

**PROPENSÃO AO EMPREENDEDORISMO: UM OLHAR DOS DISCENTES DOS
CURSOS DE PSICOLOGIA, ADMINISTRAÇÃO, GASTRONOMIA, GESTÃO
FINANCEIRA E MARKETING DA FACULDADES PROMOVE**

*PROPENSION TO ENTREPRENEURSHIP: A PERSPECTIVE FROM THE STUDENTS
COURSES IN PSYCHOLOGY, ADMINISTRATION, GASTRONOMY, MANAGEMENT
FACULDADES PROMOVE FINANCIAL AND MARKETING*

TATIANNA DE SANT'ANA MURTA PENAFORTE
FUNDAÇÃO PEDRO LEOPOLDO (FPL)

ESTER ELIANE JEUNON
FUNDAÇÃO PEDRO LEOPOLDO (FPL)

ELOÍSA HELENA RODRIGUES GUIMARÃES
FUNDAÇÃO PEDRO LEOPOLDO (FPL)

PROPENSÃO AO EMPREENDEDORISMO: UM OLHAR DOS DISCENTES DOS CURSOS DE PSICOLOGIA, ADMINISTRAÇÃO, GASTRONOMIA, GESTÃO FINANCEIRA E MARKETING DA FACULDADES PROMOVE

Objetivo do estudo

O objeto desse estudo foi analisar como a Faculdades Promove influencia a propensão ao empreendedorismo de discentes nos cursos de Psicologia, Administração, Gastronomia, Gestão Financeira e Marketing.

Relevância/originalidade

um tema que advém de várias disciplinas e campos de estudo: psicologia, economia, sociologia, história e gestão, o que possibilita estudá-lo de forma interdisciplinar. O empreendedorismo envolve um campo de estudos considerado relativamente novo no qual as pesquisas são complexas.

Metodologia/abordagem

Com o uso de metodologia quantitativa e qualitativa, procedeu-se à investigação descritiva a partir da utilização de um questionário disponibilizados no Google Forms para 200 alunos da Faculdades Promove.

Principais resultados

Com base nas 123 respostas válidas coletadas, foi possível identificar que a análise do construto empreendedorismo mostrou uma consistência na opinião dos alunos, que em sua maioria, consideram fortemente a possibilidade de serem empreendedores.

Contribuições teóricas/metodológicas

A aplicação da escala propensão ao empreendedorismo possibilitou analisar os construtos sobre empreendedorismo aplicados nessa IES. Além disso observou-se que características individuais e a propensão ao empreendedorismo pode ser relacionada ao comportamento inovador.

Contribuições sociais/para a gestão

Este estudo foi primordial para ampliar a visão sobre o empreendedorismo dos discentes da Faculdade Promove e contribuir com os gestores para a instituição de estratégias efetivas sobre o empreendedorismo nos cursos dessa IES.

Palavras-chave: Educação, IES, Empreendedores, Propensão ao empreendedorismo

PROPENSION TO ENTREPRENEURSHIP: A PERSPECTIVE FROM THE STUDENTS COURSES IN PSYCHOLOGY, ADMINISTRATION, GASTRONOMY, MANAGEMENT FACULDADES PROMOVE FINANCIAL AND MARKETING

Study purpose

The object of this study was to analyze how FaculdadesPromo influences the propensity for entrepreneurship of students in Psychology courses, Administration, Gastronomy, Financial Management and Marketing.

Relevance / originality

a theme that comes from several disciplines and fields of study: psychology, economics, sociology, history and management, which makes it possible to study it in an interdisciplinary way. Entrepreneurship involves a field of study considered relatively new in which research is complex.

Methodology / approach

With the use of quantitative and qualitative methodology, a descriptive investigation was carried out from the use of a questionnaire made available on Google Forms for 200 students from FaculdadesPromove.

Main results

Based on the 123 valid answers collected, it was possible to identify that the analysis of the entrepreneurship construct showed a consistency in the opinion of the students, who, for the most part, strongly consider the possibility of being entrepreneurs.

Theoretical / methodological contributions

The application of the propensity scale to entrepreneurship made it possible to analyze the constructs about entrepreneurship applied in this HEI. Furthermore, it was observed that individual characteristics and the propensity to entrepreneurship can be related to innovative behavior.

Social / management contributions

This study was essential to broaden the vision about the entrepreneurship of the students of the Faculty to promote and contribute to the managers for the establishment of effective strategies on entrepreneurship in courses at this HEI.

Keywords: Education, HEI, Entrepreneurs, Entrepreneurship propensity.

PROPENSÃO AO EMPREENDEDORISMO: UM OLHAR DOS DISCENTES DOS CURSOS DE PSICOLOGIA, ADMINISTRAÇÃO, GASTRONOMIA, GESTÃO FINANCEIRA E MARKETING DA FACULDADES PROMOVE

PROPENSION TO ENTREPRENEURSHIP: A LOOK AT THE STUDENTS OF THE PSYCHOLOGY, ADMINISTRATION, GASTRONOMY, FINANCIAL MANAGEMENT AND MARKETING COURSES AT FACULDADES PROMOVE.

1 Introdução

O tema “Empreendedorismo” vem sendo discutido mundialmente ao longo dos últimos anos, mas somente em meados do século XX o tema ganhou espaço nas discussões acadêmicas, alcançando notoriedade no âmbito educacional. Precursores americanos e canadenses no campo educacional se interessaram pelo contexto acadêmico e criaram uma disciplina específica sobre ele. No Brasil, o empreendedorismo na educação origina-se a partir dos anos 1980, no âmbito da educação superior, evoluindo paulatinamente para outras modalidades de ensino. Lima, Lopes, Nassif e Silva (2015) explicam que o interesse pela formação em empreendedorismo de estudantes universitários em Instituições de Ensino Superior (IES) brasileiras vem crescendo desde a década de 1990. Políticos e dirigentes universitários começaram a se dar conta da importância de tratar o empreendedorismo como tema da formação. O foco da educação superior brasileira apenas na formação de futuros empregados qualificados já se mostrava insuficiente diante das necessidades do País. Para Coan (2011), a educação empreendedora no Brasil apoia-se na necessidade das pessoas e do capital. As iniciativas que visam educar para o empreendedorismo têm se multiplicado, em especial, nas Instituições de Ensino Superior. Dentre os diferentes níveis educacionais, é no ensino superior que o empreendedorismo tem sido mais difundido.

Nesse contexto o objetivo geral deste relato foi analisar como a Faculdades Promove influencia a propensão ao empreendedorismo de discentes nos cursos de Psicologia, Administração, Gastronomia, Gestão Financeira e Marketing. Para tanto adotou-se como percurso metodológico uma abordagem quantitativa e qualitativa, por meio do preenchimento de questionário via Google Forms para 200 alunos; para fins desse relato o foco foram os resultados qualitativos com cerne nas questões abertas. A pesquisa teórica permitiu sustentar os conceitos, as características, evolução e propensão ao empreendedorismo. E, como questão norteadora desta pesquisa elegeu-se: De que forma os cursos de Psicologia, Administração, Gastronomia, Gestão Financeira e Marketing influenciam a propensão ao empreendedorismo na percepção dos alunos da Faculdades Promove?

2 Referencial Teórico

O Global Entrepreneurship Monitor (GEM) desenvolve pesquisas sobre empreendedorismo em âmbito global (envolvendo 49 países no ciclo 2018). Os dados são coletados diretamente de indivíduos empreendedores. No Brasil, o estudo é realizado, desde 2000, pelo Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP), com a cooperação do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). Onde são analisadas as possibilidades de análise das características, ambições e motivações dos indivíduos que estão iniciando um empreendimento ou que gerenciam negócios já estabelecidos (GEM, 2020).

Para o GEM, “empreendedorismo consiste em qualquer tentativa de criação de um novo empreendimento”. A atividade de campo baseia-se no indivíduo empreendedor e suas relações com o empreendimento, considerando tanto os formais quanto os informais no processo de pesquisa (Esteves, 2018). Segundo Fernandes (2013 como citado em Esteves, 2018), a partir da

década de 1980 a Fundação Getúlio Vargas (FGV) passou a introduzir o ensino do empreendedorismo no curso de especialização da Escola de Administração de Empresas de São Paulo (EAESP).

2.1 Características empreendedoras

Segundo Duarte (2013), no mundo contemporâneo empreender tem sido uma necessidade, especialmente pela acirrada competição no mercado de trabalho. O empreendedor tem como características: conceitos apoiados na disciplina, capacidade de assumir riscos, espírito inovador, ousadia e persistência, ser visionário e ter iniciativa própria. Para Fillion (1999), inúmeras publicações descreveram uma série de características atribuídas aos empreendedores. As mais comuns são: Inovação, Otimismo, Tolerância à ambiguidade, Incerteza, Liderança, Orientação para resultados, Iniciativa, Riscos moderados, Flexibilidade, Capacidade de aprendizagem, Independência, Habilidade para conduzir situações, Habilidade na utilização de recursos, Criatividade, Necessidade de realização, Sensibilidade a outros, Energia, Autoconsciência, Agressividade, Tenacidade, Autoconfiança, Tendência a confiar nas pessoas, Originalidade, Envolvimento a longo prazo e Dinheiro como medida de desempenho. Assim, as características empreendedoras estão relacionadas ao comportamento, atividades executadas e o ambiente onde atuam os empreendedores e, sobretudo, requer dedicação, confiança e habilidades para lidar com situações decorrentes de seu negócio, e muitas das vezes são impulsionados pela necessidade de realização com a esperança de alcançar sucesso nos empreendimentos (Fillion, 1999).

Por seu turno, Dolabela (2008) ensina que, para empreender, o indivíduo deve desenvolver um comportamento proativo e aprender a pensar e agir por conta própria. É necessário, ainda, atuar com liderança, criatividade e visão de futuro, de modo a criar e inovar, ocupando um espaço de liderança no mercado. Duarte (2013, p. 25) afirma que “o empreendedor é inovador, criativo e quer sempre algo mais. É o tipo da pessoa que sabe ser líder”.

Estudos de Oliveira, Vasconcelos e Jeunon (2015) sobre o empreendedorismo feminino de empresárias de Belo Horizonte mostram que, para esse grupo, ter seu próprio negócio significa reconhecimento de sua capacidade, reconhecimento social e construção de sua identidade como mulher e pessoa. O exercício do empreendedorismo permite a essas mulheres vivenciar momentos de intensa realização profissional, satisfação e bem-estar consigo mesmas. As autoras explicam:

Os principais desafios encontrados para o gerenciamento das empresas estão relacionados à falta de conhecimento sobre gestão de negócios e conhecimentos sobre gestão financeira. Outros motivos são a falta de capital de giro e o acesso ao crédito, que acaba levando a sérios problemas financeiros. A falta de profissionais qualificados e a dificuldade de exercer a liderança também aparecem (Oliveira, Vasconcelos, & Jeunon, 2015).

Agustina e Fauzia (2021) realizaram um estudo sobre a necessidade de realização, a propensão a correr riscos e a intenção empreendedora da geração Z e identificaram que a intenção empreendedora é afetada por fatores como, a necessidade de concretização e propensão a correr riscos. Esse estudo desenvolvido com jovens, comprovou a necessidade de realização e propensão a assumir riscos influenciando a intenção de empreender na Geração Z. As características empreendedoras dessa geração, especialmente em termos de atitudes empreendedoras, demonstrou a capacidade de criar atitudes positivas em relação às suas atividades de negócios, e também, um alto desejo de sucesso na realização de intenções empreendedoras foi alcançado.

Por sua vez Astiana, Malinda, Nurbasar e Margaretha, (2022) desenvolveram um estudo sobre educação para o empreendedorismo para aumentar a intenção de empreendedorismo dos alunos no contexto da Indonésia, identificaram que a desejabilidade, viabilidade, propensão para agir, empreendedorismo percebida pelos estudantes de negócios educação e intenção empreendedora foram categorizadas como boas. A variável **desejabilidade** percebida significativamente e afeta positivamente as intenções empreendedoras dos estudantes de administração. Além disso, a variável tem a maior influência dominante nas intenções empreendedoras. A variável de **viabilidade** percebida afeta significativamente e positivamente as intenções empreendedoras de estudantes de administração. Além disso, a propensão para agir varia significativamente e influencia positivamente as intenções empreendedoras dos estudantes de negócios e por fim, a variável **educação para o empreendedorismo** afeta significativa e positivamente as intenções empreendedoras dos estudantes de administração.

Fafaliou (2021) com o objetivo de examinar a propensão à fundação de negócios de alunos frequentes em uma determinada Universidade Grega (UoP) concluiu em sua pesquisa que 34,7% dentre os 364 estudantes já tinham uma ideia clara do tipo de negócio que gostariam de fundar. No entanto, a maioria deles relatou a falta de preparo adequada para trabalhar por conta própria. Apesar do grande número de receios relatados em relação às dificuldades esperadas na fase pré e inicial da criação de seu empreendimento, 46,5% dos entrevistados expressaram o desejo de fundar seu próprio negócio. Outros (70%) informaram a realização de planejamento para abrir um negócio em pelo menos quatro anos, portanto, após a formatura.

Além disso, o gênero, o número de semestres e o curso de estudo demonstrou ter certa influência na propensão de fundação dos alunos. No que diz respeito ao impacto das barreiras ambientais percebidas na propensão à fundação, nossas descobertas indicam que a disponibilidade de equidade, a atitude em relação a condição de mercado, encargos burocráticos e posição sobre oportunidades empresariais disponíveis qualificações foram estatisticamente significativas. Essas influências multidimensionais relatadas podem muito bem ser explicada pelo impacto negativo que os recentes efeitos macroeconômicos adversos circunstanciais na Grécia tiveram na percepção de nossos alunos.

Belas, Gavurova, Korony e Cepel (2019) fizeram um estudo com estudantes tchecos eslovacos, a partir de um inquérito online (realizado em 2017) sobre ambiente de empreendedorismo com o intuito de descobrir quais as condições de empreendedorismo são diferentes do ponto de vista dos estudantes universitários checos (156 homens e 252 mulheres) e eslovacos (216 homens e 352 mulheres). Concluíram que estudantes universitários tchecos confiam mais em: apoio empresarial do estado, ambiente macroeconômico, qualidade do empreendedorismo ambiente e qualidade do ensino universitário em comparação com estudantes eslovacos. Em contraste, os estudantes eslovacos são mais otimistas sobre a imagem dos empreendedores e a mídia, sobre atributos pessoais para o empreendedorismo, sobre crescimento na carreira empreendedorismo e estão mais decididos a iniciar o empreendedorismo após a graduação. Além disso, observou-se que a decisão de iniciar um negócio é determinada por muitos motivos, externos e internos fatores, acompanhados de ameaças e perdas de negócios é citado especialmente por jovens sem experiência empresarial. Portanto, é preciso examinar questões de percepção subjetiva empreendedora das razões por trás do início do negócio, para monitorá-las e influenciá-las positivamente. As instituições de apoio ao empreendedorismo devem desenvolver várias atividades para apoiar o comportamento empreendedor, influenciá-lo na direção certa, para desenvolver, em particular, uma cooperação mais eficaz com universidades de apoio ao empreendedorismo e inovação, para incentivar a criação de diferentes clusters de inovação e educação.

Che Embi, Jaiyeoba e Yussof (2019), investigaram os efeitos das características empreendedoras dos alunos e sua propensão para se tornarem empreendedores na Malásia.

Inicialmente observaram que os efeitos das características empreendedoras sobre a propensão dos alunos a tornarem-se empreendedores; habilidade de liderança, necessidade de realização, tolerância à ambigüidade e propensão a assumir riscos são positivamente e significativamente associados com o desempenho dos alunos e suas intenções de iniciar atividades empreendedoras. Isso sugere que a tendência empreendedora que os alunos possuem e as habilidades de liderança, têm forte necessidade de realização, têm uma propensão a assumir riscos e maior tolerância à ambigüidade. Contudo, o constructo autoconfiança e o locus de controle se relacionaram negativa e significativamente com intenções empreendedoras dos alunos. O locus de controle foi encontrado positivamente e significativamente relacionado com o empreendedorismo. Quando mediadas pela inovatividade, as relações entre empreendedores características e intenções empreendedoras permanecem inalteradas; também foi descoberto que inovatividade mediam parcialmente as relações entre as características empreendedoras e as intenções empreendedoras dos alunos. Outro aspecto importante deste estudo foi identificar a importância relativa das características empreendedoras para a Malásia propensão dos alunos para se tornarem empreendedores.

O estudo desenvolvido entre os alunos de duas universidades (escolas de negócios e não-negócios) em um país emergente (Índia), mostrou em seus resultados que os traços de locus de controle, tolerância à ambigüidade, autoconfiança e inovação foram significativos para diferenciar empreendedores de não empreendedores. Ao mesmo tempo, também foi observado que a necessidade de realização e de assumir riscos propensão encontrada não diferiram significativamente para esses dois grupos, o que foi contraditório com as expectativas. Os alunos da escola de negócios eram mais propensos ao empreendedorismo do que os alunos com fluxos não comerciais. Isso está de acordo com as expectativas dos estudantes de administração já exposto à realidade do mundo dos negócios e já tinha frequentado alguns cursos preliminares e workshops sobre empreendedorismo. Esse conhecimento e exposição a criação de novos negócios pode influenciar a viabilidade percebida de iniciar um novo empreendimento e determinar sua intenção empreendedora. Além disso, os alunos com empresas familiares tinham maior inclinação para o empreendedorismo. É importante notar que apenas 37,9 por cento dos alunos eram empreendedores inclinados de acordo com os achados do estudo, ou seja, a maioria deles não foi orientada para empreendedorismo. Este é um sério motivo de preocupação e um alerta para as políticas públicas elaboradas na Índia.

A educação para o empreendedorismo pode realmente inculcar o espírito do empreendedorismo entre os jovens da Índia. Vários cursos sobre empreendedorismo cobrindo o básico sobre iniciar e operar um empreendimento comercial com sucesso deve ser introduzido nas escolas, faculdades e universidades para aumentar os níveis de auto-eficácia dos alunos. (Chaudhary & Richa, 2017).

Dada a elevada taxa de desemprego entre os jovens, as iniciativas empresariais podem tornar-se ações válidas para mitigar tais dificuldades. As escolas de ensino médio podem contribuir para detectar e apoiar alunos com potencial para se tornarem jovens empreendedores e também podem envolver e inspirar outros alunos. Nos estudos de Silva e Nobre (2018), os resultados obtidos mostraram, por um lado, que os alunos das áreas de gestão e os alunos das áreas mais avançadas anos curriculares apresentam maior propensão para o empreendedorismo mas também, em contrapartida aqueles que conhecer exemplos de empreendedores e ter experiências anteriores de gestão podem ter essa propensão potencializada, confirmando assim a necessidade de maior conexão entre a academia e as empresas. (Silva & Nobre, 2018).

Para Bilgiseven e Kasimoğlu (2019), O empreendedorismo adquiriu importância rapidamente devido à competição global, às mudanças tecnológicas e ao desenvolvimento do mercado econômico. Os autores realizaram um estudo piloto foi realizado na Istanbul Commerce University, Centro de Comercialização de Conhecimento. Os resultados da escala

de EQ de primeiro nível verificaram cinco dimensões na estrutura via VFA (Verifying Factor Analysis). De acordo com os resultados da análise de fator de escala de tomada de risco, de acordo com o original, fatoração de uma dimensão foi realizado. De acordo com o resultado da análise fatorial da escala, composta por seis questões no total, o baixo 1 a estimativa foi retirada da tabela de análise fatorial. A razão de variância total foi de 55,585%. A atitude empreendedora e análise fatorial de intenção empreendedora foram aplicadas. Enquanto a razão de variância total foi 77,43% para a escala de atitude, este foi de 64,0383% para a escala de intenção empreendedora. Todas as escalas que se mostraram válidas e confiáveis e foram utilizadas como monodimensionais no estudo principal.

Mohamed e Emad (2020) examinaram os determinantes das intenções empreendedoras de estudantes universitários. Os resultados mostraram que a inovação e a valorização cultural foram positivamente e significativamente associadas à intenção empreendedora dos alunos. Isso sugere que o governo e os formuladores de políticas devem encorajar o desenvolvimento de ambientes que promovam o empreendedorismo dentro das universidades. Esse estudo forneceu uma visão interessante sobre o empreendedorismo sudanês e trouxe recomendações vantajosas para o governo, formuladores de políticas e para universidades, descrevendo os fatores significativos sob a ótica dos graduados sudaneses. Sendo que as intenções empreendedoras sugerem a necessidade do desenvolvimento de características pessoais e profissionais, bem como implicações sobre as condições externas. Por exemplo, as baixas intenções dos alunos de iniciar negócios dentro de cinco anos após a conclusão de seus estudos indicam a necessidade de melhorar a atratividade do Sudão em termos de empreendedorismo, especialmente porque os alunos percebem a dificuldade em iniciar negócios nas atuais condições econômicas e políticas. Além disso, é preciso aumentar os esforços para financiar incubadoras de empresas e reconsiderar os atuais programas de microfinanças oferecidos aos graduados. Ao mesmo tempo, as universidades devem atribuir mais atenção ao desenvolvimento do ecossistema empreendedor dentro de suas instituições, introduzindo ou aumentando programas de treinamento ou aulas que abordam diferentes aspectos do empreendedorismo e realização de seminários que apresentam exemplos de alunos ou negócios liderados por graduados de diferentes países. Fazer isso fornecerá aos alunos as competências necessárias, conhecimento e habilidades que facilitam a criação e gestão de negócios. Os alunos também aprenderiam a lidar melhor com desafios e barreiras empreendedoras que são comuns em novos empreendimentos e aumentam suas inclinações para o empreendedorismo. Por último, as comunidades e as famílias dos alunos devem ser incentivadas a fornecer apoio positivo.

2.2 Educação Empreendedora: principais desafios

No Brasil o ensino do empreendedorismo nas escolas já é uma realidade. Todavia, esse avanço, que ainda carece de discussão e estruturação mais profissional, é bastante utilizado em termos de visibilidade e importância pelas escolas que abordam o tema, assim como pelas empresas e instituições que fomentam projetos escolares com propostas nessa direção, por entenderem que é investimento no capital intelectual do desenvolvimento econômico e social. (Esteves, 2018).

Bae, Qian, Miao e Fiet (2014) reconhecem que há na literatura evidências de que a educação empreendedora tem contribuído para ajudar os universitários a desenvolverem atitudes positivas para com a carreira empreendedora e para aumentar sua percepção positiva sobre a viabilidade de negócio. Segundo Silva e Bardagi (2016), os serviços universitários de carreira que promovem atividades para o desenvolvimento global do estudante universitário são uma realidade nas instituições estrangeiras, mas ainda pouco frequentes no Brasil. As autoras constataram em suas pesquisas que na maioria das instituições as equipes são mínimas e não há

formação específica dos profissionais em questões do desenvolvimento universitário. Elas salientaram a necessidade de ampliar os serviços, de criar processos de registro e de avaliar as atividades realizadas (Silva e Bardagi, 2016).

Estudos de Oliveira, Melo e Muylder (2016, p. 51) sobre a educação empreendedora em uma IES sugerem que “as ações praticadas pelas IES pesquisadas estimulam os alunos ao empreendedorismo e estão desenvolvendo uma consciência sobre a inovação social”. Coan (2011) assevera que a temática “empreendedorismo e sua vinculação ao campo educacional” ganhou relevo nos últimos tempos. A expansão de pesquisas e projetos que visam educar para o empreendedorismo expressa o desejo e a necessidade de se formar um trabalhador de novo tipo, caracterizado como trabalhador/empreendedor com perfil e espírito inovador, criativo e proativo, capaz de criar seu próprio negócio.

3 Metodologia

Este estudo enquadra-se como pesquisa descritiva, por levantar informações a respeito da metodologia e do ensino do empreendedorismo, e buscar maior conhecimento sobre a temática proposta. As unidades de análise foram os cursos de Psicologia, Administração, Gastronomia, Gestão Financeira e Marketing oferecidos pelas Faculdades Promove – Unidade Prado.

A unidade de observação constituiu-se de alunos envolvidos em disciplinas, projetos e práticas de empreendedorismo. A escolha da unidade de análise envolveu os alunos dos cursos de Psicologia, Administração, Gastronomia, Gestão Financeira e Marketing da Faculdades Promove, unidade Prado, localizada em Belo Horizonte, Minas Gerais, deu-se por acessibilidade da pesquisadora à Instituição de Ensino Superior, pois integra seu corpo docente. De acordo com Collins & Hussey (2005), a escolha da unidade de análise é fundamental para o desenvolvimento da pesquisa, pois trata das variáveis ou fenômenos em estudo, envolvendo o problema de pesquisa.

A etapa de coleta dados envolveu inicialmente, o pedido de autorização dos gestores da Faculdades Promove para a realização da pesquisa com os alunos regularmente matriculados nos cursos Psicologia, Administração, Gastronomia, Gestão Financeira e Marketing. Após obter autorização a pesquisadora entrou em contato com os coordenadores do curso para acesso a base de dados dos alunos, cada coordenador disponibilizou os dados referente ao seu curso, e permitiu o envio de um link para os alunos responder ao questionário via Google forms no período de maio a junho de 2022. Ressalta-se a realização que as questões abertas compuseram uma parte da pesquisa qualitativa aprofundando assim as informações coletadas no questionário de pesquisa aplicado aos discentes.

Quanto a análise dos resultados, as questões abertas respondidas pelos alunos dos cursos Psicologia, Administração, Gastronomia, Gestão Financeira e Marketing, foram analisadas por meio de análise de conteúdo, pautadas em Franco (2018) e Bardin (2016), por meio de mapa de categorização extraiu-se os pontos principais que trataram da propensão ao empreendedorismo.

4 Análise e discussão dos resultados

Nesta fase da pesquisa o intuito foi analisar a percepção dos alunos da Faculdades Promove matriculados nos cursos de Administração, Psicologia e Gastronomia sobre a propensão ao empreendedorismo, com base no questionário de pesquisa questões abertas.

Sobre *o que é o empreendedorismo*, os alunos citaram inicialmente o atributo **capacidade** como significado para o empreendedorismo, estando vinculada a desenvolvimento de projetos,

negócios e soluções, quer seja para abrir, criar, projetar ou gerenciar algo que esteja relacionado a resultados financeiros.

Outro atributo citado identificado foi o termo **empreender**, na percepção dos discentes, existem formas de *empreender* negócios que podem chegar ao sucesso e, conseqüentemente, trazer retorno e liberdade financeira. O empreendedorismo é ciência, mas, ao mesmo tempo, é sonho. Por meio de novas técnicas, pode-se sanar problemas e, até mesmo, alcançar a longevidade de algum tipo de negócio.

O atributo **iniciativa** relaciona-se ao empreendedorismo pois o empreendedor, pode iniciar seu negócio em nível pessoal ou, mesmo, realizar mudanças em empresas já existentes. Contudo, implementar qualquer tipo de mudança ou realizar alterações em algo já existente demandam energia para lidar com as situações decorrentes de inovações.

O empreendedorismo interpretado como um **negócio próprio**, significa possibilidade de retorno positivo tanto para novos negócios criados no mercado quanto para gerar melhorias em empresas privadas já existentes.

O empreendedorismo pode também ser um recurso para alavancar a **carreira**, os discentes veem nas ações voltadas para o desenvolvimento da *carreira*, quer seja empreendendo ou trabalhando em uma empresa privada pode ser uma forma de alcançar o sucesso profissional.

Assim, para aventurar pelo empreendedorismo, é preciso pensar nas **ideias** a serem colocadas no mercado de trabalho que possam se manter e alcançar o sucesso almejado por seus idealizadores. Além disso por meio das **práticas empreendedoras, montar um negócio, superar as barreiras e desafios e chegando ao sucesso** de um determinado negócio, beneficia-se toda uma comunidade, gerando emprego e renda.

Quanto as formas de incentivo ao empreendedorismo pela Faculdades Promove, é preciso evidenciar para o alunado os pontos positivos e negativos quando se deseja praticar o empreendedorismo. Notou-se que a Faculdades Promove **não incentiva** seu alunado ao empreendedorismo. Ainda que existam algumas práticas empreendedoras, elas **não evoluem**, pois a **IES não dá segmento aos projetos**, como deveria. Além disso, alguns alunos do curso de Psicologia comentaram sobre a falta de suporte no decorrer do curso. É fundamental o envolvimento da IES no que tange à oferta de *Palestras* capazes, principalmente, de incentivar o aluno a empreender, bem como a **inclusão do empreendedorismo sendo ministrado em todos os conteúdos**.

Ao **ensinar**, os docentes devem se preocupar em repassar aos alunos questões como **planejamento e riscos**, e ajudá-los a **lidar com as frustrações** que possam surgir em função do insucesso de determinado empreendimento. Além disso, **Teoria e prática**, devem caminhar juntas, respeitando as variáveis **sociais, educacionais e econômicas** dos discentes. Nesse sentido a **educação empreendedora** é basilar para esses discentes. A escola pode contribuir para o desenvolvimento de um **raciocínio lógico**, mas também apostando em **ideias e projetos** propostos pelos alunos ao longo de sua **formação**.

Quanto ao fato de o empreendedorismo ser incentivado na Faculdades Promove de forma efetiva, os resultados indicam que, de modo geral, **falta aos alunos preparo para enfrentar as dificuldades**, seja por **conhecimento e engajamento**, ou por **falta de informações sobre o empreendedorismo**. Além disso, no Brasil o **movimento empreendedor** mostra-se no início, e **abrir empresa por aqui é muito difícil**. Além disso, existem muitas deficiências para se alcançar um ensino empreendedor efetivo para os alunos da Faculdades Promove.

Para os alunos o ensino do empreendedorismo é importante pois, de modo geral, é uma ciência necessária, e um conhecimento capaz de auxiliar os alunos muito além de sua formação. Por isso, o empreendedorismo **precisa ser disseminado entre os alunos**, pois é na faculdade que **esses conhecimentos serão repassados com segurança**. Ao fim do curso, além de

conhecerem as demandas relativas a empreender, esses alunos terão maior garantia se optarem por **investir em algum tipo de empreendimento**. E também, quanto mais jovem o aluno adentrar no mundo do conhecimento empreendedor, maiores as oportunidades poderá encontrar.

Na percepção dos alunos, um país que pratica o empreendedorismo tem maiores chances de se desenvolver e, até mesmo, alcançar o sucesso no mercado competitivo. Pode-se inferir que, especialmente no **curso de Psicologia**, a importância do empreendedorismo incide em **ministrar aulas que tenham como pauta o empreendedorismo**, para **capacitar os discentes e orientá-los** ao fim do curso, quando, certamente, irão realizar algum tipo de empreendimento para desempenhar as funções adquiridas em sua formação. Os alunos acreditam que por meio do empreendedorismo é possível que as pessoas possam **sair da zona de conforto e se tornarem um administrador próspero**. Os professores podem ajudar aquele aluno que têm anseio em empreender. Para tanto, esse estudante pode buscar por algum tipo aperfeiçoamento, conhecimentos e informações capazes de auxiliá-lo a colocar seu negócio no mercado. Faz-se necessário também que as pessoas conheçam a **importância do empreendedorismo**, pois ele pode **aumentar a visibilidade de oportunidades, conquistar seus sonhos e projetos, crescer, pessoal e profissionalmente, e criar empregos e oportunidades**.

No que tange à forma como a IES inclui em seu plano pedagógico o empreendedorismo, constatou-se a inclusão do Plano Pedagógico no contexto da Faculdades Promove, por meio de **matérias, aulas práticas e teóricas, palestras, disciplinas optativas, projetos integradores/empreendedores, estágios básicos e Plano de Negócios**. E, ainda está inserido na **Grade Curricular**, fato importante pois transmite ao aluno **conhecimento e aprendizado** fortalecido por meio das práticas, além de **aproximar o alunado ao mercado empreendedor ou profissional**.

No que tange à discussão da IES com os alunos sobre os aspectos relacionados à propensão ao empreendedorismo e ao modo de executá-los, notou-se que as discussões sobre **a propensão ao empreendedorismo precisam ser mais trabalhadas** pela Faculdades Promove, levando o aluno a compreender melhor esse debate, que apenas se inicia, tanto no mercado educacional quanto no do trabalho. Ressalta-se ainda que, no Brasil, a cultura do empreendedorismo baseia-se principalmente na realidade socioeconômica dos brasileiros. Mas para se empreender é preciso ter criatividade, vontade, garra, sabedoria, fazer planejamento, estabelecer metas e ter visão do futuro. De modo geral, considerando o cenário mercadológico brasileiro, pode-se inferir que por aqui o **empreendedorismo ocorre por necessidade** para a maioria dos empreendedores.

Além disso, considerando as condições de trabalho instauradas no Brasil, via regime CLT estabelecido nas leis trabalhistas, de modo geral, para se ter maior renda e condições de vida, **o caminho pode ser o empreendedorismo**.

A utilização de **mídias sociais** tornou-se uma importante ferramenta, que cresceu consideravelmente ao longo dos últimos anos e acabou se tornando um facilitador considerável para quem deseja empreender. Além disso, os programas de televisão trouxeram importantes incentivos para aqueles que têm a intenção de colocar em prática ideias empreendedoras. Ademais, as mudanças ocorridas no mundo ao longo dos anos e especialmente as inovações tecnológicas interferem no tempo, no espaço e nas oportunidades que, muitas vezes, são evidenciadas quer seja por meio de um projeto ou até mesmo de uma disciplina. Portanto, **o desenvolvimento de uma mentalidade empreendedora** pode significar uma visão mais clara sobre determinado assunto e, até mesmo, uma maneira de se implementar um empreendimento. Assim, para implantar um empreendimento, os recursos financeiros são necessários. Uma das características do empreendedor é sua **habilidade de buscar esses recursos no mercado**.

O empreendedor está sujeito a encontrar diversos desafios no caminho. Empreender

significa gerenciar tudo na sua empresa, principalmente quando esse empreendimento está iniciando. Para isso, atributos como **comprometimento, perseverança, vontade, ética, resiliência, determinação, iniciativa e, principalmente, pensar de forma dinâmica**, são necessários.

4.1 Discussão dos resultados

Sobre o objetivo “Identificar a propensão dos alunos ao empreendedorismo a partir das ações da instituição”, constatou-se uma propensão ao empreendedorismo, limitada, porém o estudo identificou ações praticadas pela IES, para despertar nos alunos o desejo de empreender, as quais estão relacionadas à realização de visitas a empresas da região, essa é uma atividade que veio complementar a formação dos alunos, uma vez que isso favorece intensa troca de saberes entre professores, alunos e empresários.

As atividades lúdicas envolvendo olimpíadas, gincanas e feiras realizadas na Faculdade Promove são vistas com animação pelos professores, com destaque para os Jogos Hackathon e os empresariais, prática que mobiliza e fomenta os alunos a competirem. Eles acabam por absorver intensa carga de informações, o que soma muito ao seu aprendizado. Porém, essas atividades só podem ser praticadas por alunos do quarto período em diante, pois os iniciantes não possuem conhecimento, maturidade e expertise para passarem por essa proposta da IES. Ressalta-se, ainda, que recompensas são entregues aos alunos vencedores, o que serve como estímulo para novos desafios. Os empresários também vão à IES para partilharem seus conhecimentos por meio de palestras, feiras e outras formas de apresentação. Adicionalmente, têm a oportunidade de avaliar os trabalhos apresentados pelos alunos, por meio de uma banca de avaliação. A troca de conhecimentos revela-se benéfica para os três grupos: IES, aluno e empresário.

Os alunos dos cursos de Psicologia, Administração, Gastronomia, Gestão Financeira e Marketing concordam com os professores quando apontam a realização de visitas a empresas da região. Especificamente no curso de Psicologia, visitam hospitais, escolas, empresas e clínicas, o que foi muito benéfico. Contudo, a chegada da pandemia da Covid-19 provocou a suspensão dessas visitas. Os alunos também confirmaram a frequência de visitas dos empresários à IES, iniciativa também afetada pela pandemia da Covid-19.

Outros eventos também foram citados, como PIN, Hackaton, *Lives*, seminários e palestras. Para eles a produção de estudos de casos ou de problematização ocorrem por meio de atividades em salas de aula, palestras, rodas de conversa, Projeto Integrador (PIN) e Hackaton. O papel do professor torna-se basilar, pois ele é o promotor do conhecimento, aquele que leva aos alunos importantes casos, contribuindo com novos conhecimentos para sua formação.

Quanto às dificuldades e facilidades associadas ao empreendedorismo e sua inserção no plano pedagógico da instituição, ao analisar as dificuldades os professores apontaram o tempo como um importante dificultador. Em função de suas atividades e demandas, os alunos precisam se adequar a um horário de trabalho comercial. Por isso, muitas vezes, falta-lhes tempo para aproveitar as oportunidades propiciadas pela Faculdade Promove, como, participar de reuniões de grupo e dos eventos extracurriculares. Mesmo a faculdade procurando realizar atividades, cooptar esse aluno, é difícil. Os professores promovem palestras e aula inaugural e convidam egressos para relatar sua trajetória dentro e fora da instituição de ensino como forma de incentivar esses alunos e mostrarem que, mesmo diante de dificuldades, é possível chegar ao sucesso.

No que diz respeito às dificuldades, os alunos sinalizam as questões burocráticas como um dos principais obstáculos para uma implementação empreendedora. Além disso, as taxas e impostos do governo e a baixa valorização da moeda brasileira também afetam as pessoas, que

tem, a cada dia, seu poder aquisitivo reduzido, em função de crises emergenciais ou do desemprego, sempre uma constante no estado brasileiro. Para os estudantes, a falta de recursos financeiros fala mais alto quando se pensa em empreender, pois o problema maior é manter-se no negócio até obter retorno do investimento realizado. Por isso, o fato de o empreendedor poder contar com uma rede de apoio para se organizar financeiramente é uma forma de driblar as dificuldades.

Acrescenta-se, ainda, a questão do conhecimento. Para o empreendedor, é preciso adentrar ao mundo do saber. Sem conhecimento é impossível tocar um empreendimento. Citam-se, ainda, as dificuldades envolvendo problemas como a falta de um corpo docente capacitado e ou de profissionais qualificados e atualizados. A falta de esclarecimento sobre as dúvidas até mesmo em relação aos cursos, o baixo investimento da IES no ensino e a falta de uma grade curricular adequada às demandas dos alunos são dificuldades listadas pelos acadêmicos. Constatou-se, também, a necessidade de haver mais discussões sobre empreendedorismo. Práticas empreendedoras devem ser mais fomentadas pela IES, inclusive por meio de um trabalho cultural, para mudar a cultura e pensamento das pessoas sobre o que é o empreendedorismo em toda sua grandeza.

No âmbito educacional, Coan (2011) reconhece a ampla difusão da educação para o empreendedorismo em diversas modalidades de ensino, por meio de pesquisas, da realização de projetos práticos, da criação de incubadoras de empresas e projetos articulados a empresa Júnior ou de discursos em torno de se educar para o empreendedorismo em encontros pedagógicos promovidos pelas IES.

Em relação às facilidades para a implementação do empreendedorismo, a Assessoria do SEBRAE tem contribuído para levar aos alunos conhecimento e informações importantes para quem intenciona empreender. Além disso, alguns professores da IES são empreendedores e acabam compartilhando suas experiências com eles.

O desenvolvimento de competências empreendedoras tem-se evidenciado na IES. Os eventos ofertados pela instituição envolvendo o Projeto Integrador-PIN, conteúdos e palestras, mais as atividades avaliativas fornecem aos alunos subsídios para pensarem em empreender ou atuarem de forma empreendedora. Contudo, observou-se que esse estímulo depende do professor e em alguns casos pode não ser prioridade. No caso dos alunos do curso de Psicologia, sua formação está diretamente ligada ao empreendedorismo e, portanto, qualquer contribuição é benéfica ao seu aprendizado.

Sobre as principais facilidades associadas à implementação do empreendedorismo, os alunos apontaram os professores como importantes responsáveis pelo desenvolvimento do alunado, sendo também bons exemplos a serem seguidos. Os alunos reconheceram também nas discussões atividades práticas, matérias, disciplinas e aulas produtivas a possibilidade de maior compreensão sobre o empreendedorismo. São eventos necessários e de grande valia no dia a dia dos acadêmicos.

Os meios digitais, as propagandas, as redes sociais e as mídias televisivas são consideradas facilitadores do empreendedorismo, constituindo-se em uma importante ferramenta, que cresceu consideravelmente ao longo dos últimos anos e virou um recurso para muitos empreendedores. Também, as mudanças decorrentes das inovações tecnológicas têm propiciado oportunidades para empreendedores que não temem se arriscar e estão sempre buscando se atualizar em termos das novidades de mercado.

Quanto ao modo como o empreendedorismo está inserido no plano pedagógico da instituição, constataram-se no Projeto Pedagógico do Curso (PPC) atividades relacionadas ao empreendedorismo, para os alunos dos cursos de Psicologia, Administração, Gastronomia, Gestão Financeira e Marketing, averiguou o PPC está inserido no contexto das atividades. E, destacaram a realização de projetos, especialmente o Projeto Integrador (PIN), citado como

uma importante atividade, e a importância de se realizar simulados como forma de treinamento para um possível empreendimento futuro. A grade curricular também tem em sua estrutura disciplinas, aulas ou matérias com foco no empreendedorismo.

Lima, Lopes, Nassif e Silva (2015) explicam que o interesse pela formação em empreendedorismo de estudantes universitários em Instituições de Ensino Superior (IES) brasileiras vem crescendo desde a década de 1990. Políticos e dirigentes universitários começaram a se dar conta da importância de tratar o empreendedorismo como tema da formação. O foco da educação superior brasileira apenas na formação de futuros empregados qualificados já se mostrava insuficiente diante das necessidades do País.

5 Conclusões/Considerações finais e contribuições

O objetivo geral desta pesquisa consistiu em analisar como a Faculdades Promove influencia a propensão ao empreendedorismo de discentes nos cursos de Psicologia, Administração, Gastronomia, Gestão Financeira e Marketing. Observou-se que para uma parcela de alunos, essas discussões ocorrem de modo superficial, sendo abordado somente o básico, de modo aleatório. A IES ainda realiza algumas práticas pedagógicas relacionadas à propensão ao empreendedorismo.

Quanto aos cursos ofertados pela IES, eles lidam com questões com foco no mercado; o fato de se ter docentes que são ou já foram empreendedores ajuda muito a esclarecer para os alunos dúvidas relacionadas a como empreender e a como lidar com o empreendedorismo. Nota-se ainda que alunos que já passaram pela formação na Instituição de Ensino hoje são empreendedores de sucesso, o que mostra de certa forma que a IES tem estado no caminho certo ao lidar com o empreendedorismo em suas disciplinas.

Nos cursos de administração, marketing, gestão de recursos humanos e gestão financeira, a matriz curricular conta com disciplinas de empreendedorismo, liderança, gestão e planejamento estratégico. Nos demais cursos, como é o caso da psicologia e da gastronomia, as disciplinas de Projeto Integrador- PIN's atualmente são as que mais se aproximam ao propósito de desenvolver no discente a capacidade de empreender. Embora os PIN's sejam ofertados durante três semestres, apenas em um semestre contempla as temáticas Empreendedorismo, Inovação e Criatividade. Tem-se algumas disciplinas que não lidam diretamente com a temática do empreendedorismo, mas que são lecionadas por professores que empreenderam em sua trajetória profissional e repassam suas vivências e promovem essa mesma visão de futuro ao seu aluno.

O desenvolvimento de um aluno e egresso de perfil empreendedor deve contar com uma formação mais contínua e sólida que uma teoria e prática ligadas ao empreendedorismo. Uma forma de produzir ações mais intencionais na instituição para contribuir com a formação empreendedora seria debater e promover reflexões acerca da temática entre o colegiado de cada curso, seu núcleo docente estruturante- NDE, coordenadores e professores, a fim de agregar a temática e sua prática, tanto no ensino, quanto na pesquisa e extensão. E, por fim, constatou-se a existência de ações pontuais e sutis, promovidas pela Faculdades Promove, mas não pode afirmar que as práticas da IES são efetivas e intencionais.

Referências

Agustina, Tri & Fauzia, Dea. (2021). The Need For Achievement, Risk-Taking Propensity, And Entrepreneurial Intention Of The Generation Z. *Risenologi*. 6. 96-106. Recuperado de <https://doi.10.47028/j.risenologi.2021.61.161>.

- Ali, Mohamed Salih Yousif; Abou, Emad Aldeen Essa Eshag (2020). Determinantes da intenção empreendedora entre universitários sudaneses. *Management Science Letters*, 2849–2860. Recuperado de <https://doi:10.5267/j.msl.2020.4.023>
- Astiana, M., Malinda, M., & Nurbasari, A., Margaretha, M. (2022). Entrepreneurship education increases entrepreneurial intention among undergraduate students. *European Journal of Educational Research*, 11(2), 995-1008. Recuperado de <https://doi.org/10.12973/eu-jer.11.2.995>
- Bae, T. J., Qian, S., Miao, C., & Fiet, J. O. (2014). The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: A meta-analytic review. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 217-254.
- Belas, Jaroslav; Gavurova, Beata; Korony, Samuel; Cepel, Martin (2019). Attitude of University Students toward entrepreneurship environment and toward entrepreneurship propensity in Czech Republic and Slovak Republic – International Comparison. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 32(1), 2500–2514. Recuperado de <https://doi.10.1080/1331677X.2019.1615972>
- Bilgiseven, Emine Banu; Kasimoğlu, Murat (2019). Análise dos Fatores que Levam à Intenção Empreendedora. *Procedia Computer Science*, 158 (), 885-890. Recuperado de <https://doi:10.1016/j.procs.2019.09.127>
- Braum, L. M. dos S. (2018). *Propensão ao empreendedorismo: construção de um modelo confirmatório*. (Tese de Doutorado da Universidade Nove de Julho - UNINOVE, São Paulo, SP, Brasil) Recuperado de <http://repositorio.uninove.br/xmlui/handle/123456789/1472>
- Chaudhary, Richa (2017). Fatores demográficos, personalidade e vocação empreendedora. *Educação + Treinamento*, 59(2), 171–187. Recuperado de <http://doi:10.1108/ET-02-2016-0024>
- Che Embi, Nor Azizan; Jaiyeoba, Haruna Babatunde; Yussof, Sheila Aionon (2019). The effects of students' entrepreneurial characteristics on their propensity to become entrepreneurs in Malaysia. *Education + Training*, 61(7/8), 1020–1037. Recuperado de <http://doi:10.1108/et-11-2018-0229>
- Coan, M. (2011). *Educação para o Empreendedorismo: implicações epistemológicas, políticas e práticas*. (Tese de Doutorado do Curso de Programa de Pós-graduação em Educação, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC, Brasil) Recuperado de <http://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/94847>.
- Dolabela, F. (2008). *Oficina do Empreendedor*. Rio de Janeiro: Sextante. ISBN 9788575424032
- Duarte, E. M. (2013). *O empreendedorismo nas micro e pequenas empresas: um estudo aplicado à cidade de Pará de Minas – MG*, (Dissertação apresentada ao curso de Mestrado Profissional em Administração, da FPL Educacional, Pedro Leopoldo, MG, Brasil) Recuperado de

https://fpl.edu.br/2018/media/pdfs/mestrado/dissertacoes_2013/dissertacao_ednei_magela_duarte_2013.pdf

Esteves, Bismarck . (2018). *Educação Empreendedora: um estudo da reputação do ensino de Empreendedorismo na educação básica, utilizando a metodologia SEBRAE*. (Dissertação de Mestrado do Mestrado Profissional em Administração da FPL Educacional, Pedro Leopoldo, MG, Brasil), Recuperado de https://www.fpl.edu.br/2018/media/pdfs/mestrado/dissertacoes_2018/dissertacao_bismarck_esteves_2018.pdf

Fafaliou, Irene (2012). Propensão dos alunos ao empreendedorismo: um estudo exploratório da Grécia. *Jornal Internacional de Inovação e Desenvolvimento Regional*, 4(3/4), 293– Recuperado de doi:10.1504/ijird.2012.047563

Filion, L. J. (1999 abr-jun). Empreendedorismo: empreendedores e proprietários de pequenos negócios. *Revista de Administração*. São Paulo, 34(2), 5-28,. Recuperado de <http://rausp.usp.br/wp-content/uploads/files/3402005.pdf>

GEM – *Global Entrepreneurship Monitor*. (2020). *Empreendedorismo no Brasil 2019: Relatório Executivo da Global Entrepreneurship Monitor*. Coordenação: GRECO, S. M. S. S. Paraná: Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP); Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE).

Hair, J. F. et al. (2009). *Análise multivariada de dados*. Bookman Editora.

Lima, E., Lopes, R. M. A., Nassif, V. M. J., & Silva, D. (2015). Ser seu próprio patrão? Aperfeiçoando-se a educação superior em empreendedorismo. *Revista de Administração Contemporânea*, 19(4), 419-439. DOI:10.1590/1982-7849rac20151296

Oliveira, A. & Melo, M. & De Muylder, C.. (2016). Educação Empreendedora: O Desenvolvimento do Empreendedorismo e Inovação Social em Instituições de Ensino Superior. *Revista Administração em Diálogo - RAD*. 18. DOI: 10.20946/rad.v18i1.12727.

Oliveira, A. F.; & Vasconcelos, M. C.; & Jeunon, E. E. (2015). Empreendedorismo feminino de empresárias de Belo Horizonte: história de vida, características, desafios e fatores determinantes. *Revista do CCEI*, 19(34).

SEBRAE. *Cenários e tendências setoriais*. Recuperado de <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/leia-os-boletins-de-mercado-de-cada-setor-e-atualize-a-sua-empresa,de5f974198962510VgnVCM1000004c00210aRCRD>

Silva, S. S., & Bardagi, M. P. B. P. (2016). Intervenções de carreira no ensino superior: estrutura dos serviços na Grande Florianópolis. *Revista Psicologia em Foco*, 8(12), 14-32. Recuperado de <http://revistas.fw.uri.br/index.php/psicologiaemfoco/article/view/2462>

Silva A, Nobre N (2018) Students' Entrepreneurial Propensity: An Exploratory Study from a Portuguese Polytechnic School. *J Entrepren Organiz Manag* 7: 226. doi: 10.4172/2169-026X.1000226