



UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS I
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS - CCSA
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE
CURSO BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

SILVANDO BARBOSA DE SOUZA

IMPACTO DO ENSINO DE EMPREENDEDORISMO NA CIDADE DE OROBÓ-PE

CAMPINA GRANDE

2023

SILVANDO BARBOSA DE SOUZA

IMPACTO DO ENSINO DE EMPREENDEDORISMO NA CIDADE DE OROBÓ-PE

Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo) apresentado a/ao Coordenação /Departamento do Curso de Administração da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientadora: Profa. Dra. Joyce Aristércia Siqueira Soares.

CAMPINA GRANDE

2023

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

S729i Souza, Silvano Barbosa de.
Impacto do ensino de empreendedorismo na cidade de Orobó-PE [manuscrito] / Silvano Barbosa de Souza. - 2023.
22 p. : il. colorido.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2023.

"Orientação : Profa. Dra. Joyce Aristércia Siqueira Soares, Coordenação do Curso de Administração - CCSA. "

1. Empreendedorismo. 2. Educação empreendedora. 3. Oportunidade de negócios. I. Título

21. ed. CDD 658.022

SILVANDO BARBOSA DE SOUZA

IMPACTO DO ENSINO DE EMPREENDEDORISMO NA CIDADE DE OROBÓ-PE

Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo) apresentado a/ao Coordenação /Departamento do Curso de Administração da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharelado em Administração.

Aprovada em: 23/11/2023.

BANCA EXAMINADORA

Joyce Aristércia Siqueira Soares.
Profa. Dra. Joyce Aristércia Siqueira Soares (Orientadora)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Ohana Trajano Barbosa
Profa. Dra. Ohana Trajano Barbosa
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Dayanna dos Santos Costa Maciel.
Profa. Me. Dayanna dos Santos Costa Maciel
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

A minha família, alicerce indispensável em todos os momentos de minha vida.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	6
2 REVISÃO TEÓRICA	7
2.1 Conceitos de Empreendedorismo e seu desenvolvimento no Brasil	7
2.2 Ensino de Empreendedorismo no Brasil e no Mundo	8
2.3 Micro e Pequenas Empresas	9
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	10
4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	11
4.1 Perfil dos Respondentes	11
4.2 Impacto do Ensino de Empreendedorismo na Atividade Empreendedora em Orobó- PE	13
4.2.1 Visualização de Oportunidades	13
4.2.2 – Criatividade e Inovação	14
4.2.3 Desenvolvimento do perfil Empreendedor	16
5 CONCLUSÃO	17
REFERÊNCIAS	17
APÊNDICE – QUESTIONÁRIO DE APLICAÇÃO	21

IMPACTO DO ENSINO DE EMPREENDEDORISMO NA CIDADE DE OROBÓ-PE

DE SOUZA, Silvando Barbosa^{1*}

RESUMO

O objetivo do presente trabalho consiste em avaliar o impacto do ensino de empreendedorismo no surgimento e desenvolvimento de atividades empreendedoras no Município de Orobó-PE. A pesquisa foi classificada como básica, exploratória e descritiva. Em relação aos procedimentos técnicos, foi classificada como bibliográfica e de levantamento do tipo *survey*. O estudo foi realizado com empresários atuantes na cidade de Orobó- PE que tiveram o ensino de empreendedorismo como disciplina escolar. Para o alcance desse objetivo, foi aplicado um instrumento de pesquisa adaptado de Oliveira, Melo e Muylder (2015) e apresentado em 3 (três) dimensões: Visualização de Oportunidades; Criatividade e Inovação e; Desenvolvimento do perfil empreendedor, o qual foi avaliado a partir de uma escala de likert 5 pontos. Concluiu-se que, o ensino do empreendedorismo nos anos escolares foi fundamental para o desenvolvimento desses empreendedores quanto ao estímulo em relação a visualização de oportunidades de negócios, desenvolvimento do perfil empreendedor e criação de negócio inovadores.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Educação Empreendedora. Oportunidade de negócios.

ABSTRACT

The objective of this work is to evaluate the impact of teaching entrepreneurship on the emergence and development of entrepreneurial activities in the Municipality of Orobó-PE. The research was comprehensive, basic, exploratory and descriptive. Regarding technical procedures, it was included as a bibliographic and survey-type survey. The study was carried out with businesspeople working in the city of Orobó-PE who taught entrepreneurship as a school subject. To achieve this objective, a research instrument adapted from Oliveira, Melo and Muylder (2015) was applied and presented in 3 (three) dimensions: Visualization of Opportunities; Creativity and Innovation and; Development of the entrepreneurial profile, which was evaluated using a 5-point Likert scale. It is concluded that the teaching of entrepreneurship during school years was fundamental for the development of these entrepreneurs in terms of stimulation in relation to the visualization of business opportunities, development of the entrepreneurial profile and creation of innovative business.

Keywords: Entrepreneurship. Entrepreneurial Education. Business opportunity.

^{1*} Silvando Barbosa de Souza, Acadêmico em Administração na Universidade Estadual da Paraíba.

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo está diretamente ligado ao desenvolvimento da nação, isso porque os empreendedores são responsáveis pela geração de novos empregos, pela diversificação econômica, pela inovação e criação de novas tecnologias, conseguindo assim desenvolver regiões subdesenvolvidas, proporcionando crescimento regional e nacional. Segundo o SEBRAE, em 2022 haviam sido registrados 3,6 milhões de novos empreendimentos, sendo 78% Microempreendedores Individuais (MEI) (SEBRAE, 2023).

De maneira geral, o empreendedorismo tem dois papéis fundamentais a serem cumpridos, sendo eles o econômico e o social. Ao interligar os dois papéis, o empreendedor é responsável por fornecer emprego e gerar uma melhor qualidade de vida, buscar inovação e atender necessidades, criar produtos e gerar inclusão. Segundo o SEBRAE, os pequenos negócios na economia brasileira geram 27% do PIB, 52% dos empregos com carteira assinada e 40% dos salários pagos (SEBRAE, 2023). Esses dados expõem de forma precisa a eficácia do microempreendedorismo em seu papel econômico e social.

Durantes os períodos de crise, muitas vezes o empreendedorismo surge como única opção, mas muito se fala a respeito da definição correta desse termo. Segundo Histich e Peters (2004), empreendedorismo é o processo de criar algo diferente e com valor, dedicando-se ao necessário e aceitando riscos e consequências econômicas e sociais. Porém, no período de pandemia da covid-19, foi necessário não apenas criar, mas inovar os empreendimentos existentes, considerando que o empreendedor não é apenas aquele que cria novas empresas, mas também aquele que inova negócios já existentes (SCHUMPETER APUD DORNELAS, 2001).

Até alguns anos atrás, existia a ideia de que o pensamento empreendedor era algo necessariamente inato, onde pessoas precisavam nascer com os requisitos necessários para empreender. Nos dias de hoje, não se segue mais esse pensamento. Para Dornelas (2001), os empreendedores inatos continuarão existindo, mas outras pessoas também podem ser capacitadas para criar empresas. Um dos grandes responsáveis por esse pensamento é o psicólogo David McClelland, que com suas pesquisas comportamentais, obteve resultados que possibilitaram a criação de entidades como O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), que têm sido um exemplo mundial em capacitação, sendo responsável por treinamentos, consultorias, pesquisas e apoio ao desenvolvimento sustentável dos empreendimentos, desde 1972.

Na literatura, trabalhos como (TIMMONS E SPINELLI, 2009; LOPES, 2010; OLIVEIRA, MELO E MUYLDER, 2015) apresentam estudos que investigaram a respeito da importância do ensino do empreendedorismo e seu impacto, expondo modelos e abordando pontos que servem como guia, tornando-se referência para professores e gestores, além de adentrar em assuntos como recursos financeiros, recursos humanos, marketing e plano de negócios, com ênfase na criatividade, inovação e liderança.

Com todo o exposto, é possível compreender o impacto positivo existente no ensino de empreendedorismo, tanto na formação quanto na capacitação de empreendedores. Esse ensino é essencial para desenvolver habilidades, conhecimentos de mercado, confiança e preparação para riscos, sendo assim, torna-se fundamental para o desenvolvimento de pequenas cidades, as quais normalmente apresentam uma baixa atividade econômica local, forte dependência das grandes empresas e constante saída dos jovens em busca de emprego nas capitais.

Desse modo, diante de tais considerações e da necessidade de avaliar o impacto do ensino de empreendedorismo para o desenvolvimento da atividade empreendedora, questiona-se: Como o ensino do empreendedorismo contribui para o surgimento e desenvolvimento da atividade empreendedora no Município de Orobó-PE? Para responder tal questionamento, a presente investigação propõe o seguinte objetivo de pesquisa: Avaliar o impacto do ensino de

empreendedorismo no surgimento e desenvolvimento de atividades empreendedoras no Município de Orobó-PE.

Sendo assim, o trabalho pode contribuir em termos de diagnósticos para apoiar o desenvolvimento de ações junto aos micros e pequenos empreendedores da cidade de Orobó-Pe. A pesquisa fornecerá informações relevantes para auxiliar no surgimento e na capacitação de novos e existentes empreendimentos, bem como para outros trabalhos futuros enquanto fonte de investigação para novas pesquisas.

2 REVISÃO TEÓRICA

2.1 Conceitos de Empreendedorismo e seu desenvolvimento no Brasil

Com o passar do tempo, surgiram diversos autores apresentando diferentes conceitos a respeito do tema empreendedorismo, apesar disso, não existe uma grande contradição, mas sim um complemento entre eles. Isso se deve pela complexidade e ao mesmo tempo concordância em que os autores trabalham, fazendo com que os conceitos se complementem, tornando a informação cada vez mais completa e rica em embasamento e fatores determinantes.

Dolabela (1999) aborda o tema como vindo diretamente da insatisfação e inconformismo que geram ideias, fazendo com que o indivíduo opte por seguir caminhos diferentes da grande maioria. Além disso, ele também leva em conta o impacto gerado tanto em si, quanto para o outro, trazendo o empreendedor como alguém que pode mudar o mundo, sendo protagonista tanto da própria história, quanto da comunidade.

Para Dornelas (2001) os empreendedores são indivíduos especiais, ou seja, pessoas com atributos específicos como visionários, questionadores e arriscadores, que optam por criar algo novo. Ele aborda também questões internas, como pessoas apaixonadas, que querem ser vistas, admiradas, que não querem ser apenas mais um.

Já Chiavenato (2007) considera que empreendedorismo não se trata apenas da criação de um negócio, mas também do cuidar e manter, para que dure longos ciclos, fazendo com que continue lucrativo e resolvendo questões ligadas diretamente e indiretamente ao empreendimento, sendo o responsável direto por questões como administrar, planejar, organizar, dirigir e controlar.

Com o exposto nos diferentes conceitos abordados, nota-se principalmente a abordagem motivacional, onde o empreendedor lida diretamente com os atributos e sentimentos individuais. Porém, além das abordagens motivacionais, também existem abordagens econômicas, como abordado no artigo de Baggio e Baggio (2014), onde se foca em condições específicas econômicas para o empreendedorismo e desenvolvimento, abordando teorias como teoria da inovação, da agência e dos custos de transação.

Segundo Dornelas (2001), até a década de 1990 não havia um bom ambiente político e econômico para empreender, o que impedia que os empreendedores tivessem acesso às informações necessárias para auxiliá-los a alcançar seus objetivos. No entanto, o crescimento do Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e o surgimento do Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software), foram responsáveis por mudar todo o cenário do empreendedorismo nacional.

O SEBRAE foi uma virada de chave para o empreendedorismo brasileiro, trazendo cursos de capacitação, consultoria, acesso a mercados e incentivando o empreendedorismo, contribuindo assim para a geração de empregos, o aumento de renda e a redução das desigualdades sociais em todo território (SEBRAE, 2021).

O SOFTEX surgiu com o objetivo de desenvolver e promover a indústria de software e serviços de tecnologia da informação no Brasil, acabou tendo um impacto maior do que esperado, já que o tema empreendedorismo começou a despertar na sociedade brasileira. Graças

a essa entidade, termos como plano de negócios, que antes eram menosprezados, passaram a ter a devida atenção e importância no cenário empreendedor brasileiro (Dornelas, 2001).

O professor Dolabela (1999), considerado um dos grandes especialistas em empreendedorismo presente no Brasil, menciona que o primeiro curso de empreendedorismo no Brasil aconteceu na Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas, no ano de 1981 em São Paulo.

O impacto do ensino de empreendedorismo fica ainda mais evidente durante épocas de crise. De acordo com Dornelas (2001), com o aumento do índice de desemprego, principalmente nas grandes cidades onde estão concentradas as empresas, uma das alternativas do funcionário desempregado é criar um novo negócio, onde mesmo sem experiência, investe sua economia. É importante ressaltar que, com a aprendizagem adquirida através do ensino de empreendedorismo, o indivíduo terá mais aptidão e chances de sucesso na empresa criada, além do preparo adequado para lidar com crises, evitando que a situação se repita em ciclos infinitos.

2.2 Ensino de Empreendedorismo no Brasil e no Mundo

O Ensino de empreendedorismo teve grande influência no surgimento por parte do psicólogo David McClelland, que com suas pesquisas, identificou características comportamentais e traços de personalidade associados aos grandes empreendedores, criando assim, seu modelo de treinamento que desenvolve atributos como tomada de decisão, identificação de oportunidades, criação de contatos e negociação.

Em seu livro “*Human motivation*” (1983), McClelland expõe estudos que são a principal base para o ensino de empreendedorismo contemporâneo. No livro, ele aborda as 3 teorias da Necessidades, sendo elas: 1) a necessidade de realização, sendo a motivação para atingir objetivos; 2) a necessidade de poder, sendo a motivação de exercer controle sobre outras pessoas; 3) a necessidade de afiliação, sendo a necessidade de estabelecer relações.

Segundo a Associação de Empreendedores de Campinas (AEC), no ano de 1988 foi criado a EMPRETEC, sendo uma oficina de treinamento, com o objetivo de promover uma metodologia de mudança comportamental que ajudaria os empresários com suas ideias (AEC, 2013). Ainda segundo a AEC, a criação dessa metodologia só foi possível graças aos estudos de McClelland e sua constatação de que todo mundo tem uma motivação interna para melhorar, tendo a motivação para a ação dividida em: realização, afiliação e poder (AEC, 2013).

Tendo por base esses estudos, após um pedido da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento, a Universidade de Harvard desenvolveu a metodologia do programa EMPRETEC, a qual se baseou nos estudos anteriormente realizados por McClelland (UNCTAD, 2010 APUD ALBUQUERQUE, LOBATO, MORAIS, NOBRE, ROSA, 2019, p.852).

Apesar de McClelland não possuir uma relação direta com o SEBRAE, sua pesquisa foi uma das bases de criação do EMPRETEC, que é a metodologia utilizada pela entidade.

Em 2006, o SEBRAE trouxe a atualização dessa metodologia em um dos seus manuais, o qual destacou a existência de cinco (5) conjuntos de Características Comportamentais Empreendedoras (CCEs), quais sejam: 1) Conjunto de realizações; 2) Conjunto do planejamento e resolução de problemas; 3) Conjunto da influência; 4) Conjunto da gestão e controle; 5) Conjunto da maturidade pessoal. Cada um desses conjuntos possui diferentes características, que somadas são dezesseis (16). (ALBUQUERQUE, LOBATO, MORAIS, NOBRE, ROSA, 2019, p.852).

Segundo o SEBRAE, o EMPRETEC é considerado o principal programa intensivo de desenvolvimento empreendedor no mundo, sendo oferecido por mais de 40 Países e sendo

exclusivamente oferecido pelo Sebrae no Brasil desde 1994 (SEBRAE, 2022). Cerca de 10 mil participantes passam pelo programa todos os anos, tendo uma satisfação de 75% entre os participantes, que obtiveram resultados como aumento do faturamento mensal, melhoria no desempenho empresarial, mais segurança na tomada de decisão, ampliação de visão de oportunidades e aumento do sucesso de chance empresarial (SEBRAE, 2019).

Até então, o ensino de empreendedorismo não era considerado obrigatório nas escolas, estando presente apenas nas redes privadas junto a um programa de desenvolvimento do Sebrae e em algumas escolas públicas, seguindo a grade estadual. Porém, de acordo com a Secretaria de Educação e Esportes de Pernambuco, com o novo ensino médio proposto pela lei 13.415 de 2017, será incentivado pontos como processos criativos, mediação e intervenção social cultural e empreendedorismo, com o objetivo de estimular e desenvolver, fornecendo ao estudando visões de si e do mundo, fomentando principalmente a capacidade de resolver problemas (SEE-PE, 2022).

O SEBRAE possui um papel fundamental na disseminação da cultura empreendedora no Brasil, incentivando negócios e empreendedores, conseqüentemente contribuindo para um desenvolvimento econômico mais diversificado e sustentável. Além de tudo, a entidade concentra esforços para estimular, atender e apoiar empreendedores que buscam agregar uma nova dimensão ao ambiente empresarial e despertar uma nova consciência social, respondendo a problemas concretos do cenário econômico e social do País (SEBRAE, 2014).

Diante desse contexto, o surgimento de micro e pequenas empresas no país tem um impacto significativo para o desenvolvimento nacional, para a geração de renda e de oportunidades de negócios. Diante de tal importância, a micro e pequenas empresas têm regulamentação própria no âmbito legal, a lei geral da micro e pequena empresa que regulamenta um tratamento favorecido, simplificado e diferenciado a esse setor, levando em consideração as suas características.

2.3 Micro e Pequenas Empresas

As micro e pequenas empresas (PME's) têm um papel fundamental do desenvolvimento econômico do País, pois são responsáveis pela criação de empregos e renda, pela inovação, pela contribuição ao Produto Interno Bruto (PIB) e pelas exportações (ALVARENGA, 2016). No Brasil, há 6,4 milhões de empresas registradas, sendo 99% delas são micro e pequenas empresas. As MPEs são responsáveis por 52% dos empregos formais no setor privado, totalizando 16,1 milhões de trabalhadores (SEBRAE, 2018).

Existem algumas diferenças entre a micro e a pequena empresa, que podem ser definidas por critérios como faturamento ou número de funcionários. De acordo com o SEBRAE (2022), as microempresas são aquelas devidamente registradas nos órgãos competentes, que aufera em cada ano-calendário, contendo uma receita anual igual ou inferior a R\$ 360 mil. Já a empresa de pequeno porte não perderá seu enquadramento se obtiver adicionais de receitas de exportação, até no máximo R\$ 4,8 milhões, e possuindo uma receita anual superior a R\$ 360 mil e igual ou inferior a R\$ 4,8 milhões.

Quadro 1 – Microempresa x Empresa de pequeno porte EPP

CRITÉRIOS	MICROEMPRESA	PEQUENA EMPRESA
Receita bruta anual	Até R\$ 360 mil	De R\$ 360 mil a R\$ 4,8 milhões
Número de empregados	Até 9	De 10 a 49

Regime tributário	Simple Nacional	Simple Nacional, Lucro Presumido ou Lucro Real
Benefícios	Redução de tributos, acesso a linhas de crédito especiais, simplificação de obrigações fiscais, previdenciárias e trabalhistas	Mesmos benefícios das microempresas, além de possibilidade de participação em licitações exclusivas para empresas de pequeno porte e acesso a programas de incentivo à inovação

Fonte: (BRASIL, 2006).

As diferenças e alterações a respeito das micro e pequenas empresas vão de acordo com a lei complementar nº 123 de 2006. O quadro 1 expõe algumas das principais diferenças, incluindo além das já abordadas, o regime tributário, podendo ser Simple Nacional, Lucro presumido ou Lucro Real, e abordando também os benefícios, expondo de forma clara que as pequenas empresas acabam tendo diversos benefícios, além dos que englobam as microempresas.

A legislação com um caráter diferenciado, em termos de tratamento para essas empresas permitem estimular ainda mais o desenvolvimento da atividade empreendedora, bem como fomentar a disseminação de formação na área para melhor apoiar aqueles que buscam oportunidades de negócios.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A questão motivadora da presente proposta reside em investigar Como o ensino do empreendedorismo contribui para o surgimento e desenvolvimento da atividade empreendedora no Município de Orobó-PE? As respostas a esta problemática passam, portanto, pela avaliação do impacto do ensino de empreendedorismo no surgimento e desenvolvimento de atividades empreendedoras no Município de Orobó-PE.

Para Demo (2000), pesquisa nada mais é que o procedimento de fabricação do conhecimento, assim como procedimento de aprendizagem, tendo princípios científicos e educativos, tornando-se parte indispensável de todo o processo reconstrutivo de conhecimento.

Quanto a natureza, a pesquisa foi classificada como básica. A pesquisa básica objetiva gerar conhecimentos novos úteis para o avanço da ciência sem aplicação prática prevista. Envolve verdade e interesses universais (PRODANOV e FREITAS, 2013, p51).

Com relação aos objetivos, a pesquisa foi classificada como descritiva. De acordo com Gil (2002), a pesquisa exploratória tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, além de principalmente ocasionar no aprimoramento de ideias ou a descoberta de instituições. Segundo Vergara (2003), a pesquisa descritiva expõe características de determinada população ou fenômeno, além de estabelecer correlações entre variáveis e definir sua natureza, sendo importante ressaltar que não tem o compromisso de explicar os fenômenos, apesar de servir como base para isso.

Quanto aos procedimentos técnicos, a pesquisa foi classificada como bibliográfica e de levantamento do tipo *survey*. Para Gil (2008) a pesquisa bibliográfica é feita a partir de material já elaborado, utilizando livros e artigos, conseguindo assim diversas informações a mais do que pesquisando diretamente.

Quanto a abordagem do problema, a pesquisa foi caracterizada como quantitativa. Seguindo as ideias de Prodanov e Freitas (2013), a pesquisa quantitativa considera que tudo pode ser quantificável, ou seja, podendo traduzir em números opiniões e informações com o

objetivo de classificá-las e analisá-las, sendo necessário o uso de recursos e de técnicas estatísticas como porcentagem, coeficiente de relação, análise de regressão, entre outros.

O instrumento de pesquisa foi adaptado de Oliveira, Melo e Muylder (2015) e apresentado em 3 (três) dimensões: Visualização de Oportunidades; Criatividade e Inovação e; Desenvolvimento do perfil empreendedor. Composto por 18 questões a serem avaliadas a partir da escala de *likert* de cinco pontos (concordo totalmente, concordo, não concordo nem discordo, discordo e discordo totalmente). A amostra da pesquisa foi por conveniência e acessibilidade e o questionário foi direcionado para 26 empreendedores de ramos diversos no Município de Orobó- PE. O mesmo foi enviado para os empreendedores por meio de um formulário do *google* através de link que foi disponibilizado por meio de whatsapp. O questionário foi aplicado entre os dias 17 de setembro de 2023 a 25 de setembro de 2023.

O tratamento dos dados se deu por meio de estatística básica descritiva em que se avaliou o percentual de concordância, neutralidade e discordância com relação as afirmativas relacionadas com as dimensões: Visualização de Oportunidades; Criatividade e Inovação e; Desenvolvimento do perfil empreendedor. Os resultados foram plotados em gráficos com o apoio do software R-stúdio.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

4.1 Perfil dos Respondentes

Na Tabela 1, é possível observar informações referentes à idade, gênero e estado civil dos respondentes, revelando que 61,5% possuem entre 22 e 24 anos, 69,2% são do gênero masculino e 57,7% são solteiros.

Tabela 1- Idade Gênero e Estado Civil.

	N	%
Gênero		
Feminino	8	30,8
Masculino	18	69,2
Estado Civil		
Casado	11	42,8
Solteiro	15	57,7
Idade		
19-21	2	7,7
22-24	16	61,5
25-27	6	23,1
28-30	2	7,7

Fonte: Dados da pesquisa.

De acordo com a Tabela 1, mesmo possuindo uma diferença de onze anos entre a idade dos respondentes, e todos eles tendo tido o ensino de empreendedorismo no ensino médio, pessoas que possuem entre 22 a 24 anos estão em maior quantidade. Isso se deve ao período em que terminaram o ensino médio, como será debatido no próximo item. Outros dados expostos pela Tabela 1 indicam que apenas 42,8% são casados, o que pode ser justificado pela baixa idade dos empreendedores respondentes. Por fim, 30,8% são do gênero feminino, que pode ser considerado um número razoável de empreendedoras.

Na Tabela 2, observa-se que a taxa de respondentes com apenas o ensino médio (65,4%) é maior que os que possuem o ensino superior completo (34,6%), e que 65,4% dos respondentes concluíram o ensino médio nos anos de 2016 a 2018.

Tabela 2- Formação e ano de conclusão.

	N	%
Formação		
Médio Completo	17	65,4
Superior Completo	9	34,6
Ano de Conclusão (EM)		
2010-2012	4	15,4
2013-2015	4	15,4
2016-2018	17	65,4
2019-2021	1	3,8

Fonte: Dados da pesquisa.

Segundo as informações presentes na Tabela 2, as pessoas que concluíram o ensino médio entre os anos de 2016 e 2018 são grande maioria, equivalendo a cerca de 65,4% dos respondentes totais, sendo esses, grande parte dos empreendedores que possuem entre 22 e 24 anos conforme Tabela 1. De acordo com as informações obtidas com alguns respondentes, é possível fazer algumas inferências.

O ensino de empreendedorismo na cidade acontece através da matéria presente no ensino médio das escolas integrais, onde, durante os semestres, são realizados estudos de casos de grandes empresários. Além disso, se trabalha sobre o surgimento de empresas inovadoras com suas novas tecnologias, e são desenvolvidas atividades que focam no desenvolvimento das características comportamentais empreendedoras. Até o ano de 2013 havia apenas uma escola com o ensino integral na cidade. Em 2014, uma segunda escola da cidade foi permitida na modalidade semi-integral, incluindo também o ensino de empreendedorismo em sua grade. Essa escola incluída é considerada atualmente a escola com maior índice de Desenvolvimento da Educação de Pernambuco segundo o IDEPE (2023). Além disso, as turmas que iniciaram no ano de 2014 em diante tiveram maiores incentivos, como as feiras de empreendedorismo que aconteciam todos os anos e faziam com que os alunos criassem sua própria empresa fictícia e vendessem a ideia para os visitantes que prestigiavam o evento.

O parágrafo anterior expõe alguns dos possíveis motivos que levaram a uma alta no número de empreendedores que concluíram o ensino médio entre os anos de 2016-2018, mas também existem fatores educacionais que prejudicaram a geração posterior. Segundo informações de alguns ex-alunos, as escolas de Orobó tiveram algumas turmas escolhidas para executar o teste do novo ensino médio, sendo iniciado do ano de 2019 e tendo a cadeira de empreendedorismo afastada, porém continuando o ensino de forma “fragmentada” em outras disciplinas, além disso, é uma geração que passou dificuldades através do ensino remoto oferecido durante a pandemia.

Apesar dos fatores educacionais, eles sozinhos não justificam a grande diferença presente nos anos de 2016 a 2018. Sabe-se que, quando se trata de empreendedorismo, tanto fatores internos quanto externos colaboram para a criação de um novo negócio. Como em qualquer cidade de interior, é normal que os jovens terminem o ensino médio e busquem melhores condições de vida nas grandes capitais. No entanto, alguns eventos, como a facilidade do acesso e compras pela internet, maior quantidade de conteúdo disponível e o crescimento do Instagram, aliados a um ensino de qualidade, proporcionaram uma nova oportunidade, fazendo

com que muitos jovens terminem o ensino médio e tentem empreender. Isso justifica o motivo de 65,4% dos empreendedores expostos na Tabela 2 possuírem apenas o ensino médio completo, favorecendo essa geração em comparativo com as anteriores. Assim como a pandemia da covid-19, a situação econômica do País e a mudança na modalidade das aulas desfavoreceu a geração posterior.

4.2 Impacto do Ensino de Empreendedorismo na Atividade Empreendedora em Orobó-PE

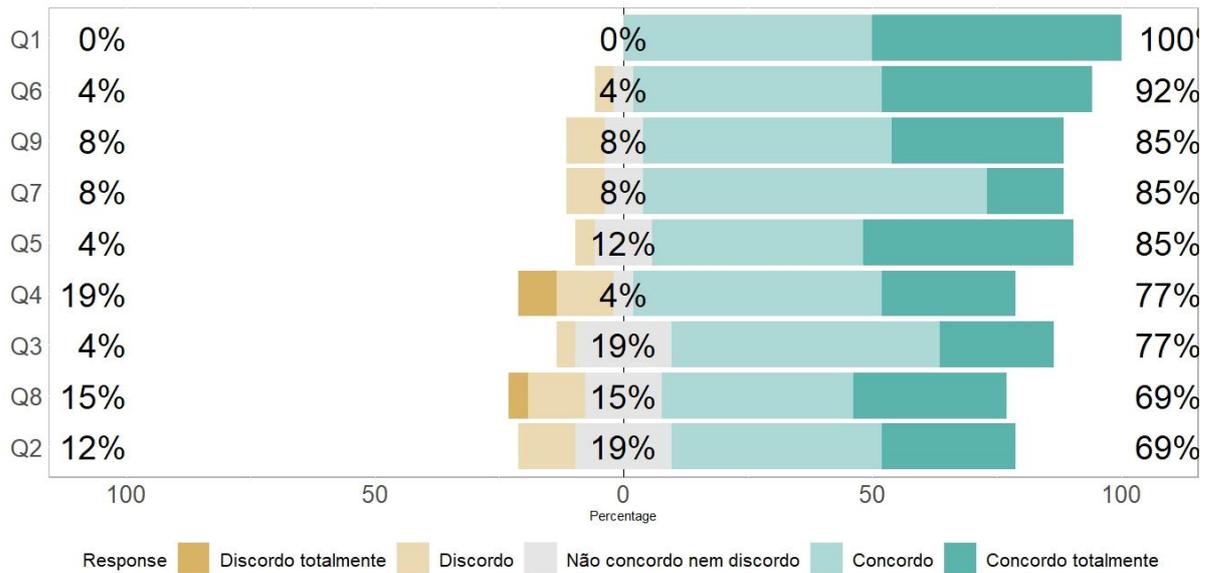
Para se obter uma visão geral sobre as três dimensões, foram elaborados alguns questionamentos com o objetivo de serem analisados tanto individualmente quanto de forma ampla. Os resultados obtidos representam o ponto de vista dos empresários respondentes sobre o ensino de empreendedorismo. A coleta desses resultados possibilita a análise dos pontos fortes e fracos, fornecendo informações para o desenvolvimento da aprendizagem.

4.2.1 Visualização de Oportunidades

De acordo com as ideias de Hansen, Shrader e Monllor (2011), as oportunidades empreendedoras podem ser definidas como a possibilidade de introduzir novos produtos, uma situação em que se imagina ou cria novos meios, uma ideia que se tornou uma forma de negócio, a percepção de um meio viável para se obter ou alcançar benefícios, uma habilidade de criar soluções e a possibilidade de servir os clientes da melhor forma. Para preparar adequadamente os futuros empreendedores, é necessário que seja otimizada ao máximo essa capacidade, uma vez que sem ela, é impossível iniciar ou se manter no mercado. Em uma cidade de pequeno porte como Orobó, o desenvolvimento dessa habilidade faz com que os jovens deixem de olhar apenas para as metrópoles e passem a visualizar oportunidades em sua própria cidade.

Para avaliar a dimensão da Visualização de Oportunidades foram representadas 9 questões, denominadas no Gráfico 1 de Q1: Estimula a busca de oportunidades de negócios; Q2: Estimula a capacidade para correr riscos calculados; Q3: Estimula a persistência; Q4: Estimula o comprometimento; Q5: Estimula a busca de informações; Q6: Estimula a estabelecer metas; Q7: Estimula o planejamento e monitoramento sistemáticos; Q8: Estimula o desenvolvimento da capacidade de persuasão e de formação de redes de contatos; Q9: Estimula a independência e autoconfiança; em que os respondentes expressaram seu nível de concordância ou discordância com relação a essas afirmações.

Gráfico 1- Visualização de Oportunidades.



Fonte: Dados da pesquisa.

O Gráfico 1 obteve os seguintes resultados: Q1: 50% das pessoas concordam totalmente e 50% das pessoas concordam; Q2: 26,9% das pessoas concordam totalmente, 42,3% das pessoas concordam, 19,2% das pessoas são neutras e 11,5% das pessoas discordam; Q3: 23,1% das pessoas concordam totalmente, 53,8% das pessoas concordam, 19,2% das pessoas são neutras e 3,8% das pessoas discordam; Q4: 36,9% das pessoas concordam totalmente, 50% das pessoas concordam, 3,8% das pessoas são neutras, 11,5% das pessoas discordam e 7,7% das pessoas discordam totalmente; Q5: 42,3% das pessoas concordam totalmente, 42,3% das pessoas concordam, 11,5% das pessoas são neutras e 3,8% das pessoas discordam; Q6: 42,3% das pessoas concordam totalmente, 50% das pessoas concordam, 3,8% das pessoas são neutras e 3,8% das pessoas discordam; Q7: 15,4% das pessoas concordam totalmente, 69,2% das pessoas concordam, 7,7% das pessoas são neutras e 7,7% das pessoas discordam; Q8: 30,8% das pessoas concordam totalmente, 38,5% das pessoas concordam, 15,4% das pessoas são neutras, 11,5% das pessoas discordam e 3,8% das pessoas discordam totalmente; Q9: 34,6% das pessoas concordam totalmente, 50% das pessoas concordam, 7,7% das pessoas são neutras e 7,7% das pessoas discordam.

Com base nos resultados, nota-se que todos os empreendedores respondentes concordam totalmente ou concordam que o ensino estimula a busca de oportunidade de negócios. Em relação às demais questões abordadas a respeito da visualização de oportunidades, todas mantêm uma concordância acima de 65%, tendo respostas de discordo totalmente apenas em Q4 e Q8. Os dois questionamentos com discordâncias totais são os únicos presentes em toda pesquisa. Mesmo com as baixas porcentagens presentes, podem ser considerados pontos a serem observados e aprimorados no ensino.

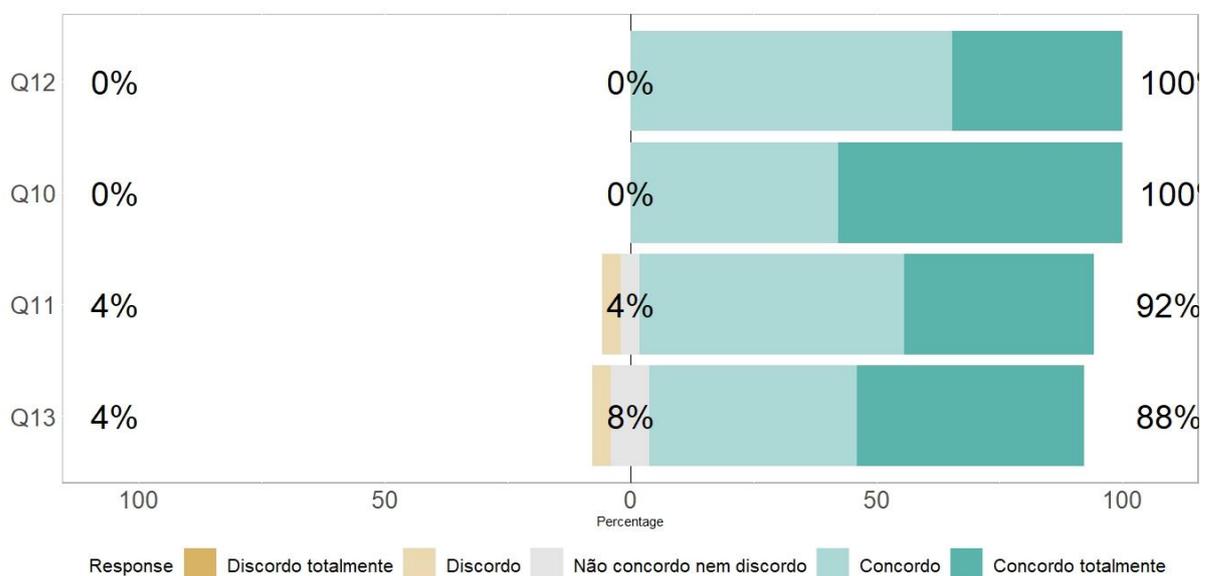
Existem diversas formas para se aprimorar o ensino. Tendo como base as questões que possuem maiores índices de discordâncias e neutralidades, é possível desenvolver programas de incentivos à atividade empreendedora que estimulem principalmente os pontos em desfalque. Além disso, a aplicação de avaliações contínuas com *feedbacks* e um foco maior em aulas práticas fora do ambiente escolar podem tornar o ensino mais dinâmico e satisfatório para os estudantes do ensino médio.

4.2.2 – Criatividade e Inovação

A criatividade e a inovação estão relacionadas, mas têm significados distintos: a criatividade é a capacidade de criar algo novo que ainda não existe, e a inovação é impactar na vida das pessoas através de ideias criativas que atendam às suas necessidades (SEBREAE, 2022). Ensinar o aluno a criar e inovar é uma parte essencial para o desenvolvimento de um futuro empreendedor. Eventos como a feira do empreendedorismo fazem com que os alunos estimulem essas habilidades e as coloquem em prática, sendo possivelmente o motivo-chave para o sucesso do ensino.

Para avaliar a dimensão da Criatividade e Inovação foram apresentadas 4 questões, denominadas no Gráfico 2 de Q10: Estimula a criatividade para novos produtos ou serviços; Q11: Estimula a inovação em processos dentro da organização; Q12: Estimula a inovação em empreendimentos sociais; Q13: Estimula a compreensão do desafio que consiste a atividade inovadora; em que os respondentes expressaram seu nível de concordância ou discordância com relação a essas afirmações.

Gráfico 2- Criatividade e Inovação



Fonte: Dados da pesquisa.

O Gráfico 2 obteve os seguintes resultados: Q10: 57,7% das pessoas concordam totalmente e 42,3% das pessoas concordam; Q11: 38,5% das pessoas concordam totalmente, 53,8% das pessoas concordam, 3,8% das pessoas são neutras e 3,8% das pessoas discordam; Q12: 34,6% das pessoas concordam totalmente e 65,4% das pessoas concordam; Q13: 46,2% das pessoas concordam totalmente, 42,3% das pessoas concordam, 7,7% das pessoas são neutras e 3,8% das pessoas discordam.

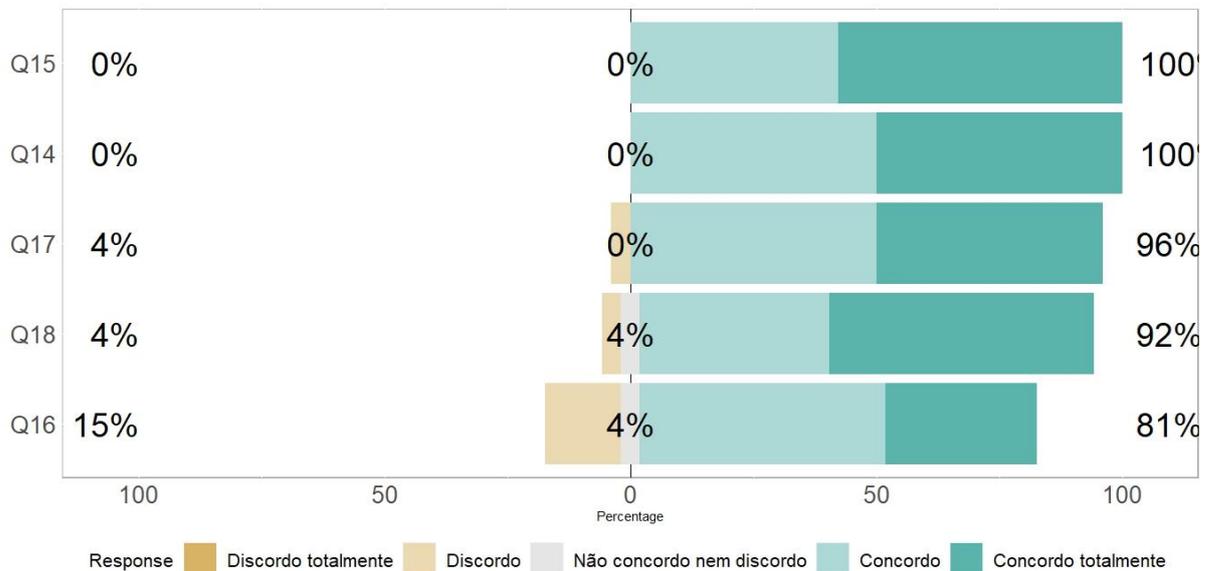
Os questionamentos respondidos com o objetivo de avaliar a qualidade da aprendizagem envolvendo criatividade e inovação também obtiveram ótimos resultados, tendo a Q12 e Q10 registrando 0% de neutralidade e discordâncias, além da Q11 e Q13, que individualmente obtiveram a concordância acima dos 85%. Com estes resultados, nota-se que o Gráfico 2 possui o menor índice de rejeição em comparativo com os demais gráficos. Isso indica que o ensino ministrado em sala, tendo como base de parâmetro as quatro questões respondidas sobre o tema, obteve uma grande satisfação por parte dos respondentes. Ainda assim, a questão do estímulo a compreensão do desafio que envolve a atividade inovadora obteve um grau de neutralidade que pode ser analisado de forma construtiva para aprimorar o ensino.

4.2.3 Desenvolvimento do perfil Empreendedor

Como exposto nesta investigação, em décadas passadas muito se discutia a respeito do que é ser um empreendedor. Hoje, graças aos avanços e estudos de especialistas, não só é possível definir, como é possível desenvolvê-lo. De acordo com a Tabela 2, apenas 34,6% dos empreendedores foram para uma universidade, o que permite concluir que um ensino de qualidade, aliado a condições externas favoráveis, foram suficientes para o surgimento de novos empreendedores e desenvolvimento da atividade empreendedora em Orobó- PE.

Para avaliar a dimensão de Desenvolvimento do perfil do Empreendedor foram apresentadas 5 questões, denominadas no Gráfico 3 de Q14: Estimula o desenvolvimento do “espírito empreendedor”; Q15: Auxilia na compreensão de “o que é empreender”; Q16: Auxilia no desenvolvimento das características e habilidades essenciais para as práticas empreendedoras; Q17: Agrega conhecimentos que fortalecem a formação do empreendedor; Q18: Contribui para uma visão mais ampla do negócio; em que os respondentes expressaram seu nível de concordância ou discordância com relação a essas afirmações.

Gráfico 3- Desenvolvimento do perfil Empreendedor



Fonte: Dados da pesquisa.

O Gráfico 3 obteve os seguintes resultados: Q14: 50% das pessoas concordam totalmente e 50% das pessoas concordam; Q15: 42,3% das pessoas concordam totalmente e 57,7% das pessoas concordam; Q16: 30,8% das pessoas concordam totalmente, 50% das pessoas concordam, 3,8% das pessoas são neutras e 15,4% das pessoas discordam; Q17: 46,2% das pessoas concordam totalmente, 50% das pessoas concordam e 3,8% das pessoas discordam; Q18: 53,8% das pessoas concordam totalmente, 38,5% das pessoas concordam, 3,8% das pessoas são neutras e 3,8% das pessoas discordam.

Assim como os demais gráficos, o Gráfico 3 teve um excelente resultado, obtendo mais de 90% de concordância nas Q14, Q15 e Q17, e tendo seu maior índice de discordância referente ao desenvolvimento do perfil empreendedor na Q16, com apenas 15,4%. Com base nos resultados obtidos, é notável que o ensino voltado para o desenvolvimento do perfil do empreendedor é considerado excelente pelos respondentes. Embora tenham surgido pequenas discordâncias, essas opiniões podem ser analisadas de forma construtiva com o objetivo de descobrir o porquê uma questão fundamental, como o auxílio no desenvolvimento

das características e habilidades essenciais para as práticas empreendedoras, obteve um índice maior de discordâncias que as outras questões do Gráfico 3, conseguindo assim informações importantes para melhorar o ensino.

5 CONCLUSÃO

Este trabalho teve como objetivo verificar como o ensino do empreendedorismo contribui para o surgimento e desenvolvimento da atividade empreendedora no município de Orobó-PE. Os respondentes do questionário foram empreendedores que receberam o ensino de empreendedorismo através das escolas estaduais na cidade. Considera-se que o ensino de empreendedorismo ofertados pelas escolas estaduais contribuíram para a formação empreendedora e o surgimento de pequenos negócios no município de Orobó- PE.

O resultado da pesquisa foi extremamente positivo em relação ao ensino. Observa-se que jovens que possuem entre 22 e 24 anos são maioria entre os respondentes, uma vez que são frutos de uma época considerada melhor, levando em conta questões de ensino, evolução tecnológica e situação econômica. Entre os dezoito questionamentos abordados na pesquisa, cinco deles obtiveram concordância entre os empreendedores. Além disso, as discordâncias e neutralidades presentes nas demais questões foram pequenas, levando a concluir que a grande maioria dos empreendedores entrevistados estão satisfeitos com a educação empreendedora fornecida pelo ensino médio das escolas estaduais da cidade.

De acordo com as ideias de Jean Piaget (apud Lopes, 2015), o principal objetivo da educação é criar pessoas que consigam fazer coisas novas, não apenas repetir o que outras gerações fizeram. O ensino de empreendedorismo fez com que a atenção dos jovens se voltasse para a própria cidade e não para as capitais, como ocorria nas gerações passadas. Mostrou que existe outra possibilidade além das carreiras tradicionais. Como consequência, surgiram novos empreendedores em diferentes áreas, fomentando a economia local, gerando empregos, melhorando a renda e a qualidade de vida para as pessoas.

A pesquisa enfrentou algumas limitações, como o baixo número de pessoas que responderam ao questionário e a dificuldade de contatar mais empresários da cidade. Para pesquisas futuras, seria interessante uma amostra de respondentes maior, proporcionando assim uma análise mais aprimorada. Atualmente o novo ensino médio vem passando por alterações. Com isso, surge a possibilidade de trabalhos futuros para avaliar e comparar o impacto que o ensino de empreendedorismo oferece à cidade, tendo como base o novo ensino médio em situações externas favoráveis.

REFERÊNCIAS

AEC – Associação de Empreendedores de Campinas e Região –, 2013. **Empretec** – 20 anos transformando o empreendedor brasileiro. Site disponível em: <http://www.aeccampinas.com.br/site/empretec/#.ZFrS3HbMKUI>. Acesso em: 26 abr. 2023.

ALVARENGA, R. A. Estudo dos fatores contribuintes para a mortalidade da micro e pequenas empresas do estado do Maranhão. **International Journal of Innovation**, v. 4, 2016.

BAGGIO, A. F.; BAGGIO, D. K. Empreendedorismo: Conceitos e Definições, **Rev Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**. Rio Grande do Sul, 25-38, 2014.

BARROS, A. de J. P. de; LEHFELD, N. A. de S. **Projeto de pesquisa**: propostas metodológicas. Rio de Janeiro: Vozes, 2014.

BRASIL. Lei Complementar N° 123, de 14 de dezembro de 2006. **Estatuto Nacional da Micro e da Empresa de Pequeno Porte**. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp123.htm. Acesso em: 11 mai. 2023.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo**: um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio. 2ª edição Revista e atualizada. Saraiva, 2007.

DOLABELA, F. **O Segredo de Luísa**. Ed. São Paulo: Cultura, 1999.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: Transformando Idéias em Negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001 – 7ª Tiragem.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**, ed. 6. São Paulo: Atlas, 2008.

HANSEN, D. J.; SHRADER, R.; MONLLOR, J. Defragmenting definitions of entrepreneurial opportunity. **Journal of Small Business Management**. V. 49, n. 2, 2011.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. E. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman Editora, 2004.

IDEPE – Índice de Desenvolvimento da Educação de Pernambuco –, 2023. **Prêmio IDEPE para os destaques no índice de desenvolvimento da educação de Pernambuco em 2022**. Site disponível em: <https://portal.educacao.pe.gov.br/wp-content/uploads/2023/07/Apresentacao-Premio-IDEPE-2023-Categorias-e-Vencedores.pdf>. Acesso em: 10 out. 2023.

LOPES, K. B. **Psicologia da aprendizagem**. Cuiabá-MT: UFMT, 2015.

LOPES, R. M. A. **Educação Empreendedora**: conceitos, modelos e práticas. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

MCCLELLAND, D. C. Human motivation. **Clenville: Scott Foresman**, 1985.

NOBRE, A. L. *et al.* Perfil empreendedor dos acadêmicos do curso de administração da Universidade Federal do Pará. **Ver Open Science Research V**, p.852, 2022.

OLIVEIRA, A G; MELO, M. C. de O. L.; DE MUYLDER, C. F. Educação empreendedora: o desenvolvimento do empreendedorismo e inovação social em instituições de ensino superior. **Revista Administração em Diálogo-RAD**, p. 29-56, 2015.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. de. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. Rio Grande do Sul: Feevale, 2013.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas –, 2014. **Négocios de impacto social e o posicionamento positivo do Sebrae**. Site disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/o-posicionamento-do-sebrae-nos-negocios-sociais,f861c0b381f65410VgnVCM2000003c74010aRCRD#:~:text=O%20Sebrae%20concentra%20esfor%C3%A7os%20para,econ%C3%B4mico%20e%20social%20do%20pa%C3%A>Ds. Acesso em: 28 abr. 2023.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas –, 2018. **Pequenos negócios em números**. Site disponível em:

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSEBRAE/ufs/sp/SEBRAEaz/pequenos-negocios-em-numeros,12e8794363447510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 10 mai. 2023.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas –, 2019. **O que é Empretec**: saiba como uma semana pode mudar a sua história. Site disponível em:

<https://www.sebrae-sc.com.br/blog/o-que-e-empretec>. Acesso em: 27 abri. 2023.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas –, 2021. **Quem somos**. Site disponível em:

https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais_adicionais/conheca_quemsomos.

Acesso em: 05 abr. 2023.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas –, 2022. **Confira as diferenças entre micro empresa, pequena empresa e MEI**. Site disponível em:

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-as-diferencas-entre-microempresa-pequena-empresa-e-mei,03f5438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>. Acesso em: 11 mai. 2023.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – 2022. **Criatividade e inovação para pequenos negócios**. Site disponível em:

<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/criatividade-e-inovacao-para-pequenos-negocios,63b855fb10d04810VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 14 out. 2023.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas –, 2022. **Você é seu maior negócio: empreenda o que há de melhor em você com o Empretec**. Site disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/empretec>. Acesso em: 27 abr. 2023.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas –, 2023. **Abertura de pequenos negócios em 2022 supera os números do período pré-pandemia**. em:

<https://agenciasebrae.com.br/dados/abertura-de-pequenos-negocios-em-2022-supera-os-numeros-do-periodo-pre-pandemia/#:~:text=No%20total%2C%20em%202022%2C%20foram,que%20representou%2078%25%20do%20total>. Acesso em: 12 mar. 2023.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas –, 2023. **Micro e pequenas empresas geram 27% do PIB do Brasil**. Site disponível em:

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mt/noticias/micro-e-pequenas-empresas-geram-27-do-pib-do-brasil,ad0fc70646467410VgnVCM2000003c74010aRCRD>. Acesso em: 13 mar. 2023.

SEE – Secretaria de Educação e Esportes –, 2022. **Trilha: modos de vida, cuidado e invetividade**. Governo de Pernambuco, 2022.

TIMMONS, J.; SPINELLI, S. **New Venture Creation**: entrepreneurship for the 21st century, 2008.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**, ed. 4. São Paulo: Atlas, 2003.

ZANELLA, L. C. H. **Metodologia de pesquisa**, ed. 2. Santa Catarina: UAB, 2011.

SANTANDER, 2023. **A importância da criatividade para os empreendedores**. Site disponível em:
<https://santandernegocioseempresas.com.br/conhecimento/empreendedorismo/a-importancia-da-criatividade-para-os-empreendedores>. Acesso em: 13 out. 2023.

APÊNDICE – QUESTIONÁRIO DE APLICAÇÃO

Questionário destinado a avaliar a percepção de empreendedores sobre o impacto da educação empreendedora na criação e desenvolvimentos de seus negócios

PERFIL DOS RESPONDENTES

- a) Idade: _____
- b) Gênero: () Masculino () Feminino
- c) Estado Civil: () Solteiro () Casado () Separado/Divorciado () Viúvo
- d) Formação _____
- e) Cargo que ocupa: _____

Leia cada uma das afirmativas e marque o seu grau de concordância em uma escala de 1 a 5, em que:

Significado		
1		Discordo Totalmente
2		Discordo
3		Não concordo nem discordo
4		Concordo
5		Concordo totalmente

	Educação Empreendedora	1	2	3	4	5
1	Estimula a busca de oportunidades de negócios;					
2	Estimula a capacidade para correr riscos calculados					
3	Estimula a persistência					
4	Estimula o comprometimento					
5	Estimula a busca de informações					
6	Estimula a estabelecer metas					
7	Estimula o planejamento e monitoramento sistemáticos					
8	Estimula o desenvolvimento da capacidade de persuasão e de formação de redes de contatos					
9	Estimula a independência e autoconfiança					
10	Estimula a criatividade para novos produtos ou serviços					
11	Estimula a inovação em processos dentro da organização					
12	Estimula a inovação em empreendimentos sociais					
13	Estimula a compreensão do desafio que consiste a atividade inovadora					

14	Estimula o desenvolvimento do “espírito empreendedor”					
15	Auxilia na compreensão de “o que é empreender”					
16	Auxilia no desenvolvimento das características e habilidades essenciais para as práticas empreendedoras					
17	Agrega conhecimentos que fortalecem a formação do empreendedor					
18	Contribui para uma visão mais ampla do negócio					