



A contribuição das metodologias ativas na formação do comportamento empreendedor

Sarita Albuquerque¹

Emanuelle Bonna²

Giana De Vargas Mores³

Jandir Pauli⁴

Leila Dal Moro⁵

Recebido em: 28-11-2024

Aceito em: 16-03-2025

Resumo

O desenvolvimento tecnológico das últimas décadas desafia os docentes a adotarem novas metodologias para incentivar o protagonismo e uma mentalidade empreendedora dos alunos. Entendendo o desafio que se configura, este estudo teve como objetivo discutir a influência das metodologias ativas na formação do comportamento empreendedor. Trata-se de uma pesquisa com abordagem qualitativa, que se valeu de um roteiro de entrevista semiestruturado como instrumento de coleta dos dados, aplicado a docentes, discentes e gestores dos cursos das áreas de gestão em uma instituição no sul do Brasil que adotou com conceito de Employer University. Para análise das entrevistas, utilizou-se o método de análise de conteúdo. As categorias de análise definidas a posteriori versam sobre os benefícios e as subcategorias contemplam os impactos das metodologias ativas. Dentre os resultados, foi possível identificar o uso de quinze metodologias ativas utilizadas em disciplinas e observou-se que a utilização das mesmas no ambiente de aprendizagem repercute no conhecimento e no comportamento empreendedor dos alunos. A influência sobre a tomada de decisão, o comprometimento, o protagonismo, a agilidade, a linguagem e o pensamento crítico, ficaram evidentes a partir da análise feita. O estudo sugere que as práticas didáticas adotadas oferecem resultados positivos e influenciam o comportamento empreendedor e desenvolvimento pessoal dos alunos.

Palavras-chave: Educação empreendedora; mentalidade empreendedora; metodologias ativas.

The contribution of active methodologies in the formation of entrepreneurial behavior

Abstract

The technological development of recent decades challenges teachers to adopt new methodologies to encourage protagonism and an entrepreneurial mentality in students. Understanding the challenge that arises, this study aimed to discuss the influence of active methodologies in the formation of entrepreneurial behavior. This is a research with a qualitative approach, which used a semi-structured interview script as a data collection instrument, applied to teachers, students and managers of management courses in an institution in southern Brazil that adopted the concept from Employer University. To analyze the interviews, the content analysis method was used. The analysis categories defined a posteriori deal with the benefits and the subcategories cover the impacts of active methodologies. Among the results, it was possible to identify the use of fifteen active methodologies used in subjects and it was observed that their use in the learning environment has an impact on students' knowledge and entrepreneurial behavior. The influence on decision making, commitment, protagonism, agility, language and critical thinking were evident from the analysis carried out. The study suggests that the teaching practices adopted offer positive results and influence students' entrepreneurial behavior and personal development.

Keywords : Entrepreneurial education; entrepreneurial mindset; active methodologies.

¹ Mestrado em Administração (Programa de Pós-Graduação em Administração da Atitus Educação/RS).

² Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Administração da Atitus Educação/RS.

³ Doutorado em Agronegócios. Professora do Programa de Pós-Graduação em Administração da Atitus Educação/RS.

⁴ Doutorado em Sociologia. Professor do Programa de Pós-Graduação em Administração da Atitus Educação/RS.

⁵ Doutorado em Engenharia Civil e Ambiental. Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Administração da Atitus Educação/RS. E-mail: leila.moro@imed.edu.br

1 Introdução

Considerando a relevância do empreendedorismo para o desenvolvimento socioeconômico das nações, é importante compreender as condições em que as instituições de ensino superior podem agregar para a formação de gestores que dominem competências empreendedoras (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas [SEBRAE], 2022). Um empreendedor pode ser definido como alguém que é motivado por um ideal para alcançar algo e assim construir. O comportamento empreendedor entende-se em não seguir conformismos, estruturas ultrapassadas e conceitos ultrapassados. O âmago do empreendedorismo está na busca pelo novo, pela mudança e até pelo incomum (Aiache, 2021).

Neste sentido, o sucesso dos programas de ensino-aprendizagem deve ser relevante pela importância que os discentes atribuem aos conteúdos e a compreensão destes para que de fato os coloquem em prática nas organizações a fim de obter os resultados econômico-financeiros através da geração de renda e empregos (SEBRAE, 2022).

As universidades desempenham um papel importante no clima empresarial regional, uma vez que se dedicam à criação de novos conhecimentos e inovações, impulsionando a geração de novos empreendimentos (Edmondson *et al.*, 2007). Nesse sentido, Etzkowitz (2001) identifica no universo acadêmico dois processos revolucionários: a primeira revolução acrescentou a pesquisa como uma missão juntamente com a função de ensino; já a segunda transformação passou a incluir o empreendedorismo como uma atribuição universitária. O empreendedorismo acadêmico tornou-se, portanto, uma prioridade para os formuladores de políticas dentro das universidades, bem como para os governos locais em todos os lugares (Potter; Storey, 2007).

Universidades e governos buscam criar parques científicos e tecnológicos altamente inovadores, nos quais jovens empreendedores lideram a inovação e o crescimento econômico. Stanford e Massachusetts Institute of Technology - MIT e seus vínculos estreitos com a indústria e o empreendedorismo, por exemplo, já foram vistos como anomalias dentro do sistema acadêmico, enquanto se tornaram o modelo a ser imitado por outras universidades (Etzkowitz *et al.*, 2000).

Ainda considerando esse ambiente, é importante pontuar que o avanço tecnológico impõe novos desafios aos docentes, em especial a disputa pela atenção diante de enxurrada de estímulos e distrações (Guimarães, 2015). Para mitigar este problema, as instituições de ensino

superior têm buscado maneiras de contribuir e criar programas de ensino mais atrativos que despertem o interesse do aluno em aprender.

A maior parte dos docentes ainda não estão preparados para revisarem as suas práticas de ensino e, portanto, a introdução ao uso das metodologias ativas não deve ser imposta de forma repentina (Borges; Alencar, 2014). Essa introdução deve ser feita de uma maneira flexível, adaptando-se para que tanto os discentes, quanto os docentes saiam satisfeitos visando que os futuros profissionais também utilizem o que foi aprendido em seus ambientes de trabalho e na sociedade de forma efetiva. Implementar o uso das metodologias ativas poderá capacitar os docentes, instigando a curiosidade dos discentes.

A abordagem tradicional dos estudos sobre a atividade empreendedora presumiu que as condições situacionais, que englobam a posição no mercado de trabalho, e as características pessoais dos indivíduos, tais como características demográficas ou traços de personalidade, seriam os principais fatores a determinar quem efetivamente se tornaria um empreendedor (Krueger *et al.*, 2000). No entanto, esta abordagem tem sido abandonada devido a falhas metodológicas e conceituais, bem como pela falta de esclarecimento sobre o fenômeno empreendedor

Os modelos de intenção são superiores aos modelos de abordagem tradicional, pois os empreendedores também são moldados por fatores motivacionais, pelo ambiente social e por suas percepções de habilidades pessoais. A intenção de um indivíduo está intimamente relacionada ao seu comportamento, ou seja, entende-se que toda a atitude é precedida de uma intenção. Criar negócios requer um comportamento planejado, que é anteposto por intenções e atitudes, não apenas por características individuais. Essas intenções vão se estruturando ao longo da vida das pessoas e são diretamente impactadas por fatores como a confiança nas próprias habilidades e capacidades, a aceitação de uma determinada carreira por pessoas importantes na vida e, ainda, pela motivação e avaliação de oportunidade e educação (Krueger *et al.*, 2000).

Para ensinar empreendedorismo, os ambientes não tradicionais de ensino, além das atividades práticas, experienciais e ativas são essenciais (Bell; Bell, 2018). Existem inúmeras maneiras de ensinar o empreendedorismo (Collins *et al.*, 2006). Atividades mais práticas já vêm sendo estudadas na literatura, como exemplo: estágios curriculares dentro de empresas, elaboração de casos de estudo, consultorias em universidades, construção de projetos colaborativos, utilização de softwares para simulação de negócios, práticas simuladas em sala de aula e fora da sala de aula, entre outras iniciativas (Vega *et al.*, 2010).

As metodologias ativas representam uma grande evolução no processo aprendizagem e conhecimento, induzindo a um maior foco no aluno, ao desenvolvimento da autonomia, ao aumento do engajamento e à motivação durante o processo (Filatro; Cavalcanti, 2018). Existem divergências na literatura referente ao melhor método ou a melhor prática de ensino para o empreendedorismo, justamente pelo impacto dos métodos de ensino ainda serem incertos (Audet, 2004; Pittaway, 2018).

A pouca descrição dos conteúdos abordados nos cursos, a falta de teorias comuns entre eles e a falta de taxonomia para a educação em empreendedorismo dificultam a legitimidade do campo (Fayolle, 2013). Os conteúdos e metodologias devem ser discutidos sob a visão da psicologia educacional e, até mesmo, sob a perspectiva da literatura na área da educação, analisando, desta forma, os níveis de complexidade dos resultados pretendidos e tipos de conhecimentos tratados nos cursos, dado que diferentes tipos de conhecimento, que podem ser fatos, conceitos, teorias, procedimentos e estratégias metacognitivas, poderiam facilitar essas análises.

Existe uma certa lacuna entre o que os empreendedores devem saber e o que é efetivamente ensinado nas aulas ao comparar as atividades realizadas pelos empreendedores ao iniciar seus negócios com o conteúdo de alguns materiais utilizados nos cursos (Henry *et al.*, 2005; Edelman *et al.*, 2008). Dessa forma, é possível identificar uma discrepância entre teoria e prática, com muitas atividades negligenciadas nos cursos. Os autores relatam que diversos conteúdos são abordados apenas teoricamente e falham em ensinar os alunos a realizarem de fato tais atividades (Lima *et al.*, 2014).

Observa-se, assim, a necessidade de formas de condução mais práticas para ensinar empreendedorismo, algo que vá além do planejamento de negócios, pois a demanda dos alunos é mais complexa do que isso. A fim de identificar as percepções dos docentes, discentes e gestores sobre esta problemática, o estudo pretendeu responder à seguinte pergunta de pesquisa: Como o uso de metodologias ativas contribui no comportamento empreendedor dos alunos do ensino superior?

Esta pesquisa contribui para a literatura, para a ciência e para instigar outras instituições sobre o uso das metodologias ativas e sua influência no comportamento empreendedor dos alunos.

2 Referencial teórico

2. 1 Universidade Empreendedora

A disseminação das temáticas sobre as *entrepreneurial university* têm efetuada relevância na construção de padrões instrumentais para as instituições de ensino superior. Este tema começou a ocupar grande destaque em discussões das universidades por meio da ampla produção bibliográfica e pelos debates que estimulam e envolvem acadêmicos, administradores universitários e demais stakeholders em diversas partes do mundo. A divulgação desses trabalhos realizados com enfoque normativo acredita que as propostas de mudanças contidas nos moldes de universidade empreendedora, ajudam a propagar na condução do ensino superior nas sociedades contemporâneas estimulando a introdução deste tipo de universidade em escala mundial (Clark, 1983).

Burton Clark foi pioneiro na disseminação do conceito de *entrepreneurial university* e seu conceito passou a ser empregado de forma constante pelas instituições de ensino superior. Logo, em seus primeiros trabalhos, Clark propôs a metáfora de um triângulo para referir-se ao ensino superior que seria formado pelas presenças do Estado, do mercado e dos valores acadêmicos, evidenciando as constantes tensões entre esses três integrantes de sua hipotética figura (Clark, 1983).

A ideia de *entrepreneurial university* sustentou-se em medidas incorporadas pelas instituições examinadas nos trabalhos de Clark, salientando noções que comportavam aspectos analíticos e descritivos com grande qualidade normativa, já que que as mudanças efetuadas por estas, serviriam de base como modelo para outras instituições de ensino superior. Diante do estreito recurso de fundos governamentais, as universidades criaram diversas fontes de financiamento para desempenhar as suas atividades, através de parcerias com empresas diversas, filantrópicas, governos, negociações de criações patenteadas e de propriedade intelectual, e através de cobrança de anuidades etc. (Clark, 1983).

As *entrepreneurial universities*, diferentemente das tradicionais universidades europeias que se revelaram incapazes na condução das transformações sociais, apresentaram uma gestão centralizada que as proporcionava elaborar de forma estratégica suas ações, tendo prontidão na tomada de decisão em relação a demandas socioeconômicas a um nível globalizado, possuindo gestores especializados, proporcionando captação dos recursos financeiros e todas as mudanças internas necessárias. Algumas características dessas universidades são a existência de uma sólida

cultura empresarial, com seus valores e crenças baseadas no desenvolvimento empresarial e humano, possuem departamentos muito sólidos e alinhados com seus objetivos sendo aberta a mudanças. das empresas e aliadas as empresas de tecnologias (Ortiz *et al.*, 2017).

2.2 O Empreendedorismo, a Educação Empreendedora e os Desafios

A literatura sobre o Empreendedorismo proliferou a partir da década de 1980 e, no Brasil, passou a despertar o interesse acadêmico no início dos anos 2000. O empreendedorismo, é objeto de estudo em diversas áreas do conhecimento, como antropologia, geografia, psicologia, economia, negócios e sociologia (Birch, 1981).

O empreendedorismo é um fenômeno social considerável, pois gera oportunidades ocupacionais e, por consequência, reduz o desemprego (Birch, 1981), A ação empreendedora impulsiona o desenvolvimento regional e o crescimento econômico e por este motivo, cada vez mais governos de diferentes nações elaboram programas para proporcionar a criação de novas empresas e a promoção do empreendedorismo (Audretsch; Keilbach, 2004).

O empreendedorismo é como um motor que impulsiona a economia de forma globalizada e ensinar o empreendedorismo é um desafio social e econômico fundamental para o qual as universidades têm muito a contribuir, entretanto, ainda existem inúmeros desafios epistemológicos, teóricos, pedagógicos e práticos em relação ao tema (Gorman *et al.*, 1997).

Algo a observar é que desenvolver tais atividades educativas não deixam de refletir sobre sua eficácia, já que é difícil de medir a eficiência delas. Recentemente, diversos estudos foram desenvolvidos no campo da educação superior para o empreendedorismo. Muitos pesquisadores, formuladores de políticas e profissionais concordam que a educação empreendedora produz resultados mensuráveis. No entanto, identifica-se a dificuldade em medir o impacto dos programas de treinamento nos alunos, considerando perspectivas de longo prazo que acompanhem o aluno depois da sua formação em cursos de empreendedorismo e que busquem analisar como estes conseguiram um emprego, como transferiram o que aprenderam em seus trabalhos, entre outros impactos (Fayolle; Castagnos, 2006).

O papel que as instituições de ensino superior desempenham atualmente através do ensino do empreendedorismo e da transferência de conhecimento e inovação para os formandos é crucial neste processo, pois os desafios e práticas educativas que estimulam o protagonismo do aluno devem ser parte integrante do aprendizado desde o início do conteúdo a ser ministrado,

sendo o professor um mediador da aprendizagem e não mais o sujeito ativo (Fayolle; Castagnos 2006; Alvarenga *et al.*, 2012; Groccia, 2018).

2.2.1 Mentalidade Empreendedora

O empreendedorismo está se tornando um tema cada vez mais popular (Gadzali *et al.*, 2023), diversas pessoas estão interessadas em se tornar um empreendedor e desenvolver seu próprio negócio (Diawati *et al.*, 2023), entretanto, nem todos têm a capacidade de se tornar um empreendedor de sucesso (Raharjo *et al.*, 2023).

Dentre vários fatores que podem influenciar o sucesso do negócio é ter uma mentalidade empreendedora (Daspit *et al.*, 2023). A mentalidade empreendedora é uma mentalidade que inclui as atitudes, valores e habilidades necessárias para tornar-se um empreendedor de sucesso. Uma mentalidade empreendedora não é apenas importante para iniciar um novo negócio, mas para gerenciar um negócio existente também (Larsen, 2022).

Empreendedores de sucesso têm a capacidade de enfrentar desafios e assumir riscos ao fazer negócios e tomar as corretas decisões (Daspit *et al.*, 2023; Rembulan *et al.*, 2023). Alguns indivíduos têm uma mentalidade empreendedora mais presente do que outros e isso pode impactar o sucesso dos seus negócios. Portanto, é importante estudar a relação entre mentalidade e o sucesso nos negócios. (Daspit *et al.*, 2023; Diawati *et al.*, 2023; Gadzali *et al.*, 2023; Jiatong *et al.*, 2021; Larsen, 2022; Raharjo *et al.*, 2023; Rembulan *et al.*, 2023).

Uma mentalidade empreendedora é a maneira como uma pessoa pensa e vê o mundo no contexto de empreendedorismo (Kouakou *et al.*, 2019). Existem várias dimensões de uma mentalidade empreendedora que são comumente reconhecidos por especialistas (Quadro 1).

Quadro 1 - Dimensões Mentalidade Empreendedora

Dimensões	Definições
Criatividade e inovação	Capacidade de enxergar oportunidades de negócios que os outros não identificam, bem como a capacidade de desenvolver soluções novas e inovadoras para problemas identificados;
Orientação para objetivos	Capacidade de definir objetivos claros e ser orientado para atingir esses objetivos. As pessoas que têm uma forte mentalidade empreendedora têm motivação e resiliência para alcançar seus objetivos
Assumir riscos	Capacidade de assumir riscos associados aos negócios e às oportunidades. As pessoas que têm uma forte mentalidade empreendedora não têm medo de assumir riscos necessários para atingir seus objetivos de negócios. O ensino sobre empreendedorismo contribui para os alunos desenvolverem a capacidades de assumir riscos com mais confiança e sabedoria; um empreendedor deve estar pronto para assumir riscos ao iniciar seus negócios
Autoconfiança	Trabalhar de forma independente e tomar iniciativas em prol do desenvolvimento do negócio. As pessoas que têm uma forte mentalidade empreendedora têm a capacidade de liderar e gerenciar de forma eficaz
Aprendizado e Adaptação	Aprender com a experiência e se adequar às mudanças no ambiente de negócios. As pessoas com orientação empreendedora podem adaptar-se rapidamente e tomar as medidas necessárias para se manter relevante e bem-sucedido. A mentalidade empreendedora pode ter uma influência significativa no sucesso futuro dos negócios, gerando ideias criativas e contribuindo para que os alunos enxerguem oportunidades de negócios oportunidades ao seu redor e criem ideias para atender às necessidades do mercado
Incentivo à independência	Mentalidade empreendedora têm maior probabilidade de serem independentes e têm a capacidade de resolver problemas de forma criativa e inovadora. Esse a independência os ajuda a construir seu próprio negócio
Habilidades de gerenciamento	Gerenciar recursos e administrar um negócio de forma eficaz. Uma educação empreendedora pode ajudar os alunos a desenvolverem as habilidades necessárias para administrar seu próprio negócio
Rede de negócios	Educação voltada ao empreendedorismo pode ajudar os alunos a construírem uma densa rede de negócios, que os ajudam a expandir seus empreendimentos no futuro

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024, baseado em: Azzaakiyyah, 2023; Kouakou *et al.*, 2019; Morris, 2022; Putri *et al.*, 2022; Wardana *et al.*, 2020; Zemlyak *et al.*, 2022).

A mentalidade empreendedora dos alunos pode ser trabalhada em disciplinas e conteúdo que dialoguem com o ensino do empreendedorismo, influenciando positivamente no futuro profissional dos discentes através do desenvolvimento de habilidades que são importantes para iniciar e obter sucesso com o seu próprio negócio (Lindberg *et al.*, 2017).

2.2 Metodologias Ativas

As metodologias ativas emergem como uma possibilidade para oferecer aos docentes alternativas para que eles consigam nortear o seu desenvolvimento educacional, distanciando-se do modelo de ensino tradicional em que o professor teria todo o conhecimento dentro da sala de aula e o papel do aluno seria mais de um agente passivo. A busca por recursos inovativos como instrumental para a evolução e melhorias das instituições de ensino superior necessita que

sejam incorporadas práticas de ensino tidas como inovadoras, justificando-se a ideia de dinamismo nas salas de aulas no que tange à abordagem dos conteúdos (Castro *et al.*, 2012).

Atualmente se faz necessário o surgimento de um novo perfil de educador e de aluno, dada a aceleração tecnológica do mercado que impõe novas provocações desafiadoras para o processo de ensino e aprendizagem de empreendedorismo (Qureshi; Mian, 2021). Uma postura de ensino de empreendedorismo proativa é necessária diante das incertezas ambientais (Arruti; Panos- Castro, 2020).

O ensino de empreendedorismo envolve uma postura responsiva e reflexiva por parte do docente (Kakouris, 2021). O aluno deve ser protagonista no processo de ensino e aprendizagem se engajando no conhecimento prévio, necessário e útil para novos aprendizados. Para que isto ocorra, necessita-se que os professores redefinam suas estratégias de ensino, não somente construindo e repassando o saber, mas transformando suas práticas didático pedagógicas através de novos processos metodológicos que ajudem o aluno a desenvolver autonomia (Souza; Saraiva, 2010).

As metodologias ativas são imprescindíveis para a autonomia do discente, pois contribuem para o desenvolvimento da autoconfiança, senso crítico, responsabilidade e protagonismo (Diesel *et al.*, 2017). As metodologias ativas representam uma forma alternativa de trabalho que busca alimentar a aprendizagem por meio de reflexão e análise de circunstância para propósitos nas tomadas de decisão, sendo o docente mediador e facilitador do processo de aprendizagem (Mariano *et al.*, 2018).

A construção do conhecimento é determinada por duas variáveis: a situação de aprendizagem proposta pelo docente e o engajamento do discente com as atividades (Krakauer *et al.*, 2017). Em suma, é uma educação voltada para a problematização da realidade, do trabalho em equipe, sendo mais dinâmica, efetiva e inovadora. Os resultados de pesquisas precedentes confirmam que o uso de metodologias ativas influencia de forma efetiva e positiva no comportamento empreendedor do aluno (Arruti; Panos-Castro, 2020; Mariano *et al.*, 2018). Portanto, considerar o uso das metodologias ativas de aprendizagem como uma prática pedagógica ativa no processo de formação de estudantes. Essas práticas representam apenas uma seleção das muitas metodologias ativas disponíveis para impulsionar empreendedores. Cada uma delas oferece uma abordagem diferente para o desenvolvimento de ideias, produtos e negócios, permitindo que os empreendedores abordem os desafios de forma criativa e ágil.

Alguns modelos de metodologias ativas são a aprendizagem baseada em problemas, a aprendizagem baseada em projetos, a aprendizagem baseada em jogos, a sala de aula invertida,

o discurso de elevador, a aprendizagem baseada em casos, o *design thinking*, a rotação por estações, o *storytelling*, *blended learning*, e o *peer instruction*.

2 Metodologia

Trata-se de um estudo exploratório de caráter qualitativo, por meio da triangulação das informações coletadas. Stake (2011) trata a triangulação como um meio para que o pesquisador compreenda os dados obtidos a partir da análise do problema. Segundo o autor, refere-se a um procedimento que faz uso de dados adicionais para validar ou ampliar as leituras e interpretações feitas pelo pesquisador.

As pesquisas exploratórias “têm o propósito de proporcionar maior familiaridade com o problema” (Gil, 1991, p. 45), por isso foi este o método de pesquisa adotado. O delineamento do presente trabalho será realizado através de pesquisa com abordagem qualitativa. Para Collis e Hussey (2005), as pesquisas que utilizam método qualitativo, que é mais subjetivo, envolvem examinar e refletir as percepções para que assim se obtenha uma compreensão de atividades humanas e sociais.

Para o estudo foram entrevistados discentes da graduação, de mestrado, docentes e gestores de uma Instituição de Ensino Superior (IES). A IES em questão é uma Instituição de Ensino Superior (IES), localizada na região norte do RS e com 20 anos de atuação. A IES tem campus em Passo Fundo e Porto Alegre divididas em cinco Escolas (negócio e tecnologia, saúde, politécnica, direito e agronegócio), com cursos de graduação, mestrado e doutorado, possuindo aproximadamente 6000 alunos e 400 colaboradores (E-mec, 2024). É importante considerar que a partir de 2024 a área de Tecnologia foi incorporada na Escola de Negócios, dessa forma, passou a ser chamada de Escola de Negócios e Tecnologia, mas como a coleta de dados foi realizada antes da alteração do nome da Escola, manteve-se nesse estudo “Escola de Negócios”.

O instrumento de coleta de dados foi um roteiro semiestruturado que guiou a condução das entrevistas. As entrevistas foram realizadas nos meses de março e abril de 2024. Após o contato via *WhatsApp*® e e-mail, foram agendadas as entrevistas via *Zoom*® onde foi solicitada a gravação delas para posterior transcrição. As entrevistas foram transcritas pelo software *TurbScrib*®. Adicionalmente, foi realizada a análise documental do PDI da IES, e a observação não participante para triangulação das informações coletadas.

Para análise das entrevistas, empregou-se o método de análise de conteúdo (Bardin, 2011). As categorias de análise definidas *a posteriori* contemplam os benefícios e os impactos do

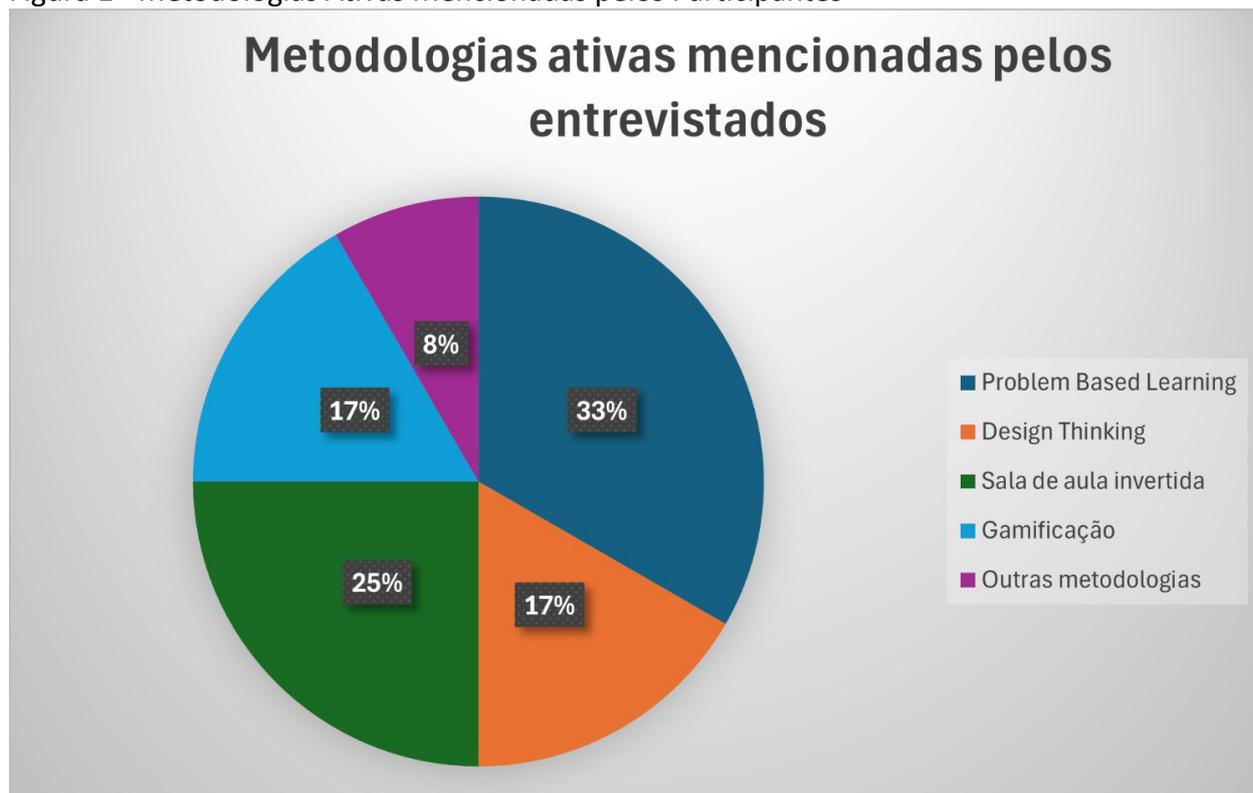
uso de metodologias ativas na prática do ensino. A análise do material coletado usou um processo rigoroso frente às fases definidas por Bardin (2011), como: 1) pré-análise, 2) exploração do material e 3) tratamento dos resultados. A convalidação do conhecimento científico e sua legitimação através da análise de conteúdo passam por uma apropriação e compreensão dessas fases em uma ação sistemática do pesquisador.

3 Resultados e discussões

Para localizar o leitor, participaram do estudo quinze participantes, sendo que nove foram mulheres. Entre os nove discentes participantes a média de idade foi 28 anos; entre os quatro docentes, 42 anos; e entre os dois gestores, 33 anos. Ao analisar o perfil dos discentes, professores e gestores da Escola de Negócios, observou-se que os participantes já utilizaram metodologias ativas no ramo em que atuam.

Os entrevistados utilizavam as metodologias ativas tanto na observação das aulas pelas percepções dos discentes, na forma de elaborar e ministrar suas disciplinas sob a visão dos docentes, e, como a gestão utiliza o uso de tais metodologias com sua equipe. As metodologias mencionadas pelos participantes foram: *Problem Based Learning (PBL)*, *Design Thinking*, Gamificação, sala de aula invertida, aprendizagem baseada em desafios, *Know, Want to Know, Learned (KWL)*, *Jigsaw Escape Room*, *World café*, *Nano Learning*, estudos de caso, *Sprint*, *Squads*, *Toolkit*, *Pitch*. Esse fato inspira a analisar as respostas buscando compreender os motivos pelos quais as metodologias ativas impactam no desenvolvimento do comportamento empreendedor. As metodologias mais citadas/mencionadas pelos entrevistados foram *Problem Based Learning*, *Design Thinking*, sala de aula invertida e gamificação (Figura 1).

Figura 1 - Metodologias Ativas Mencionadas pelos Participantes



Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

A metodologia mais citada nas entrevistas, PBL, a Aprendizagem Baseada em Problemas configura-se como uma prática-pedagógica focada no protagonismo do aluno, ou seja, nela o discente constrói seu próprio conhecimento, por meio da resolução de problemas reais que são desenvolvidos individualmente ou em equipe. O quadro 2 apresenta uma análise de conteúdo, que auxilia a compreender o uso das metodologias ativas de empreendedorismo e inovação no ensino superior e avaliar de que forma as metodologias impactam no desenvolvimento do comportamento empreendedor.

Considerando a apresentação dos resultados, verifica-se que o protagonismo do aluno é um ponto chave de discussão (ponto mais latente). Nesse sentido, Dollabela (2008) enfatiza que as universidades devem aproveitar-se do entusiasmo que possuem os jovens para promover o autoconhecimento, motivá-los para que estes busquem seus sonhos, e contribuam para desenvolver as características do empreendedorismo. A abordagem do ensino tradicional perde seu espaço principal, ampliando espaço para a educação empreendedora. É notável que a educação empreendedora tem forte relação com a necessidade de se estimular o protagonismo dos alunos (categoria mais mencionada).

Quadro 2 - Benefícios e Impactos das Metodologias Ativas no Comportamento Empreendedor

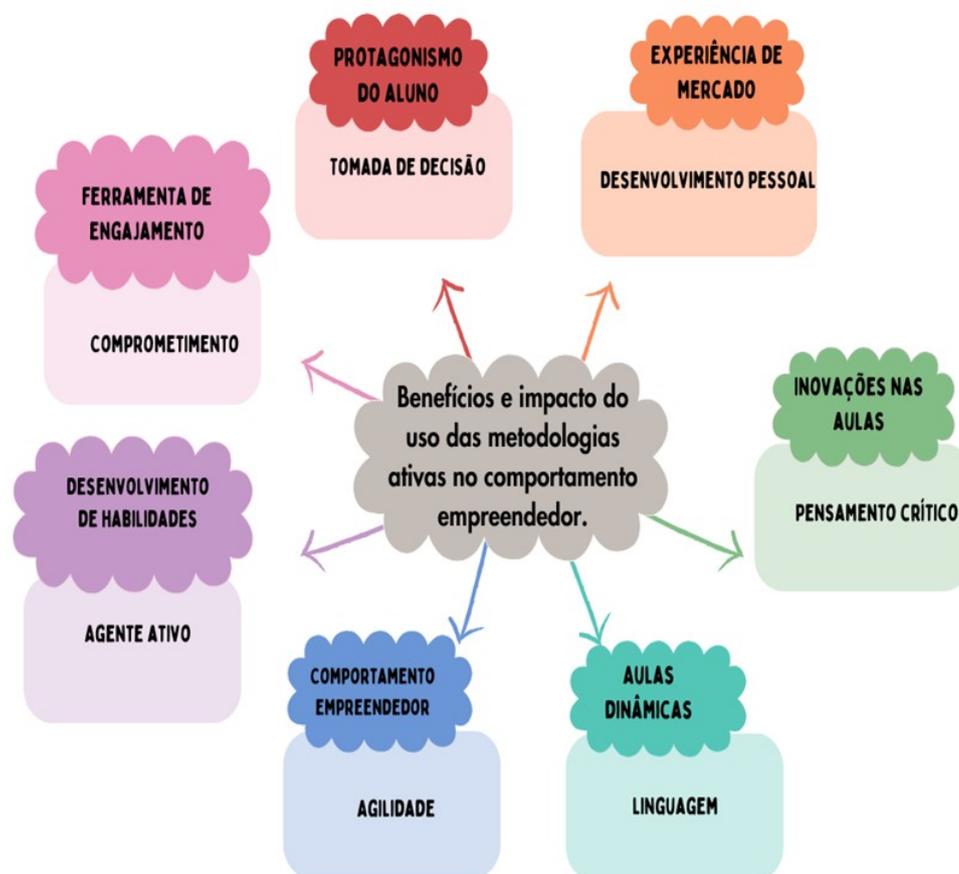
Categories - (Benefícios)	Enumeração	Evidências	Subcategorias (Impacto)
Protagonismo do aluno	14	“O professor tem um papel de incentivar, de ser o construtor disso, e tem uma responsabilidade grande, mas o protagonismo é do aluno”	Tomada de decisão
Experiência de mercado	4	“Foi muito interessante porque eles trouxeram exemplos de fora, de startups, do que hoje o mercado precisa. Então eu acho que as disciplinas... A de empreendedorismo, com certeza, vem mais. Mas as disciplinas, elas estão pensadas para desenvolver uma pessoa para o mercado”	Desenvolvimento pessoal
Ferramenta de engajamento	5	“Como o professor, como um facilitador e não mais só o detentor do conhecimento, como ele vai trazer as melhores ferramentas, trazer o melhor percurso para que o aluno se sinta engajado durante todo o percurso”	Comprometimento
Desenvolvimento de habilidades	5	“Acho que nesse sentido as metodologias ativas, elas deslocam o aluno para aquela zona de conforto do professor, tomando a frente de tudo como no conteúdo expositivo e colocando eles como protagonistas. Então a metodologia ativa é muito importante, porque ela vai ajudar o exercício dessas habilidades, de você chegar para o aluno e falar, agora é você, é você que vai ter que correr atrás disso daí, né?”	Agente ativo
Comportamento empreendedor	4	O comportamento empreendedor depende dessa parte da agilidade e por vezes da objetividade, para a gente não ficar só no mundo dos sonhos ou das ideias. E muito da comunicação e da colaboração. Então, a partir do momento que a gente usa metodologias ágeis no dia a dia, para entregar um projeto, para tomar a decisão, para montar ou que seja dos cursos ou das empresas, a gente tá aprendendo e tá se colocando nessa posição de aprendiz e se desafiando pra algo novo, mas nunca sozinho e sempre fazendo isso com outras pessoas também e aprendendo a ouvir e aprendendo com essas pessoas.	Agilidade
Aulas dinâmicas	3	“E, além desses espaços, né, os professores também recebem treinamentos de como adaptar essa linguagem mais tecnológica, mais inovadora, para que a gente possa conduzir as aulas de uma forma mais dinâmica”.	Linguagem
Inovações nas aulas	5	Eu procuro utilizar sempre metodologias ativas, né? <i>Problem-based learning</i> , então eu gosto de trazer a lógica da inovação, né.	Pensamento crítico

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

O protagonismo e o perfil empreendedor são assimilados com a utilização da abordagem baseada em metodologias ativas de ensino onde o aluno efetivamente se torna responsável pelo

seu aprendizado. A seguir apresenta-se a figura 2 com as percepções dos entrevistados sobre os benefícios e impacto do uso das metodologias ativas no comportamento empreendedor.

Figura 2 - Benefícios e impacto do uso das Metodologias Ativas no Comportamento Empreendedor



Fonte: Elaborada pelos autores, 2024.

Ao utilizar as metodologias ativas, e conforme a Glasser (2010) estas ferramentas proporcionam muito mais a retenção e aprendizagem do aluno. Neste sentido, percebe-se que as várias formas de hibridez no ensino auxiliam e fazem crescer o aprendizado. O processo educacional deve ampliar espaço para as metodologias ativas de aprendizagem que implementem o uso de tecnologias, do ensino dentro e fora da sala de aula, e assim alcançar habilidades de pensamento de ordem superior (Churches, 2009). Na sequência é apresentado a pirâmide de aprendizagem (Figura 3).

Figura 3- Pirâmide de Aprendizagem de William Glasser



Fonte: Adaptada de Glasser (2010).

De acordo com a pirâmide de aprendizagem de Glasser (2010), quanto mais ativos os alunos forem, sucessivamente aumentam a porcentagem de conteúdo retido, sendo o mesmo pilar da importância da utilização das metodologias ativas de ensino Glasser (2010). Muitos são os benefícios gerados através do uso das metodologias ativas. Pode-se citar aqui a Tomada de decisão; Desenvolvimento pessoal; Comprometimento; Agente ativo; Agilidade, Linguagem (Vocabulário) e Pensamento crítico.

Em relação à tomada de decisão, as metodologias ativas configuram-se como uma forma de trabalho alternativa, visando instigar a autoaprendizagem do aluno através de reflexão e análise do contexto, para fins de tomada de decisão (Mariano *et al.*, 2018). Desta maneira, o professor é um mediador e facilitador do processo educativo. A construção do conhecimento é realizada a partir da combinação entre duas variáveis: a situação de aprendizagem proposta pelo docente e o engajamento do aluno com essas atividades. Esta é uma educação mais efetiva, dinâmica, inovadora, e voltada para problematização da realidade e do trabalho em equipe (Krakauer *et al.*, 2017).

Assim, as metodologias ativas surgem como propostas de ensino, para viabilizar estratégias de aprendizagem com enfoque no estudante. Esta metodologia traz diversos desafios para o professor, pois o planejamento das aulas, promove a protagonismo no aluno, tornando-o responsável por sua aprendizagem, desenvolvendo habilidades e atitudes, pensamento reflexivo e crítico (Lopes *et al.*, 2016). Na sequência é apresentado o quadro 3 que orienta sobre pontos importantes das metodologias ativas, bem como, os impactos e potencialidades.

Quadro 3 - Impactos e Potencialidades das Metodologias Ativas

Desenvolvimento da Criatividade e Inovação	Estímulo à resolução de problemas de forma inovadora	Promoção da criatividade na busca por soluções	Capacidade de pensar fora da caixa para identificar oportunidades de negócio
Aprimoramento das Habilidades de Comunicação e Colaboração	Trabalho em equipe através de projetos práticos	Troca de ideias e feedback entre os membros do grupo	Comunicação eficaz para apresentar ideias e persuadir stakeholders
Fomento ao Pensamento Crítico e Tomada de Decisão	Análise profunda de problemas e oportunidades	Avaliação de riscos e benefícios de diferentes estratégias	Tomada de decisões fundamentada em dados e experiências
Estímulo ao Empreendedorismo Social e Sustentável	Sensibilização para questões sociais e ambientais	Desenvolvimento de soluções empreendedoras com impacto positivo	Integração de valores éticos e sustentáveis na cultura empreendedora

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

O aprendizado ativo estimula a criação de relações que façam um real sentido entre estudante e objeto estudado. Isso impacta numa maior autonomia para o estudante no que diz respeito à construção do conhecimento, visto que as suas escolhas refletem e reproduzem impactos práticos na sua vida. Sobre esta visão pedagógica, ressalta-se como potencialidades a valorização dos processos mentais e das habilidades cognitivas dos alunos; o foco no aprender fazendo e na valorização da experimentação, além, é claro, da visão do professor que agora atua como um mediador do processo (Silva, 2018).

4 Considerações Finais

Considerando-se o objetivo deste estudo de analisar a influência do uso das metodologias ativas no desenvolvimento do comportamento empreendedor, pode-se constatar que, o processo de educação empreendedora com o uso das metodologias ativas que envolvem a

utilização de práticas didáticas diferenciadas e gera um processo de aprendizagem a partir da experiencição, foram de fato adotadas na disciplina de desafio do empreendedorismo e em diversos momentos na sala de aula pelos docentes aqui analisadas, sendo que tais práticas e processos, estimularam o crescimento dos fatores compreendidos e desenvolvimento do comportamento empreendedor dos alunos elucidando como o protagonismo o ponto latente deste estudo.

Foi possível identificar as metodologias ativas utilizadas no ensino superior, uma vez que a partir das falas dos docentes, gestores, alunos de graduação e mestrado as metodologias ativas utilizadas foram *Problem Based Learning*, *Design Thinking*, Gamificação, sala de aula invertida, aprendizagem baseada em desafios, *KWL*, *Jigsaw Escape Room*, *World café*, *Nano Learning*, estudos de caso, *Sprint*, *Squads*, *Toolkit*, *Pitch*. Observou-se que, além das práticas didáticas, existem espaços modernos que propiciam, palestras de empreendedores de sucesso, visita a organizações, startups, os professores também recebem treinamentos de como adaptar essa linguagem mais tecnológica, mais inovadora, para conduzir as aulas de uma forma mais dinâmica, contemplando o modelo acadêmico baseado no conceito *Employer University*, com conexão com o mercado e com o ecossistema, juntamente com as trilhas de aprendizagem e empreendedorismo. Além disso, observando as respostas das entrevistas, percebe-se o professor como um facilitador e não mais só o detentor do conhecimento, como ele vai trazer as melhores ferramentas, trazer o melhor percurso para que o aluno se sinta engajado durante todo o trajeto da sua formação.

Verificou-se que várias habilidades foram desenvolvidas nos discentes. Dentre elas, tornaram-se agentes ativos, fazendo-os sair da zona de conforto, tomar a frente, serem protagonistas, incentivando para tomadas de decisões acertadas. Outras evidenciadas foram maior comprometimento, desenvolvimento pessoal, desenvolvimento do comportamento empreendedor e pensamento crítico.

De forma geral, pode-se apontar que a disciplina de Desafio do Empreendedorismo, por meio de práticas vivenciadas, promoveu o processo de aprendizagem empreendedora que, por sua vez, estimulou o desenvolvimento de habilidades nos alunos de graduação e mestrado que participaram das referidas disciplinas em direção ao comportamento empreendedor, além do gestores também colocarem metodologias ativas em práticas com os seus times, o que acaba contribuindo para a disseminação destas expertises como um todo.

Espera-se que esta pesquisa possa contribuir com os estudos referentes ao tema educação empreendedora e uso das metodologias em sala de aula oferecendo informações

relevantes para que universidades, professores e alunos percebam a importância de desenvolver, cada vez mais, métodos e técnicas que possam transmitir além dos conteúdos didáticos pertinentes à profissão do indivíduo, mas também estimular o indivíduo a questionar-se e a colocar-se como elemento propulsor de mudanças do ambiente em que vive. Através do uso das metodologias ativas com aulas mais dinâmicas, propondo resolução de casos, incentivando a abertura de negócios, mesmo que fictícios para treinarem seus conhecimentos, não esquecendo de abordar sempre a importância e o impacto dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).

Como limitações desta pesquisa, pode afirmar que alguns professores ainda permanecem com a forma de aula tradicional – aula expositiva, principalmente no que tange às disciplinas de cálculos e estatística, pois eles percebem que estas somente desta forma geram uma maior compreensão. Outro limitante foi o engajamento dos discentes de graduação para participarem das entrevistas já que muitos não responderam às solicitações de participação da pesquisa, diferente dos mestrandos, que prontamente se colocaram à disposição.

Como sugestão para estudos futuros recomenda-se que pesquisas neste sentido decorram de forma contínua em outras instituições de ensino superior, permitindo verificar a evolução e o desenvolvimento, tanto do comportamento dos alunos, quanto dos docentes, e estudar os grupos separadamente e fazer um estudo comparativo dos seus públicos pesquisados.

5 Referências

AIACHE, R. R. **Empreendedorismo**. Gama: UNICEPLAC, 2021. 42 p.

ALVARENGA, C. F. *et al.* Desafios do Ensino Superior para Estudantes de Escola Pública: um Estudo na UFLA. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 6, n. 1, p. 55-71, 2012. Disponível em: http://www.dae.ufla.br/pet/wp-content/uploads/2017/03/2011_ENGRP_OS-DESAFIOS-DO-ENSINO-SUPERIOR-1.pdf. Acesso em: 15 out. 2024.

ARRUTI, A.; PANOS-CASTRO, J. International entrepreneurship education for preservice teachers: a longitudinal study. **Education & Training**, v. 62, n. 7-8, p. 825-841, 2020. Disponível em: <https://www.emerald.com/insight/0040-0912.htm>. Acesso em: 15 out. 2024.

AUDET, J. L'Impact de deux projets de session sur les perceptions et intentions entrepreneuriales d'étudiants en administration. **Journal of Small Business and Entrepreneurship**, v. 17, n. 3, p. 221–238, 2004. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08276331.2004.10593321>. Acesso em: 15 out. 2024.

AUDRETSCH, D.; KEILBACH, M. Capital empreendedor e desempenho econômico Estudos Regionais. **Regional Studies**, v. 38, p. 949–959, 2004.

- AZZAAKIYYAH, H. K. O personagem de um empreendedor do livro do professor Musa Asy'arie Perspectiva. **Apolo: Revista de Turismo e Negócios**, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.58905/apollo.v1i1.7>. Acesso em: 08 nov. 2024.
- BELL, R.; BELL, H. An Enterprise Opportunity for Entrepreneurial Students: Student Enterprise Development and Experience Assessed through the Student Voice. **Education & Training**, v. 58, n. 7/8, p. 751-765, 2016. DOI: 10.1108/ET-12-2014-0150. Disponível em: <https://eprints.worc.ac.uk/4385/1/An%20Enterprise%20Opportunity%20for%20Entrepreneurial%20Students.pdf>. Acesso em: 15 out. 2024.
- BORGES, T. S.; ALENCAR, G. Metodologias ativas na promoção da formação crítica do estudante: o uso das metodologias ativas como recurso didático na formação crítica do estudante do ensino superior. **Cairu em Revista**, Ano 03, n° 04, p. 119-143 Jul/Ago 2014. Disponível em: <https://ufsj.edu.br/portal2-repositorio/File/napecco/Metodologias/Metodologias%20Ativas%20na%20Promocao%20da%20Formacao.pdf>. Acesso em: 15 out. 2024.
- BRICH, D. **Job creation in America**: How our smallest companies put the most people to work. Free Press. 1978.
- CASTRO, J. M. de; MONAT, A. Visualização dos resultados do Yahoo em nuvens de texto: uma aplicação construída a partir de web services. **Revista Brasileira de Design da Informação**, v. 5, n. 1, p. 21-35, 2008.
- CLARK, R. B. **The higher education system**: Academic organization in cross-national perspective. Berkeley and Los Angeles: University of California Press. 1983.
- CHURCHES, A. Bloom's Digital Taxonomy. Eduteka ICESU. 2009. Disponível em: <http://eduteka.icesu.edu.co/articulos/TaxonomiaBloomDigital>. Acesso em: 15 out. 2024.
- COLLIS, J.; HUSSEY, R. **Pesquisa em Administração**: um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação. 2. ed. Bookman. 2005.
- COLLINS, T. Y. Gender differences in entrepreneurship: A study of entrepreneurship in two Midwestern counties. Tese (Doutorado em Psicologia), Universidade de Capella, 2007. 147 p.
- DASPIT, J. J.; FOX, C. J.; FINDLEY, S. K. Entrepreneurial mindset: An integrated definition, a review of current insights, and directions for future research. **Journal of Small Business Management**, v. 61, n. 1, p. 12–44, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/00472778.2021.1907583>. Acesso em: 30 out. 2024.
- DIAWATI, P.; AUSAT, A. M. A.; AUGUSTIN, J. Creativity: How to Develop an Entrepreneurial Attitude of Creativity. **Journal on Education**, v. 5, n. 4, p. 11116–11122, 2023. Disponível em: <https://jonedu.org/index.php/joe/article/view/2036>. Acesso em: 20 out. 2024.
- DIESEL, A.; BALDEZ, A. L. S.; MARTINS, S. N. M. Os princípios das metodologias ativas de ensino: uma abordagem teórica. **Revista Thema**, Pelotas, v. 14, n. 1, p. 268-288, 2017.
- DOLABELA, F. C. **Oficina do empreendedor**: a metodologia do ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. Rio de Janeiro: Sextante. 2008.
- EDELMAN, L. F.; MANOLOVA, T. S.; BRUSH, C. G. Educação para o empreendedorismo: correspondência entre práticas de empreendedores nascentes e prescrições de livros didáticos para o sucesso. **Academy of Management Learning and Education**, v. 7, n. 1, p. 56-70, 2008. Disponível em: doi: 10.5465/amle.2008.31413862. Acesso em: 30 out. 2024.
- EDMONDSON, A. C.; MCMANUS, S. E. Methodological fit in management field research.

- Academy of Management Review**, v. 32, p. 1246e1264, 2007. Disponível em: <https://journals.aom.org/doi/10.5465/amr.2007.26586086>. Acesso em: 30 out. 2024.
- ETZKOWITZ, H.; WEBSTER, A.; GEBHARDT, C.; Terra, B. R. C. The future of the university and the university of the future: evolution of ivory tower to entrepreneurial paradigm. **Research Policy**, 29, 313e330, 2000. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0048733399000694>. Acesso em: 30 out. 2024.
- ETZKOWITZ, H. **The Triple Helix: University-industry-government Innovation in Action**. New York and London: Routledge, 2008.
- FAYOLLE, A. Opiniões pessoais sobre o futuro da educação para o empreendedorismo. **Empreendedorismo e Desenvolvimento Regional**, v. 25, n. 7–8, p. 692–701, 2013.
- FAYOLLE, A.; CASTAGNOS, J. C. Impact des formations à l'entrepreneuriat: vers de nouvelles méthodes d'évaluation. **Management International**, v. 10, n. 4, p. 43–52, 2006.
- FILATRO, A.; CAVALCANTI, C. C. **Metodologias Inovativas na educação presencial, a distância e corporativa**. 1. ed. Saraiva Educação S.A., 2018.
- GADZALI, S. S. *et al.* Women's Entrepreneurship: An Examination of Government Support and the Role of Knowledge Skills. **Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat**, v. 4, n. 1, p. 713–717, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.31004/cdj.v4i1.12464>. Acesso em: 03 nov. 2024.
- GLASSER, W. **Teoria da escolha: Uma nova psicologia de liberdade pessoal**. São Paulo: Mercuryo, 2001.
- GORMAN, G.; HANLON, D.; KING, W. Some Research Perspectives On Entrepreneurship Education, Enterprise Education And Education For Small Business Management: A Ten-Year Literature Review. **International Small Business Journal**, v. 15, n. 3, 1997.
- GROCCIA, J. E. What Is Student Engagement? **New Directions for Teaching and Learning**, v. 2018, n. 154, p. 11–20, 2018.
- GUIMARÃES, J. C. F. de. *et al.* Formação Docente: Uso de Metodologias Ativas Como Processo Inovador de Aprendizagem para o Ensino Superior. **XVI Mostra de Iniciação Científica**, UCS. 2015. Disponível em: <http://www.ucs.br/etc/conferencias/index.php/mostraucspgga/xvimostrappga/paper/viewFile/4740/1606>. Acesso em: 07 nov. 2024.
- Raharjo, IB, Ausat, AMA, Risdwiyanto, A., Gadzali, SS e Azzaakiyyah, HK (2023).
- HENRY, C.; HILL, F.; LEITCH, C. **Entrepreneurship education and training**. London: Routledge, 2017.
- HENRY, C.; HILL, F.; LEITCH, C. Entrepreneurship education and training: can entrepreneurship be taught?. **Part I, Education + Training**, v. 47, n. 2, pp. 98-111, 2005. Disponível em: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/00400910510586524/full/html>. Acesso em: 07 nov. 2024.
- JIATONG, W. *et al.* Impacto de Educação Empreendedora, Mentalidade e Criatividade na Intenção Empreendedora: Mediando Papel da Autoeficácia Empreendedora. **Fronteiras em Psicologia**, v. 12, p. 1–13, 2021.
- KAKOURIS, A. Teaching creativity in entrepreneurship: Embolden or discourage?. **Industry and Higher Education**, v. 35, n. 4, p. 465-470, 2021. Disponível em: [10.1177/095042221996640](https://doi.org/10.1177/095042221996640).

Acesso em: 07 nov. 2024.

KOUAKOU, K. K. E. *et al.* Evolution View of Entrepreneurial Mindset Theory. **International Journal of Business and Social Science**, v. 10, n. 6, p. 116–129, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.30845/ijbss.v10n6p13>. Acesso em: 07 nov. 2024.

KRAKAUER, P. V. C. **Ensino de empreendedorismo**: estudo exploratório sobre a aplicação da teoria experiencial. Tese de Doutorado. Apresentada a Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo. São Paulo, 2014.

KRUEGER JR., N.; REILLY, M. D.; CARSRUD, A. L. Competing Models of entrepreneurial intentions. **Journal of Business Venturing**, v. 15, p. 411–432, 2000. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0883902698000330>. Acesso em: 07 nov. 2024.

LARSEN, I. B. Promovendo uma mentalidade empreendedora: uma tipologia para alinhada estratégias com três conceitualizações dominantes de mentalidade empreendedora. **Indústria e Ensino Superior**, v. 36, n. 3, p. 236–251, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/09504222211038212>. Acesso em: 06 nov. 2024.

LIMA, E. *et al.* Opportunities to Improve Entrepreneurship Education: Contributions Considering Brazilian Challenges. **Journal of Small Business Management**, v. 53, n. 4, p. 1033-1051, 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/jsbm.12110>. Acesso em: 07 nov. 2024.

LINDBERG, E.; BOHMAN, H.; HULTÉN, P. Methods to enhance students' entrepreneurial mindset: a Swedish example. **European Journal of Training and Development**, v. 41, n. 5, p. 450–466, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/EJTD-10-2016-0078>. Acesso em: 07 nov. 2024.

LOPES, A. L. de S. *et al.* **Design Thinking na formação de professores como estratégia pedagógica de imersão**. UNIT, Aracaju: 2016, p. 115.

LOPES, J. L. *et al.* Metodologia da problematização: Estratégia de ensino para a aprendizagem do procedimento de terapia intravenosa. **Ciência Cuidado e Saúde**, v.15, n. 1, p. 187-193, 2016. Disponível em: <https://periodicos.uem.br/ojs/index.php/CiencCuidSaude/article/view/26436>. Acesso em: 07 nov. 2024.

MARIANO, A. M. *et al.* (2018). Results of the Active Methodology in Entrepreneurial Behavior: a Study conducted with Control Group. **Anais... PAEE International Symposium on Project Approaches in Engineering Education**, 2018.

MORRIS, M. H. Re-thinking Content: Teaching Students About Entrepreneurship Versus How to Be an Entrepreneur. **The Journal of Entrepreneurship**, v. 31, n. 2, p. 11–37, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/09713557221107434>. Acesso em: 07 nov. 2024.

NUVEM DE PALAVRAS. Disponível em: <https://wordcloud.online/pt>. Acesso em: 06 de maio 2024.

ORTIZ, M. P. *et al.* (Eds.). **Entrepreneurial universities exploring the academic and innovative imensions of entrepreneurship in higher education**. Switzerland: Springer, 2017.

PITTAWAY, L.; AÏSSAOUI, R.; FOX, J. (2018). Construcionismo social e oportunidade empreendedora. In: Ramoglou, S.; Karatas-Ozkan, M.; Fayolle, A. (Eds.). **Philosophical Reflexivity in Entrepreneurship**. London: Routledge, p. 44-65. 2018.

POTTER, J. G.; STOREY, D. (2007). Estrutura da OCDE para a avaliação de políticas e programas de empreendedorismo e PME. **OCDE**. Disponível em:

<https://cir.nii.ac.jp/crid/1130000796459683968>. Acesso em: 07 nov. 2024.

PUTRI, L. T.; RAHMAWATI, R.; DWIKA L. P. Formation of an Entrepreneur Mindset in Creating Competitiveness of Female Entrepreneurs. **International Journal of Social Science**, v. 2m, n; 1, p. 1179–1186, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.53625/ijss.v2i1.2363>. Acesso em: 07 nov. 2024.

QURESHI, S.; MIAN, S. Transfer of entrepreneurship education best practices from business schools to engineering and technology institutions: evidence from Pakistan. **The Journal of Technology Transfer**, v. 46, n. 2, p. 366-392, 2021. Disponível em: 10.1007_s10961-020-09793-7. Acesso em: 10 set. 2024.

RAHARJO, I. *et al.* Analysing the Relationship between Entrepreneurship Education, Self-Efficacy, and Entrepreneurial Performance. **Journal on Education**, v. 5, n. 4, p. 11566- 11574, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.31004/joe.v5i4.2106>. Acesso em: 07 nov. 2024.

REMBULAN, G.; TANNADY, H.; HADDAR, G.; AUSAT, A.; PRATIWI, E. Entrepreneurs Preference in Choosing Payment Method. **Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan**, v. 11, n. 2, p. 415-423, 8 fev. 2023.

SAID AHMAD, M. I.; IDRUS, M. I.; RIJAL, S. The Role of Education in Fostering Entrepreneurial Spirit in the Young Generation. **Journal of Contemporary Administration and Management (ADMAN)**, [S. l.], v. 1, n. 2, p. 93–100, 2023. DOI: 10.61100/adman.v1i2.28. Disponível em: <https://journal.literasisainsnusantara.com/index.php/adman/article/view/28>. Acesso em: 8 nov. 2024.

SILVA, A. G. da. Tendências pedagógicas: perspectivas históricas e reflexões para a educação brasileira. **Unoesc & Ciência – ACHS**, Joaçaba, v. 9, n. 1, p. 97-106, jan./jun. 2018.

SOUZA, A. M.; SARAIVA, L. A. S. Práticas e desafios do ensino de empreendedorismo na graduação em uma instituição de ensino superior. **Gestão & Regionalidade**, v. 26, n. 78, 64-77, 2010.

STAKE, R. E. **Pesquisa qualitativa**: estudando como as coisas funcionam. Porto Alegre: Penso, 2011, 263 p.

VEGA, G. The Undergraduate Case Research Study Model. **Journal of Management Education**, v. 34, n. 4, p. 574–604, 2010.

WARDANA, L. W. *et al.* The impact of entrepreneurship education and students' entrepreneurial mindset: the mediating role of attitude and self-efficacy. **Heliyon**, v. 6, p. e04922, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04922>. Acesso em: 10 set. 2024.

ZEMLYAK, S.; NAUMENKOV, A.; KHROMENKOVA, G. Measuring the Entrepreneurial Mindset: The Motivations behind the Behavioral Intentions of Starting a Sustainable Business. **Sustainability**, v. 14, n. 23, p. 15997, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.3390/su142315997>. Acesso em: 10 set. 2024.