

FACULDADE CATÓLICA DOM ORIONE

CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

MARCÉLIA PEREIRA DE SOUSA

**O FOMENTO DO EMPREENDEDORISMO NAS INSTITUIÇÕES DE  
ENSINO SUPERIOR DE ARAGUAÍNA-TO**

ARAGUAÍNA

2015

MARCÉLIA PEREIRA DE SOUSA

**O FOMENTO DO EMPREENDEDORISMO NAS INSTITUIÇÕES DE  
ENSINO SUPERIOR DE ARAGUAÍNA-TO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade Católica Dom Orione como requisito parcial à obtenção de graduação no curso de Administração de Empresas.

Orientador: Prof<sup>a</sup>. Esp. Maria das Graças de Medeiros Aires Andrade

ARAGUAÍNA

2015

MARCÉLIA PEREIRA DE SOUSA

**O FOMENTO DO EMPREENDEDORISMO NAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO  
SUPERIOR DE ARAGUAÍNA-TO**

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi julgado adequado para obtenção do Grau de Bacharel em Administração da Faculdade Católica Dom Orione e aprovado em sua forma final em: \_\_\_ de \_\_\_ de \_\_\_ .

---

Profº Msc. Rogerio Cogo  
Coordenador do Curso

Apresentado à Banca Examinadora composta pelos professores:

---

Profª Esp. Maria das Graças de Medeiros Aires Andrade  
Orientadora

---

Profº Msc. Edison Fernando Pompermayer  
Examinador

---

Profª Esp. Elizangela Silva de Sousa Moura  
Examinador

## O FOMENTO DO EMPREENDEDORISMO NAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR DE ARAGUAÍNA-TO<sup>1</sup>

## THE ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT IN THE HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS OF ARAGUAÍNA-TO

Marcélia Pereira de Sousa<sup>2</sup>

Maria das Graças Aires de Medeiros Andrade (Or)<sup>3</sup>

### RESUMO

A prática da educação empreendedora mostra-se de suma importância no contexto acadêmico. O propósito que norteia este trabalho é verificar a sensibilização dos estudantes, bem como a sua percepção quanto ao estímulo voltado ao empreendedorismo partindo das Instituições de Ensino Superior, para tanto foi realizada uma pesquisa quantitativa, de natureza exploratória, com acadêmicos de diferentes cursos de graduação da cidade de Araguaína, Tocantins. Esta explanação parte da problemática de como o ensino do empreendedorismo é apresentado nas IES de Araguaína. As expectativas do acadêmico quanto ao fomento atribuído ao empreendedorismo tem forte ligação com políticas de inovação e iniciativas que reforçam a posição das IES na promoção da formação acadêmica em um ambiente que viabilize o estímulo ao empreendedorismo, numa educação que articula projetos de sucesso e obtenção de resultados positivos para todos os envolvidos nesse processo.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo. Ensino Superior em Araguaína. Formação Empreendedora.

### ABSTRACT

---

<sup>1</sup> Artigo apresentado a Faculdade Católica Dom Orione como exigência para a titularidade em Bacharel em Administração no 2º semestre de 2015.

<sup>2</sup> Graduanda em Administração pela Faculdade Católica Dom Orione, Araguaína-TO.

<sup>3</sup> Graduada em Ciências Econômicas pela Pontifícia Universidade Católica de Goiás. Especialista em Formação Socioeconômica do Brasil e Gestão de Micro e Pequenas Empresas. Professora da Faculdade Católica Dom Orione.

The entrepreneurial education practice shows itself of great importance in the academic context. The motivation that guides this project is to verify the student's sensitization, so does your perception about the incentive related to entrepreneurship starting from the Higher Education Institutions, therefore has been made a quantitative research to the academics from different graduation courses from Araguaína city in Tocantins. The academic's expectations about development related to entrepreneurship has strong connection to politics of innovation and initiatives that reinforce the position of IES in the academic education in an environment that makes possible the stimulation of entrepreneurship, in an education that articulates successful projects and gets positive results to everyone involved in this process.

**Keywords:** Entrepreneurship. Higher Education in Araguaína. Entrepreneurial Education.

## 1 INTRODUÇÃO

Atualmente o mercado de trabalho exige cada vez mais, que os indivíduos ali inseridos desenvolvam uma proatividade, por meio de uma educação continuada. Arelado a este fator está a necessidade de capacitar o indivíduo a adaptar-se às mudanças provenientes do contexto globalizado vigente. Desta forma, realça o quão relevante se torna a explanação sobre o presente tema que enfoca o fomento do Empreendedorismo nas faculdades/universidades de Araguaína. Para tanto, o papel das Instituições de Ensino Superior são determinantes, uma vez que é o ambiente propício para aflorar em seu público alvo a suficiência empreendedora.

Nas academias brasileiras o ensino do empreendedorismo está crescendo, portanto a proposta de estimulá-lo não deve ser exclusiva do curso de Administração, mas uma proposta adotada e introduzida em diversos cursos de graduação tais como Direito, Ciências Contábeis, Educação Física, Odontologia, entre outros e igualmente em distintas áreas do conhecimento, já que, se torna evidente a relevância do empreendedorismo no desenvolvimento econômico e social. Portanto torna-se necessário estimular e desenvolver nos acadêmicos de diferentes graduação a capacidade empreendedora para que este possa atuar na

sociedade, sendo que, diversos são os tipos de negócios iniciados a cada dia por profissionais formados em variados campos.

Tendo como base uma pesquisa realizada com os acadêmicos de sete Instituições de Ensino Superior da cidade de Araguaína, no período de 15/09 a 10/10 de 2015, onde foram distribuídos duzentos questionários. No intuito de demonstrar que esta reflexão parte da problemática de como o ensino do empreendedorismo é apresentado nestas instituições. Espera-se responder se as IES fomentam este ensino para a formação de indivíduos empreendedores.

Como objetivo geral espera-se verificar a percepção do acadêmico quanto ao estímulo do empreendedorismo no curso de graduação do qual faz parte, sendo que os objetivos específicos estão voltados a identificar se há capacitação para o empreendedorismo nas faculdades e conhecer os meios pelos quais é estimulada a educação empreendedora.

Utilizou-se da pesquisa exploratória e do método quantitativo neste caso específico, ou seja, quantificar os dados e as opiniões coletadas por nosso público-alvo: os universitários araguanenses.

A fim de atingir tal objetivo, realizou-se durante o início do segundo semestre do corrente ano a pesquisa já mencionada onde foram obtidas um total de cento e setenta e uma amostras. As informações estão representadas em números e analisadas e as conclusões apresentadas no item Análises dos Resultados.

O método utilizado para a coleta de dados foi a abordagem ao acadêmico que era persuadido a responder quatro questionamentos previamente elaborados com perguntas objetivas e somente numa destas o acadêmico deveria justificar a sua resposta sob sigilo de sua identidade com a intenção de ter conhecimento quanto a sua percepção a respeito do papel das faculdades/universidades no que se refere ao estímulo ao empreendedorismo.

Este trabalho é composto por introdução, seguida de um resumo histórico sobre o empreendedorismo de modo geral e do empreendedorismo no Brasil. Para a fundamentação teórica apresenta-se características e perfil empreendedor e reflexões acerca da educação empreendedora no ensino superior. Posteriormente, apresenta-se a pesquisa com as análises e os resultados, e, por fim as considerações finais.

## **2 ASPECTOS GERAIS DO EMPREENDEDORISMO**

Na literatura pesquisada constatou-se que a origem da palavra empreendedorismo é proveniente do francês “entreprendre”, cujo significado é fazer algo ou empreender. Muitos anos depois Richard Cantillon fixou o termo “entrepreneur”, para caracterizar o indivíduo que possuía seu próprio negócio, expondo-se a situações ameaçadoras ligadas ao seu trabalho, mas com a intenção de fomentar o seu conforto em relação aos dispêndios.

No início do século XIX, o economista francês Jean Baptiste Say introduziu outra concepção ao termo. Para este autor, o empreendedor é aquele que: “transfere recursos econômicos de um setor de produtividade mais baixa para um setor de produtividade mais elevada e de maior rendimento” SAY(1800 apud Leite, 2006, p. 123).

Desta forma, aquele que assumia a responsabilidade de incrementar a economia para avançar progressivamente. Um agente de mudanças. Esse pensamento influencia a teoria sobre o tema até os dias atuais.

Schumpeter (1959 apud Dolabela,1999a), economista austríaco, foi quem impulsionou o tema empreendedorismo, associando o empreendedor à inovação e tornando-o o agente que inicia e explica o desenvolvimento econômico. A esse novo olhar deu-se o nome de “destruição criativa”.

Dolabela (1999) destaca do mesmo modo, que Schumpeter atribuiu ao empreendedor três papéis: a inovação, o assumir riscos e o permanente rompimento de paradigmas estabelecidos, expondo assim a economia a um constante estado de desequilíbrio.

Degen (2009, p. 5) enfatiza que:

Vantagens do processo de destruição criativa para a população e o país são evidentes. Ambos, a população e o país, vão dispor, por meio da criatividade dos empreendedores, a cada novo dia, de novos empregos, de novos produtos e serviços mais eficientes e mais baratos para atender as suas necessidades e para exportar para outros países.

Desta forma, o autor acima citado, evidencia as vantagens do processo de destruição criativa, defendido do Shumpeter. Processo este entendido como o desenvolvimento de tecnologia de ponta ou a adequação da tecnologia existente, sendo dessa forma criativo. Os empreendedores contribuem com o desenvolvimento econômico de uma nação por sua capacidade de inovar e de aproveitar as

oportunidades de negócios (SCHUMPETER, 1988). É consenso quanto à importância do papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico.

Em 1985, Robert Hirsch define o empreendedorismo como o feito de originar algo incomum, dando valor à sua criação empenhando-se com total dedicação, assumindo riscos, mas com retorno financeiro, ou seja, expressa que o desejo de empreender está atrelado à eventual garantia da restituição financeira.

De acordo com Drucker (1987) “o surgimento da economia empreendedora é um evento tanto cultural e psicológico quanto econômico ou tecnológico”.

O empreendedorismo está voltado ao dinamismo que há na força empreendedora existente nesses campos e com isso gera uma capacidade de atuar no contexto inserido com diferenciais competitivos, promovendo o crescimento da empresa numa visão sistêmica.

Nos anos 70/80 com o memorável advento tecnológico, criou-se o maior centro mundial de fomentação para o empreendedor nos Estados Unidos: O Vale do Silício, considerada uma das regiões mais inovadoras do mundo na qual protagoniza até o presente momento um desenvolvimento tecnológico altamente inovador.

Timmons define o empreendedorismo como “uma revolução silenciosa, que será para o século XXI mais do que a Revolução Industrial foi para o século XX” Timmons (1994 apud Mendes, 2009, p. 2)

O legado do empreendedor consiste em revolucionar o mercado, mesclando os fatores positivos e negativos, extraindo destes, possibilidades de melhorias contínuas em favorecimento do negócio. O empreendedor é capaz de perceber claramente as oportunidades e seus reais benefícios ao ambiente organizacional.

## **2.1 Empreendedorismo no Brasil**

Ao longo da história do empreendedorismo o Brasil apresentou-se timidamente neste cenário, de acordo com Oliveira (2014 p. 07.) “o empreendedorismo não se desenvolveu na velocidade adequada, principalmente pelo forte protecionismo”. Sendo que, apenas na década de 90 tomou proporções maiores devido à abertura da economia na época e sob o fomento de órgãos como o Sebrae que passou a se dedicar à profissionalização de empreendedores dando ênfase ao apoio à Micro e Pequenas Empresas desde o período que antecede a sua



criação oferecendo o suporte necessário durante todo o processo que envolve a sua formação e permanência no mercado tão exigente e competitivo.

O empreendedorismo desde então tem crescido sob o reconhecimento de transformar o cenário econômico por ser um fator de geração de riquezas para a economia e desta forma dinamizá-la. Por conseguir um desenvolvimento notável, tanto de produtos e serviços, mas, sobretudo do capital humano, este de valor imensurável e fundamental para o sucesso de projetos.

Segundo os dados da pesquisa GEM, 2014, que é parte do projeto Global Entrepreneurship Monitor, projeto este iniciado em 1999 com uma parceria entre a London Business School e o Babson College, que tem como objetivo compreender o papel do empreendedorismo no desenvolvimento dos países. Desde a sua primeira edição quase 100 países já se associaram ao projeto. Em 2014, foram incluídos 70 países, perfazendo uma cobertura de 75% da população global e 90% do PIB (Produto Interno Bruto) mundial. O Brasil participa desse projeto desde 2000, onde a pesquisa é conduzida pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP) e conta com o apoio técnico e financeiro do Serviço Brasileiro de apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE).

Essa avaliação anual do nível nacional da atividade empreendedora envolve uma exploração do papel do empreendedorismo no crescimento econômico nacional e revela a riqueza das características associadas com a atividade empreendedora. As informações fundamentais apresentadas pelo GEM compõem-se da associação de dois grupos. Sendo que o primeiro relaciona-se à postura, ocupação profissional e anseios da população com relação ao empreendedorismo. O segundo refere-se a avaliações para visualizar o ambiente para iniciar novos negócios no país, esta etapa é realizada com profissionais de vários setores da sociedade. É um estudo que avalia o universo empreendedor a níveis mundial e nacional, o qual revela que há um crescimento no Brasil no que se refere ao empreendedorismo, representada nos seus 34,5% da taxa total representada de empreendedorismo, tendo um aumento de 2% em comparação com 2013, sendo que o nordeste é a região mais empreendedora do país. No que se refere à motivação para empreender no Brasil, o relatório GEM (2014), afirma que 70,6% dos empreendedores brasileiros, empreenderam por oportunidade, o que é relevante, demonstrando a evolução dos empreendedores brasileiros, já que nas primeiras edições dessa pesquisa, a maioria dos empreendedores empreendiam por necessidade.

De acordo com Dornelas, (2008, p. 13):

No empreendedorismo por oportunidade, o empreendedor visionário sabe aonde quer chegar, cria uma empresa com planejamento prévio, tem em mente o crescimento que quer buscar para a empresa e visa à geração de lucros, empregos e riqueza. No segundo caso, empreendedorismo por necessidade, a falta de opção por alternativas de trabalho cria negócios informais, não planejados que costuma levar ao declínio destas empresas bastante rápido.

A primeira característica acima citada está relacionada à criação de empresas planejadas com metas claras com vistas à obtenção de lucros que está relacionado com o desenvolvimento econômico do país, o empreendedor é um visionário. Já no empreendedorismo por necessidade, ou seja, por não haver outras opções de trabalho o indivíduo cria um negócio sem o menor preparo, informalmente, que em geral não tem sucesso. Dornelas (2008, p.13) enfatiza que “o país precisa buscar é a otimização do seu empreendedorismo por oportunidade”.

Embora os dados da pesquisa GEM (2014) nos apresente números com melhorias expressivas no que tange ao empreendedorismo, observa-se que ainda faltam condições, incentivos e realização de investimentos seja na esfera governamental, empresarial ou instituições de ensino, para que se desenvolva uma educação empreendedora onde há estímulo à propagação dos benefícios de novos negócios e da ampliação dos já existentes no mercado.

### **3 CARACTERIZAÇÃO DO EMPREENDEDOR OU PERFIL EMPREENDEDOR**

Conhecer o mercado, o público e desenvolver estratégias necessárias para investir em seus projetos são algumas das buscas do empreendedor. Para esta realização não existe receita a ser seguida, mas há um conjunto de características relacionadas a quem traça o caminho do empreendedorismo. Apresenta-se abaixo um quadro no qual (Dornelas, 2008, p. 17-18), descreve as características desenvolvidas pelo empreendedor que preza pelo êxito do seu negócio.

Tabela 1: CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR

São visionários; otimistas	Sabem tomar decisões;	Fazem a diferença;
São determinados	São organizados; planejam	São bem relacionados;
Assumem riscos calculados;	Exploram a oportunidade.	São líderes dedicados;

Fonte: DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 3.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. Adaptado por Marcélia Pereira de Sousa.

O desejo de se obter um negócio próprio ou evoluir constantemente no que faz, está presente na vida de indivíduos que possuem o espírito empreendedor, o que significa ser incentivado pela auto-realização. É o anseio por sucesso que o conduz em busca da concretização de seus sonhos, sendo que isto se faz colocando uma dosagem precisa de confiança e amor pelo que faz. O empreendedor é incansável na busca por melhorias contínuas, maximiza os seus pontos fortes e ao contrário dos demais, ao invés de apenas minimizar as suas fragilidades, aperfeiçoa-as, visando desta forma lapidar-se para adquirir ou manter espaço no mercado.

Para Leite (2012) As percepções do empreendedor quanto às relações econômicas é o seu grande diferencial, por possuir uma visão ampla onde vislumbra oportunidades de lançar e ou elevar o seu negócio com plena consciência e coragem para correr riscos calculados, pois é um indivíduo bem informado, portanto apto a tomar decisões em meio à situações arriscadas. Esta é a chave do empreendedorismo e o que o faz ser responsável pelo crescimento econômico e pela geração de empregos.

É mito quando se afirma que o empreendedor já nasce pronto, pois o empreendedorismo pode ser aprendido e desenvolvido por qualquer pessoa e em diferentes idades, porém o meio social onde o indivíduo está inserido contribui para ampliar algumas características como: busca de oportunidades, busca de informação, autoconfiança, persuasão etc., e as instituições de ensino superior devem estimular o espírito empreendedor, através de incentivos, comportamentos e atitudes alinhando prática e teoria para o desenvolvimento de ideias inovadoras, por meio das quais o acadêmico adquire um diferencial importante advindo de um conhecimento pautado em experiências significativas que contribuirão fundamentalmente na sua formação. Tais características acima citadas, que

segundo Mendes (2009, p.33) “determinam o sucesso ou fracasso do ser empreendedor”, pois interferem de modo muito particular no processo de avaliação, que lhes permite questionar o que é bom e o que é ruim para o seu negócio.

Como nos diz Mendes (2009, p.40), o empreendedor “é o realizador, o ser integral, capaz de dedicar uma existência inteira em benefício de uma causa nobre”. Faz da perseverança a sua fiel aliada em meio às dificuldades que se manifestam, ponderando com os acontecimentos do mercado altamente competitivo que se apresenta, mas entendendo que é neste mesmo mercado que tem a pretensão de atuar. Portanto, o seu comprometimento e a sua proação serão indispensáveis para se alcançar o sucesso.

Estabelecer objetivos faz parte da tarefa empreendedora que por meio de um planejamento prioriza ações voltadas ao alcance dos propósitos previamente monitorados, corrigidos e revisados, sendo que, todo esse processo se baseia na busca de informações, iniciativa, comprometimento, perseverança.

Sobre esse processo Oliveira (2014, p.63) menciona:

Além de inovador, o empreendedor deve ser criativo, desenvolvendo situações alternativas interessantes, pois ele deve ter adequado conhecimento dos assuntos sob sua responsabilidade para, inclusive, conseguir elaborar situações alternativas que possibilitem otimizar o processo decisório nos empreendimentos.

Os conhecimentos adquiridos pelo empreendedor se concretizam pela interação com a sua equipe, composta por profissionais que atuam em diversas áreas, que anseiam por um resultado comum, por ser fonte real de aprendizado. Para a realização de tal intento, pensa-se que a principal característica do empreendedor seja a liderança, nivelada à rede de contatos, sob a existência de confiança, o que oferece qualidade ao processo empreendedor e favorece a sua otimização, “pois um líder sabe conduzir com sabedoria a sua equipe” (OLIVEIRA, 2014, p.86.), rumo a uma visão compartilhada, vital para instigar continuamente a sua equipe.

O desenvolvimento da liderança e das potencialidades empreendedoras se efetivam, sobretudo por meio de uma educação voltada a desenvolver pessoas que possuam capacidade de aprender sempre, de enfrentar desafios e promover transformações. Diferenciais fortalecidos numa educação que dissemina a cultura empreendedora como um fator de desenvolvimento econômico, e que, portanto

devem fazer parte da vida do acadêmico e estar presente nas pequenas, médias e grandes organizações.

#### **4 EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA NO ENSINO SUPERIOR**

O tema empreendedorismo vem crescendo consideravelmente no mundo inteiro, e as organizações universitárias também se posicionam a favor deste panorama. Em decorrência deste avanço, o papel da universidade na formação empreendedora torna-se extremamente relevante. O conhecimento adquirido na academia torna-se fundamental para o êxito profissional do acadêmico e das organizações.

Segundo Dolabela (2008, p.151):

A metodologia é inspirada nos processos de aprendizagem utilizados pelo empreendedor na vida real. Para haver efetividade didática na área de empreendedorismo, é essencial que o aprendizado seja insistentemente contextualizado.

Incitar e preparar o acadêmico por meio de práticas pedagógicas, compreendendo que o atual mercado de trabalho exige uma capacidade de adaptar-se à diversas situações apresentadas cotidianamente neste contexto, se faz necessário, sendo que, a proação, a flexibilidade e a inovação caminham juntas alimentando esse processo real de aprendizagem.

Lenzi (2009, p. 205), considera que: “a teoria chama a atenção e aguça nossa curiosidade, mas isso deve ser apenas o primeiro passo para mudanças”. Uma vez que, reverte-se em resultados favoráveis a ambos. O acadêmico se beneficia preparando-se de modo a tornar-se um profissional de excelência, a empresa por sua vez se prepara para lidar com um mercado complexo e instável, no que se refere às mudanças tendo a competência de absorver ideias transformadoras e introduzi-las em seu universo.

De acordo com Dolabela (2008,p. 141):

A sala de aula se transforma em um ambiente de geração de conhecimentos, visto que, é neste ambiente favorável que o acadêmico irá desenvolver sua capacidade criativa, fundamental na busca por realizar os seus propósitos deve estar preparado para fazer as próprias opções no

processo de transformar coisas imateriais, como a vontade, o sonho, a ideia e o conhecimento de si em algo concreto, um projeto de empresa.

Desenvolver a cultura empreendedora é um desafio que deve ser iniciado em sala de aula, disponibilizando ferramentas necessárias para estender as competências empreendedoras aos acadêmicos de graduação.

A educação dos jovens, por seus familiares, é voltada para a realização de concursos públicos, por garantir emprego e estabilidade, oferecendo suas vantagens e desvantagens e está presente fortemente em nossa região.

A respeito disto Dolabela (2008, p. 31) afirma que: “os valores do nosso ensino não sinalizam para o empreendedorismo, mas, para a formação de profissionais que irão buscar emprego no mercado de trabalho”.

Uma verdadeira mudança neste aspecto torna-se indispensável. Os processos educacionais devem preparar os seus educandos para serem profissionais empreendedores, entendido como um profissional que traça objetivos, estabelece metas e garante resultados satisfatórios em prol de todos os envolvidos.

É válido lembrar que há uma relação bastante íntima entre empreendedorismo e o desenvolvimento que promove o dinamismo econômico. Fazendo-se surgir novas empresas reportando para a geração de novos empregos. O empreendedorismo pode ser visto como elemento chave para fortalecer a economia, consolidando o seu desenvolvimento. A pesquisa GEM 2014, já mencionada anteriormente, mostra que no Brasil tem aumentado este índice consideravelmente, visto como positivo, o crescimento de pequenas e médias empresas, promovendo dessa forma uma aceleração da economia, pois trazem consigo inovações que afloram a concorrência, sendo que esses pequenos e médios negócios também se transformam em potenciais negócios.

## **5 APRESENTAÇÃO DA PESQUISA**

Araguaína, cidade situada no Estado do Tocantins, este pertencente à Região Norte do Brasil, conta com uma população estimada pelo IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, de 170.183 habitantes, em 2015 (IBGE, 2015). É uma cidade com forte influência do ensino superior, ensino este que se expandiu no final da década de 1990, com a implantação do Instituto Tocantinense Presidente Antônio Carlos (ITPAC), Universidade Federal do Tocantins (UFT), em 2003,

Faculdade Católica Dom Orione, (FACDO) em 2005, e a Faculdade de Ciências do Tocantins (FACIT), em 2012, todas estas na modalidade presencial (GASPAR, 2013).

Na modalidade tele presencial, Araguaína conta com polos da Universidade Anhanguera - UNIDERP, Universidade Paulista - UNIP, e da Universidade Norte do Paraná - UNOPAR. Com estes centros de ensino constituiu-se um novo cenário educativo em Araguaína e sua região.

As instituições citadas acima desempenham indubitavelmente um papel de grande importância para o desenvolvimento da cidade de Araguaína.

Smith (2006 apud Gaspar, 2013, p.04) afirma que:

As Instituições de Ensino Superior são reconhecidas como mecanismos de desenvolvimento regional, não só pelo seu principal papel – educar os indivíduos – mas também devido à sua influência na região ou localidade, a qual compreende vários aspectos, que não podem ser isolados, mas que estão fortemente relacionados. As Instituições de Ensino Superior são, portanto, instituições de elevada importância financeira e social nas regiões em que operam, garantindo oportunidades educacionais, econômicas, sociais e culturais que de outra forma não existiriam na região.

As IES contribuem para o desenvolvimento da cidade, visto que prepara o acadêmico para atuar em áreas fundamentais como empreendedorismo, tem forte capacidade de inovar, desenvolver tecnologias, transferir conhecimentos que conduz a uma melhoria do local onde se encontra inserida.

O presente trabalho foi baseado em pesquisa bibliográfica e utilizou-se de uma pesquisa quantitativa, com o objetivo de identificar os fatores que estimulam o desenvolvimento do empreendedorismo no contexto universitário, pesquisa da qual resultou neste artigo, onde o público pesquisado consistiu em 171 acadêmicos das seguintes faculdades de Araguaína: FACDO, ITPAC, UFT, FACIT, UNIP, UNOPAR e UNIDERP, de diferentes cursos de graduação. Os acadêmicos foram escolhidos aleatoriamente.

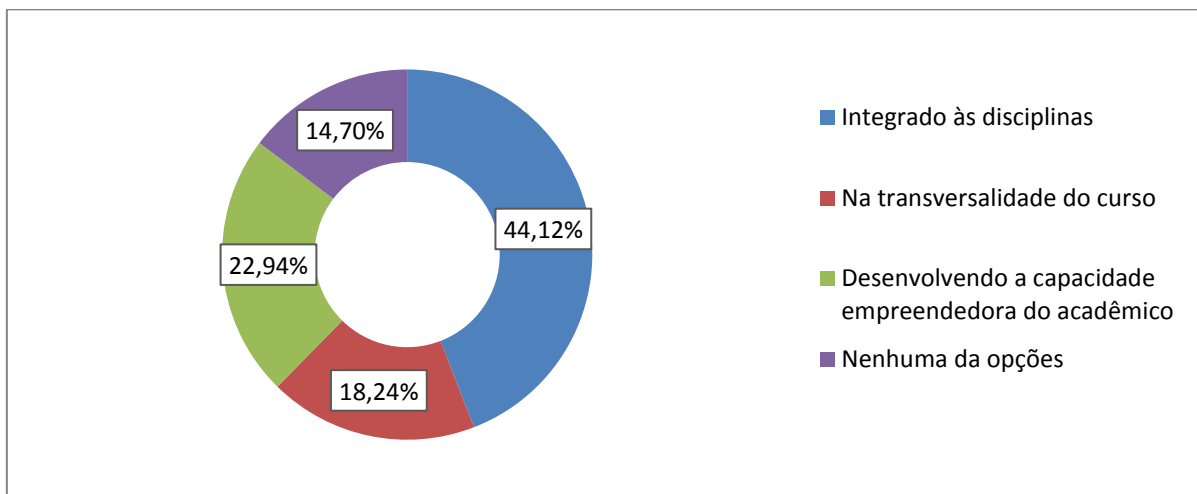
A pesquisa foi realizada por meio de questionário com aplicação de perguntas pré-definidas, no período de 15/09 a 10/10 de 2015, buscando-se identificar informações a partir das respostas do pesquisado.

## **5.1 Análises e Resultados**

Foram distribuídos duzentos questionários, obteve-se como respostas deste universo, cento e setenta e um, estas amostras são oriundas da percepção de acadêmicos com diferentes perfis e que pleiteiam graduação em diferentes cursos que são ofertados nas faculdades/universidades da cidade de Araguaína.

Conforme os dados obtidos na pesquisa, do total de acadêmicos pesquisados, 44,12% afirmam que o tema empreendedorismo é abordado no curso de graduação integrado às disciplinas, enquanto 18,23% disseram ter sido abordado na transversalidade do curso, ou seja, entre várias áreas do conhecimento, outros 22,94% vislumbraram este tema desenvolvendo a capacidade empreendedora do acadêmico por meio da disciplina Empreendedorismo incorporada à matriz curricular, já 14,70% afirmaram que em nenhuma das opções acima houve essa abordagem. O gráfico 1 representa o resultado do questionamento realizado e suas respectivas respostas em porcentagem.

Gráfico 1 **O tema empreendedorismo é abordado de que forma no curso de graduação?**



Fonte: Pesquisa realizada pela autora, 2015.

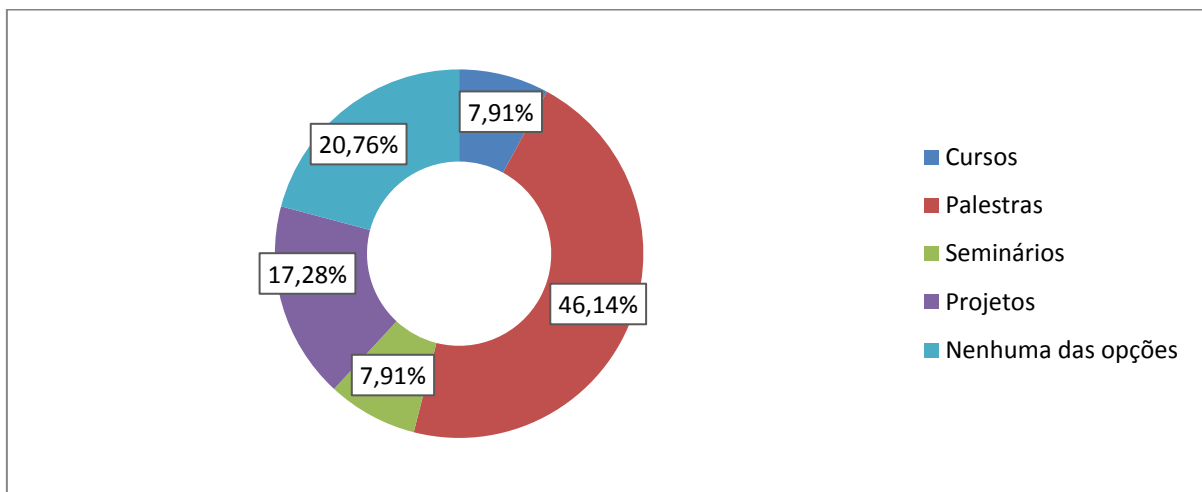
A partir dos dados levantados pode-se verificar que a maioria dos acadêmicos têm conhecimento do tema empreendedorismo incorporado às disciplinas, um avanço considerável que provoca mudanças desde o currículo até no modo de pensar do indivíduo por ter o poder de induzi-lo a desenvolver a sua capacidade empreendedora apontada na pesquisa como segunda opção de abordagem do tema.



O que faz a instituição para fomentar a educação empreendedora? Segundo os acadêmicos o principal fator são as palestras com 46,14% das respostas. Sendo que, 20,76% indicaram que nenhuma das opções apresentadas eram responsáveis pela promoção da educação empreendedora. Outros 17,28%, afirmaram que este fato se concretiza por meio de projetos. E 7,91% disseram ser por meio de seminários e outros 7,91% disseram que são por meio de cursos. Aderir ao currículo casos reais, criar incubadoras são algumas das alternativas para despertar e promover o espírito empreendedor na comunidade acadêmica.

Veja-se o gráfico com os dados obtidos.

Gráfico 2 **O que faz esta instituição para fomentar a educação empreendedora?**



Fonte: Pesquisa realizada pela autora, 2015.

Sabe-se que para o desenvolvimento e o estímulo da educação empreendedora os pontos citados no questionário como: cursos, palestras seminários, projetos devem ser complementados com a disseminação de conhecimentos adquiridos por meio de cada item citado, porém não de forma isolada.

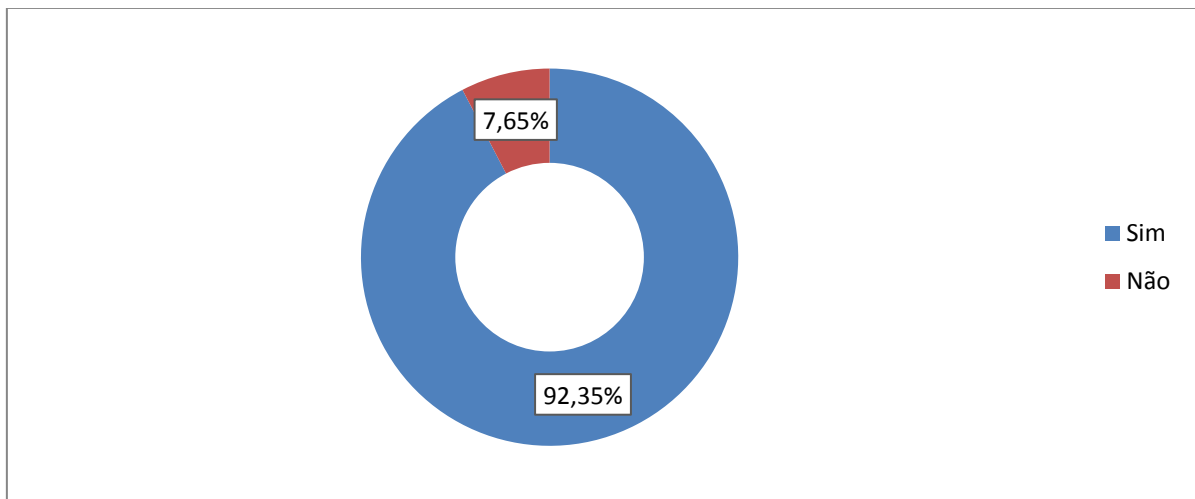
Percebe-se, com isso, a dificuldade em se adequar o ensino do empreendedorismo em outras áreas que não seja de Administração e Sistema de Informação. Drucker (1987, p. 16) já afirmava que “empreendimento não é nem ciência nem arte. É uma prática”. Por isso, parte da base de conhecimento necessária para a execução de um empreendimento é definida pelos fins, ou seja, pela própria prática e experiência. Dessa forma, já se pode ter uma ideia das

dificuldades enfrentadas por muitas instituições ao implantarem a disciplina de Empreendedorismo em seus currículos.

Essa constatação encontra respaldo em Dolabela (1999, p. 114), segundo o qual, “para haver efetividade didática na área de empreendedorismo, é essencial que o aprendizado seja insistentemente contextualizado. [...] o aluno pré-empREENDEDOR precisa ser submetido a situações similares às que encontrará na prática”.

Outra informação relevante tange aos questionamentos: Se é possível aprender a ser um empreendedor? O empreendedorismo pode ser ensinado? Dos quais obteve-se como respostas 92,75% dos acadêmicos disseram que sim e apenas 7,65% destes disseram que não, como nos mostra o gráfico.

Gráfico 3 **No seu entender, é possível aprender a ser um empreendedor? O empreendedorismo pode ser ensinado?**



Fonte: Pesquisa realizada pela autora, 2015

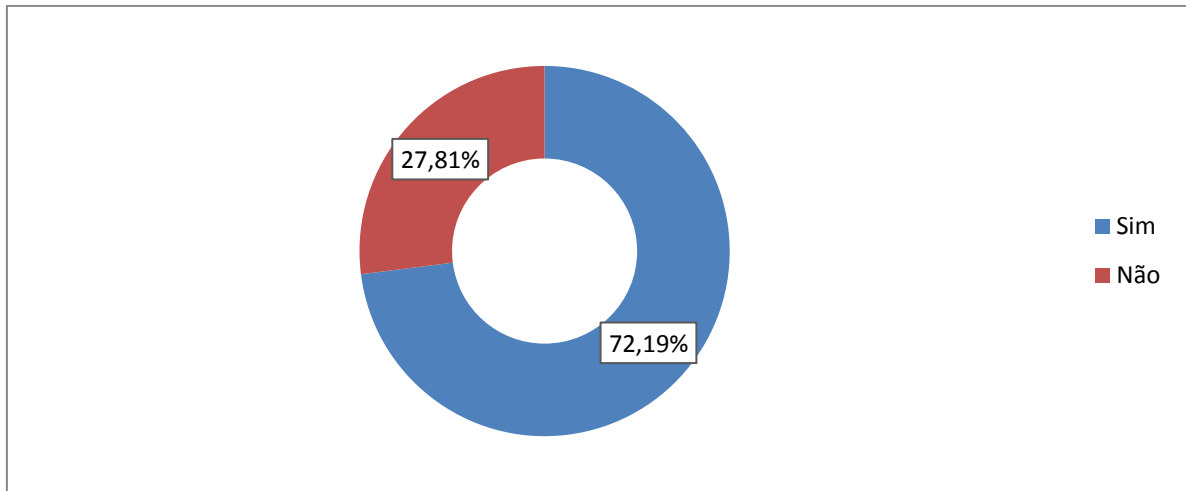
Até poucos anos, acreditava-se que as habilidades empreendedoras de forma alguma poderiam ser ensinadas, e as pessoas que não nasciam com o “dom” empreendedor eram desaconselhadas a buscar a abertura de um empreendimento. (DORNELAS, 2008). Pode-se afirmar, então, que o aumento no interesse pelos processos e metodologias de ensino do empreendedorismo teve início em estudos que questionavam esse difundido entendimento de que a capacidade empreendedora é inata ao ser humano, só podendo ser herdada geneticamente. Acredita-se que o processo empreendedor pode ser instruído e compreendido por qualquer indivíduo.

O ensino do empreendedorismo não deve ter como objetivo principal a criação imediata de novos negócios, mas passar conceitos e experiências aos potenciais futuros empreendedores do próprio negócio ou de qualquer outra atividade profissional. (DORNELAS, 2008, p.40)

A bem da verdade a educação empreendedora é um processo de aprendizado durante toda a vida e proporciona oportunidades de qualquer indivíduo a aprender nos estágios iniciais, porém nos estágios finais da aprendizagem do empreendedorismo são destinados somente aqueles que optaram por serem empreendedores. A educação é o meio de ensinar os estudantes a aproveitarem as mudanças ao invés de temê-las, pois estas os ajudam a entenderem suas opções de mercado e os auxiliam a identificarem as oportunidades.

Foram investigadas, também, quanto à estrutura pedagógica das faculdades/universidades ao propiciar o desenvolvimento empreendedor, sendo que complementando o questionamento objetivo os acadêmicos justificaram também as suas respostas. Ocorre que 72,19% dos entrevistados asseguraram que as IES oferecem estrutura pedagógica que proporciona o desenvolvimento empreendedor, justificando que este feito se dá entre outros fatores pelos acadêmicos contarem com profissionais experientes que os auxiliam neste processo, também que afloram a capacidade empreendedora do acadêmico através de cursos, palestras, projetos sobre o tema. Enquanto os outros 27,81%, afirmaram que não há estrutura pedagógica, que na prática não acontece e que apenas nas aulas têm a oportunidade para o desenvolvimento empreendedor.

**Gráfico 4 A faculdade/universidade possui estrutura pedagógica para propiciar o desenvolvimento empreendedor? Justifique a sua resposta.**



Fonte: Pesquisa realizada pela autora, 2015.

A questão de número quatro do questionário pede também que o acadêmico justifique a sua resposta no que se refere à estrutura pedagógica da faculdade/universidade em relação ao fomento ao empreendedorismo. Como resultados das respostas subjetivas, a maioria dos acadêmicos afirmaram que a instituição de ensino na qual estudam possui estrutura pedagógica porque contam com profissionais preparados para estimular o empreendedorismo na academia. Estes profissionais devem auxiliar os acadêmicos a direcionar energias e esforços para aquilo que acreditam.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A temática do empreendedorismo se faz presente na matriz curricular de todas as IES pesquisadas, embora não seja ofertado em todos os cursos de graduação destas instituições. Na Faculdade Católica Dom Orione (FACDO) dos dois cursos de graduação que oferece apenas em Administração se trabalha com a disciplina Empreendedorismo, o que se confirmou também na Faculdade de Ciências do Tocantins (FACIT). A Universidade Federal do Tocantins (UFT) não proporciona aos seus acadêmicos a disciplina de Empreendedorismo no currículo dos nove cursos de graduação, apenas nos tecnólogos Logística e Gestão de Turismo. Ocorre que no Instituto Tocantinense Presidente Antonio Carlos (ITPAC), dos treze cursos ofertados, apresenta-se Empreendedorismo em cinco destes: Administração, Engenharia Civil, Engenharia de Produção, Engenharia Elétrica e

Sistema de Informação. Na IES Universidade Norte do Paraná (UNOPAR) há Empreendedorismo em dois cursos, Administração e Ciências Econômicas, de um universo de doze, já na Universidade para o Desenvolvimento do Estado e da Região do Pantanal (ANHANGUERA/UNIDERP) o Empreendedorismo é apresentado nos cursos de Administração e Ciências Contábeis dos dez cursos de graduação ofertados pela instituição, na Universidade Paulista (UNIP) há a proposta do Empreendedorismo no curso de Administração, do total de doze cursos. Diante da evidência dos dados acima, levou-se a compreender que as Instituições de Ensino Superior de Araguaína precisam propagar veementemente o empreendedorismo aos seus acadêmicos como condição indispensável para incentivar ideias que se refletem em oportunidades de não somente abrir um negócio, mas criar soluções estratégicas para as organizações inseridas no mercado altamente competitivo. Ficou-se evidente que a discussão acerca de sua importância é ampla e abrange diversas linhas de conhecimentos e não somente do campo administrativo, visto que a pesquisa foi realizada em cursos diferentes.

No primeiro questionamento que trata da forma como o empreendedorismo é abordado no curso de graduação, 44,12% afirmaram que é abordado integrado à disciplinas. Dentro deste universo, 14,70% afirmaram que em nenhuma das opções apresentadas na pesquisa o tema é abordado ao acadêmico. Uma porcentagem que retrata que a prática pedagógica deve ser repensada no sentido de conduzir seguramente o acadêmico para uma formação dotada de uma visão holística, onde o profissional deve ser aberto a mudanças, onde a sua capacidade de liderança e ofensiva diante das situações que se apresentam lhes assegure condições de solucioná-las também de forma sistêmica.

Qualificar o acadêmico, oferecer respaldos teóricos e práticos, oportunizar a vivência empreendedora, desenvolver o seu senso ético, são pontos focais para preparar a sua atuação em cenários e tendências diversificadas. Na pesquisa realizada, 20,76% da população pesquisada, afirmaram que a IES não fomentam a educação empreendedora por meio de cursos, palestras, seminários, projetos, etc. Diante deste quadro, o acadêmico sairá despreparado, terá dificuldades em desenvolver estratégias que vão de encontro à criação ou a ampliação de atividades empreendedoras.

O enlace da educação empreendedora com a vida profissional do acadêmico é direto, pois maximiza seu patamar de conhecimentos, evidenciando a

sua importância. Quando se questionou se a faculdade/universidade possui estrutura pedagógica para propiciar o desenvolvimento empreendedor, obteve-se como justificativas das respostas o fato de que as IES contam com profissionais experientes que auxiliam no desenvolvimento empreendedor, que capacitam o acadêmico através de cursos, palestras e projetos. Dentre os que responderam negativamente a esta questão, representada em seus 27,81%, justificou-se que na prática o desenvolvimento empreendedor não acontece, porque a estrutura pedagógica é precária, por faltar incentivos e projetos, também afirmaram que apenas em aulas teóricas tem essa oportunidade, o que para estes acadêmicos, não representa um estímulo concreto ao empreendedorismo, partindo da estrutura pedagógica da instituição de ensino superior nas quais pesquisou-se.

Portanto a capacidade empreendedora envolve os aspectos mencionados pelos acadêmicos. O papel das IES é de suma importância no desenvolvimento de atividades que o incentivem a se tornar um ser criativo e inovador. O acadêmico por sua vez, deve ser o construtor do seu conhecimento, alinhar as competências adquiridas na faculdade/universidade e ser capaz de usá-lo para desenvolver uma postura empreendedora. A pesquisa aqui apresentada representa uma reflexão quanto ao tema abordado, desejando que essa discussão tome novos rumos em prol de uma educação empreendedora com efeito nas Instituições de Ensino Superior de Araguaína e desta forma favorecer a sua economia.

## REFERÊNCIAS

BARON, Robert. A.; SHANE, SCOTT A. **Empreendedorismo: uma visão do processo**. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

DEGEN, Ronald Jean. **O empreendedor: empreender como opção de carreira**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

\_\_\_\_\_. **O segredo de Luísa: uma ideia, uma paixão e um plano de negócios**– como nasce o empreendedor e se cria uma empresa. São Paulo: Cultura, 1999a.

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

\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DRUCKER, Peter F. **Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios**. 6. ed. São Paulo: Pioneira, 1987.

GASPAR, Jacira Garcia. Educação e Desenvolvimento: entre o nacional e o local. **Revista Tocantinense de Geografia**, Araguaína (TO), Ano 01, no 02 ,jan - jun, 2013. Disponível em: <<http://revista.uft.edu.br/index.php/geografia/article/viewFile/520/pdf3>>. Acesso em: 25 out. 2015.

IBGE, Araguaína-TO, Disponível em: <<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=170210&search=tocantins|aragua%C3%ADna>>. Acesso em: 02 nov. 2015.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos da Metodologia Científica**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LEITE, Emanuel. **O fenômeno do empreendedorismo**. São Paulo: Saraiva, 2012.

LENZI, Fernando César; KIESEL, Marcio Daniel. (Org). **O Empreendedor de Visão**. São Paulo: Atlas, 2009.

MENDES, Jerônimo. **Manual do Empreendedor: como construir um empreendimento de sucesso**. São Paulo: Atlas, 2009.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Empreendedorismo: vocação, capacitação e atuação direcionadas para o plano de negócios**. São Paulo: Atlas, 2014.

PERCE, Bel. **A Menina do Vale**. Disponível em: <<http://www.fanap.br/Documentos/AMeninadoVale-BelPesce.pdf>>. Acesso em: out. 2015.

SARKAR, Soumodip. **O empreendedor inovador: faça diferente e conquiste seu espaço no mercado**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

SEBRAE. <[http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos\\_pesquisas/Pesquisa-GEM-2014,detalhe,45](http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos_pesquisas/Pesquisa-GEM-2014,detalhe,45)>. Acesso em 15 nov. 2015.