

Impacto de Disciplinas de Empreendedorismo Baseadas na Abordagem do Design Thinking na Intenção Empreendedora de Estudantes de Cursos de Graduação

Karen Cristine Fernandes
Miguel Rivera Peres Júnior

Resumo

Este artigo teve como objetivo analisar o impacto que a formação empreendedora baseada no Design Thinking, fornecida por meio de disciplina de curso de graduação, tem sobre o nível de intenção empreendedora dos alunos. A intenção seria o ponto de partida, a origem para a criação de um novo negócio. Sendo assim a educação empreendedora poderia vir a “moldar” o indivíduo, possibilitando o desenvolvimento de habilidades e características inerentes ao empreendedor. Para atingir esse objetivo foi realizado *survey* em dois momentos distintos – antes e após ser cursada a disciplina de Empreendedorismo junto a discentes de cursos de Administração e Ciência da Computação. Os dados foram analisados sob a ótica da estatística descritiva. Os resultados advindos da análise evidenciaram que, os participantes da segunda etapa da pesquisa, apresentaram maior nível de intenção empreendedora que os participantes da primeira etapa. Sendo que, os participantes da primeira coleta de dados, não haviam tido contato efetivo com a disciplina de Empreendedorismo baseada na abordagem Design Thinking.

Palavras chave: Intenção empreendedora; Ensino de empreendedorismo; Formação empreendedora; Design thinking.

1 Introdução

A preparação do empreendedor para gerir os seus negócios foi uma variável preterida, o que causou e continua causando inúmeros problemas e até mesmo o fim dos negócios de empreendedores. De acordo com Gontijo (2013), apesar da vontade de ter o próprio negócio, o brasileiro em sua maioria não se prepara para geri-lo, o que pode levar o estabelecimento a fechar as portas. Neves e Pessoa (2006), ressaltam que o sonho de muitos, é criar a própria empresa, mas para isso se faz necessária a habilidade gerencial.

Gradualmente esta realidade tem sido modificada. Como afirma o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE (2016), a taxa de mortalidade de empresas com até dois anos caiu de 45,8% nas empresas criadas em 2008, para 23,4%, nas empresas criadas em 2012 o que aponta para a crescente evolução do pensamento empreendedor no país.

Vislumbrando a importância do empreendedorismo nos dias atuais, tem início a preocupação de capacitar o indivíduo para empreender, como citado anteriormente, é necessário certo preparo para empreender (NEVES; PESSOA, 2006). Nesse contexto, abriu-se a oportunidade para surgimento e expansão da educação empreendedora, um tema em franca expansão, que tem chamado a atenção de inúmeros pesquisadores (BALCONI, 2016; COSTA, 2010; ZAMBON, 2014).

Segundo Andrade e Torkomian (2001), os programas de educação empreendedora, que vêm sendo desenvolvidos em instituições de todo o mundo, contribuem para a formação de profissionais com informações e conhecimentos técnicos em sua área de formação estimulando a busca pela carreira empreendedora. Os avanços

tecnológicos e metodológicos assistidos nas últimas décadas impactaram de forma significativa os processos de ensino-aprendizagem. Henrique e Cunha (2008) corroboram afirmando que, as universidades, devem incluir e promover metodologias que estimulem o desenvolvimento da criatividade e a busca pelo novo.

Sendo assim o objetivo deste trabalho, foi identificar o impacto que a disciplina de Empreendedorismo baseada no Design Thinking de um Campus de uma Instituição Pública de Ensino Superior tem sobre a intenção empreendedora dos alunos de graduação. O que impulsionou a realização deste trabalho foi verificar se as intenções empreendedoras podem ser impactadas pela disciplina de Empreendedorismo baseada no Design Thinking.

Saber o impacto que a disciplina de Empreendedorismo, baseada na abordagem do Design Thinking, causa nas intenções empreendedoras dos alunos, fornecera um panorama sobre o quanto a disciplina em si tem sido capaz de modificar as intenções empreendedoras destes alunos. Elencando também, o fato de que a educação empreendedora tem sido elencada em um grande número de trabalhos de origem nacional e internacional, mas com um conteúdo ainda reduzido quando agregada à metodologia Design Thinking à disciplina de empreendedorismo.

2 Referencial Teórico

Neste tópico são discutidas as definições e conceitos de Formação Empreendedora, Intenção Empreendedora e Design thinking.

2.1 Formação Empreendedora

O empreendedorismo se tornou um termo amplamente divulgado. No Brasil, o empreendedorismo se tornou proeminente, a partir da década de 1990, com a criação de entidades como o SEBRAE. A economia desestabilizada, que desencadeou o aumento do desemprego no país, se mostrou uma adversidade. Algumas pessoas viram uma forma de superar essa fase ruim abrindo o próprio negócio. Assim foi reforçado o discurso sobre o empreendedorismo no ambiente acadêmico e social (DORNELAS, 2008). Barreto (1998) projetou no empreendedorismo, a criação de algo extremamente inovador. Já do ponto de vista de Dolabela (2010) o empreendedorismo é transformar um sonho em realidade.

Os indivíduos empreendedores detêm características consideradas importantes, que podem vir a fazer diferença em sua forma de lidar com determinadas situações e interferir em sua tomada de decisão. Dornelas (2014) coloca como características inerentes ao empreendedor o seu potencial intuitivo, sua capacidade de planejamento, desenvolvimento de uma boa rede de contatos e busca pelo lucro.

Filion (1999) argumenta que empreendedores não se conformam com o conhecimento já adquirido, sendo a busca pela informação e atualização parte constituinte de sua personalidade. Para Das e Teng (1997) correr riscos calculados é uma das características observadas em empreendedores, devido ao elevado grau de dificuldade e incerteza creditados a abertura do próprio negócio. Outra característica frequentemente relacionada ao empreendedor, é a capacidade de observar oportunidades em meio as adversidades, propondo novos produtos e serviços (CROMIE, 2000).

Como salientado anteriormente, o empreendedor detêm um conjunto de características. No entanto, apenas dispor de tais características não o tornam diferente de outros indivíduos, sendo assim, necessário o aperfeiçoamento de tais atributos.

Acúrcio e Andrade (2009) reforçam esta tese afirmando que o processo educativo deve promover o potencial empreendedor que todo ser humano possui. A formação empreendedora se apresenta como uma forma de prepará-lo para as funcionalidades do empreendedor, incitando o seu potencial de criação e planejamento, amadurecendo também a sua capacidade de tomar decisões (CASADO; SILUK; ZAMPIERI, 2012).

Para Moraes et. al (2016) as Instituições de Ensino Superior (IES), são locais propícios para a eventual descoberta do desejo de empreender, sendo responsáveis pela disseminação da cultura empreendedora. Sendo assim as IES, devem preparar os seus discentes para o que os espera no mercado, proporcionando a junção da teoria à prática, possibilitando assim a idealização e construção de negócios e produtos inovadores.

O ensino de empreendedorismo visa formar profissionais que sejam independentes em relação a sua carreira, podendo se engajar em empreendimentos de diferentes fins. Sendo assim, os ensinamentos devem possuir uma base inovadora e flexível que abra caminho para uma participação ativa do aluno no processo de aprendizagem (DINIZ NETO; FIGUEIREDO; FERRAZ, 2012).

Durante o processo de aprendizado do empreendedorismo, o indivíduo passa a considerar como uma opção de carreira vir a se tornar um empreendedor. Mas antes que de fato isso venha a ocorrer, é formada no íntimo do indivíduo a intenção de empreender, articulando ideias e um planejamento detalhado do possível empreendimento que poderá ou não se tornar uma realidade.

2.2 Intenção empreendedora

Começar um negócio demanda tempo e planejamento, deve-se pensar com cuidado a influência de cada variável e o possível cenário envolvido no processo de abertura e continuidade de uma empresa. Sendo assim, a concretização de um novo empreendimento, é precedida da intenção de empreender (BIRD, 1992). Para Lima et. al (2015) a intenção empreendedora é quanto o indivíduo acha atraente a ideia de vir a empreender. Fontenele, Sousa e Oliveira Brasil (2015) corroboram argumentando que o início de novo negócio, está ligado ao planejamento detalhado do empreendimento. Desse modo os empreendedores levam em conta inúmeras variáveis que podem vir a afetar o desempenho de seus negócios de forma positiva ou negativa.

Pensando no ato de empreender como uma ação planejada, a intenção seria o ponto de partida, a origem para a criação de um novo negócio. Davidsson (1995) argumenta que poderia haver uma relação entre a intenção de empreender com a habilidade de perceber as oportunidades decorrentes de determinadas situações. Sendo então, uma forma não perfeita de “prever” a tomada de decisão do indivíduo quanto ao fato de empreender. Bird (1992) enfatiza que a intenção de empreender, é composta por fatores de ordem pessoal, como os valores, crenças e características advindas do meio social ao qual o indivíduo pertence ou atua. Mostrando o quanto a intenção pode vir a sofrer influência de fatores externos, que fogem ao controle da pessoa.

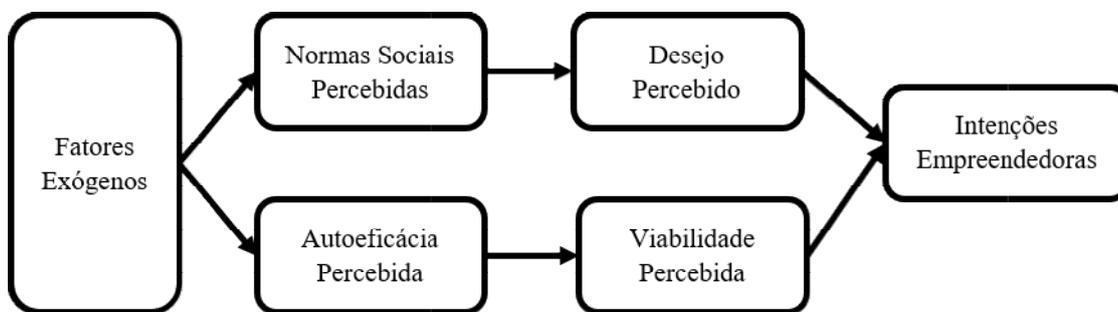
Nesse sentido, Krueger Junior, Reilly e Carsrud (2000), afirmam que a intenção empreendedora é regida por fatores determinantes que dizem respeito ao meio ambiente, sendo estes nomeados como Fatores Exógenos. De acordo com os autores os Fatores Exógenos são o princípio de uma corrente constituída por demais fatores. Sendo assim, estes fatores exercem determinada influência sobre as Normas Sociais Percebidas, identificadas como o grau em que pessoas próximas e pertencentes ao convívio do empreendedor, tendem a aceitar a escolha de empreender como profissão. Estes, por sua

vez influenciariam o Desejo Percebido que é o quanto o indivíduo considera desejar empreender.

Seguindo a mesma direção, os Fatores Exógenos viriam a influenciar também, o constructo conhecido como Autoeficácia Percebida, que pode ser definido como o entendimento do indivíduo sobre as suas habilidades expressadas de forma latente sobre a possibilidade de vir a empreender.

O constructo Autoeficácia Percebida, por sua vez, seria fator determinante, de acordo com o modelo proposto por Krueger Junior, Reilly e Carsrud (2000), para a dimensão Viabilidade Percebida, que é definida como a percepção do indivíduo de que é factível empreender. A conjunção de todos esses fatores é descrita no modelo elaborado por Krueger Junior, Reilly e Carsrud (2000), nomeado como Modelo Clássico de Intenção Empreendedora (Figura 1), sendo resultante da conjunção destes fatores a formação das Intenções Empreendedoras.

Figura 1 - Modelo Clássico de Intenção Empreendedora.



Fonte: Krueger Junior, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of business venturing*, 2000.

Como exposto na Figura 1, as Intenções Empreendedoras são formadas por fatores advindos do ambiente e do próprio empreendedor, moldando sua forma de ver o mundo e as possibilidades de empreender.

2.3 Influência da educação empreendedora sobre as intenções de empreender

Dornelas (2008) desmistifica a existência única do chamado empreendedor nato. Para o autor, pessoas que não nasceram com o dom para criar e gerir empreendimentos são capazes de se capacitar para aprender e incitar características empreendedoras. Qualquer pessoa pode vir a empreender desde que se prepare para isso. Buscando aprender sobre gestão e adquirir experiência para gerenciar o próprio negócio com destreza e maior segurança. Diniz Neto, Figueiredo e Ferraz (2012) explicitam a importância de incluir e incentivar, a inclusão da educação empreendedora nas bases curriculares das instituições de ensino brasileiras. Uma vez que, por meio desta pode ser possível estimular as características pertinentes aos indivíduos detentores do desejo de se tornarem futuros empreendedores.

Um dos grandes diferenciais da educação empreendedora se comparada a educação tradicional, se encontra no maior grau de participação do aluno. Estando o discente no foco do processo é possível incentivá-lo a aprender por si mesmo e querer expandir o seu conhecimento. Mas para que o estímulo seja recebido pelos discentes de forma satisfatória, o contato com a metodologia de ensino até então nova, deve ser feito

de forma integrada sendo incorporada desde o início da graduação incitando os alunos a exporem suas ideias e aperfeiçoando suas habilidades (TSCHÁ; CRUZ NETO, 2014).

De acordo com Tavares, Moura e Alves (2013) a educação empreendedora, contribui para o amadurecimento da intenção de empreender do indivíduo. Proporcionando confiança, embasamento teórico e técnico para iniciar o próprio negócio, favorecendo o desenvolvimento de habilidades e competências. Para Timmons e Spinelli (2004), as atitudes empreendedoras devem ser estimuladas nos discentes desde o ensino técnico até o ensino superior. Seja com o intuito de empreender criando seus próprios negócios ou até mesmo assumindo funções em empresas de pequeno e médio porte de procedência familiar.

Lopes (2010) afirma que a educação empreendedora pode ter como foco a delineação da formação do indivíduo ou até mesmo se voltar para aqueles que demonstram interesse por determinadas oportunidades, estando assim em uma fase anterior a criação de um negócio (a intenção). Ainda segundo a autora, a educação empreendedora pode auxiliar também aqueles que estão na fase inicial de criação de seus negócios, abarcando ainda os que já passaram da fase de criação, mas se preocupam com estratégias que possibilitem a expansão de seus empreendimentos.

2.3 Desing Thinking e a formação empreendedora

De acordo com Brown (2018) o Design thinking é uma abordagem inovadora e acessível, podendo ser amplamente utilizada. Ainda segundo o autor, o Design thinking, pode ser utilizado para geração de ideias inovadoras cuja implementação venha no intuito de fazer a diferença. Já Alt e Bodian (2018) vão além, explicitando que o Design thinking compartilha a natureza do Design ao ter como foco as pessoas. Para os autores, esta abordagem, compartilha conceitos multidisciplinares capazes de proporcionar um pensamento holístico sobre as circunstâncias como um todo, para o enfrentamento de problemas de alta complexidade.

Torquato, Willerding e Lapolli (2015) definem o Design thinking, como um processo criativo que tem como base o compartilhamento de ideias. Sendo centrada nas pessoas é uma ferramenta de trabalho, que resulta em soluções criativas, tendo por objetivo transformar desafios em oportunidades impactando positivamente a organização (TORQUATO; WILLERDING; LAPOLLI, 2015).

Oliveira (2017) aponta como ponto inicial para o emprego do Design thinking um desafio, algo que demande o envolvimento dos indivíduos na resolução do problema. Independentemente do contexto em que o desafio se apresenta. Tendo em vista este cenário, o ambiente acadêmico e as disciplinas como a de Empreendedorismo devem incitar em seus alunos a habilidade de inovar no seu modo de enfrentar os desafios.

O empreendedorismo possui uma ligação genuinamente forte com a inovação (DORNELAS, 2008). Sendo assim, as metodologias de ensino devem acompanhar o aspecto inovador da disciplina. O acréscimo de novas abordagens junto ao empreendedorismo trazem um diferencial e dinamismo para a disciplina, como pode ser observado com a incorporação do Design Thinking.

O ato de empreender, comumente é associado a criar algo novo. Na disciplina de Empreendedorismo, deve-se estimular os alunos a desenvolverem o seu senso criativo, a sua capacidade de pensar por si próprio e assim romper as barreiras até então conhecidas. Sendo assim, a disciplina tem naturalmente tendido a métodos e técnicas de ensino consideradas inovadoras. A união do Design Thinking ao empreendedorismo, possibilita que o aluno faça parte do processo de aprendizado como um todo, expondo

suas opiniões e abrindo novas possibilidades de se aprender, sem as “amarras” impostas dentro da educação tradicional (CHERNOW, 2006).

3 Metodologia

Este trabalho se caracteriza como quantitativo e exploratório-descritivo. Para Diehl (2004), a pesquisa quantitativa se caracteriza pela quantificação, presente desde a coleta de dados até o tratamento das informações, utilizando técnicas estatísticas no intuito de proporcionar maior credibilidade aos dados diminuindo possíveis erros de interpretação referente aos mesmos. Já a atribuição exploratório-descritiva se dá, uma vez que a pesquisa exploratória proporciona uma visão mais ampla acerca do tema estudado, possibilitando a formulação de hipóteses e a pesquisa descritiva objetiva descrever as características de uma população, fenômeno ou até mesmo estabelecer relações entre variáveis (GIL, 2002).

A amostra analisada neste estudo foi composta por estudantes de graduação dos cursos de Administração e Ciência da Computação de uma instituição pública de ensino superior. A escolha por estes dois cursos se deu pelo fato de que a disciplina de Empreendedorismo foi ministrada para os discentes de ambos os cursos, possibilitando a comparação do impacto causado pela disciplina na intenção de empreender dos alunos.

Quanto ao procedimento de mensuração, utilizou-se o instrumento desenvolvido por Barral (2015), em sua dissertação de mestrado¹. Neste estudo foram analisadas as intenções empreendedoras dos alunos de instituições públicas e particulares e chegaram ao resultado de que o tipo de instituição (pública ou privada), não possuía influência efetiva na intenção de empreender.

Neste trabalho, o instrumento foi aplicado em dois momentos. O primeiro momento se deu no início da disciplina. O segundo momento foi após a conclusão da disciplina de Empreendedorismo. Partiu-se do pressuposto de que a formação empreendedora impacta na intenção empreendedora. Nesse sentido, procurou-se mensurar esse impacto ao término da disciplina, para verificar se esse pressuposto, de fato, poderia ser comprovado.

O questionário utilizado neste estudo é composto por 61 questões. As questões são divididas de forma a contemplar todos os constructos previstos no modelo elaborado por Krueger Junior, Reilly e Carsrud (2000), nomeado como Modelo Clássico de Intenção Empreendedora: Normas Sociais Percebidas (7 questões), Desejo Percebido (15 questões), Autoeficácia Percebida (8 questões), Viabilidade Percebida (18 questões) e Intenções Empreendedoras (13 questões). As questões consistiam de afirmações relacionadas aos pressupostos teóricos vinculados aos constructos, mensuradas por meio de Escala Likert de 5 pontos (variando de 1-discordo totalmente a 5-concordo totalmente).

Após a coleta de dados foi realizada a análise dos resultados, que se embasou em estatística descritiva. Para análise da intenção empreendedora, procedeu-se à análise dos escores médios obtidos em cada questão e em cada conjunto de questões, vinculado aos constructos propostos no modelo, para alcance dos objetivos desta pesquisa.

4 Resultados e Discussão

Dentre os estudantes participantes da primeira coleta de dados a amostra atingiu o total de 52 alunos, dos quais 24 pertenciam ao curso de Administração e 28 ao curso de Ciência da Computação. Foi possível observar que o número de mulheres respondentes deste grupo foi ligeiramente menor do que o número de homens (48,08% de mulheres e 51,92% de homens). No quesito idade, em média os alunos respondentes tinham 20

anos. A maioria deste grupo não possui outra formação acadêmica além da que estão cursando 92,31%.

Já em segundo momento, após a conclusão da disciplina, o questionário foi reaplicado atingindo um total de 30 alunos. Sendo que 21 pertenciam ao curso de Administração e 9 ao curso de Ciência da Computação. O número de mulheres respondentes foi superior no segundo grupo totalizando 66,67% e 33,33% de respondentes homens. A idade média deste grupo foi de 21 anos. Como os respondentes do primeiro grupo, a maioria dos respondentes desta etapa também não possuem outra formação além da que estão cursando atualmente 90%.

Tabela 1 - Média dos constructos dos discentes participantes da pesquisa nas Coletas de dados I e II

Constructos	Coleta de dados I Escore médio	Coleta de dados II Escore médio
Normas Sociais Percebidas	3,34	3,04
Desejo Percebido	3,44	3,37
Autoeficácia Percebida	2,93	3,18
Viabilidade Percebida	2,69	2,80
Intenção Empreendedora	2,93	3,18

Fonte: elaboração dos autores

Conforme se pressupunha, a Intenção Empreendedora sofreu um impacto positivo após o transcurso da disciplina. Na primeira coleta de dados o seu valor foi de 2,93 (em uma escala de 1 a 5) contra 3,18 ao término da disciplina. Nota-se um crescimento significativo no nível de intenção empreendedora dos alunos (variação de 8,5%). Esse resultado corrobora com os resultados de trabalhos anteriores. Como o de Lima et al. (2016), que colocam a formação empreendedora como influência positiva na intenção de empreender.

Como exposto na Tabela 1, o constructo Normas Sociais Percebidas foi maior na primeira coleta de dados (3,34). Este fato pode estar atribuído, a influência da opinião de familiares e terceiros em relação aos projetos desenvolvidos no decorrer da disciplina. Uma vez que, a influência de familiares e pessoas próximas ao empreendedor possuem grande relevância sobre a decisão de empreender (TONELLI, 1997). O que pode ter mudado a visão dos alunos sobre a aceitação das pessoas aos seus projetos, causando assim, a sua diminuição (3,04 na segunda coleta de dados).

O construto Desejo Percebido, foi de 3,44 na primeira coleta de dados. Já na segunda coleta de dados, o valor do construto diminuiu para 3,37. Este resultado, pode estar atrelado à vontade de realizar o sonho de empreender que pode vir a esmorecer quando são apresentadas as dificuldades de fazer com que, um sonho se torne realidade, e mais que isso, se mantenha. Como ressalta Bird (1992), o processo de empreender deve levar em conta cada variável que pode vir a influenciar o processo de abertura e continuidade do novo negócio.

Entretanto, o constructo nomeado Autoeficácia Percebida, obteve o valor de 2,93 na primeira coleta de dados contra 3,18 na segunda coleta de dados. Este valor pode ter sido influenciado, pelo processo de aprendizagem no decorrer da disciplina de

Empreendedorismo, pois os discentes receberam conhecimento de técnicas para o desenvolvimento de suas ideias, para que as mesmas pudessem adquirir valor de mercado e viabilidade técnica (SEBRAE, 2016).

Quanto ao constructo de Viabilidade Percebida, em primeiro momento o seu valor foi de 2,69 contra 2,80. Este valor pode estar associado ao entendimento que os alunos passaram a ter, durante a disciplina de Empreendedorismo, ao perceberem que, suas ideias poderiam vir a se tornarem novos empreendimentos, uma vez que, a disciplina propiciou o amadurecimento da intenção empreendedora dos alunos. Proporcionando embasamento teórico e técnico para iniciar o próprio negócio (TAVARES; MOURA; ALVES, 2013).

5 Conclusões

As análises permitiram que o estudo atingisse o seu objetivo de analisar o impacto que a formação empreendedora baseada no Design Thinking, fornecida por meio de disciplina de curso de graduação, tem sobre o nível de intenção empreendedora dos alunos. Os resultados encontrados apresentaram indícios de que a intenção empreendedora dos alunos foi influenciada pela disciplina de Empreendedorismo. Pois em seu decorrer os alunos foram incentivados a propor, expor e desenvolver suas ideias. Proporcionando assim, um ambiente propício para a idealização de novas propostas de negócios, expondo alternativas para a criação e desenvolvimento de empreendimentos, inclusive incentivando a multidisciplinaridade.

Foi possível observar, a queda do valor do constructo Desejo Percebido. Expondo assim, o declínio da vontade de empreender dos alunos. Possivelmente, ao perceberem no decorrer da disciplina que, empreender demanda um planejamento extremamente minucioso no qual o empreendedor deve proceder com cautela e estar preparado para fazer dos possíveis obstáculos oportunidades de crescimento.

Entretanto, o aumento do constructo Autoeficácia Percebida, leva a crer que a disciplina de Empreendedorismo, alcançou o seu intento. Tendo proporcionado aos discentes o conhecimento sobre o desenvolvimento de ideias empreendedoras. Levando em conta, as demandas de determinado público-alvo, o planejamento da estrutura do negócio e as variáveis que podem levar ao sucesso e até mesmo o fracasso do empreendimento.

O aumento do constructo Viabilidade Percebida, ilustra o desenvolvimento da capacidade dos alunos de perceberem que suas ideias podem vir a se tornar novos negócios. Sendo que, durante a disciplina foram instruídos a identificar e desenvolver oportunidades de empreender. Possibilitando o amadurecimento de suas intenções empreendedoras.

Como contribuições da presente pesquisa, ressalta-se o entendimento de que é possível estimular e desenvolver as habilidades e propensões empreendedoras dos alunos. Sendo assim, disciplinas como a de empreendedorismo devem ser ministradas em conjunto com abordagens que envolvam os alunos no processo de aprendizado como um todo. Propiciando a inovação contínua das metodologias de estudo enriquecendo a formação dos possíveis futuros empreendedores. Como limitações deste estudo, ressalta-se a análise ter sido feita em apenas uma instituição de ensino.

Referências

- ACÚRCIO M. R. B; ANDRADE S. C de. **Empreendedorismo na escola. 6. ed. São Paulo: Artmed, 2009.**
- ALT, L; BODIAN, S. Design Thinking Brasil: empatia, colaboração e experimentação para pessoas, negócios e sociedade. 2018.
- ANDRADE, R. F.; TORKOMIAN, A. L. V. Fatores de influência na estruturação de programas de educação empreendedora em instituições de ensino superior. **encontro de estudos sobre empreendedorismo e gestão de pequenas empresas**, v. 2, p. 299-311, 2001.
- BALCONI, S. B. **A influência das atividades de educação empreendedoras sobre as características empreendedoras dos alunos de graduação da universidade federal de Santa Maria-UFSM.** 2016. 124 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Administração, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2016.
- BARRAL, M. R. M. Influência do ambiente universitário na intenção empreendedora: Uma análise comparativa para universidades públicas e privadas no Brasil. **Pelotas: UFPel, 2015.**
- BARRAL, M. R. M; RIBEIRO, F. G; CANEVER, M. D. Influence of the university environment in the entrepreneurial intention in public and private universities. **RAUSP Management Journal**, v. 53, n. 1, p. 122-133, 2018.
- BARRETO, L. P. Educação para o empreendedorismo. **Salvador: Escola de Administração de Empresas da Universidade Católica de Salvador, 1998.**
- BIRD, B. J. The operation of intentions in time: The emergence of the new venture. **Entrepreneurship Theory and practice**, v. 17, n. 1, p. 11-20, 1992.
- BROWN, T. Design thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias. 2018.
- CANEVER, M. D; BARRAL, Maria R. M; RIBEIRO, F. G. How does the public and private university environment affect students' entrepreneurial intention?. **Education + Training**, v. 59, n. 6, p. 550-564, 2017.
- CASADO, F. L.; SILUK, J. C. M.; ZAMPIERI, N. L. V. Universidade empreendedora e desenvolvimento regional sustentável: proposta de um modelo. **Revista de Administração da UFSM**, v. 5, n. edição especial, p. 633-650, 2012.
- CHERNOW, R. A. CAPÍTULO 5 EMPREENDEDORISMO NA EDUCAÇÃO SUPERIOR AMERICANA. **Innovation and Entrepreneurialism in the University**, p. 153, 2006.
- COSTA, M. I. B. M. **Formação empreendedora no ensino superior:** estudo da faculdade de ciências da Administração de Garanhuns-FAGA no período de 2006 a 2010. 2010. 178 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Gestão Pública Para O Desenvolvimento do Nordeste/mpane, Universidade Federal de Pernambuco, Pernambuco, 2010.

CROMIE, S. Assessing entrepreneurial inclinations: some approaches and empirical evidence. **European Journal of Work and Organizational Psychology**, v. 9, n.1, p. 7-30, 2000.

DAS, T. K.; TENG, B-S. Time and entrepreneurial risk behavior. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, v. 22, n.2, p. 59-89, 1997.

DAVIDSSON, P. Determinants of entrepreneurial intentions. In.: RENT XI WORKSHOP, 1995, Piacenza. **Anais...**, Piacenza, 1995.

DIEHL, A. A. **Pesquisa em ciências sociais aplicadas: métodos e técnicas**. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

DINIZ NETO, A.; FIGUEIREDO, A. F.; FERRAZ, F. T. A Importância da Educação Empreendedora para a Formação do Profissional Reflexivo. 2012. Disponível em: <<http://www.inovarse.org/filebrowser/download/9210>>. Acesso em: 18/04/ 2019.

DOLABELA, F. A corda e o sonho. **Revista HSM Management**, v. 80, p. 128-132, 2010.

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

_____. **Empreendedorismo**. Elsevier Brasil, 2008.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de administração**, v. 34, n. 2, p. 5-28, 1999.

FONTENELE, R. E. S.; OLIVEIRA BRASIL, M. V.; SOUSA, A. M. R. Influência da intenção empreendedora de discentes em um instituto de ensino superior. **REGEPE-Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 4, n. 3, p. 147-176, 2015.

GIL, A. C. Como classificar as pesquisas. **Como elaborar projetos de pesquisa**, v. 4, p. 44-45, 2002.

GONTIJO, J. **Há muitos empreendedores no Brasil, mas falta preparo**. 2003. Disponível em: <<https://www.otempo.com.br/mobile/capa/economia/h%C3%A1-muitos-empreendedores-no-brasil-mas-falta-preparo-1.669323?amp>>. Acesso em: 28 maio 2018.

HENRIQUE, D. C.; CUNHA, S. K. Práticas didático-pedagógicas no ensino de empreendedorismo em cursos de graduação e pós-graduação nacionais e internacionais. **Revista de Administração Mackenzie**, v.9, n. 5, p.112-136, 2008.

KRUEGER JR, N., REILLY, M., CARSRUD, A. Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, v.15,n.5-6 p. 411–432, 2000.

LIMA, E. et al. Ser seu próprio patrão? Aperfeiçoando-se a educação superior em empreendedorismo. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 19, n. 4, p. 419-439, 2015.

LIMA, S. H. O. et al. Modelagem de Intenção Empreendedora de Estudantes Universitários Usando Equações Estruturais. **Revista Pretexto**, v. 17, n. 2, p. 42-65, 2016.

LOPES, R. M. A. **Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas**. Elsevier, 2010.

MORAES, M. B.; et al. Intenção empreendedora de alunos de graduação de uma universidade municipal do estado de São Paulo, 2016.

NEVES, J. A. D. PESSOA, R. W. A. Causas da mortalidade micros e pequenas empresas: o caso das lojas de shopping center. **Revista Organizações em contexto**, v.2, n.4, p. 165-195, 2006.

OLIVEIRA, H. C. **A utilização do design thinking como método para o ensino de empreendedorismo**. 2017. 120 f. Dissertação (Mestrado)- Curso Administração das Micro e Pequenas Empresas, Faculdade Campo Limpo Paulista, Campo Limpo Paulista, 2017.

SEBRAE. **Sobrevivência das empresas no Brasil**. Portal Sebrae, 2016. Anexos. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal_Sebrae/Anexos/sobrevivencia-das-empresas-no-brasil-relatorio-2016.pdf>. Acesso em: 28 maio 2018.

TAVARES, C. E. M.; MOURA, GL de; ALVES, J. N. Educação empreendedora e a geração de novos negócios. **Observatorio de la Economía Latinoamericana**, n. 188, 2013.

TIMMONS, J.; SPINELLI, S. New venture strategies: Entrepreneurship for the 21st century. **Burr Ridge, IL: Irwin-McGraw-Hill Publishers**, 2004.

TONELLI, Alessandra et al. **Elaboração de uma metodologia de capacitação aplicada ao estudo das características comportamentais dos empreendedores**. 1997.

TORQUATO, M; WILLERDING, I. A. V; LAPOLLI, E. M. A ferramenta Design Thinking: uma estratégia da gestão empreendedora da inovação para o despertar criativo em organizações. In: **XVI Congresso Latino-iberoamericano de Gestão da Tecnologia: Porto Alegre**. 2015.

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.

ZAMBON, S. A. **Educação Empreendedora: Análise dos temas abordados no ensino fundamental, médio e superior**. 2014. 167 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Ciência, Tecnologia e Sociedade, Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2014.