

TEORIA TRIDIMENSIONAL DO EMPREENDEDORISMO E EDUCAÇÃO

Fabio Coelho Netto Santos Silva - fcns@usp.br
Alex Rilie Moreira Rodrigues - alexrilie@gmail.com
Paulo Henrique Bonavigo - pbonavigo@gmail.com

* Submissão em: 25/11/2022 | Aceito em: 21/05/2024

RESUMO

Este artigo objetivou analisar os estudos de educação empreendedora pela perspectiva da Teoria Tridimensional Empreendedora considerando a sua abordagem filosófica por meio das dimensões epistemológicas ou praxeológicas, axiológicas e ontológicas ou teleológicas. Para isto, definiu-se como objetivos específicos para investigação os seguintes: (a) identificar na Teoria Tridimensional do Empreendedorismo como correlacionar para a aplicação na educação empreendedora; (b) identificar estudos sobre educação empreendedora para se realizar o estudo; e (c) cruzar a Teoria Tridimensional do Empreendedorismo com a educação empreendedora para verificar sua viabilidade de aplicação. Para isto, valeu-se de método dedutivo, exploratório quanto aos objetivos e bibliográfico quanto aos procedimentos considerando as publicações nos Seminários de Administração da Universidade de São Paulo sobre ensino empreendedor. Como resultado, observou-se que a dimensão filosófica ontológica/teleológica é mais comum no ensino de empreendedorismo validando a viabilidade de análise dos artigos científicos pela perspectiva da Teoria Tridimensional Empreendedora.

Palavras Chaves: Empreendedorismo. Teoria Tridimensional. Educação Empreendedora.

THREE-DIMENSIONAL THEORY OF ENTREPRENEURSHIP AND EDUCATION

ABSTRACT

This article aimed to analyze entrepreneurial education studies from the perspective of the Entrepreneurial Three-Dimensional Theory, considering its philosophical approach through epistemological or praxeological, axiological and ontological or teleological dimensions. For this, the following were defined as specific objectives for investigation: (a) identify in the Three-dimensional Theory of Entrepreneurship how to correlate for application in entrepreneurial education; (b) identify studies on entrepreneurial education to carry out the study; and (c) crossing the Three-Dimensional Theory of Entrepreneurship with entrepreneurial education to verify its application viability. For this, a deductive, exploratory method was used regarding the objectives and bibliographic regarding the procedures, considering the publications in the Seminars of Administration of the University of São Paulo on entrepreneurial teaching. As a result, it was observed that the ontological/teleological philosophical dimension is more common in entrepreneurship teaching, validating the feasibility of analyzing scientific articles from the perspective of the Entrepreneurial Three-Dimensional Theory.

Keywords: Entrepreneurship. Three-Dimensional Theory. Entrepreneurial Education.

1 INTRODUÇÃO

O exercício empreendedor presente a muito tempo na sociedade, cada vez mais está na educação por meio de parcerias com as mais diversas instituições. Com isto em mente, este artigo problematiza: considerando a teoria tridimensional do empreendedorismo, como se dá a educação empreendedora? Como objetivo geral, analisar os estudos de educação empreendedora pela perspectiva da teoria tridimensional; e os objetivos específicos são (a) identificar na teoria tridimensional do empreendedorismo como correlacionar com a aplicação da educação empreendedora; (b) identificar estudos sobre educação empreendedora; e (c) cruzar teoria tridimensional do empreendedorismo com a educação empreendedora.

A compreensão da figura do empreendedor é repleta de significados e carrega consigo algumas perspectivas de leitura, em especial a econômica e a comportamentalista (BOAVA; MACEDO, 2008a). Aliando-se a crescente utilização do ensino voltado ao empreendedorismo (HASHIMOTO, 2013), observa-se a oportunidade de comparar a aplicação do ensino empreendedor com a Teoria Tridimensional do Empreendedorismo considerando as suas três dimensões.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Para uma compreensão da educação empreendedora, deve-se ter em mente a construção do conceito de empreendedorismo para em seguida identificar a orientação empreendedora na educação por meio da Teoria Tridimensional do Empreendedorismo.

2.1 O que se entende como empreendedorismo?

No final do século XVII e início do século subsequente o termo empreendedor descreve a pessoa que criava e conduzia projetos ou empreendimento. Considera-se Richard Cantillon como um dos criadores do termo empreendedorismo por ser um dos primeiros a diferenciar empreendedor (aquele que assume riscos) do capitalista (o que fornece o capital) já no século XVIII (DORNELAS, 2012). A adoção do termo inglês para designar o comportamento empreendedor significa espírito empreendedor (MAXIMIANO, 2011).

Atualmente o significado do termo é mais amplo considerando o empreendedor um motor da economia que desempenha a função social de identificar oportunidades e converter em valores

econômicos (HASHIMOTO, 2006), promove mudanças, inova (BOAVA; MACEDO, 2009; BOLTON; THOMPSON, 2000; DEGEN, 1989; DORNELAS, 2012; DRUCKER, 1986; FILION, 1999; SCHUMPETER, 1949) transforma oportunidades em negócios (DOLABELA, 2006; PEREZ; PIRES, 2006; VASCONCELLOS; DIAS; SOUZA NETO, 2008). Compreende-se também pela geração do autoemprego (trabalhador autônomo), empreendedorismo comunitário e intraempreendedorismo (DOLABELA, 2006). Associa-se a assumir os riscos psicológicos e sociais tendo as recompensas econômicas e de satisfação pessoal (GRZESZCZESZYN; VIER MACHADO, 2006) considerando seus sonhos, desejos, preferências e o estilo de vida que deseja (DOLABELA, 2006; FILION, 1999 PEREZ, 2006; VASCONCELLOS DIAS; SOUZA NETO, 2008). Utiliza estratégias agregadoras de valor em função dos ambientes e contextos (FARREL, 1993). Resulta de comportamento, diretrizes e práticas e não da personalidade (DRUKER, 2003). Aliás, existe ainda o chamado “virador”, aquele que desenvolve uma atividade criativa e improvisada para sobreviver (SILVA DA SILVA; PEREIRA, 2007).

As temáticas mais comuns no estudo do empreendedorismo são as características e a tipologia do empreendedor, suas motivações e os fatores de sucesso e fracasso dos empreendimentos (DELGADO; CRUZ; PEDROZO, 2008).

2.2 Empreendedorismo como ideologia

No final do séc. XIX e início do séc. XX se percebe uma confusão frequente entre empreendedor com os gerentes ou administradores (DORNELAS, 2012). Aliás, a dificuldade nos estudos do empreendedorismo e das empresas familiares decorre da falta de uma precisão conceitual (SCHMIDT; BOHNENBERGER, 2009).

Deve-se considerar que empreendedorismo, empreendedor e empreender são originárias da palavra francesa *entrepreneur* que, por sua vez advém lá pelos anos 1253 e 1289 do termo *entrepreneurs* com o significado de aquele que se encarrega e que faz alguma construção ou outra coisa. *Entrepreneurs*, por sua vez, vem de *entreprende*. Este vocábulo deriva de *entre* e de *prendre* significando atacar em 1140, enquanto entre 1174-1176 adquire o significado de interpelar, acusar. Entre 1176-1181 significa começar algo, levar a efeito, pôr-se a executar. Neste momento, a origem do termo é do latim *imprehendere* (GRZESZCZESZYN; VIER MACHADO, 2006) significando empresa laboriosa e difícil ou, ainda, pôr em execução (BOAVA; MACEDO, 2009b).

Na língua portuguesa, a origem de empreendedor vem de *empreendido* + *-or*. Há retomada da vogal temática *-e* em 1563 significando que ou aquele que empreende. Empreender possui o significado de (a) pessoa decidir realizar (tarefa difícil e trabalhosa) tentar; e (b) por em execução; realizar. Sendo seu primeiro registro na língua portuguesa entre 1712-1728 com o significado de tomar a resolução de fazer alguma ação, alguma obra etc. Quanto a empreendedorismo, não há registros nos dicionários por ser muito recente (BOAVA; MACEDO, 2009b).

Nos séculos XVIII e XIX na Europa, Cantillon acreditava que empreendedor era quem adquiria matéria-prima, processava de alguma forma e revendia com um preço incerto posteriormente. Ao lucrar de modo não previsto, havia inovado. Desta forma, insere o conceito de capitalismo de risco associando-o ao empreendedor. Nesta construção, Cantillon se vale do termo francês *entrepreneur*. Ingleses e americanos, neste período de Revolução Industrial, também adotam o termo influenciados pelos estudos econômicos desenvolvidos à época (BOAVA; MACEDO, 2009a).

Desta forma, *entrepreneur* passa a designar empreendedor em inglês e no primeiro registro de 1475 significa alguém que se responsabiliza por algo, um gerente, um controlador ou campeão em batalhas (LOPES; SANTOS; CLARO, 2008). Já em 1828 surge o significado de alguém que dirige ou administra entretenimentos musicais.

Em 1934 surge o termo *entrepreneurship* na língua inglesa qualificando a atividade de organizar, de controlar e de supor os riscos de uma empresa ou negócio que acaba sendo traduzida em português como empreendedorismo (BOAVA; MACEDO, 2008a). No entanto, *entrepreneurship* não poderia ser traduzido por empreendedorismo, pois o sufixo *ship* (acrescentado a *entrepreneur* na língua inglesa) equivale aos sufixos *mento*, *ade* etc. na língua portuguesa como se exemplifica em *relationship* = relacionamento, e *friendship* = amizade. Desta forma, *entrepreneurship* seria o mesmo que empreendedoridade, empreendedorimento etc. (BOAVA; MACEDO, 2009b).

O sufixo *-ismo* é utilizado para designar movimentos sociais, ideológicos, políticos, opinativos, religiosos e personativos. Refere-se a tomada de um partido, uma posição, um sistema, uma filosofia, uma circunstância (exemplo: nazismo, idealismo, capitalismo, judaísmo). Desta forma, percebe-se o acerto em se entender o empreendedorismo como uma espécie de ideologia moderna. Tanto que para algumas instituições, governos, mídia etc. o empreendedorismo possui um sistema próprio de ideias, verdades, crenças, tradições, mitos, finalidades e mitos atuando de forma interdependente com o sustento de grupos sociais, tais como incubadoras, Sebrae, governos, universidades etc. (BOAVA; MACEDO, 2009b).

Na pesquisa do empreendedorismo como ideologia, observam-se estudos apontando-o como um novo espírito capitalista, mesmo como a *ethos* do capitalismo atual ou a transcendência da cultura empreendedora dos negócios na direção das diversas esferas sociais. Esta ideologia direciona às transformações e provoca a mudança cultural advinda do coletivismo e solidarismo crescente e da nova perspectiva onde as soluções individuais são alcançadas na busca pela liberdade, igualdade e autonomia de forma a realização individual ser alcançada como proprietário e como consumidor (BOAVA; MACEDO, 2009b).

Nas pesquisas relacionadas ao ser empreendedor e suas características, à estrutura e à essência própria do ente, daquilo que é em si mesmo, quanto às suas diferenças e/ou relações com os outros entes (sentido ontológico), observam-se três abordagens por perspectivas diferentes (BOAVA; MACEDO, 2006; BOAVA; MACEDO, 2008a): (a) contexto: considerando as condições ou efeitos da ação empreendedora com origem na economia, sociologia e antropologia. Trata-se de uma espécie de sociologismo; (b) ator: o empreendedor em si, com origem na psicologia. Seria um psicologismo; e (c) ação: é quanto ao processo de empreender com origem nos estudos organizacionais. Trata-se um organologismo.

2.3 Teoria Tridimensional do Empreendedorismo

A Teoria Tridimensional do Empreendedorismo parte de uma perspectiva filosófica considerando as dimensões ontológicas, axiológicas e epistemológicas tal qual os debates acerca da tecnologia. Além do mais, pode-se considerar as finalidades (teleologia) do empreendedorismo nesta primeira contribuição da filosofia. Para tanto, ilustra-se os significados dos termos da seguinte forma (BOAVA; MACEDO, 2009a): (a) Ontologia: investiga o ser a partir de si mesmo considerando independente de suas determinações particulares. É a reflexão a respeito do sentido abrangente do ser, como aquilo que trona possível as múltiplas existências. Investiga-se o dado antes de ser fato da ciência e depois se transforme em colocações de difícil compreensão; (b) Axiologia: teorias do valor onde o objeto de estudo é a natureza dos valores e juízos valorativos. Sendo precioso para o ser, o valor contribui para seu crescimento. Podem ser valores econômicos, sociais, culturais etc. sendo cultural, o homem se fundamenta na língua, costumes, técnicas e valores. Ética e Estética são partes constituintes da axiologia; e (c) Epistemologia: investigando a origem e o valor do conhecimento humano em geral tendo em vista a sua natureza, etapas e limites, indaga as ciências (princípios, postulados, conclusões e métodos dos diferentes ramos do saber científico), além dos critérios de

verificação e de verdade, do valor dos sistemas científicos, seus paradigmas estruturais ou suas relações com a sociedade e a história.

O empreendedorismo pode ser investigado por meio de três perspectivas distintas (BOAVA; MACEDO, 2006; 2008; 2009a; 2009b): (a) contexto: condições ou efeitos da ação empreendedora, advém da economia, sociologia e antropologia. Pode-se definir como sociologismo: vê o empreendedor como um fato social; (b) ator: empreendedor, advém da psicologia. Pode-se definir como psicologismo: reduz o empreendedorismo à psique do empreendedor; (c) ação: processo empreendedor, advindo dos estudos organizacionais. Pode-se denominar de Organilogismo: preocupação com os aspectos organizacionais/administrativos da ação empreendedora e seus impactos.

Estas três abordagens não conversam entre si, daí se busca uma segunda contribuição filosófica em três conceitos que permitam entender as relações entre as diversas disciplinas (BOAVA; MACEDO, 2009a; 2009b): (a) interdisciplinar: correlação entre empreendedorismo e outras áreas do conhecimento. Caracteriza sua cientificidade; (b) multidisciplinar: empreendedorismo contendo, envolvendo e distribuindo-se por várias disciplinas e pesquisas. Característica científica; (c) transdisciplinar: empreendedorismo fora e além de si mesmo por respostas as suas indagações emergindo dados que proporcionam uma nova visão de sua natureza e realidade. Metaempreendedorismo por se assentar em bases metafísicas (no sentido de estar voltado para uma compreensão ontológica da realidade, ou seja, a partir da reflexão sobre o sentido abrangente do empreendedorismo como aquilo que torna possível suas múltiplas existências) e teleológicas (no sentido de atingir metas, fins ou objetivos últimos, considerando a finalidade como princípio explicativo fundamental na organização e transformações decorrentes da ação empreendedora). Característica filosófica (BOAVA; MACEDO, 2006; BOAVA; MACEDO, 2009b). Alguns estudos valem-se da inter e multidisciplinaridade, enquanto a trans não é utilizada. (BOAVA; MACEDO, 2009a).

Observa-se que o esboço da Teoria Tridimensional do Empreendedorismo é resultado da terceira contribuição da filosofia (BOAVA; MACEDO, 2009a): (a) Praxeologia: é uma teoria epistemológica ou ciência que estuda as leis, ações e o comportamento humano com o objetivo de atingir conclusões operacionais; (b) Axiologia: trata dos valores; e (c) Teleologia: identifica a presença de metas, fins ou objetivos últimos como forma de se conhecer a natureza, a sociedade e a humanidade considerando a finalidade como o princípio explicativo fundamental na organização e nas transformações da realidade.

Em uma compreensão do empreendedorismo além das duas dimensões habitualmente abordadas, ação e finalidade, identifica-se a ação. Desta forma, pela teoria tridimensional, o valor que é um elemento chave entra como fator de análise, conforme esquema operacional a seguir (BOAVA; MACEDO, 2009a):



A praxeologia estuda pelos seguintes eixos centrais, segundo Espinas (*apud* BOAVA; MACEDO, 2009b): (a) De análise: descrição analítica, tipologia, classificação e sistematização das habilidades práticas; (b) Ambiental: condições e leis determinantes da eficácia de atuação; e (c) Descritivo: início e formação das habilidades, métodos de aperfeiçoamento e de sua possível extinção. Para Von Mises (*apud* BOAVA; MACEDO, 2009b), a praxeologia considera o homem um ser para agir, ou seja, utiliza-se de meios para a obtenção de fins. Segundo Kotarbinski (*apud* BOAVA; MACEDO, 2009b), a praxeologia possui as esferas: (a) De conceitos: atividade é dirigida para um objetivo – uma missão, uma finalidade; (b) Crítica: e análise dos métodos de ação considerando a valorização e avaliação, a partir dos conceitos de eficiência e eficácia; e (c) Normativa: preceitos, normas, regulamentos, recomendações, proibições etc. para se aumentar a eficiência.

2.4 Educação empreendedora

Cresce a disciplina de empreendedorismo nos mais variados cursos e instituições de ensino no estímulo a criação de novos negócios ou mesmo para se adotar o comportamento empreendedor (SCHMIDT; CIELO, 2008).

Predomina no ensino de empreendedorismo o método processual valendo-se de estudos de caso e da construção de planos de negócio na expectativa de que uma realização das etapas adequadamente garanta maiores índices de sucesso. No entanto, esta abordagem processual deixa passar o aspecto cognitivo na avaliação das oportunidades e na criação e desenvolvimento de negócios que, por outro lado, os estudos de caso fornecem. É neste cenário que alguns estudos se

dirigem na linha do empreendedorismo como método, pois assim as oportunidades são definidas como o resultado das ações e interações dos indivíduos com o ambiente externo e o objeto de análise passa a ser a relação do empreendedor com as coisas e/ou pessoas necessárias para essas oportunidades existirem (SALUSSE; ANDREASSI, 2016).

Quanto às metodologias de ensino para o empreendedorismo, Silva e *et al.* (2020) propõem priorizar a prática para forçar o aluno a lidar com situações mais próximas da vida real onde o aprender e o aplicar ocorram simultaneamente. Daí a necessidade de se adequar as práticas didático-pedagógicas para se alcançar os objetivos. Os autores apresentam algumas sugestões de metodologias para a educação empreendedora buscam tornar o aluno como principal agente da sua própria aprendizagem.

As instituições sofrem problemas para conseguir se transformar em uma universidade de fato empreendedora, como a estrutura organizacional, as tradições e regulamentos culturais que tornam difícil para seu corpo docente e estudantes desenvolver o conhecimento e apropriar-se do valor esperado, mesmo tendo em vista o papel primordial em nível global das universidades empreendedoras (LARA; *et al.*, 2020). Ao se cruzar o ensino de negociação com o de empreendedorismo, percebe-se total adesão devido aos aspectos inerentes às duas disciplinas (ARANHA, 2007): (a) incerteza e complexidade; (b) cultura; (c) visão; e (d) estratégia de ensino-aprendizagem.

O ensino de empreendedorismo tem demonstrado nos mais diferentes cursos de graduação resultados positivos (SCHMIDT; CIELO, 2008). No entanto, em determinadas faculdades, as expectativas dos alunos de graduação de administração e de engenharia não são integralmente atendidas. (PEREZ; PIRES, 2006; ROCHA; FREITAS, 2014). Por outro lado, as metodologias de ensino mais comuns são (SALUSSE; ANDREASSI, 2016): aulas expositivas; livro-texto; estudos de caso; vídeos; reflexão sobre a prática; e ferramenta multimídia (site). As menos recorrentes são: coaching (mentores); ferramentas de diagnóstico; criatividade; dinâmicas; desafios reais; desenvolvimento de cliente; design thinking; teste de hipóteses; modelos de negócios; pitch; e negociação.

3 METODOLOGIA

Este estudo de método dedutivo, exploratório quanto aos objetivos, bibliográfico quanto aos procedimentos e qualitativa quanto a abordagem do problema tendo por objeto a educação

empreendedora (PRODANOV; FREITAS, 2013) e, para tal, considera publicações nos Seminários de Administração da Universidade de São Paulo que investigaram como se dá o ensino empreendedor em diversos institutos e universidades.

Para este estudo, levantou-se na Teoria Tridimensional Empreendedora pontos que possibilitem identificar quais as dimensões presentes no processo de ensino, segundo o apontado pelos autores das referidas pesquisas. Em seguida, cruzou-se os pontos com os dados dos textos no sentido de validar as dimensões presentes em maior ou menor grau, caso se tenha.

4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Para o estudo praxeológico, a ação representa o início do empreendedorismo, pois da ação vem o projeto de empreender.

4.1 Teoria tridimensional como ferramenta de análise

Quanto a ação empreendedora, a economia, psicologia, administração etc. podem muito bem analisar por verificar congruências entre o tipo empreendedor e os tipos de empreendedorismo, bem como considerar o contexto da ação com a formação do empreendedor. Ainda mais considerando que o empreendedor é um ser cultural e social (BOAVA; MACEDO, 2009a). O empreendedorismo é predominantemente analisado nos estudos científicos a partir das perspectivas: (a) **economista**: estudando a inovação; e (b) **comportamentalista**: estuda perfil empreendedor. Destas perspectivas, gera-se o dualismo explicação *versus* compreensão. Como dimensões, considera-se ainda: (a) consciência; (b) história de vida; (c) relações sociais (BOAVA; MACEDO, 2008b). Observa-se, desta forma, que a própria prática da educação empreendedora por si já atende a esta dimensão da ação pela teoria tridimensional. No entanto, deve-se considerar se o ensino considera as dimensões axiológicas (valor) e ontológicas (teleologia / finalidade) como conteúdo do ensino.

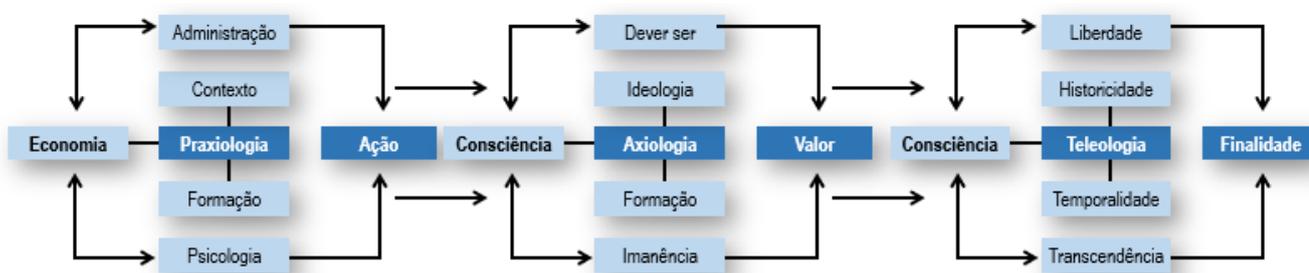
Quanto ao valor empreendedor, trata-se do resultado da ação empreendedora que adquire um conjunto de valores para sua prática. Nesta dimensão tem-se em mente que os conceitos fundamentais na análise axiológica da teoria são: (a) **imanência**: trata do mundo concreto, a realidade posta e se opõem à transcendência, que está fora. É a essência, o *eidós* do empreendedor. O valor agrega ação e a finalidade; (b) **ideologia**: considera o aspecto social, a percepção das pessoas sobre o estar empreendedor. Percebe-se envolver todas as esferas da vida cotidiana; (c) **consciência**: é a forma pela

qual se escolhe os valores iluminando o Dever Ser. Guia a valoração que o norteia na busca de seus fins; (d) **Dever Ser**: Trata-se de um Dever Ser, onde o sujeito consciente e racional é o Ser e o Dever é uma espécie de moral, de obrigação. A consciência guia na ação para a formação cultural de modo a se moldar o mundo a sua semelhança, trata-se do Dever Ser. O Ser torna-se o Dever Ser; e (e) **formação**: o valor não está no sujeito e nem no objeto, está no homem. O mesmo vive em um mundo repleto de valores e o força sempre a uma escolha, portanto, impossível ser indiferente aos valores, até porque é como quer ser, como quer agir, considerando o querer como uma decisão consciente (BOAVA; MACEDO, 2009a).

Quanto à finalidade, seus componentes centrais são (BOAVA; MACEDO, 2009a): (a) **temporalidade e historicidade**: tanto empreendedor como empreendedorismo se dão em um período histórico e temporal, deste modo, depende do momento histórico e é sempre provisório. É temporário, pois nenhuma ação empreendedora é eterna; (b) **liberdade**: impulsiona o ser, independentemente do motivo estimulador do desejo empreendedor. É a essência do empreendedorismo, pois o ser só é livre se estiver empreendendo continuamente. A finalidade é conquistada com a liberdade; (c) **transcendência**: meio em que o empreendedorismo e o empreendedor ultrapassam a sua realidade imediata alcançando o mundo objetivo e a liberdade.

Em seguida, observa-se o esquema representativo da teoria tridimensional:

FIGURA 01 – Teoria Tridimensional do Empreendedorismo



FONTE: Boava; Macedo, (2009a, p. 12).

4.2 Teoria tridimensional e a educação empreendedora

Considerando as discussões trazidas nos artigos publicados nos Seminários de Administração da Universidade de São Paulo (ANJOS; *et al.*, 2006; ANTONELLO; DUTRA, 2006; ARANHA, 2007; JOHANN; *et al.*, 2020; MELO; PEREREIRA; ALMEIDA, 2007; PEREZ; PIRES, 2006;

SCHMIDT; CIELO, 2008; SILVA; *et al.*, 2020; TAVARES; PASIN, 2020) observou-se que, por dimensão, os resultados foram os seguintes:

- Ação empreendedora: 35% dos acadêmicos de administração já atuaram na gestão de algum negócio (ANJOS; *et al.*, 2006); estudante empreendedor lidar com os parâmetros globais (ARANHA, 2007); financiamento de terceiros à pesquisa como principal fator relevante e crucial para uma universidade empreendedora privada obter sucesso e estabelecer seu vínculo com a empresas (TAVARES; PASIN, 2020).
- Valor empreendedor: projeto pedagógico nascendo da própria realidade (ANTONELLO; DUTRA, 2006); atitude empreendedora e inovadora (JOHANN; *et al.*, 2020); grande relevância do tema empreendedorismo (PEREZ; PIRES, 2006); segundo estudantes do ensino médio/técnico: (a) beneficia a carreira; (b) pessoas próximas influenciam; e (c) inovação, liderança na equipe e a administração do tempo com menor desempenho (SILVA; *et al.*).
- Finalidade empreendedora: ganhos financeiros (ANJOS; *et al.*, 2006); atividades capazes de integrar saber, saber-fazer e saber ser/conviver (ANTONELLO; DUTRA, 2006); maior liberdade, controle dos processos, responsabilidade, autonomia, viver com a incerteza e vulnerabilidade do ambiente (ARANHA, 2007); aquisição de atitude e característica empreendedora (JOHANN; *et al.*, 2020); educação empreendedora mais flexível e profissional como requer o contexto laboral (MELO; PEREREIRA; ALMEIDA, 2007); ensino de empreendedorismo contribui na evolução das características empreendedoras dos acadêmicos, em especial estabelecimento de metas e comprometimento (SCHMIDT; CIELO, 2008).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Objetivando analisar os estudos de educação empreendedora pela perspectiva da Teoria Tridimensional do Empreendedorismo, descobriu-se que três publicações apontaram a dimensão ação empreendedora (epistemológico / praxeológico), quatro o valor empreendedor (axiológica) e seis para a finalidade empreendedora (ontológica / teleológica).

Quanto ao objetivo específico identificar na teoria como correlacionar com a aplicação da educação empreendedora, há a viabilidade para a análise ao considerar a ação, o valor e a finalidade empreendedoras. Já quanto a identificar estudos sobre educação empreendedora, a possibilidade é

perceptível com um recorte de estudos científicos. Ao se cruzar com a educação empreendedora, o resultado foi obtido ao se valer dos termos e expressões nos resultados dos estudos considerando cada uma das dimensões da teoria.

Como limitações ao estudo, destaca-se o recorte a um evento científico apenas e o fato de se tratar de um estudo exploratório bibliográfico.

Recomenda-se para os estudos futuros aplicar questionários em instituições com o ensino de superior para validar a viabilidade de aplicação da Teoria Tridimensional Empreendedora, bem como valer-se de uma amostra de publicações mais abrangente.

REFERÊNCIAS

ANJOS, Gilney Christierny Barros dos; *et al.* A percepção empreendedora dos estudantes de graduação: um estudo de caso no curso de administração da UFCG. **XI Semead – Seminários de Administração**, São Paulo: Universidade de São Paulo, 2006.

ANTONELLO, Claudia Simone; DUTRA, Marina Laura da Silveira. Reconstrução do projeto pedagógico: o desenvolvimento de competências de alunos do curso de administração com foco no empreendedorismo. **XI Semead – Seminários de Administração**, São Paulo: Universidade de São Paulo, 2006.

ARANHA, Elzo Alves. Negociação e empreendedorismo: explorando os aspectos essenciais nos cursos de graduação em administração. **XII Semead – Seminários de Administração**, São Paulo: Universidade de São Paulo, 2007.

BOAVA, Diego L. T; MACEDO, Fernanda M. F. Aspectos ontológicos do empreendedorismo. **XIII Semead – Seminários de Administração**, São Paulo: Universidade de São Paulo, 28-29 ago. 2008a.

_____. Dimensões epistemológicas da pesquisa em empreendedorismo. **XXXII EnAnpad - Encontro da Anpad**, Rio de Janeiro, 06 a 10 set. 2008b.

_____. Esboço para uma teoria tridimensional do empreendedorismo. **XXXIII EnAnpad - Encontro da Anpad**, São Paulo, 19 a 23 set. 2009a.

_____. Estudo sobre a essência do empreendedorismo. **XXX EnAnpad - Encontro da Anpad**, Salvador, 23 a 27 set. 2006.

_____. Sentido axiológico do empreendedorismo. **XXXIII EnAnpad - Encontro da Anpad**, São Paulo, 19-23 set. 2009b.

BOLTON, Bill; THOMPSON, John. *Entrepreneurs Talent, temperament, technique*. Oxford:

Butterworth Heinemann, 2000.

DEGEN, Ronald J. **O empreendedor fundamentos da iniciativa empresarial**. São Paulo: Makron Books, 1989.

DELGADO, Natalia Aguilar; CRUZ, Luciano Barin; PEDROZO, Eugenio Avila; NUNES DA SILVA, Tania. Empreendedorismo orientado para a sustentabilidade: as inovações no caso da Volkman. **Cadernos EBAPE.BR, São Paulo**, v. 6, n. 3, set. 2008.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. São Paulo: Editora de Cultura, 2006, p. 25-26.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. Edição comemorativa de 10 anos. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.**

DRUCKER, Peter F. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios**. São Paulo: Pioneira Thomson, 2003.

DRUCKER, P. **Innovation and entrepreneurship**. New York: Harper Perennial, 1986.

ESCARLATE, Luiz Felipe. **Aprender a empreender**. Brasília: Fundação Roberto Marinho, SEBRAE, 2010.

FARREL, L.C. **Entrepreneurship: fundamentos das organizações empreendedoras**. São Paulo: Atlas, 1993.

FILION, Louis Jacques. Diferenças entre sistemas gerenciais de empreendedores e operadores de pequenos negócios. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo: EAESP / FGV, out./dez. 1999.

GRZESZCZESZYN, Geverson; VIER MACHADO, Hilka. Empresas familiares no setor moveleiro em Guarapuava, Paraná. **XI Semead – Seminários em Administração da USP**. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2006.

HASHIMOTO, Marcos. **Espírito empreendedor nas organizações: aumentando a competitividade através do intra-empreendedorismo**. São Paulo: Saraiva, 2006.

_____. **Um retrato dos centros de empreendedorismo nas IES brasileiras**. (IN:) SANTOS, Carlos Alberto (coord.) Pequenos negócios: desafios e perspectivas. Brasília: Sebrae, 2013.

KIRZNER, I. M. **Competition and entrepreneurship**. Chicago: Chicago University Press, 1973.

JOHANN, Gabriela Bertoletti; *et al.* A contribuição do curso de administração no desenvolvimento de atitudes empreendedoras e inovadoras dos seus discentes. **XXIII Semead – Seminários em Administração**, São Paulo: Universidade de São Paulo, nov. 2020.

LARA, Ana Cláudia; *et al.* Universidade empreendedora: um estudo bibliométrico acerca da produção científica. **XXIII Semead – Seminários em Administração**, São Paulo: Universidade de São Paulo, nov. 2020.

LOPES, Camila Papa; SANTOS, Moacir Bispo dos; CLARO, José Alberto Carvalho dos Santos. O

empreendedorismo no Brasil e o processo de inovação: o caso Mauá. **XIII Semead – Seminários em Administração da USP**. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2008.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Administração para empreendedores**: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

MELO, Pedro Antônio de; *et al.* Mudanças e desafios organizacionais na contemporaneidade: contribuições e tendências da universidade na formação de profissionais para o segmento empresarial. **XII Semead – Seminários em Administração da USP**. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2007.

PEREZ, Gilberto; PIRES, Marcel Ginotti. A compreensão do empreendedorismo para os alunos concluintes dos cursos de administração e engenharia. **Semead – Seminários em Administração da USP**. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2006.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

ROCHA, Estevão Lima de Carvalho; FREITAS, Ana Augusta Ferreira. Avaliação do Ensino de Empreendedorismo entre Estudantes Universitários por meio do Perfil Empreendedor. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 18, n. 4, Rio de Janeiro: Anpad, jul.-ago. 2014, p. 465-486

SALUSSE, Marcus Alexandre Yshikawa; ANDREASSI, Tales. O Ensino de Empreendedorismo com Fundamento na Teoria *Effectuation*. **Revista Administração Contemporânea**, v. 20, n. 3, Rio de Janeiro: mai./jun. 2016, p. 305-327.

SAY, Jean Baptiste. **Tratado de economia**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.

SCHMIDT, Carla Maria; CIELO, Ivanete Daga. Ensino de empreendedorismo em administração: contribuição para a formação de perfil empreendedor. **XIII Semead – Seminários em Administração da USP**. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2008.

SCHMIDT, Serje; BOHNENBERGER, Maria Cristina. Perfil empreendedor e desempenho organizacional. **RAC**, Curitiba, v. 13, n. 3, art. 6, jul/ago. 2009.

SILVA, Claricy Lima da; *et al.* Educação empreendedora: uma experiência a partir dos jovens do ensino. **XXIII Semead - Seminários em Administração**, São Paulo: Universidade de São Paulo, nov. 2020.

SILVA DA SILVA, Mirella; PEREIRA, José Claudio. O “virador”: estilo de sobrevivência do empreendedor brasileiro. **Revista Científica da FAI**, Santa Rita do Sapucaí-MG, v. 7, n. 1, 2007.

SCHUMPETER, Joseph A. **The theory of economic development**. Harvard University Press, 1949.

TAVARES, Kauê dos Santos; PASIN, Luiz Eugênio Veneziani. Universidades privadas empreendedoras: uma revisão integrativa. **XXXIII Semead – Seminários em Administração da USP**. São Paulo: Universidade de São Paulo, nov. 2020.

VASCONCELLOS DIAS, Tania Regina Frota; SOUZA NETO, Silvestre Prado de. Características



e estratégias de inovação dos ganhadores do Prêmio Top Empresarial: um modelo de empreendedorismo de sucesso. **XIII Semead – Seminários em Administração da USP**. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2008.