

FORMAÇÃO EMPREENDEDORA: PERCEPÇÃO DO PERFIL EMPREENDEDOR DOS ESTUDANTES DO ENSINO MÉDIO

Employer Training: Perception of the Entrepreneur Profile of Middle School Students

Rafael De Grandis TURCHIELO¹
Luciane de OLIVEIRA²
Roberto Carlos DALONGARO³

RESUMO

A educação empreendedora tem despertado, cada vez mais, o interesse das Instituições de ensino e do meio empresarial, visto que é considerada uma iniciativa essencial para o desenvolvimento econômico e social de uma localidade. Acredita-se que o aluno exposto a estímulos empreendedores tende a adotar tais posturas quando adentram no ambiente de trabalho. Em vista disso, este artigo tem como objetivo verificar o perfil empreendedor dos alunos do terceiro ano do ensino médio, bem como avaliar o comportamento destes alunos quando estimulados a posturas empreendedoras. A escolha desta amostra deve-se ao fato, de que estes alunos estarão, em breve, no mercado de trabalho, sendo necessário assim, reconhecer e desenvolver estas características. Quanto ao método utilizado, a pesquisa caracteriza-se como participante de abordagem quantitativa, sendo que os dados foram analisados por métodos estatísticos. Verificou-se que a maior média dentre as variáveis analisadas, situou-se no indicador relacionado à questão que aborda a persistência, enquanto que, a menor refere-se a aspectos de liderança. Por fim, observa-se que o ensino do empreendedorismo pode ser altamente contributivo para os alunos e para a comunidade, já que se fundamenta na construção do bem-estar coletivo. Para a Universidade, no entanto, possibilita a integração com a comunidade, além de desenvolver o tripé que lhe sustenta: ensino, pesquisa e extensão.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Perfil Empreendedor. Ensino do Empreendedorismo.

ABSTRACT

Entrepreneurial education has increasingly aroused the interest of educational institutions and the business environment, since it is considered an essential initiative for the economic and social development of a locality. It is believed that the student exposed to stimuli empreendedores tends to adopt such positions when they enter the work environment. In view of this, this article aims to verify the entrepreneurial profile of the students of the third year of high school, as well as to

¹Acadêmico do Curso de Administração da URI – São Luiz Gonzaga. Bolsista do Projeto de Extensão. E-mail: rafaeldegrandes@hotmail.com.

²Professora orientadora. Mestra em Gestão Estratégica. Docente na URI – São Luiz Gonzaga. E-mail: lucoliveira06@gmail.com.

³Professor co-orientador. Mestre em Gestão Estratégica. Docente na URI – São Luiz Gonzaga. E-mail: robertocarlosad@hotmail.com

evaluate the behavior of these students when stimulated to entrepreneurial attitudes. The choice of this sample is due to the fact that these students will soon be in the labor market, so it is necessary to recognize and develop these characteristics. Regarding the method used, the research is characterized as a participant in a quantitative approach, and the data were analyzed by statistical methods. It was verified that the highest average among the analyzed variables was in the indicator related to the issue that addresses persistence, while the lowest refers to aspects of leadership. Finally, it is observed that the teaching of entrepreneurship can be highly contributory to the students and to the community, since it is based on the construction of collective well-being. For the University, however, it allows integration with the community, as well as developing the tripod that sustains it: teaching, research and extension.

Key words: Entrepreneurship. Entrepreneur profile. Teaching of Entrepreneurship.

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo tem se revelado como fenômeno socioeconômico e, portanto, tem sido assunto amplamente discutido nas últimas décadas, seja nos ambientes educacionais, empresariais ou ainda nas instituições governamentais. Segundo Ramos e Krakauer (2018) existe um certo senso comum de que o fenômeno empreendedor está vinculado à abertura de uma empresa, entretanto, os autores afirmam que o empreendedorismo possui diversas perspectivas.

O principal autor e promotor do empreendedorismo é o empreendedor, indivíduo dotado de inúmeras características que compõem seu perfil e que agem de forma dinâmica e voltada para colher resultados, consequência de seus esforços pessoais (ROCHA; FREITAS, 2014). Dessa forma, destaca-se a importância do ensino do empreendedorismo como meio de capacitação para esta formação, visto que, o empreendedorismo pode ser ensinado e entendido por qualquer indivíduo (DORNELAS, 2016).

Acredita-se que vários fatores contribuem para a formação empreendedora, tais como, família, experiências de trabalho, cultura e personalidade. Porém, as influências de educação e treinamento podem instruir e preparar os indivíduos com habilidades e conhecimentos necessários, de modo a possibilitá-los a perceber obstáculos como oportunidades (BAKAR et al., 2015; MASON, 2011).

Dessa forma, entende-se que empreender não se limita apenas a abrir empresas, mas sim, a um contexto de atitudes que estimulam o desenvolvimento pessoal e profissional em qualquer atividade, seja como servidor público, colaborador do terceiro setor, de grandes empresas, pesquisadores, etc. Portanto, capacitar para empreender, por meio da educação é fundamental para tornar os futuros profissionais mais competitivos em um mercado que demanda por profissionais extremamente qualificados. Ortega (2016) esclarece que existem empreendedores em todas as áreas e atividades e eles desempenham um papel importante na sociedade, pois geram inovações, emprego e renda para a população, oferecem atendimento personalizado não só aos clientes como também aos seus pacientes, dentre outros benefícios.

Ciente da importância do conhecimento e das habilidades empreendedoras no contexto profissional, este estudo procurou verificar o perfil empreendedor dos alunos do terceiro ano do ensino médio de escolas estaduais dos municípios de Roque Gonzales, São Luiz Gonzaga, Santo Antônio das Missões e São Borja, todas no interior do Rio Grande do Sul, bem como avaliar o comportamento destes alunos, quando incentivados a posturas empreendedoras. A amostra foi selecionada considerando dois fatores: cidades e escolaridade. Primeiramente, as cidades foram escolhidas por ofertarem um número de alunos significativo à URI - São Luiz Gonzaga, enquanto a

escolha por alunos do último ano do ensino médio deveu-se ao fato destes alunos estarem, em breve, no mercado de trabalho, sendo assim, o projeto pode trazer resultados significativos, uma vez que ajudará a preparar os futuros profissionais para os desafios do mundo, agregando valor para a sociedade (BARTOLOMEO et al., 2016).

Na intenção de obter-se melhor aproveitamento na realização do projeto de extensão “Aprendendo a Empreender”, estruturaram-se as atividades em três encontros, onde, primeiramente, procurou-se desenvolver o autoconhecimento e a prospecção de futuro, na sequência, buscou-se fomentar as características inerentes ao empreendedor e, por fim, no último módulo, objetivou-se a realização simplificada de um produto, destacando-se a importância do empreendedorismo ético, sustentável e comprometido com a sociedade. Acredita-se que o tema proposto é extremamente contributivo, já que visa despertar e impulsionar padrões de comportamento, com a intenção de preparar pessoas para pensar e agir com criatividade, utilizando a liderança e a visão de futuro para ocuparem o seu espaço em um mercado que demanda por profissionais capacitados e com posturas diferenciadas.

Além desta introdução, esse artigo está dividido em mais cinco seções: o referencial teórico, onde se encontra uma revisão dos principais conceitos sobre o tema; a metodologia, que aborda o caminho deste estudo; a apresentação e análise dos dados e, por fim, as considerações finais seguidas das referências bibliográficas.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Empreendedorismo

Diversos autores sob diferentes aspectos têm discutido o fenômeno empreendedor, que se mostra responsável por modificar as condições do mercado por meio da inovação e da busca de novas oportunidades (SILVA; PENA, 2017).

No entanto, não existe um único conceito que defina o empreendedorismo. Segundo dados históricos, o primeiro registro do termo “empreendedorismo” foi aplicado a Richard Cantillon, em 1755, que definia os empreendedores como indivíduos que aproveitavam oportunidades e assumiam os riscos com a intenção de obter lucros (SILVEIRA; SANCHES, 2017). Porém, foi Jean-Baptiste Say que posicionou o empreendedor como um “coordenador” da produção e distribuição, diferente daquele que opera em condições de risco ou incerteza (FILION, 1999; LYNSKEY, 2002).

Mas, em 1949, Schumpeter popularizou o termo empreendedorismo associando-o à inovação por meio da Teoria da Destruição Criativa, onde afirma que “o empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais” (DORNELAS, 2016, p. 29). Schumpeter descreve que o empreendedor é mais conhecido como aquele que cria novos negócios, mas pode também inovar dentro dos negócios já existentes, ou seja, é possível ser empreendedor dentro de empresas já constituídas (DORNELAS, 2016).

Assim, empreende-se na criação de novos bens de consumo, na adoção de novos métodos de produção ou transporte, no surgimento de novos mercados e, ainda, em novas formas de organização (ORTEGA, 2016). Baron e Shane (2011) contribuem afirmando que o empreendedorismo é um processo, envolve identificar uma oportunidade e identificar as atividades envolvidas na exploração ou no desenvolvimento real dessa oportunidade. Além da capacidade de administrar uma nova empresa com sucesso após a sua criação.

Filion (1999) traduz duas vertentes em relação ao empreendedorismo: a econômica e a

comportamentalista, onde os economistas, baseados nos preceitos de Cantillon (2002), Say (1816) e Schumpeter (1961), associam o empreendedor a agentes econômicos evidenciando processos de gestão e inovação, e os comportamentalistas, onde a figura do empreendedor está relacionada a aspectos psicológicas que os diferenciam dos demais indivíduos. Desta forma, intensificou-se os estudos buscando identificar as características que contribuem para formação do perfil empreendedor.

Para Ribeiro e Moreira (2017) McClelland, autor comportamentalista, traçou um perfil de competências empreendedoras, utilizadas até os dias atuais. Segundo David McClelland, existem dez principais características comuns no comportamento empreendedor: busca de oportunidade e iniciativa; persistência; correr riscos calculados; exigência de qualidade e eficiência; comprometimento; independência e autoconfiança; persuasão e rede de contatos; busca de informações; estabelecimento de metas; planejamento e monitoramento sistemático (SEBRAE, 2016).

Neste sentido, Ramos (2015, p. 46) descreve o indivíduo empreendedor como “o sujeito que tem uma mentalidade empreendedora, pensa e age de forma empreendedora, e segue o que acredita ser uma oportunidade, independentemente de outras habilidades e capacidades que possua”. Schmidt e Bohnenberger (2009) estabeleceram em seus estudos seis construtos atitudinais do empreendedor, definidos pela autorrealização, liderança, planejamento, inovação, socialização e pré-disposição a assumir riscos.

Dornelas (2016) complementa afirmando que o empreendedor possui iniciativa, toma decisões assertivas e explora as oportunidades; é determinado, dinâmico, dedicado e otimista, além de possuir comportamento de liderança. É organizado, planeja suas ações e assume riscos calculados, tudo isto com o objetivo de criar valor para a sociedade.

Diante das diversas concepções apresentadas, percebe-se a abrangência e importância do ensino do empreendedorismo. Conforme Dolabela (2003), ainda não entendemos o conceito, e não sabemos passar do estágio amador para um estágio onde o Empreendedorismo seja encarado como uma prática que pode ser aprendida e deve, acima de tudo, ser ensinada. Dornelas (2016) sentencia que o comportamento dos empreendedores bem-sucedidos pode ser ensinado e compreendido, por qualquer pessoa.

Portanto, a educação empreendedora apresenta-se como uma alternativa para uma formação mais abrangente e eficaz, capaz de habilitar os indivíduos a desenvolverem aspectos que atendam demandas pessoais e contribuindo, positivamente, para o desenvolvimento social e o crescimento econômico da localidade onde está inserido. Conforme Machado, Lenzi, Manthey (2017 *apud* PINCHOT, 1989) níveis elevados de educação para o empreendedorismo são importantes para o desenvolvimento das atividades laborais, mesmo para o indivíduo que trabalha como empregado (PINCHOT, 1989), não sendo exclusivo, portanto, para àqueles que pretendem abrir seu próprio negócio, visto que, a formação empreendedora é capaz de desenvolver e estimular a formação pessoal e profissional.

2.2 O Ensino do Empreendedorismo

O ensino do empreendedorismo vem sendo objeto de estudo para muitos autores, já que se mostra como fator determinante na disseminação da cultura empreendedora. Esse fato não se deve apenas à importância do tema para a expansão da economia e da sociedade, mas também porque permite fomentar e apoiar os empreendedores atuais e futuros a desenvolver sua atividade com mais responsabilidade, dedicação e determinação (MACHADO; LENZI; MANTHEY, 2017).

Nesta perspectiva, Dornelas (2016) avalia que os países, que apoiam e incentivam novos empreendedores, tornam-se mais dinâmicos, desenvolvendo um rápido crescimento econômico,

diminuindo as taxas de desemprego.

Acredita-se que a capacidade empreendedora pode ser ensinada e entendida por qualquer pessoa, desfazendo o conceito de que tal habilidade seria inata ao ser humano (DORNELAS, 2016). Porém, é consenso que a educação empreendedora difere do modelo tradicional de ensino por se calcar em atividades experienciais, onde o aluno é o autor da aprendizagem, e as atividades práticas são contextualizadas com exemplos reais visando preparar o indivíduo para lidar com as incertezas, com a falta de recursos e a falta de diferenciação, típicas do início de uma organização (LOPES, 2010).

Conforme Ortega (2016), para que se desenvolva a cultura empreendedora é necessário a formação de alunos baseada em critérios de autonomia, criatividade, liderança e com visão ampla da sociedade. Portanto, é preciso que os programas de ensino contemplem o desenvolvimento interpessoal e intrapessoal por meio de atividades que envolvam teoria e prática no que se refere à geração de ideias, negociação, desenvolvimento estratégico e de produtos, tomada de decisões e resolução de problemas

Nesse contexto, o ensino e aprendizagem do empreendedorismo parecem exigir mais do que a simples aquisição de saber; integra o saber ser e o saber fazer (FILION, 2000). Garavan e O'Conneide (1994) destacam que, a aprendizagem empreendedora remete ao aprender fazendo, investigando problemas sob inúmeros aspectos, desenvolvendo redes de relacionamentos, entre outras formas.

Para Dolabela (2008) no ensino do empreendedorismo a teoria é abordada por meio da aplicação à realidade, enfatizando as características do mercado e da economia local. Portanto, as aulas devem ser realizadas por meio de ações que proporcionem a participação dos alunos, de forma a desafiar-los através de atividades práticas, mantendo contato com pessoas que já praticam o empreendedorismo (SAES; PITA, 2007).

Dolabela (2008) acrescenta que alguns costumam dizer que é fácil levar o aluno ao domínio dos conteúdos, entretanto, o autor ressalta que a tarefa mais difícil da educação está em fazer com que este aluno sinta o mundo de forma diferente e reaja a ele com atitudes transformadoras. Assim, a escola, como ambiente propulsor de conhecimento possui papel fundamental, já que pode capacitar os alunos desenvolvendo ou potencializando as aptidões básicas para o empreendedor, impactando tais conhecimentos na sociedade.

O empreendedorismo estimulado pelo seu ensino, pode ser instrumento para a construção de novos padrões de comportamento, motor de crescimento da economia local e da geração de empregos. Nesse sentido, McClelland (1987) contribui que ao aumentar o número de empreendedores ativos na sociedade promove-se o crescimento econômico, diminuindo dessa forma, a dependência do governo.

Por fim, acredita-se que a efetividade da educação empreendedora está diretamente relacionada aos métodos e estratégias de ensino capazes de preparar os indivíduos para serem protagonistas da sua história, agindo de forma independente, crítica e inovadora e, em consequência desta educação, beneficia-se toda a sociedade através do desenvolvimento econômico das comunidades como um todo.

3 METODOLOGIA

O presente estudo está relacionado ao projeto de extensão da URI – São Luiz Gonzaga, e tem como objetivo verificar o perfil empreendedor dos alunos do terceiro ano do ensino médio de escolas estaduais dos municípios de Roque Gonzales, São Borja, Santo Antônio das Missões e São Luiz Gonzaga, bem como avaliar o comportamento desses alunos quando incentivados a posturas

empreendedoras. As cidades selecionadas para a execução do projeto situam-se no interior do Rio Grande do Sul e foram escolhidas por apresentarem maior representatividade de alunos nos cursos de graduação da URI - São Luiz Gonzaga enquanto a escolha por alunos do último ano do ensino médio deveu-se ao fato destes estudantes estarem, em breve, no mercado de trabalho, o que evidencia a importância do desenvolvimento de habilidades que os diferenciem no mercado de trabalho.

Este estudo caracteriza-se quanto aos fins como uma pesquisa descritiva. Este tipo de pesquisa tem por objetivo estudar as características de um grupo, levantar as opiniões, atitudes e crenças de uma população (GIL, 2016). Quanto ao método empregado, caracteriza-se como participante, já que houve interação direta entre pesquisador e pesquisado. A pesquisa participante tem o propósito de “auxiliar a população envolvida a identificar por si mesma os seus problemas, a realizar a análise crítica destes e a buscar as soluções adequadas” (GIL, 2016, p. 43).

Em relação à abordagem, o estudo enquadra-se como quantitativo, já que procura verificar a frequência das variáveis em questão. Segundo Chizzotti (2001), a pesquisa do tipo quantitativa tem intenção de prever a mensuração de variáveis preestabelecidas procurando verificar e explicar sua influência sobre outras variáveis, mediante a análise de frequência de incidências e de correlações estatísticas.

Como instrumento de pesquisa utilizou-se um questionário com perguntas fechadas, de Rocha e Freitas (2014), adaptado pelos autores conforme a realidade estudada e a literatura apresentada, o qual foi analisado de acordo com a escala de Likert de 5 pontos, ou seja cinco categorias de respostas, estabelecidos da seguinte forma: 1-discordo totalmente, 2- discordo, 3-indiferente, 4- concordo e 5- concordo totalmente. No quadro 1 apresenta-se uma breve explicação sobre cada uma das variáveis analisadas.

Quadro 1 – Variáveis e indicadores pesquisados

Indicadores	Definição	Variáveis
Autorrealização	É a capacidade de captar motivação, recursos cognitivos e obter controle sobre eventos na vida.	- Tenho vontade de abrir meu próprio negócio.
Percepção de oportunidades	Habilidade de reconhecer e fazer uso eficaz de informações em constante mudança.	- Creio que tenho uma boa habilidade em detectar oportunidades de negócios no mercado.
Persistência	Capacidade de trabalhar de forma intensiva, em projetos de retorno incerto.	- No ambiente escolar, considero-me uma pessoa muito mais persistente que as demais. - Entendo que só conseguirei me aprimorar pessoal e profissionalmente se me propuser metas cada vez mais ousadas
Liderança	Pessoa que exerce influência sobre outras, fazendo com que compartilhem voluntariamente o seu objetivo	- Frequentemente sou escolhido como líder em atividades escolares. - As pessoas pedem minha opinião sobre assunto de trabalho ou escola. - Nas atividades que executo, normalmente influencio a opinião de outras pessoas a respeito de um assunto.
Planejamento	Pessoa que se prepara para o futuro.	- No meu trabalho e/ou escola sempre planejo muito bem tudo o que faço.

		- Sempre procuro estudar muito a respeito de cada situação que envolva qualquer tipo de risco.
Percepção quanto a riscos calculados	Pessoa que, diante de um projeto pessoal, avalia as opções que podem influenciar o seu resultado.	- Eu assumiria uma dívida de longo prazo, acreditando nas vantagens que uma oportunidade de negócio me traria. - Admito correr riscos em troca de possíveis benefícios. - Incomoda-me muito ser pego de surpresa por fatos que eu poderia ter previsto
Inovação	Pessoa que relaciona ideias, fatos, necessidades e demandas de mercado de forma criativa gerando oportunidade.	- Prefiro um trabalho repleto de novidades a uma atividade rotineira. - Gosto de mudar minha forma de trabalho sempre que possível.
Socialização	Dimensão da utilização da rede de relacionamento.	- Relaciono-me muito facilmente com outras pessoas

Fonte: Elaborado pelos autores baseado em Rocha e Freitas (2014).

A coleta de dados ocorreu pelos professores responsáveis pelas atividades no último módulo do projeto de maneira *on-line*, com o questionário inserido em um formulário gerado através do *Google Drive*. A amostra foi representada pelos alunos que estavam presentes neste dia. Além do questionário sobre perfil empreendedor foram agrupadas questões de ordem sociodemográficas.

Sendo assim, após a coleta de dados, os dados foram armazenados e tabulados em planilhas compatíveis com o *software* Microsoft Excel 2013, onde foi realizada a análise por meio de estatística descritiva. A pesquisa identificou as variáveis que se sobressaíram no que tange ao perfil do aluno quanto às suas características empreendedoras.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

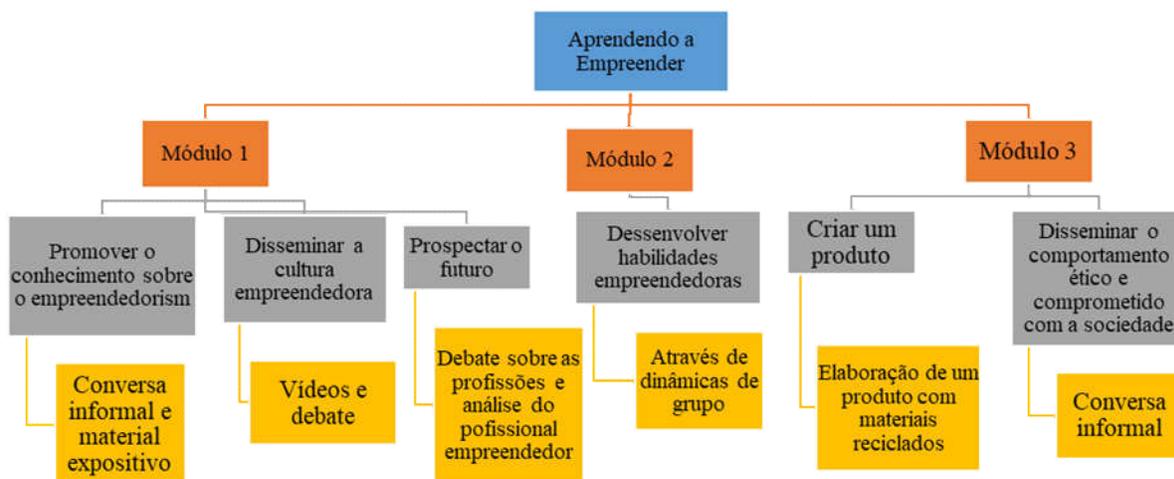
A seguir será apresentada a caracterização do projeto “Aprendendo a Empreender” bem como, a análise e discussão descritiva dos resultados referente à pesquisa.

4.1 Projeto Aprendendo a Empreender

O projeto Apreendendo a Empreender apresenta-se como um primeiro incentivo para que escolas possam proporcionar aos seus alunos um olhar para o empreendedorismo. Com este propósito, foi estruturado visando três encontros disponibilizados em módulos que foram executados nos turnos e horários de aula dos alunos do terceiro ano.

No primeiro módulo pretendeu-se desenvolver o autoconhecimento e a prospecção de futuro, buscando definir o perfil do aluno e promover o conhecimento do que é ser empreendedor. Também nesta fase, procurou-se disseminar a cultura empreendedora destacando a sua importância no contexto social e econômico. O segundo módulo teve por objetivo, a partir de dinâmicas em grupo, desenvolver habilidades como: trabalho em equipe, planejamento e análise de risco e oportunidade, todas inerentes ao comportamento empreendedor. Por fim, na última etapa, buscou-se a realização simplificada de um produto, destacando aspectos de inovação, liderança e comunicação, além da importância do empreendedorismo ético e comprometido com a sociedade. A seguir, na Figura 1 são apresentados os módulos e os subitens do programa.

Figura 1 – Módulos do Projeto Aprendendo a Empreender



Fonte: Elaborado pelos autores.

4.2 Análise e discussão descritiva dos dados

A presente pesquisa feita junto aos 67 alunos do ensino médio, identificou 24 estudantes do gênero masculino e 43 do gênero feminino. Quanto à faixa etária, 58 dos respondentes possuem entre 17 e 20 anos, 7 alunos possuem de 15 a 16 anos e apenas 2 possuem mais de 20 anos. Quando questionados sobre se já possuíam conhecimentos do que é empreender (ações, características e habilidades) antes do projeto “Aprendendo a Empreender”, 39 alunos responderam que possuíam conhecimento, enquanto 28 alunos não possuíam conhecimento prévio sobre o tema.

Na sequência, questionou-se sobre aspectos relacionados ao perfil empreendedor. A tabela 1 apresenta a média e o desvio padrão destas variáveis, com escala de concordância sendo de 1- Discordo Totalmente à 5- Concordo Totalmente.

Tabela 1 – Média e desvio padrão referentes à capacidade empreendedora

Variáveis	Média	Desvio Padrão
Tenho vontade de abrir meu próprio negócio	3,91	0,96
Creio que tenho uma boa habilidade em detectar oportunidades de negócios no mercado	3,50	0,85
No ambiente escolar, considero-me uma pessoa muito mais persistente que as demais	3,37	1,02
Entendo que só conseguirei me aprimorar pessoal e profissionalmente se me propuser metas cada vez mais ousadas	4,16	0,88
Frequentemente sou escolhido como líder em atividades escolares	2,64	1,09

As pessoas pedem minha opinião sobre assunto de trabalho ou escola	3,65	1,00
Nas atividades que executo, normalmente influencio a opinião de outras pessoas a respeito de um assunto	3,74	0,85
No meu trabalho e /ou escola sempre planejo muito bem tudo o que faço	3,76	1,00
Sempre procuro estudar muito a respeito de cada situação que envolva qualquer tipo de risco	3,85	1,03
Incomoda-me muito ser pego de surpresa por fatos que eu poderia ter previsto	4,01	1,05
Eu assumiria uma dívida de longo prazo, acreditando nas vantagens que uma oportunidade de negócio me traria	3,13	1,23
Admito correr riscos em troca de possíveis benefícios	3,94	0,88
Prefiro um trabalho repleto de novidades a uma atividade rotineira	3,68	1,31
Gosto de mudar minha forma de trabalho sempre que possível	3,73	0,84
Relaciono-me muito facilmente com outras pessoas	3,71	1,13

Fonte: Dados da pesquisa.

A partir dos questionários percebe-se que, no que se refere à autorrealização, a média entre os respondentes foi de 3,91, o que demonstra o desejo de abrir seu próprio negócio. Assim, pode-se dizer que o ensino do empreendedorismo é extremamente relevante, já que possibilita a capacitação destes alunos para serem futuros empreendedores, promovendo ações que possam contribuir na preparação para os possíveis desafios desta carreira.

Verifica-se que, quando questionados sobre a percepção de oportunidades, a média identificada nesta variável ficou estabelecida em 3,50, portanto, percebe-se que os alunos são imparciais quanto a este questionamento, visto que, as médias que se aproximam de 3 foram analisadas como indiferente. Porém, Dolabela (2008, p.44) afirma que “um dos principais atributos do empreendedor é identificar oportunidades, agarrá-las e buscar os recursos para transformá-las em negócio lucrativo”. Para Chiavenato (2008), o empreendedor é uma pessoa que faz as coisas acontecerem, já que possui sensibilidade para os negócios, entendimento financeiro e capacidade de identificar oportunidades.

Quando questionados em relação à persistência, verificou-se que as médias do indicador sofreram uma grande diferença entre as duas variáveis (3,37 e 4,16). Observa-se que os alunos não se consideram mais persistentes que os demais, porém, reconhecem que a persistência é fator fundamental para o crescimento profissional e pessoal, já que esta foi a maior média registrada. A persistência no cumprimento de uma tarefa é uma característica importante no perfil empreendedor, já que o caminho da realização pode ser árduo, necessitando trabalho intenso e esforço pessoal. Segundo Rocha e Freitas (2014), o empreendedor é aquele que não mede esforços em prol do seu negócio, gerando emprego e renda para a sociedade.

A primeira questão relacionada à liderança apresentou a menor média entre as variáveis (2,64). No entanto, nas demais questões relacionadas à temática, observou-se que os respondentes acreditam possuir alguma influência sobre o grupo quando executam atividades. Espera-se que o desenvolvimento da liderança seja fundamental para formação empreendedora, pois aqueles que conhecem e conseguem desempenhar a liderança sobre um grupo, organiza um time também de empreendedores, multiplicando os talentos por toda a organização (DORNELAS, 2012).

Em relação ao planejamento, as médias do indicador oscilaram entre 3,73 e 3,85, o que indica certa tendência ao planejamento por parte dos alunos. Entretanto, para Dornelas (2016) os

empreendedores necessitam saber planejar suas ações e traçar estratégias para a empresa. Conforme Orlickas (2010, p. 158) “o planejamento visa prever e minimizar os inibidores dos resultados e maximizar os facilitadores no processo de tomada de decisão, pois permitem que o gestor tome decisões mais assertivas”. Portanto, acredita-se que planejar as ações pode propiciar ao aluno ganhos competitivos em sua carreira profissional.

Quando abordados sobre o comportamento em situações que envolvam qualquer tipo de risco, as médias foram estabelecidas entre 4,01 e 3,13, sendo que, a segunda maior média do questionário apresentou-se quando abordados sobre “ser pego de surpresa por fatos que eu poderia ter previsto”. Portanto, acredita-se que os alunos se propõem a correr determinados riscos, desde que possam ter um mínimo de informações que possibilitem algum planejamento. No entanto, em relação aos demais questionamentos, evidencia-se a partir das variáveis, que os alunos só estão dispostos a correr riscos quando obtêm vantagens ou benefícios. Segundo Salim *et al.* (2004) os riscos estão presentes em qualquer atividade, o importante é saber arriscar de forma consciente e saber superá-los, enfrentando os desafios de um novo negócio. Dolabela (2008) complementa que o aluno que recebe uma formação empreendedora não hesitará em correr riscos.

Nas variáveis relacionadas à inovação, as médias foram estabelecidas entre 3,68 e 3,73, demonstrando que os alunos estão propensos a inovar no seu ambiente. Para o empreendedor, a inovação é um atributo fundamental, já que é uma prática essencial para a manutenção e crescimento de todo o negócio. Conforme Salim *et al.* (2004), o empreendedor de sucesso não se acomoda. Cultivar o dinamismo e certo inconformismo diante da rotina é um de seus emblemas preferidos.

Por fim, quando questionados sobre a socialização, a média encontrada foi de 3,71, indicando que alguns alunos apresentam facilidade interpessoal. Dornelas (2016), afirma que os empreendedores sabem estabelecer uma rede de contatos que os auxiliam no ambiente externo da empresa, bem como junto a clientes, fornecedores e entidades de classe.

Quando se refere ao desvio padrão, percebe-se que a maioria das variáveis apresentaram acima de 1, fato que pode ser considerado normal visto que as análises foram realizadas, a partir da percepção individual de cada aluno sobre a temática do empreendedorismo. Como citado anteriormente, estas concepções são fruto da vivência, do ambiente, do conhecimento e das prospecções futuras individuais.

Dessa forma, mediante a análise das variáveis, acredita-se que as habilidades empreendedoras podem ser estimuladas e desenvolvidas no decorrer do ensino médio, propondo a capacitação destes alunos para que, futuramente possam exercer o empreendedorismo na profissão que vierem a escolher.

5 CONCLUSÕES

O pensar empreendedor perpassa os ambientes econômicos e adere as escolas e universidades. É notório a importância de ações empreendedoras como alternativa para o desenvolvimento econômico e para a redução das desigualdades sociais.

O presente estudo se propôs verificar o perfil empreendedor dos alunos do terceiro ano do ensino médio de escolas estaduais do interior do Rio Grande do Sul, bem como avaliar o comportamento destes alunos quando estimuladas a posturas empreendedoras. O trabalho foi realizado por meio de um Projeto de Extensão da URI – São Luiz Gonzaga, onde se buscou colaborar para o desenvolvimento pessoal e profissional destes alunos e, em consequência, da comunidade. Para atingir o objetivo do estudo, realizou-se uma pesquisa participante e descritiva de cunho quantitativo com os futuros profissionais. O questionário foi o instrumento utilizado para a

coleta de dados.

Percebeu-se que os alunos apresentam intenções empreendedoras, já que 52 dos respondentes (77,6%) possuem o desejo de empreender em seu próprio negócio, intensificando, desta forma, a importância do projeto. Observou-se, também, que os alunos, quando questionados sobre as habilidades comportamentais empreendedoras apresentaram a maior média no indicador persistência, enquanto a menor refere-se ao aspecto de liderança. Percebeu-se também, que a média geral de todas as respostas ficou em 3,6, portanto, verifica-se a necessidade de se estimular e desenvolver habilidades que possam contribuir na formação de um futuro empreendedor.

Diante da realidade local e regional, onde predominam as microempresas, o ensino voltado para o empreendedorismo pode minimizar lacunas profissionais oriundas da formação fornecida aos estudantes diante da capacidade real de empregabilidade, já que entre suas características propõe a geração de novos negócios. Desta forma, as informações obtidas por esta pesquisa são de extrema relevância tanto para as escolas como para a universidade promotora do projeto de extensão, já que os resultados podem contribuir para que os professores da escola busquem atividades que fomentem características da educação empreendedora, preparando estes alunos através da capacitação técnica e das habilidades comportamentais, bem como para a Universidade que, por meio deste trabalho desenvolve o tripé: ensino, pesquisa e extensão.

Por fim, este estudo é limitado aos locais pesquisados, o que impossibilita a generalização dos resultados a outros campos. Como sugestão para trabalhos futuros, orienta-se a aplicação desta metodologia de estímulo ao empreendedorismo em outras turmas de terceiro ano de escolas públicas e particulares, a fim de traçar comparativos e obter um panorama geral da capacidade empreendedora dos estudantes.

REFERÊNCIAS

- BAKAR, R.; ISLAM, M. A.; LEE, J. **Entrepreneurship Education**: experiences in selected countries. *International Education Studies*, v.8 n.1. p. 88-99, 2015.
- BARON, R.; SHANE, S. **Empreendedorismo - uma visão do processo**. São Paulo: Thomson, 2011.
- BARTOLOMEO, R. D.; STAHL, F. H.; ELIAS, D.C. A Importância do Ensino de Empreendedorismo para os Gestores de Recursos Humanos. **REPAE – Revista Ensino e Pesquisa em Administração e Engenharia**, v. 1, n. 2, 2016.
- CANTILLON, R. **Ensaio sobre a natureza do comércio em geral**. (F. G. Figueira, Trad.). Curitiba: Segesta Editora Ltda, 2002.
- CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2008.
- CHIZZOTTI, A. **A pesquisa em ciências humanas e sociais**. 5 ed. São Paulo: Cortez, 2001.
- DOLABELA, F. **Pedagogia Empreendedora**. São Paulo: Cultura, 2003.
- DOLABELA, F. **Oficina do Empreendedor**: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.
- DOLABELA, F. **O Segredo de Luísa**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**. 2012. Disponível em: <<http://www.josedornelas.com.br/artigos/liderar-e-inspirar/>>. Acesso em: 03 jul 2018.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 6 ed. São Paulo: Empreende/Atlas, 2016.
- FILION, L. J. **Empreendedorismo**: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. *Revista de Administração da Universidade de São Paulo*, v. 34, n. 2, 1999.

- FILION, L. J. **Empreendedorismo e gerenciamento**: processos distintos, porém complementares. Revista de Administração da Universidade de São Paulo, v.7 n. 3, p. 2-7, 2000
- GARAVAN, T.; O'CONNOR, B. Entrepreneurship education and training programs: A review of and evaluation. **Journal of European Industrial Training**, v. 8, n. 8, p. 3-12, 1994.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5.ed. São Paulo, Atlas, 2016.
- GREATTI, Ligia; GRALIK, Elisabeth; VIEIRA, Francisco Giovanni David; SELA, Vilma Meurer. **Aprendizagem em Empreendedorismo dos Acadêmicos do Curso de Administração de uma Universidade Estadual no Sul do Brasil**. XXXIV Encontro da ANPAD. Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/epq1581.pdf>>. Acesso em: 10 nov 2017.
- LOPES, R.M.A. (Org.). **Educação empreendedora**: conceitos, modelos e práticas. Rio de Janeiro: Elsevier - São Paulo: Sebrae, 2010.
- MACHADO, A. C. A.; LENZI, F. C; MANTHEY, Nilvane. O ensino do empreendedorismo em cursos de graduação: panorama das práticas dos cursos de ciências sociais aplicadas. Disponível em: <www.univali.br/periodicos>. Acesso: 28 jun 2018. **Revista Alcance**, 2017
- MASON, C. Entrepreneurship Education and Research: Emerging Trends and Concerns. **Journal of Global Entrepreneurship**, v. 1, n. 1, p. 13-25, 2011.
- MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing**: uma orientação aplicada. 4 ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.
- MCCLELLAND, D. Characteristics of successful entrepreneurs. **The Journal of Creative Behavior**. v. 21, n. 3, p. 219-233, 1987.
- ORLICKAS, E. **Modelos de Gestão**: das teorias da administração à gestão estratégica. 1. ed. Curitiba: Ibplex, 2010.
- ORTEGA, L. M. Programa Empreendedorismo-Escola: Influenciando a Universidade por meio do Tripé, ensino, pesquisa e extensão. **RACEF- Revista de Administração, contabilidade e economia da FUNDACE**. v. 7 ed. especial, 2016.
- PINCHOT, G. **Intraempreendedor**: por que você não precisa deixar a empresa para tornar-se um empreendedor. São Paulo: HARBRA, 1989
- RAMOS, J. L. G. **Aprendizagem empreendedora diante do insucesso empresarial**: uma perspectiva de empreendedores brasileiros e uruguaios que vivenciaram o fracasso empresarial. 2015. 195 p. Dissertação de Mestrado. PPGA – UFSM.
- RAMOS, M. A.; KRAKAUER, P. V. C. Fomento ao Empreendedorismo para Deficientes no Estado de São Paulo. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v.7, n.1, p. 195-225, Jan/Abr. 2018.
- RIBEIRO M, F.; MOREIRA, R. N. Características do comportamento empreendedor dos professores de empreendedorismo de ensino fundamental de uma solução educacional. **Revista de Administração da UNI7**. Fortaleza, v.1, n.1, p.263-290, jan/jun. 2017.
- ROCHA, E. L. C.; FREITAS, A. A. F. Avaliação do Ensino de Empreendedorismo entre Estudantes Universitários por meio do Perfil Empreendedor. **Revista de Administração Científica - RAC**, Rio de Janeiro, v.18, n. 4, p. 465-486, Jul./Ago. 2014.
- SAY, J. A. **A treatise on political economy**. London: Sherwood, 1816.
- SAES, D. X.; PITA, F. H. S. Empreendedorismo no ensino superior: uma abordagem teórica. Maringá Management: **Revista de Ciências Empresariais**, v. 4, n. 2, p. 33-41, 2007.
- SALIM, C. et al. **Administração Empreendedora**: teoria e prática usando o estudo de caso. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.
- SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1961.
- SEBRAE. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/Programas/conheca-as-caracteristicas-empreendedoras-desenvolvidas-no->

empretec,d071a5d3902e2410VgnVCM100000b272010aRCRD>.Acesso 20 maio 2018.

SILVA, J. F.; PENA, R. P. M. O “Bê-á-Bá” do ensino em empreendedorismo: uma revisão da literatura sobre os métodos e práticas da educação empreendedora. **REGEPE - Revista de Empreendedorismo e Gestão em Pequenas Empresas**, v. 6, n. 2, 2017.

SILVEIRA, M. B.; SANCHES, C. Formação empreendedora: Análise das características empreendedoras entre os estudantes do ensino técnico. **Revista de Tecnologia Aplicada (RTA)**, v.6, n.3, p. 46-71, 2017.

SCHMIDT, S.; BOHNENBERGER, M. C. Perfil empreendedor e desempenho organizacional. **Revista de Administração Contemporânea**, v.13, n. 3, p. 450-467, 2009.

SOUZA, B.J. **Criando uma cultura empreendedora no Brasil**. In: SESI Empreendedorismo. Brasília: SESI/DN, 2007.