (DF).

Anais... Brasília (DF): Confederação Nacional da Indústria/Instituto Euvaldo Lodi Nacional, 1999, p. 1-10.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2001.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 5. ed. Rio de Janeiro: Empreende / LTC, 2014.

DUARTE, A. N. et al. **SESI empreende**: desenvolvendo atitudes empreendedoras. Porto Alegre, 2004. Disponível em: <<http://www.sesirg.org.br/sesieducacao/sublink.asp?id=75>> Acesso em: 21 ago. 2011.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM).

Empreendedorismo no Brasil – Relatório Executivo Global, 2005.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D.

A. **Empreendedorismo**. 9. ed. Porto Alegre Rs: Mc Graw Hill Education Ltda, 2014.

LEMO, A. H. da C. Empreendedorismo no Brasil: uma atividade sem “espírito”? In: ENANPAD – ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 29, 2005. Brasília (DF). **Anais...** Brasília (DF): ANPAD, 2005.

LOPES, R. (org.) **Educação empreendedora**: conceitos, modelos e práticas. Rio de Janeiro: Elsevier: São Paulo: Sebrae, 2010.

LUCAS, E. A disseminação da cultura empreendedora e a mudança na relação universidade-empresa. EGEPE – ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS, 2. 2001, Londrina (PR). **Anais...** Londrina (PR): EGEPE, 2001. p. 241-252.

MALHEIRO, R. de C. (org.). **Viagem ao mundo do Empreendedorismo**. Florianópolis: IEA. 2003.

MARTINS, G. de A.; LINTZ, A. **Guia para elaboração de monografias e trabalhos de conclusão de curso**. 2. ed. 2. Reimpr. São Paulo: Atlas, 2000.

MELO NETO, F. **Empreendedorismo social**: a transição para a sociedade sustentável. Rio de Janeiro: Quality Mark, 2002.

RAFAEL, S. S.; OLIVEIRA, L. R. de. Empresa Júnior: uma cultura empreendedora capaz de fortalecer o elo entre a Universidade e Comunidade. **Revista Fluminense de Extensão Universitária**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 1, p. 1-8, jan. 2012.

REIS, E. **Estatística descritiva**. Lisboa: Edições Sílabo, 1996.

RESENDE, Luís Mauricio; SANTOS, Cristiane S.; LEITE, Magda L. G.. Empreendedorismo e engenharia: uma proposta curricular. In: COBENGE - CONGRESSO BRASILEIRO DE ENSINO DE ENGENHARIA, 1., 2004, Brasília (DF). **Anais...** Brasília (DF): ABENGE, 2004. p. 1-8.

REVISTA ENDEAVOR BRASIL. **Empreendedorismo nas Universidades brasileiras**. 2012. Disponível em: <<http://unp.br/wp-content/uploads/2014/02/EndeavorEmpreendedorismo-nas-Universidades-Brasileiras-2012.pdf>>. Acesso em: 01 ago. 2014.

SARKAR, S. **Empreendedorismo e inovação**. Lisboa: Escolar Editora, 2010.

SEBRAE. **Disciplina de empreendedorismo**. São Paulo: Manual do aluno, 2007, 67p.

SELA, V. M.; SELA, F. E. R.; FRANZINI, D. Q. Ensino do empreendedorismo na educação básica, voltado para o desenvolvimento econômico e social sustentável: um estudo sobre a metodologia “pedagogia empreendedora” de Fernando Dolabela. In: ENANPAD – ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 30, 2006, Salvador (BA). **Anais...** Salvador (BA): ANPAD, 2006. p. 1 - 12.

TEIXEIRA. C. M.M. **Educação para o empreendedorismo**: um estudo sobre o projeto nacional de educação para o empreendedorismo. 2012. 194 f. Tese (Mestrado em Intervenção Social, Inovação e Empreendedorismo) - Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação. Faculdade de Economia. Universidade de Coimbra, Coimbra, 2012.