

CONTRIBUIÇÕES DA DISCIPLINA DE EMPREENDEDORISMO E ORGANIZAÇÃO DE EMPRESAS DE EVENTOS PARA A EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA

Contributions of discipline of the entrepreneurship and organization of event companies to entrepreneurial education

Ana Cláudia Bernardes Vilarinho de Oliveira ¹

Resumo

Este artigo se dedica a relatar as experiências vividas pelos discentes de um curso técnico em Eventos de uma instituição de ensino da rede pública federal ao compreender suas percepções sobre o ensino do Empreendedorismo como importante área que possibilita a criação de novos negócios e verificar a propensão desses estudantes a empreender. Foi realizada uma pesquisa de enfoque quantitativo, exploratório e descritivo. O universo da pesquisa contemplou um grupo de 55 estudantes dos quais 36 compuseram a amostra de respondentes. A coleta de dados, um questionário estruturado, possibilitou a análise estatística e levantamento de informações numéricas com o auxílio do software estatístico SPSS. No geral, os resultados revelam que parte expressiva dos estudantes tem o sonho de empreender, acreditam que a educação empreendedora é fundamental em sua formação acadêmica e profissional, possuem características empreendedoras e se interessam pelo Empreendedorismo. A conclusão apoia-se em um achado importante que indica que o ensino do empreendedorismo pode melhorar o sucesso profissional dos discentes tendo em vista serem abordados conteúdos que envolvem competências técnicas como proatividade, assumir riscos calculados, autoconfiança, planejamento e controle, criatividade e inovação.

Palavras-chave: empreendedorismo, educação empreendedora, eventos.

Abstract

This article is dedicated to report and expose the experiences lived by students of a technical course in Events of a teaching institution of the federal public network and understanding their perceptions about the teaching of Entrepreneurship as an important area that allows the creation of new businesses and verify the propensity of these students undertake. A quantitative, exploratory and descriptive research was carried out. The research included a group of 55 students, 36 of which comprised the samples. Data collection, along with a very well-structured questionnaire, enabled statistical analysis and survey of numerical information with the help of SPSS statistical software. In general, the results reveal that a significant part of students have the dream of entrepreneurship, believe that entrepreneurial education is fundamental in their academic and professional training, have entrepreneurial characteristics and are interested in that area. The important conclusion is solely based on an important finding that indicates

¹ Bacharel em Secretariado Executivo Bilíngue - IESB, MBA em Assessoria Executiva – UNINTER, MBA em Gestão de Negócios pela USP-ESALP, Mestrado em Ciências da Educação/Administração Educacional pelo Instituto Politécnico de Santarém – Portugal. Professora e pesquisadora – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília – IFB (anac.oliveira@ifb.edu.br).

that the teaching of entrepreneurship can improve the professional and personal success of students in order to address content that involves technical skills such as proactivity, taking calculated risks, self-confidence, planning and control, creativity and innovation.

Keywords: entrepreneurship, entrepreneurial education, events.

Introdução

Este artigo objetivou compreender as percepções e vivências de estudantes de um curso técnico de eventos sobre o ensino do Empreendedorismo e a educação empreendedora como campo de estudo que possibilita a prospecção de novos negócios e, em que medida, esses atores estão propensos a empreender.

O artigo revisa criticamente parte da literatura sobre Empreendedorismo ao trazer importantes teóricos e apresenta um panorama da educação empreendedora e a postura empreendedora desejável no setor de eventos, trazendo à luz pesquisas anteriores com o campo do ensino do empreendedorismo.

O estudo do Empreendedorismo é comumente reconhecido como a possibilidade de se criar um novo e negócio próprio ou um novo empreendimento. O empreendedor é conhecido como alguém visionário, que busca novas oportunidades de negócios e tem facilidade em colocar em práticas suas ideias, é dotado de competências técnicas que o diferem de um empresário.

Para Dolabela (2015), o empreendedor “é alguém que sonha e busca transformar seu sonho em realidade” (DONABELA, 2015, p. 66). Porém, para compreender a complexidade desse fenômeno, é preciso mergulhar nesse universo multifacetado. Embora o tema tenha ganhado notoriedade nos últimos anos, o campo de pesquisa é multidimensional e requer cada vez mais estudos.

Esta investigação justifica-se, pois, ainda são realizadas poucas pesquisas sobre a sua relação com áreas mais específicas, como a Educação e a área de eventos, o que caracteriza a originalidade da pesquisa. Logo, a pergunta de partida para a realização deste estudo buscou responder se um grupo de estudantes de um curso técnico da área de eventos está propenso a empreender e qual a relevância do ensino do empreendedorismo para a sua formação.

Como forma de dar pertinência à pesquisa, recorreu-se aos autores mais conceituados neste campo de estudo: Venkataraman (1997), Sarasvathy (2001), Baron e Shane (2007), Fillion (1999), Gartner (1989), Hisrich e Peters (2009), Schumpeter (1982), dentre outros.

Ressalta-se ainda autores que realizaram estudos sobre educação empreendedora, dos quais cumpre-se destacar: Tschá e Cruz Neto (2014), Schaefer e Minello (2016), Lopes (2010) e Andrade e Torkomian (2001). Ademais, foram consultados periódicos de abrangência sobre Empreendedorismo, em repositórios nacionais e internacionais.

Os achados da pesquisa incluem uma forte tendência dos respondentes para empreenderem e o significativo aumento do interesse dos estudantes pelo Empreendedorismo. Os estudos revelam, ainda, que o Empreendedorismo configura-se como importante campo de estudo para a formação acadêmica dos discentes e para a melhoria contínua das suas práticas profissionais e competências técnicas.

1. Empreendedorismo: concepções teóricas e um olhar para o futuro

Embora seja muito diversificado o conceito de Empreendedorismo e não exista consenso entre os autores para a sua definição, enquanto campo acadêmico, vem sendo estudado por várias áreas do conhecimento como a administração, a psicologia, a economia, as ciências sociais e a sociologia.

A literatura sobre o Empreendedorismo revela que é um conjunto de atributos pessoais e psicológicos do ser empreendedor e incluem, dentre alguns elementos, iniciativa, autoconfiança, a aceitação do risco, o destemor perante o fracasso, a capacidade de tomar decisões e assumir responsabilidades, a automotivação, a persistência e o otimismo (SANTIAGO, 2009).

O termo ‘empreendedor’ tem origem francesa (*entrepreneur*) e os registros apontam para os anos de 1937. Landström (2005), revela que a definição mais usada à época dos registros iniciais significava “*celui qui entreprend quelque chose*”, ou seja, aquele que se compromete com algo.

Hisrich e Peters (2009), sinalizam que no século XVII os conceitos de empreendedorismo começaram a se relacionar às possibilidades em se assumir riscos, tendo em vista que, para o financiamento de contratos ou para se conseguir prestar algum tipo de serviço ao governo, o empreendedor precisaria assumir certa insegurança. Posteriormente, nos séculos

XVIII e XIX, o termo passa a se aproximar de fato ao empresário (aquele que assume riscos), deixando o conceito de capitalista (o dono do capital) em outro plano.

Schumpeter (1982), foi o precursor que lançou o campo do empreendedorismo associando-o à inovação. Para o autor, o empreendedor é aquele que desestabiliza a ordem econômica ao introduzir novos produtos e serviços e aproveita as novas oportunidades no âmbito dos negócios para aproveitar novas formas de uso dos recursos materiais e propor novas combinações.

Um outro conceito, de Venkataraman (1997), indica que Empreendedorismo é “o campo de estudo que procura compreender como as oportunidades que geram novos produtos e serviços são descobertas, criadas e exploradas, por quem e com que consequências”. (VENKATARAMAN, 1997, p. 120).

Baron e Shane (2007), ao compreenderem o percurso histórico do empreendedorismo, afirmam que os empreendedores colaboraram muito para o desenvolvimento da sociedade atual por sua atuação.

Em seu artigo “*Who is an entrepreneur? Is the wrong question*”, Gartner (1989) revela que Empreendedorismo é a criação das organizações e o empreendedor é um indivíduo que possui traços e características de personalidade que não possibilita sua definição, mas implica em compreender o fenômeno acerca do empreendedorismo. Na concepção do autor, o empreendedor possui comportamento inovador para introduzir novas formas de produção, abrir diferentes mercados; utiliza-se de práticas estratégicas para alavancar seu negócio e seu propósito é o lucro e o crescimento.

Filion (1999), aponta para uma notável confusão a respeito da definição do termo empreendedor e que os economistas preferem associar o empreendedor à inovação. Para o autor, outros economistas como Adam Smith e Cantillon também se destacaram e contribuíram decisivamente para que o empreendedorismo tivesse importância no desenvolvimento econômico e social do mundo moderno gerando renda e emprego.

A abordagem psicológica ou comportamentalista se concentra em aspectos distintos que envolvem a criatividade e a intuição e é representada por autores como McClelland (1972). Para Kets de Vries (1997), essa abordagem se caracteriza por identificar características próprias dos empreendedores que envolvem a personalidade que são inerentes a esses indivíduos.

No campo da sociologia, a perspectiva do contexto e os grupos sociais onde os indivíduos estão inseridos, bem como suas experiências é o que determinam a escolha pelo empreendedorismo.

Conforme Casson *et al.* (2006) e Seltisikas e Lybereas (1996), é necessário não apenas balizar os valores e aspirações do empreendedor, como também inferir sobre como a sociedade e as instituições exercem grande influência sobre aqueles que empreendem.

Recentemente, ao abordarem como a dimensão social da atividade empreendedora reflete no trabalho do empreendedor, Campos e Duarte (2013) assinalam múltiplas habilidades requeridas ao o empreendedor, ao afirmarem: “a habilidade principal requerida do empreendedor não é a do visionário nem a do planejador, mas, sim, a do agenciador, do coordenador e do negociador de cooperação e colaboração.” (CAMPOS; DUARTE, 2013, p. 21).

Uma outra dimensão e campo de estudo do Empreendedorismo envolve o comportamento gerencial do empreendedor e centra-se em compreender o “como” esses empreendedores agem em um contexto de mudanças cada vez mais recorrentes e que ganha cada vez mais importância nos últimos anos por estudiosos da área de gestão de negócios (STEVENSON; JARILLO, 1990).

Isto fica evidenciado pelo crescente número de revistas acadêmicas em todo o mundo que publicam diariamente artigos com esta temática. Porter e McKibben (1988), enunciaram que já não existem cursos de administração de empresas sem que o enfoque sobre o Empreendedorismo seja abordado.

Conforme Stevenson e Jarillo (1990), a infinidade de estudos sobre empreendedorismo concentra-se em três categorias que compreendem: o que acontece quando os empreendedores agem (preocupa-se com os resultados das ações), porque eles agem (relaciona-se ao comportamento e motivos de cada indivíduo para empreender) e como eles agem (como os empreendedores são capazes de alcançar seus objetivos, independente dos motivos pessoais e incentivos).

Para compreender a complexidade do Empreendedorismo, ressalta-se que as abordagens apresentadas não são supressivas, mas complementares. A abordagem da professora indiana Saras Sarasvathy (2001) traz importantes contributos e motiva na direção de se entender o

empreendedorismo e comportamento empreendedor, salientando a diferença da lógica da causa e do efeito.

Conforme sua teoria - a *effectuation*, o empreendedorismo pode ser aprendido por qualquer pessoa (não é genético) e o empreendedor é capaz de identificar oportunidades a partir de recursos já existentes; investem à medida do que estão dispostos a perder; aproveitam as contingências e são estratégicos ao estabelecer suas relações com os stakeholders (SARASVATHY, 2008).

Em um cenário de mudanças no mundo do trabalho como se apresenta no século XXI, instituições em todo o mundo têm reposicionado suas estratégias pedagógicas e incentivado o ensino do Empreendedorismo como forma de possibilitar que estudante possa aproveitar novas oportunidades, seja para manter, identificar ou prospectar novos negócios.

Diversos programas de educação empreendedora são concebidos em diversos níveis e modalidades de ensino e constituem-se de importante requisito para melhoria da formação desses estudantes, cuja missão, além de capacitar os futuros profissionais, é também de produzir mudanças nesse cenário de incertezas e instabilidade.

Para Cassiolato e Lastres (2000), o atual processo de globalização permite, dentre os poucos consensos estabelecidos, compreender a inovação e o conhecimento como principais fatores que indicam para o alcance da competitividade e o crescimento e desenvolvimento de nações, comunidades, empresas e até de indivíduos. Logo, gestores públicos devem investir no empreendedorismo como possibilidade de vislumbrar um futuro promissor a partir de políticas públicas e investimentos que contribuam para o desenvolvimento social e econômico.

2. A educação empreendedora na prática

A educação empreendedora tem merecido destaque e ganhado relevância entre os especialistas da atualidade pois colabora para o desenvolvimento da nação e fornece oportunidades únicas para investidores locais e globais. Contudo, estudos apontam para a necessidade de um aprofundamento mais consistente para se compreender como o norteamento e disseminação do conhecimento inerente ao Empreendedorismo devem ser aplicados na prática e como se propagam na sociedade.

Agendas políticas, conferências e debates têm sido promovidos pelas diversas instâncias dos poderes governamentais, incluindo também organizações não governamentais, como a

ONU - Organização das Nações Unidas que possui programas específicos de educação empreendedora.

A UNCTAD - *United Nations Conference on Trade and Development*, destaca a área de política e empreendedorismo como uma das mais importantes para o fortalecimento das políticas educacionais que devem facilitar a criação de uma cultura empreendedora e ajudará, por sua vez, que potenciais empreendedores identifiquem e busquem oportunidades. Sugere ainda que o empreendedorismo seja incorporado ao sistema educacional formal e ser oferecido em parceria com o sistema privado, englobando ainda a comunidade informal e programas de treinamento em espaços rurais. (UNCTAD, 2011).

Para Tschá e Cruz Neto (2014) a educação empreendedora deve ser percebida como um conjunto de ações de forma a permitir que os estudantes expandam e coloquem em prática suas próprias ideias e não como uma componente, curricular solitária.

Schaefer e Minello (2016) corroboram ao complementar que a formação empreendedora deve ser realizada de forma integrada, interdisciplinar, harmonizada e transversal. Lopes (2010) corrobora e compreende que a educação empreendedora não somente possibilita que o estudante vislumbre a abertura de um novo negócio, como é possível também focar na formação do indivíduo ou aqueles que estão preocupados com as estratégias para permanecer ativo ou expandir o negócio.

Outro conceito se assemelha, o defendido por Andrade e Torkomian (2001), quando afirmam que educação empreendedora é o processo que visa o desenvolvimento do ser humano para identificar e aproveitar as oportunidades transformá-las em realidade, contribuindo para a geração de valores, sejam financeiros, sociais e culturais e para a sociedade onde esse indivíduo está inserido.

No Brasil, mesmo com todas as dificuldades de ordem econômicas impostas, a população tem a vocação para empreender e quase 52 milhões de pessoas entre idade de 18 a 64 anos exercem algum tipo de atividade empreendedora. Mas fatores como a precariedade do sistema educacional, políticas públicas em contextos burocráticos e de alta rigidez e escassez de apoio e fomento financeiro ainda impedem que esse cenário seja mais favorável.

O relatório executivo 2017, produzido pelo Serviço Brasileiro de Apoio às micro e pequenas empresas – SEBRAE, IBQP – Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade, FGV- EAESP – Fundação Getúlio Vargas e GEM – *Global Entrepreneurship Monitor*,

instituição com sede nos Estados Unidos, Korea, Canadá, Chile e Malásia, cujas pesquisas realizadas centram-se na investigação do sujeito empreendedor (fonte primária de informação) e não no empreendimento.

O relatório trouxe importantes recomendações de especialistas para as condições de se empreender no Brasil, especificamente com foco nas políticas governamentais e programas, educação e capacitação e apoio financeiro. No âmbito da Educação, sugere-se:

- ✓ Investimento em capacitação e mentorias, ou seja, programas governamentais que financiem ativos de conhecimento, e não somente estruturas.
- ✓ Apoiar as instituições que já fomentam o empreendedorismo (Sebrae, Endeavor, Senac, etc.), integrando-as a um projeto estruturado.
- ✓ Incentivo ao empreendedorismo nas mídias de massa: compartilhamento de experiências e de casos de sucesso e insucesso por meio de programas, televisões, propagandas, entre outros.
- ✓ A aproximação da atividade empreendedora praticada intuitivamente com ambientes escolares, com a universidade, como a academia. Isso é fundamental para a qualificação do empreendedorismo no Brasil. O mesmo vale para aproximação entre pesquisa e boas tecnologias com quem se interessa em abrir um novo negócio.
- ✓ A inserção da educação empreendedora desde a escola fundamental. Quanto mais cedo o espírito empreendedor for disseminado, maior será a chance de se ter jovens empreendedores no futuro, com uma boa base desconhecimento sobre plano de negócios, estudo de mercado, fatores econômicos que afetam o negócio, dentre outros aspectos essenciais para se ter êxito. (GEM Brasil, 2018, p. 19).

O relatório aponta para questões que merecem avaliação, como motivações, limitações e fatores favoráveis para se empreender no Brasil bem como percentuais que retratam o panorama do Empreendedorismo, ao informar caracterização sociodemográfica que incluem idade, gênero, escolaridade e renda familiar. As observações indicam uma forte intervenção na área da Educação e capacitação para estimular a atividade empreendedora no país, o que ainda não havia sido apontado nos relatórios dos anos anteriores.

Assim, o ensino do empreendedorismo no âmbito das instituições, sejam públicas ou privadas, contribui para a eficiência e eficácia organizacionais ao desempenhar importante papel face às políticas educacionais e para materializar a forte contribuição do Empreendedorismo e da inovação para reduzir desigualdades sociais, sendo vetor de desenvolvimento, empregabilidade e geração de renda.

3. Competências e postura empreendedora no setor de Eventos

Em estudo realizado por Okhomina (2010), observou-se que fatores sociológicos e traços psicológicos podem interferir em posturas empreendedoras. Os achados da pesquisa indicam que a educação pode melhorar o sucesso empresarial em relação à nutrição de competências como inovação, proatividade, comportamento de assumir riscos e competitividade. Tal afirmativa está em consonância a Vesper (1980) ao afirmar que, quanto mais educação formal um empreendedor teve nos negócios, maiores suas chances de sucesso em seus empreendimentos.

As pesquisas realizadas por teóricos que buscam avaliar as atitudes e comportamento empreendedor geralmente estão respaldadas pela ótica comportamentalista e fundamentadas por David C. McClelland (1972). *Em seu estudo foram consideradas algumas variáveis que dizem respeito ao comportamento empreendedor e que incluem: busca por informação e oportunidades, comprometimento e persistência, capacidades para planejar e assumir riscos calculados e autoconfiança e persuasão.*

*Outros estudos foram realizados no mundo todo, uma outra contribuição importante partiu dos professores Kristiansen e Indarti (2004), que identificaram fatores determinantes da intenção de jovens indonésios e noruegueses a empreender, levando-se em conta contextos culturais e econômicos. As características empreendedoras apontadas pelos autores centram-se em cinco constructos: a intencionalidade empresarial, necessidade de realização pessoal, *locus* de controle, busca por informações e eficácia própria.*

Ser um profissional empreendedor requer postura e atitude empreendedora. Mas como desenvolver ou aumentar a capacidade empreendedora? O quão a educação formal determina para que o profissional tenha sucesso no seu empreendimento? Como motivar os discentes a empreenderem?

Essas questões ainda carecem de um referencial teórico pertinente mas sugerem que algumas características comportamentais são inerentes a um empreendedor: sua necessidade de realização, propensão às mudanças, espírito inovador, imaginação, autoconfiança, criatividade, *networking*, visão estratégica, percepção de oportunidades, gestão de riscos (VESPER, 1980; GUERRA E GRAZZIOTIN, 2010; BECKER, 2014; DOLABELA, 2008).

A literatura revela ainda algumas habilidades técnicas e comportamentais que são fundamentais para que o ambiente de aprendizado seja propício e permita que os cursos estimulem seus discentes a empreender.

Para Lacerda *et al.* (2015), o empreendedor da área de eventos deve pensar no futuro e estar preparado para correr riscos, saber planejar e prezar pela melhoria contínua dos serviços oferecidos, procurando novos caminhos para conduzir o negócio, além de se tornar uma pessoa confiante e preparada para tomar decisões.

O segmento de eventos cresce exponencialmente no Brasil e estimula a cadeia produtiva em inúmeros setores da economia, fortalecendo áreas como o turismo, o comércio, o entretenimento, polos gastronômicos, dentre outros. Com esse mercado em expansão, surgem na mesma medida cursos em diferentes áreas do conhecimento, modalidades e localidades que impulsionam o empreendedorismo.

Essa informação pode ser confirmada em pesquisa realizada pela Abeoc Brasil – Associação Brasileira de Empresas de Eventos, que, por meio do relatório de Dimensionamento Econômico da Indústria de Eventos no Brasil - 2013, aponta que a área de eventos no Brasil movimentou 209,2 bilhões de reais em 2013, o que representava à época 4,32% do PIB nacional. Somente em 2013 foram sediados mais de 590 mil eventos, o que caracteriza a valorosa contribuição do mercado de eventos ao crescimento econômico do país, com mais oportunidades de emprego e criação de novos empreendimentos. (ABEOC, 2014).

Para atender a essa dinâmica do mercado, muitos cursos são criados visando a oferta de qualificação e certificação para profissionais que atuam ou desejam atuar nessa área. Assim, o profissional de eventos, ao atuar como planejador ou organizador, deve estar concentrado em conseguir captar novas oportunidades, inclusive atuando como dono do seu próprio negócio. E a área de atuação é abrangente, engloba diversas entidades culturais, hotéis, o comércio, as diversas áreas de serviços, as organizações não governamentais, dentre outras.

Consonante à sua missão organizacional, o Instituto Federal de Brasília, autarquia vinculada ao Ministério da Educação responsável pela educação profissional e tecnológica, assim como outros institutos federais, possuem, por sua natureza, a orientação para uma formação integral, técnica e tem se preocupado em atender a dinâmica do mercado incentivando e estimulando o empreendedorismo.

O *campus* Brasília, *locus* desta pesquisa, tem ofertado cursos de Eventos nas modalidades presencial e a distância em níveis médio e superior que objetivam o desenvolvimento de competências e postura profissional que farão com que esses profissionais sejam reconhecidos em um mercado altamente competitivo.

Através da sua formação e a partir do desenvolvimento de diversas habilidades, esses profissionais estarão aptos a atuarem na gestão de eventos – sejam corporativos, esportivos, culturais, acadêmicos, sociais, etc. e responder à demanda crescente do mercado.

Dentre as componentes curriculares, encontram-se duas disciplinas com foco no Empreendedorismo: Empreendedorismo em Eventos (Curso Superior de Tecnologia em Eventos) e Empreendedorismo e Organização de empresas de eventos (Curso Técnico em Eventos).

Para Hashimoto e Fonseca Jr. (2018), a possibilidade de oferta de cursos técnicos é excelente para quem pretende ingressar no mundo do trabalho pois são de curta duração, revelam a importância do ensino empreendedor e que não é possível dissociá-lo do ensino profissional. Os autores afirmam que o desenvolvimento da capacidade empreendedora é um dos grandes desafios econômicos na atualidade tendo em vista a necessidade de romper com paradigmas consolidados desde o século retrasado, cuja economia industrial baseava-se no emprego formal e já está ultrapassada.

4. Procedimentos metodológicos e técnicas utilizadas

Para responder à pergunta de partida, cuja pergunta de partida buscou compreender se esse grupo de estudantes de Eventos está propenso a empreender e qual a relevância do ensino do empreendedorismo para a sua formação e possibilitar que os objetivos propostos neste estudo pudessem ser alcançados, optou-se pela realização de pesquisa de campo e quanto aos procedimentos recorreu-se à análise bibliográfica.

Quanto aos objetivos se caracteriza por uma pesquisa exploratória e descritiva, que, conforme Vergara (2000), revela as características de um determinado fenômeno ou população, estabelecendo correlações entre as variáveis e define sua natureza pois objetiva descrever a propensão de um grupo de estudantes do curso técnico em eventos a empreender.

A escolha pela abordagem quantitativa fundamenta-se em Aliaga e Gunderson (2002) pois tinha a intenção de se explicar fenômenos por meio da coleta de dados numéricos. Os dados

coletados foram analisados através de métodos estatísticos, utilizando-se o *software IBM SPSS - Statistics Subscription Base Edition*.

A técnica para a coleta de dados foi possível pela utilização de um questionário estruturado, composto por 19 questões de múltipla escolha, enviado pelo *google forms* para que os participantes da pesquisa pudessem respondê-lo. Os estudantes preencheram o instrumento de coleta de dados em laboratório prático da disciplina e ao término da aula presencial.

Os participantes foram avisados sobre a justificativa, objetivos, bem como procedimentos metodológicos e que a participação seria voluntária. Todos os participantes assinalaram concordância e colaboração com a pesquisa, que foi aplicada para 55 estudantes regularmente matriculados em fase de término do curso e cursavam a componente curricular de Empreendedorismo no 2º semestre de 2019 com a docente responsável pela pesquisa.

Dentre os respondentes, obteve-se o quantitativo de 36 estudantes (65,45%) do curso Técnico em Eventos de uma instituição federal de ensino situada em Brasília, na modalidade presencial e subsequente. Os dados foram analisados a partir da inferência do pesquisador que julgou os mais interessantes tomando-se o cuidado de não se distanciar dos objetivos do estudo.

Como limitações do método, revelou-se o local selecionado para a aplicação do questionário, um laboratório de informática na sede do *campus*, com acesso à *internet* mas ao término da aula, implicando em cansaço dos participantes e falta de motivação para responder. Um outro fator limitante evidenciado foi o número reduzido da amostra pois no dia em que a pesquisa foi aplicada, alguns alunos faltaram à aula o que impediu que a amostragem fosse mais significativa.

5. Análise e discussão dos resultados

Para a levantamento de dados, o questionário consistia em um bloco de questões que permitiram particularizar as características da amostra pesquisada. Como pode ser verificado na Tabela 1, a maior incidência do total dos respondentes compreendia faixa etária entre 18 e 25 anos, sexo feminino (68,6%) e predominou como estado civil a opção “solteiro” (80,6%).

Tabela 1 – Resumo das características descritas pelos respondentes

Sexo	Estado civil	Faixa etária
68,6% feminino 31,4% masculino	80,6% solteiro 11,1% casado 5,6% divorciado 2,8% outros	58,3% Entre 18 e 25 anos 30,6% Entre 26 e 40 anos 11,1% Entre 41 e 60 anos

Fonte: a autora (2020)

Foi proposto que os estudantes respondessem a perguntas para avaliar, sob suas percepções, a relevância da educação empreendedora, conforme Tabela 2. Depreende-se que o ensino do Empreendedorismo é frequentemente importante para os cursos técnicos (24 respondentes) e tem forte relação com a formação acadêmica desses estudantes (22 respondentes). Percebe-se ainda, que 19 estudantes afirmaram que o interesse sobre a temática aumentou após cursarem a disciplina, conforme exposto:

Tabela 2 – Valores numéricos sobre a relevância da educação empreendedora na aprendizagem

Perguntas	Relevância				
	Quase nunca	Raramente	Algumas vezes	Frequentemente	Quase sempre
O ensino do Empreendedorismo é importante em um curso técnico?	1	0	7	24	4
O que aprendi é importante para minha formação acadêmica?	0	1	2	22	11
Meu interesse por Empreendedorismo aumentou?	0	0	5	19	12

Fonte: a autora (2020)

Dolabela (1999) sinaliza que implantar o ensino do empreendedorismo nas universidades brasileiras ainda é um pequeno passo pois emerge criar uma cultura empreendedora na sociedade, o que implica uma vasta discussão em todos os níveis da sociedade, incluindo a área educacional. As práticas pedagógicas devem contemplar não só a formação docente como a adequação dos conteúdos programáticos ministrados e metodologias pertinentes para que a transmissão do conhecimento seja garantida.

Quanto à dedicação e compreensão dos estudantes acerca da disciplina, constatou-se que a maioria (21 estudantes) teve dificuldade algumas vezes com os conteúdos ministrados,

entretanto, 31 estudantes sinalizaram que adquiriram novos conhecimentos. O fator esforço individual para compreender os conteúdos ficou evidenciado como insuficiente pois 16 estudantes revelaram que apenas algumas vezes se dedicaram ao curso, conforme Tabela 3:

Tabela 3 – Valores numéricos sobre a dedicação do estudante e compreensão da disciplina

Compreensão da disciplina					
Perguntas	Quase nunca	Raramente	Algumas vezes	Frequentemente	Quase sempre
Tive dificuldades durante a disciplina?	4	2	21	7	2
Eu adquiri novos conhecimentos durante a disciplina?	0	0	1	31	4
Me dediquei e me esforcei a compreender os conteúdos da disciplina?	1	3	16	4	12
Minha frequência em procurar o professor (fora de sala) atendimento ao aluno/monitoria/tutoria para tirar dúvidas foi:	14	19	1	1	1
Estive frequente nas aulas do professor?	1	1	3	24	7

Fonte: a autora (2020)

Os estudantes foram indagados sobre a indicação de espaços que permitam a efetividade e melhoria da disciplina de Empreendedorismo e Organização de Empresas de Eventos. Infere-se que mais da metade dos estudantes (59,1%) anseiam pela criação de uma empresa júnior como possibilidade de propiciar a vivência do Empreendedorismo na prática antes de se ingressar no mundo do trabalho. Segundo o Sebrae, a Empresa Júnior é uma associação civil sem fins lucrativos que é formada e gerida pelos próprios estudantes e tem como objetivos estimular o aprendizado prático; aproximar o mundo do trabalho das instituições de ensino e os estudantes; gerir com autonomia e elaborar projetos que visem a consultoria na área de formação dos estudantes.

De modo complementar, 31,8% dos estudantes acreditam que o desempenho das aulas pode ser melhor com a disponibilização de um espaço específico e central para que aliem ensino

e 9,1% acreditam que a melhoria na infraestrutura dos laboratórios é fator preponderante, conforme Tabela 4:

Tabela 4 – Pergunta: Qual a indicação de espaço você considera mais importante para a efetividade e melhoria da disciplina?

Opções	Respostas
Um espaço/sala central para a prática de Empreendedorismo	31,8%
Criação de uma empresa júnior	59,1%
Laboratórios de informática melhor equipados	9,1%

Fonte: a autora (2020)

Relativamente ao sonho em empreender, procurou-se identificar a intenção dos respondentes em abrir seu próprio negócio ou se estavam motivados para essa ação. Consonante às pesquisas da GEM de 2012, este dado revela que, assim, o brasileiro sonha em empreender e abrir seu próprio negócio. O relatório GEM de 2012 aponta para o sonho do brasileiro ao retratar que 43,5% do público participante da pesquisa afirmam preferir abrir seu próprio negócio a se candidatar para uma vaga em um emprego formal (24,7%). (GEM BRASIL, 2012).

Assim, o resultado revela um número expressivo de estudantes (55,6%) que pretendem empreender e somam-se a essa importante fonte de dados. 27,8% dos estudantes afirmaram que talvez empreendam, 11,1% que não pensaram a respeito e apenas 5,6% não pretendem empreender, reafirmando-se os dados de várias pesquisas sobre empreendedorismo no país, de acordo com Tabela 5:

Tabela 5 – Pergunta: Você tem o sonho de empreender

Opções	Respostas
Sim, pretendo abrir o meu próprio negócio	20 (55,6%)
Não pensei a respeito	4 (11,1%)
Talvez	10 (27,8%)
Não pretendo empreender	2 (5,5%)

Fonte: a autora (2020)

A Tabela 6, a seguir, mostra se os respondentes deste estudo identificaram características empreendedoras em seu perfil. Os dados revelam que 77,8% dos entrevistados

são dotados de características empreendedoras. Apenas 5,6% não identificaram características empreendedoras em seu perfil:

Tabela 6 – Identificação de características empreendedoras em seu perfil

Pergunta	Sim		Não		Talvez	
	Total	%	Total	%	Total	%
Você acredita que com os conhecimentos adquiridos na disciplina, identificou características empreendedoras no seu perfil	28	77,8%	2	5,6%	6	16,7%

Fonte: a autora (2020)

Quando perguntados sobre as características empreendedoras que necessitam ser aprimoradas, observou-se que a maior parte dos respondentes necessita de autoconfiança e iniciativa, características essenciais para qualquer empreendedor. Na Tabela 7 foi possível estabelecer o comparativo das características empreendedoras apontadas pelos estudantes com as características empreendedoras apontadas na literatura:

Tabela 7 – Características empreendedoras que necessitam aprimoramento

Característica	Frequência	Porcentagem válida	Autor(es)/literatura
	100	73,5	
iniciativa e autoconfiança	8	5,9	Dolabela (2008); Honma (2007); Cooley (1990)
<i>networking</i>	7	5,1	Morales (2004); Roma e Arruda (2017)
persistência e comprometimento	5	3,7	Dolabela (2008); <i>McClelland (1972)</i>
busca de oportunidades	5	3,7	Dornelas (2005); Schumpeter (1982); Oliveira e Silva (2014)
foco no negócio	5	3,7	Dornelas (2005)
aprender a correr riscos calculados	3	2,2	Okhomina (2010); Guerra e Grazziotin (2010)
planejamento e controle	1	,7	<i>McClelland (1972)</i> ; Man e Lau (2000)
exigência com a qualidade	1	,7	Cooley (1990); <i>McClelland (1972)</i>
eficiência	1	,7	Cooley (1990); Baggio e Baggio (2015)
Total	136	100,0	

Fonte: a autora, a partir do uso do Software SPSS (2020)

Ao serem questionados se a disciplina foi relevante para sua formação acadêmica, 88,9% dos respondentes afirmaram que foi muito relevante, 5,6% afirmaram que pouco relevante e 5,6% que foi razoavelmente relevante.

Os resultados da pesquisa apontam ainda que, em relação ao Plano de Negócios construído no decorrer da disciplina, 47,2% pretendem colocá-lo em prática, 27,8% responderam que talvez o coloquem, 13,9% não pensaram a respeito e 11,1% não pretendem executá-lo.

Dornelas (2005) indica que qualquer curso de empreendedorismo deveria focar na identificação e no entendimento das habilidades do empreendedor; em como ocorre o processo de inovação e empreendedor; em como preparar e saber utilizar um plano de negócios, colocando-o em prática e em como identificar fontes e obter financiamento para o novo negócio.

Acerca das possíveis áreas que os respondentes pretendem abrir o seu negócio, em sua maioria os estudantes sinalizaram que na área de prestação de serviços em eventos, conforme evidências da Tabela 8:

Tabela 8 – Áreas em que os estudantes pretendem abrir seu negócio

Área	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
		100	73,5	73,5
Comércio	2	1,5	1,5	75,0
Marketing	5	3,7	3,7	78,7
Outras áreas	6	4,4	4,4	83,1
Prestação de serviços em Eventos (alimentação e buffet, produção cultural, iluminação, decoração, corporativo, cerimonial e receptivo, dentre outros)	18	13,2	13,2	96,3
Recursos humanos	4	2,9	2,9	99,3
Tecnologia	1	,7	,7	100,0
Total	136	100,0	100,0	

Fonte: a autora, a partir do uso do Software SPSS (2020)

Esse importante achado, revela que os estudantes pretendem empreender com a abertura de seu próprio negócio na área de Eventos, em seus diferentes níveis de prestação de serviços e demonstra que estão buscando qualificação para aperfeiçoarem suas capacidades técnicas e potencializar ao máximo o negócio que pretendem desenvolver.

6. Considerações finais

As análises desta investigação, permitiram que os objetivos propostos no artigo fossem cumpridos, ao compreender se um grupo de estudantes de um curso técnico da área de eventos

está propenso a empreender e qual a relevância do ensino do empreendedorismo para a sua formação.

Existe um consenso entre os especialistas que o Empreendedorismo e seu estudo possibilitam a educação empreendedora nas instituições de ensino, e colaboram para formação do estudante.

Após a consolidação e tratamento dos dados, os achados da pesquisa incluem: o aumento do interesse pelo Empreendedorismo por parte dos entrevistados; a identificação de características empreendedoras; propensão de muitos desses em empreender e as respectivas áreas de interesse. Outras contribuições foram observadas, como a promoção da melhoria do curso, tendo em vista que foram diagnosticados seus *feedbacks*, a partir de questões que envolvem a qualidade do curso.

Logo, o mérito da disciplina de Empreendedorismo está em fazer com que os estudantes se conscientizem de sua importância para a formação acadêmica, profissional e como possibilidade de serem autônomos, realizarem seus sonhos e criarem seus próprios negócios.

A presente investigação apresenta alguns fatores limitantes como: o local selecionado para a aplicação do questionário ao término da aula, implicando em exaustão e apatia dos participantes; e o número reduzido da amostra, fator que impossibilitou que amostragem fosse mais significativa.

Os resultados alcançados não esperam ser conclusivos, entretanto, espera-se que este artigo contribua para as pesquisas relacionadas ao Empreendedorismo e à necessidade em se avaliar constantemente os programas de educação empreendedora. Ademais, pretende-se que contribua com a formação dos docentes que ministram esses componentes curriculares, a fim de garantir com mais precisão, a eficácia dos resultados do ensino do empreendedorismo no Brasil e o impacto no itinerário formativo dos estudantes.

Como proposta de trabalho futuro, sugere-se que outros estudos possam avaliar se os docentes que ministram esses conteúdos estão preocupados em, muito mais do que ensinar a construir um plano de negócios de um empreendimento, estejam dispostos a ensinar as habilidades e competências que um empreendedor necessita para que seu negócio se torne próspero e duradouro.

Referências bibliográficas

ABEOC. **Dimensionamento Econômico de Eventos 2013**. Disponível em:<
<https://www.abeoc.org.br/wpcontent/uploads/2014/10/II-dimensionamento-setor-eventos-abeoc-sebrae-171014.pdf>> Acesso em: 23 de jan. de 2020.

ALIAGA, M.; GUNDERSON, B. **Interactive Statistics**. Thousand Oaks: Sage, 2002.

ANDRADE, R. F.; TORKOMIAN, A. L. V. Fatores de influência na estruturação de programas de educação empreendedora em instituições de ensino superior. In: Encontro de estudos sobre empreendedorismo e gestão de pequenas empresas, 2., 2001, Londrina. **Anais...** Londrina: Universidade Estadual de Londrina; Universidade Estadual de Maringá, 2001. p. 299-311.

BAGGIO, A. F.; BAGGIO, D. K. Empreendedorismo: Conceitos e definições. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, Passo Fundo, v. 1, n. 1, p. 25-38, jan. 2015. ISSN 2359-3539. Disponível em: <<https://seer.imed.edu.br/index.php/revistas/article/view/612/522>>. Acesso em: 29 jan. 2020.

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

BECKER, A. R. Educação Empreendedora: a formação de futuros líderes. In: GIMENEZ, F. A. P. et. al. (org.) **Educação para o empreendedorismo**. Curitiba: Agência de Inovação da UFPR, 2014.

CAMPOS, N. A.; DUARTE, F. J. DA C. M. A dimensão social da atividade empreendedora. **Cadernos de Psicologia Social do Trabalho**, v. 16, n. SPE, p. 13- 23, 2013.

CASSIOLATO, J. E.; LASTRES, H. M. M. Sistemas de inovação: políticas e perspectivas. **Revista Parcerias Estratégicas**, n. 8, p. 237-255, mai. 2000.

CASSON, M.; YEUNG, B.; BASU, A.; WADESON, N. **The oxford handbook of entrepreneurship**. Oxford University Press, 2006.

COOLEY, L. **Entrepreneurship training and the strengthening of entrepreneurial performance**. Final Report. Contract N. DAN-5314-C-00-3074-00. Washington: USAID, 1990.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. 1. ed. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

_____. F. **Oficina do empreendedor**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

_____. F. **Empreendedorismo sem fronteiras – um excelente caminho para pessoas com deficiência**. Brasília: Sebrae, 2015.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. 2 Ed. Rio de Janeiro: Ed. Campus, 2005.

GARTNER, W. B. “Who is an entrepreneur?” Is the wrong question. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 13, n. 4, p. 47-68, 1989.

GEM (Global Entrepreneurship Monitor); IBPQ (Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade); Sebrae (Serviço Brasileiro de apoio às micro e pequenas empresas); FGV-EASP (Fundação Getúlio Vargas). **Empreendedorismo no Brasil: Relatório Executivo 2012**. Site do SEBRAE, 2012. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/gem%20relat%C3%B3rio%20executivo%202012.pdf>>. Acesso em 23 jan. 2020.

GEM (Global Entrepreneurship Monitor); IBPQ (Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade); Sebrae (Serviço Brasileiro de apoio às micro e pequenas empresas); FGV-EASP (Fundação Getúlio Vargas). **Empreendedorismo no Brasil: Relatório Executivo 2017**. Site do SEBRAE, 2018. Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL_web.pdf>. Acesso em 23 jan. 2020.

GUERRA, M. J.; GRAZZIOTIN, Z. J. Educação empreendedora nas universidades brasileiras. In: LOPES, R. M. A. (Org.). **Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas**. Rio de Janeiro: Elsevier: São Paulo: SEBRAE, 2010.

HASHIMOTO, M.; FONSECA JR, R. S. da. A Importância do Ensino Empreendedor na Formação de Nível Técnico. **Revista de Negócios**, v. 23, n. 3, p. 7-18, July, 2018.

HONMA, E. T. **Competências empreendedoras: Estudo de casos múltiplos no setor hoteleiro em Curitiba**. 2007. Dissertação de Mestrado) -UFPR - Universidade Federal do Paraná, 2007.

KETS DE VRIES, M. F. R. **Liderança na empresa: Como o comportamento dos líderes afeta a cultura interna**. São Paulo: Atlas, 1997.

KRISTIANSEN, S.; INDARTI, N. Entrepreneurial Intention among Indonesian and Norwegian Students. **Journal of Enterprising Culture**, [S.l.], v. 12, p. 55-78, 2004.

LANDSTRÖN, H. **Pioneers in entrepreneurship and small business research**. New York: Springer Science, 2005.

LOPES, R. M. A. Referenciais para a educação empreendedora. In: LOPES, R. M. A. (Org.). **Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas**. Rio de Janeiro: Elsevier: São Paulo: SEBRAE, 2010.

FILION, L.J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 5-28, abr./jun. 1999.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. **Empreendedorismo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

LACERDA, C. de S.; FERNANDES, S. B.; OLIVEIRA, F. A. R. de P. Os gestores de buffet no ramo de eventos sociais: uma revisão literária. **Revista Campo do Saber**. V. 1, n. 1, p. 32-40, jan/jun. 2015.

MAN, T. W. Y.; LAU, T. Entrepreneurial competencies of SME owner/managers in the Hong Kong services sector: A qualitative analysis. **Journal of Enterprising Culture**, v. 8, n. 3, p. 235-254, Set. 2000.

McCLELLAND, D. C. **A sociedade competitiva: Realização e progresso social**. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

MORALES, S. A. **Relação entre competências e tipos psicológicos junguianos**. 2004. 199 f. Tese (Doutorado) - Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, UFSC, Florianópolis. 2004.

OLIVEIRA, J. R. C. de; SILVA, W. A. C. Características comportamentais empreendedoras em proprietários de MPES Longevas do Vale do Mucuri e Jequitinhonha/MG. **RAM Rev. Adm. Mackenzie**, 15(5). São Paulo, set./out. 2014.

OKHOMINA, D. A. Entrepreneurial postures and psychological traits: The sociological influences of education and environment. **Research in Higher Education Journal**. 8: 1–20. 2010.

PORTER, L.; MCKIBBIN, L. **Management education and development: Drift or thrust into the 21st century?** New York: McGraw-Hill. 1988.

ROMA, Andréia; ARRUDA, Marli. **Networking e Empreendedorismo**. São Paulo: Editora Leader, 2017.

SANTIAGO, E. G. Vertentes teóricas sobre empreendedorismo em Shumpeter, Weber e McClelland: novas referências para a sociologia do trabalho. **Revista de Ciências Sociais**, Porto Alegre, v. 40, n. 2, p. 87-103. 2009.

SARASVATHY, S. Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. **Academy of Management Review**, v. 26, n. 2, p. 243-263, 2001.

_____. **Effectuation: elements of entrepreneurial expertise**. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited, 2008.

SCHAEFER, R.; MINELLO, I. F. Educação Empreendedora: Premissas, Objetivos e Metodologias. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 10, n. 3, p. 60-81, 2016.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SELTISIKAS, P.; LYBEREAS, T. The culture of entrepreneurship: towards a relational perspective. **Journal of Small Business and Entrepreneurship**, v. 13, n 2, p. 25-36, 1996.

STEVENSON, H. H.; JARILLO, J. C. A paradigm of entrepreneurship: entrepreneurial management. **Strategic Management Journal**, v. 11, n. 5, p. 17-27, 1990.

TSCHÁ, E. R.; CRUZ NETO, G. G. Empreendendo colaborativamente ideias, sonhos, vidas e carreiras: o caso das células empreendedoras. In: BECKER, A. R. Educação Empreendedora: a formação de futuros líderes. In: GIMENEZ, F. A. P. et. al. (org.) **Educação para o empreendedorismo**. Curitiba: Agência de Inovação da UFPR, 2014.

UNCTAD. Entrepreneurship Education, Innovation and Capacity-Building in Developing Countries, **United Nations Conference on Trade and Development** (UNCTAD), Geneva. 2011. Disponível em: <https://unctad.org/en/docs/ciimem1d9_en.pdf> Acesso em: 23 de jan. de 2020.

VENKATARAMAN, S. The distinctive domain of entrepreneurship research. In: KATZ, J.; BROCKHAUS. R. **Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth**, v. 3, p. 119-138. Greenwich, CT: JAI Press, 1997.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

VESPER, K. H. **New venture strategies**. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall. 1980.