

Área Temática: Empreendedorismo - A figura do empreendedor: perfil, personalidade e competências

AUTORES

ROBERTO RODRIGUES RAMOS

Universidade Federal do Ceará
robertoramos@cariri.ufc.br

BRUNA PAIVA SOARES

Universidade Federal do Ceará - Campus Cariri
brunapaivasoares@gmail.com

INGRID MAZZA MATOS

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
ingridmazza@gmail.com

THIAGO DE BRITO OLIVEIRA

Universidade Federal do Ceará (Campus Cariri)
thiagodebritooliveira@gmail.com

Formação de empreendedores: o papel do curso de administração

Resumo

O presente estudo buscou verificar se o curso de graduação em Administração influencia na formação do perfil empreendedor dos alunos. Essa verificação se deu através da comparação das características empreendedoras encontradas nos alunos novatos com os alunos dos últimos semestres do curso. A pesquisa foi realizada em instituições de ensino superior localizadas na cidade de Juazeiro do Norte-CE. Através desse artigo, busca-se responder ao seguinte questionamento: a formação superior em Administração influencia na formação do perfil empreendedor dos alunos da cidade de Juazeiro do Norte - CE? O estudo utilizou 178 estudantes que responderam a um questionário, do tipo Likert: o respondente deve escolher um dos cinco níveis de concordância (discordo totalmente; discordo em parte; não concordo, nem discordo; concordo em parte; e concordo totalmente). Tal instrumento foi dividido em dois blocos de questões: o primeiro contém a identificação dos respondentes; o segundo bloco possui questões referentes às dimensões da pesquisa. O questionário contém 43 questões abrangendo 06 dimensões do perfil empreendedor. Os resultados não apresentaram diferenças significativas entre os alunos iniciantes e os alunos veteranos do curso citado na maioria das dimensões pesquisadas, podendo-se concluir que o curso de graduação em Administração não está influenciando na formação de empreendedores.

Palavras-chave: Empreendedorismo; educação empreendedora; graduação em Administração.

Abstract

This study sought to determine whether the undergraduate program in business administration influences the formation of the entrepreneurial profile of students. This check is made by comparing the features found in entrepreneurial novice students with students in recent

semesters. The survey was conducted in institutions of higher education located in the city of Juazeiro do Norte-CE. Through this article, we seek to answer the following questions: a degree in administration influences the formation of the entrepreneurial profile of students in the city of Juazeiro do Norte - CE? The study used 178 students who responded to a questionnaire, the Likert scale: the respondent must choose one of five levels of agreement (strongly disagree, partly disagree, not agree or disagree, partly agree, and strongly agree). This instrument was divided into two blocks: the first contains the identification of respondents, the second block has issues relating to the size of the search. The questionnaire contains 43 questions covering 06 dimensions of the entrepreneurial profile. The results showed no significant differences between beginning students and veteran students of the mentioned in most dimensions studied, and it can be concluded that the undergraduate degree in Business Administration is not influencing the training of entrepreneurs.

Keywords: Entrepreneurship, entrepreneurial education, degree in Business Administration.

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é fator de grande importância para a economia de um país. No Brasil os empreendedores são responsáveis por grande parte dos empregos gerados. Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, SEBRAE – um serviço social autônomo administrado principalmente pela iniciativa privada – em pesquisa de 2009, as micros e pequenas empresas representaram 52,27 % do total de empregos formais gerados no Brasil.

Tal importância do empreendedorismo pode ser explicada por sua contribuição para o desenvolvimento político-econômico da sociedade: ao mesmo tempo em que atua como fator de equilíbrio da estrutura empresarial (valor político), é uma importante fonte geradora de empregos, renda e produção de bens (valor econômico).

O Brasil pode ser considerado um país essencialmente empreendedor. Segundo (SEBRAE 2011), anualmente, são criados mais de 1,2 milhão de novos empreendimentos no Brasil, dos quais, mais de 99% são micro e pequenas empresas e empreendedores individuais. Sendo que essas micro e pequenas empresas são responsáveis por mais da metade dos empregos de carteira assinada no país. “Os empregos gerados por micro e pequenas empresas tiveram crescimento interrupto de fevereiro de 2009 a agosto de 2011, com exceção dos meses de dezembro” (SEBRAE, 2011, apud LIMA *et al.*, 2011, p.15).

Entretanto muitas microempresas fecham as portas com poucos anos de existência, caracterizando grande mortalidade das mesmas. Existem várias razões para a falência precoce das microempresas, porém a mais preocupante é a falta de preparo dos potenciais empreendedores para gerir seus futuros negócios (SEBRAE, 2007).

Dentre os estudos encontrados na literatura sobre empreendedorismo, destacam-se os referentes ao perfil psicológico do empreendedor (PATI, 1995; LOPES; SOUZA, 2005; PORCARO, 2006; PERERA, 2008). Estes estudos demonstram que certas características diferenciam os empreendedores do restante da população. O presente estudo foi motivado pela idéia de explorar as principais dimensões psicológicas e comportamentais envolvidas no processo empreendedor, permitindo, desse modo, elaborar o perfil de um empreendedor e analisar a influência da formação superior em Administração no desenvolvimento do citado perfil.

Diversos estudos publicados se propuseram a verificar como se dá a formação empreendedora, qual a importância dessa formação para o desenvolvimento da economia de um país e se as instituições de ensino vêm realizando o papel de formadoras de empreendedores (DOLABELA, 1999; DAVID *et al.*, 2001; BATISTA, 2004; PERERA, 2008). Porém há poucos estudos que buscam medir se o curso de Administração, ou até as Instituições de Ensino Superior como um todo, estão de fato formando empreendedores.

A relevância deste trabalho percebe-se através da realidade brasileira: as relações de trabalho em constante mudança; o emprego cada vez mais escasso; e o crescente número de microempresas abertas anualmente (SEBRAE, 2010).

Muitos empreendedores não possuem conhecimentos básicos a respeito do mercado onde pretendem atuar, não entendem de controles financeiros nem de planejamento estratégico. Tal carência de conhecimento acaba resultando em decisões equivocadas, processos trabalhistas e, muitas vezes, falência.

Os cursos de Administração podem atuar como formadores de empreendedores, fornecendo o conhecimento necessário à prática empreendedora e desenvolvendo as habilidades requeridas para empreender com sucesso. Esta pesquisa procurará verificar se os cursos de Administração localizados na cidade de Juazeiro do Norte - CE estão desempenhando tal papel e identificar quais aspectos da formação superior em Administração atuam na fomentação do chamado perfil empreendedor.

Diante desta situação, cabe um questionamento: a formação superior em Administração influencia na formação do perfil empreendedor dos alunos da cidade de Juazeiro do Norte - CE?

A partir deste questionamento, e das justificativas apresentadas inicialmente, definiu-se como objetivo geral deste trabalho o seguinte:

- Identificar se a formação superior em Administração influencia na formação do perfil empreendedor dos estudantes da cidade de Juazeiro do Norte - CE. Para atingir este objetivo geral, foram definidos os seguintes objetivos específicos para o trabalho:

- Examinar quais as dimensões que compõem o perfil empreendedor.

- Verificar se os alunos de graduação em Administração da cidade de Juazeiro do Norte apresentam o perfil empreendedor.

- Comparar o perfil empreendedor dos alunos dos semestres iniciais dos cursos de administração com os dos semestres finais.

O artigo está dividido em cinco seções. A primeira é esta, introdutória, que se propõe a apresentar e contextualizar o tema, apresentando também o problema da pesquisa, os objetivos geral e específico, a justificativa do tema e a estrutura do trabalho. A segunda seção aborda aspectos teóricos sobre empreendedorismo, utilizando-se de aspectos conceituais para apontar as características que estão presentes no perfil empreendedor, além da atual situação da formação empreendedora presente em cursos de graduação em Administração. A terceira seção trata do delineamento metodológico, apresentando a metodologia utilizada na pesquisa e que caminho foi percorrido para que se alcançasse os objetivos propostos. A quarta seção demonstra os resultados obtidos na pesquisa e as discussões levantadas a partir dos mesmos. A quinta seção traz as considerações finais a respeito da realização e dos resultados da pesquisa e recomendações para futuros trabalhos.

2 REVISÃO TEÓRICA

A criação de novos empreendimentos contribui para o desenvolvimento econômico, porém é importante que tais empreendimentos sejam sustentáveis e duradouros. Para Schumpeter (*apud* LOPES JR; SOUZA, 2005) o empreendedorismo é o que impulsiona esse desenvolvimento. Desse modo é necessário que se realizem estudos sobre tal conceito para que seja possível a criação de ambientes que sejam favoráveis à formação empreendedora.

Para avançar na compreensão destes processos, se faz necessário definir o que é empreendedorismo e o que é ser empreendedor.

2.1 Empreendedorismo

A palavra empreendedorismo é uma livre tradução da palavra inglesa *entrepreneurship*. Esta palavra pode ser definida como “o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades” (DORNELAS, 2008, p.22).

Dornelas (2008) faz uma análise histórica e atribui à primeira definição de empreendedorismo a Marco Pólo, sendo o empreendedor aquele que assume os riscos de forma ativa, físicos e emocionais, e o capitalista assume os riscos de forma passiva. Na Idade Média, o empreendedor deixa de assumir riscos e passa a gerenciar grandes projetos de produção, principalmente com financiamento governamental. No século XVII, surge a relação entre assumir riscos e o empreendedorismo, bem como a criação do próprio termo empreendedorismo que diferencia o fornecedor do capital, capitalista, daquele que assume riscos, empreendedor. Mas somente no século XVIII, que capitalista e empreendedor foram

completamente diferenciados, certamente em função do início da industrialização.

Já no século XX tem-se a definição do economista Joseph Schumpeter: “o empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais” (SCHUMPETER, 1949, apud DORNELAS, 2008, p. 22).

Para o termo empreendedor há várias definições, porém, neste trabalho será adotada a definição de Fillion, o qual caracteriza o empreendedor como:

[...] um indivíduo criativo, marcado pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos, possuindo um alto nível de consciência do contexto de referência para detectar oportunidades de negócios, buscando uma aprendizagem continuada a respeito de oportunidades de negócios e revelando um processo de tomada de decisões com risco moderado visando à inovação (FILLION, 1999, p. 19).

O GEM - *Global Entrepreneurship Monitor*, em seus relatórios anuais (2000 a 2009), evidencia as diferenças entre as motivações das iniciativas empreendedoras – por oportunidade ou necessidade – avaliando suas possíveis relações com o crescimento econômico.

O empreendedorismo por necessidade relaciona-se com a sobrevivência do empreendedor e de seu grupo familiar, já que o acesso ao emprego fica cada vez mais escasso. Normalmente esse tipo de empreendedor não realiza planejamento nem possui preparação para seu negócio sobreviver.

O empreendedorismo por oportunidade gera, na maioria dos casos, empresas de maior complexidade organizacional, com maior nível de tecnologia onde o empreendedor possui mais conhecimento sobre o mercado. Este tipo de empreendedorismo deve ser incentivado, pois traz empreendedores mais preparados para gerir um negócio e com maiores chances de sucesso.

2.2 Dimensões do Perfil Empreendedor

O perfil do empreendedor relaciona-se com as características do indivíduo: traços da personalidade, atitudes e comportamentos que estejam relacionados com o êxito nos empreendimentos (DOLABELA, 1999).

O que se pode verificar, na perspectiva psicológica do empreendedorismo, é que não está estabelecido um perfil científico que permita identificar empreendedores com alguma certeza. Mas pode-se averiguar se as pessoas possuem as características e aptidões mais encontradas nos estudos relacionados ao assunto (FILLION, 1999).

Procurou-se no presente trabalho utilizar diversos conceitos de perfil empreendedor encontrados na literatura. Dessas definições foram retiradas características escolhidas para medir o perfil empreendedor dos alunos neste trabalho, estas serão detalhadas nas próximas seções. Não é intenção deste trabalho que estas características sejam definitivas para identificar o perfil empreendedor. Porém pretende-se criar embasamento teórico para aplicar um instrumento de medição do perfil empreendedor em estudantes de Administração.

2.2.1 Risco

Dornelas (2008) utiliza o termo empreendedor para definir o indivíduo que assume riscos. A própria atividade empreendedora envolve riscos, pois o negócio depende de diversos fatores internos e externos para obter sucesso. A literatura sobre empreendedorismo vem considerando a propensão ao risco como a característica mais distintiva entre as funções de um gerente convencional e de um empreendedor.

Para se tornar um empreendedor, um indivíduo arrisca, além de recursos financeiros, seu bem-estar, oportunidades de emprego e relações familiares. As obrigações financeiras assumidas em uma empresa mal sucedida, por exemplo, podem resultar em perdas maiores, comprometendo seu padrão de vida atual e futuro. Além disso, pelo fato do empreendedor se dedicar pessoalmente ao negócio, a falência do negócio transforma-se, de fato, na falência do indivíduo. A decisão de empreender depende, na maioria das vezes, da percepção do risco envolvido pelo empreendedor potencial (PORCARO, 2006).

2.2.2 Inovação

A inovação é uma das características básicas do empreendedorismo. Os empreendedores possuem grande desejo e habilidade para criarem algo novo, diferente. Esta característica se relaciona com a criatividade, com a curiosidade intelectual.

Schumpeter (*apud* PORCARO, 2006) destaca a ênfase que o empreendedor dá a inovação como uma das características que o distingue dos demais: ao iniciar um novo negócio são como se ao empreendedor fosse requerido explorar ideias novas e originais, utilizando-se da sua criatividade para resolver problemas ainda não enfrentados e assumir uma abordagem inovadora para produtos, processos de negócios ou estratégias.

Inovação é a implantação bem sucedida de ideias criativas, que pode trazer rupturas consideráveis nos padrões do mercado ou não chegar a quebrar um paradigma, mas agregar valor a forma de realizar um processo, por exemplo (PORCARO, 2006).

2.2.3 Realização

O indivíduo que possui uma alta necessidade de realização esforça-se para resolver seus problemas e estabelece altos padrões de desempenho, demonstrando um resultado mais satisfatório em tarefas desafiadoras. Tal indivíduo é inovador e busca os melhores caminhos para melhorar seu desempenho. Pessoas com esta característica trabalham com maior afinco e não se agradam de trabalhos nos quais o seu sucesso depende de outros ou de fatores que estejam fora do seu controle.

2.2.4 Planejamento

O empreendedor é um indivíduo que se prepara para o futuro, que se antecipa aos fatos. “Os empreendedores não apenas definem situações, mas também imaginam visões sobre o que desejam alcançar. Sua tarefa principal parece ser a de imaginar e definir o que querem fazer e, quase sempre, como irá fazê-lo”. (FILION, 2000, p. 03)

O empreendedor planeja constantemente a partir de uma visão de futuro que possui. Dornelas (2008) afirma que empreendedores de sucesso planejam cada ação a ser realizada, agindo de forma preparada e segura, para garantir menores chances de fracasso. Tal indivíduo utiliza os recursos disponíveis do modo mais racional possível, para programar suas ações de forma a alcançar melhores resultados.

2.2.5 *Locus* de controle

O *locus* de controle pode ser encontrado nas formas interna e externa. No presente estudo será utilizado o conceito de *locus* de controle interno que, segundo Santos (2008), representa a confiança das pessoas em si mesmas de que possuem condições para enfrentar situações em que necessitem executar determinada ação. Essas pessoas têm consciência de que seus resultados e conquistas dependem de seu próprio esforço.

Desta forma, *locus* de controle interno pode ser definido como uma crença de que o destino de uma pessoa é produzido pelo comportamento dela mesma, pelos seus esforços e habilidades próprios. Segundo Porcaro (2006) diversos pesquisadores relacionaram positivamente *locus* de controle interno e comportamento empreendedor. Esta é uma variável importante que demonstra diferenças individuais e que pode prever comportamentos diante de diversas situações organizacionais.

2.2.6 Oportunidade

A capacidade de detectar oportunidades é a habilidade que o indivíduo tem de capturar, reconhecer e fazer uso efetivo de informações abstratas, implícitas e em constante mudança (MARKMAN; BARON, 2003 *apud* SCHMIDT; BOHNENBERGER, 2008). O empreendedor deve possuir a capacidade de identificar e explorar as oportunidades de negócio. Ao defender o ensino de empreendedorismo, Dornelas (2008) justifica-se afirmando que o empreendedorismo pode ser entendido por todas as pessoas, mas a obtenção do sucesso será decorrente de uma série de fatores internos e externos do negócio, do perfil e características do empreendedor e principalmente de como ele age diante das adversidades encontradas no cotidiano de seu empreendimento.

Portanto, se faz necessária uma formação específica, voltada para capacitar potenciais empreendedores, para que o indivíduo possa aprimorar as características empreendedoras que possui e adquirir habilidades essenciais para a realização de uma atividade empreendedora.

2.3 Formação Empreendedora no Curso de Administração

Em alguns países, mais desenvolvidos na fomentação do empreendedorismo, o surgimento da educação empreendedora foi gradativo, permitindo aos alunos uma qualificação adequada, enquanto que, no Brasil, segundo Dornelas (2008) a popularidade deste tema surgiu, principalmente, por causa da criação de inúmeras pequenas empresas e, principalmente, pela necessidade de diminuição das taxas de mortalidade das mesmas.

Segundo o Projeto GEM – *Global Entrepreneurship Monitor*, que avalia a atividade empreendedora no mundo e formula indicadores comparativos sobre esse fenômeno:

Proporcionar aos indivíduos educação específica voltada ao empreendedorismo [...] foi apontada de forma consistente como uma das prioridades críticas pelos especialistas entrevistados em cada um dos 21 países (GEM, 2001, p. 2).

Batista (2004) cita dez razões que justificam o estudo do Empreendedorismo. São elas:

A. A alta taxa de mortalidade no mundo das empresas emergentes. As pequenas empresas (com menos de cem empregados) são as que mais fecham;

B. As relações de trabalho estão mudando. O emprego dá lugar a novas formas de participação. A tradição do nosso ensino, de formar empregados nos níveis universitários e profissionalizantes, não é mais compatível com a organização da economia mundial;

C. Exige-se hoje, mesmo para aqueles que vão ser empregados, um alto grau de "empreendedorismo";

D. A metodologia de ensino tradicional não é adequada para formar empreendedores;

E. As instituições de ensino no Brasil estão distanciadas dos "sistemas de suporte". A relação universidade-empresa ainda são incipientes;

F. Cultura: os valores do nosso ensino não sinalizam para o Empreendedorismo;

G. Ainda há uma percepção insuficiente da importância da Pequena e Média Empresa para o desenvolvimento econômico;

H. Predomina, no ensino profissionalizante e universitário, a cultura da "grande empresa". Não é hábito se falar de pequena empresa;

I. Ética: uma grande preocupação no ensino do Empreendedorismo deve estar atrelada aos aspectos éticos que envolvem esta atividade;

J. Cidadania: o empreendedor deve ser alguém com alto grau de comprometimento com o meio ambiente e com a comunidade, com forte consciência social.

Para que se desenvolva efetivamente a cultura empreendedora, segundo David *et al.* (2001), é necessária a formação de estudantes autônomos, criativos, líderes e com visão abrangente. Os mesmos autores defendem que também são necessários programas de ensino que atuem no desenvolvimento inter e intrapessoal. Relatam também que o professor tem papel muito importante nesse contexto, exigindo-se dele nova postura e metodologia de ensino, cabendo a ele ser, também, empreendedor.

O empreendedorismo é muito importante para a formação de alunos de graduação de todos os cursos, especialmente no curso de Administração, para que possa ser disseminado o conhecimento sobre a identificação de oportunidades, o planejamento em longo prazo, o desenvolvimento de novas empresas e, conseqüentemente, de novos empregos.

Segundo Carvalho e Zuanazzi (2003) há uma carência de docentes especializados nesta área. Outra dificuldade é quanto à falta de base científica própria, quando Dolabela (1999b) diz que esta carência faz com que o ensino de empreendedorismo esteja embasado em constatações empíricas, e desta forma, qualquer intenção de sistematização destes conhecimentos fica comprometida, e por conseqüência, muitas vezes não possibilita ao aluno uma relação direta da disciplina com o ambiente em que está inserido.

Dornelas (2008) diz que os cursos de empreendedorismo devem abordar alguns assuntos fundamentais na formação dos alunos, tais como: a identificação e o entendimento das habilidades do empreendedor; como ocorre a inovação e o processo empreendedor; a importância do empreendedorismo para o desenvolvimento econômico; como preparar e utilizar um plano de negócios; como identificar fontes e obter financiamentos para o novo negócio; e como gerenciar e fazer a empresa crescer.

O empreendedor é fruto de uma cultura. Porém, se existem dúvidas sobre a possibilidade de se ensinar alguém a ser empreendedor, sabe-se que:

[...]é possível que alguém aprenda a sê-lo em determinadas circunstâncias que sejam favoráveis ao auto-aprendizado. Este contexto poderia ser definido através de uma metáfora que pode ser tomada como um dos fundamentos da metodologia proposta em que o ensino visa a inoculação do vírus do empreendedor nos estudantes brasileiros (DOLABELA, 1999b, p. 04) .

Neste sentido, Filion (1991, p. 64) afirma que “para um empreendedor, a coisa mais importante é estar num processo dinâmico de aprendizagem, em que possa continuar a aprender indefinidamente.” Empreendedores não serão formados se estiverem apenas dentro de uma sala de aula, pois segundo Dolabela (1999, p. 45) “o verdadeiro lócus do aluno empreendedor é o ambiente empresarial”. O autor explica que, diante da realidade, o aluno terá melhores condições de relacionar os conhecimentos adquiridos com o sucesso do seu empreendimento. Da mesma forma, para o educador voltado para o empreendedorismo, o seu laboratório deve ser ambiente empresarial.

3 DELINEAMENTO METODOLÓGICO

Com o objetivo de obter as respostas para o problema apresentado no início deste

trabalho, é importante definir e detalhar o caminho que será percorrido para tal e para que os objetivos sejam alcançados. Desse modo, serão expostas as características da pesquisa, as técnicas utilizadas, as características da amostra e de que forma ocorreu a análise dos dados.

A pesquisa se caracteriza como descritiva quanto ao objetivo, uma vez que busca identificar como as atividades desenvolvidas nos cursos de graduação em Administração localizados em Juazeiro do Norte – CE, contribuem para a formação do perfil empreendedor nos discentes. Segundo Acevedo e Nohara (2006) a pesquisa descritiva pode ser utilizada quando o objeto de estudo se propõe a descobrir ou compreender as relações existentes entre as variáveis de determinado fenômeno.

Quanto à finalidade a pesquisa se caracteriza como aplicada, pois a mesma busca contribuir para constatar que fatores do curso de Administração contribuem com a formação do citado perfil. Silva (2001) relata que este tipo de pesquisa visa gerar conhecimentos para aplicação prática objetivando a solução de determinados problemas.

A pesquisa se qualifica como levantamento quanto aos procedimentos. Segundo Gil (2009) uma das vantagens do levantamento é o conhecimento direto da realidade, pois, à medida que os indivíduos informam seu comportamento, a investigação se distancia de interpretações dos pesquisadores.

A população da pesquisa foi composta por estudantes que estão cursando o primeiro e/ou o último ano da graduação em Administração em instituições de ensino, públicas e privadas, localizadas na cidade de Juazeiro do Norte - CE.

Diante da fundamentação teórica apresentada neste trabalho e do problema da pesquisa, foi proposta a seguinte hipótese:

H1: A formação superior em Administração influencia positivamente no desenvolvimento do perfil empreendedor.

Para analisar os dados foram utilizadas técnicas estatísticas univariadas para a descrição da amostra e análise das dimensões do perfil empreendedor pesquisadas, além de estatística multivariada como a análise de variância (ANOVA) para verificar se há diferença significativa nas médias das dimensões do potencial empreendedor entre os alunos dos semestres iniciais e finais, cabendo a esta última a avaliação da hipótese de pesquisa.

Para a realização da coleta de dados usou-se como instrumento o questionário estruturado. Para a definição dos itens de mensuração dos construtos, foram utilizadas escalas validadas em outros trabalhos. Para o construto *Locus* de controle foi utilizada a escala do trabalho de Levenson (1973). Já para os construtos Oportunidade e Realização foram usadas escalas do trabalho de Santos (2008). Enquanto que para os construtos Planejamento, Risco e Inovação foram utilizadas escalas extraídas do trabalho de Veit *et al.* (2009).

O questionário possui 43 itens, do tipo *Likert*: o respondente deve escolher um dos cinco níveis de concordância (discordo totalmente; discordo em parte; não concordo, nem discordo; concordo em parte; e concordo totalmente) para responder a cada item presente no questionário. Tal instrumento foi dividido em dois blocos de questões: o primeiro contém a identificação dos respondentes, com informações sobre o semestre no qual o respondente estava matriculado, a idade, o gênero e a sua renda familiar; o segundo bloco possui questões referentes às dimensões da pesquisa, buscando identificar as dimensões do perfil empreendedor nos respondentes.

Vale ressaltar que para evitar vieses nas respostas, os itens de cada dimensão não foram postos em sequência ou em blocos identificados e sim de forma que aparecessem misturados uns com os outros no questionário.

O universo da pesquisa foi definido como sendo os estudantes de graduação em Administração de instituições de ensino localizadas na cidade de Juazeiro do Norte-CE. A amostra foi acessada por conveniência e acessibilidade, e foram coletados 178 questionários.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Para a avaliação dos dados da pesquisa de campo, decidiu-se pela exposição em três momentos distintos: inicialmente é apresentada a descrição da amostra; em seguida apresentam-se os procedimentos da análise das dimensões da pesquisa; e, por fim, são apresentados alguns comentários adicionais sobre os resultados.

4.1 Descrição da amostra

Quanto aos respondentes, destaca-se que a maioria - 57% - pertence ao gênero masculino, possuem até 24 anos (67,5%) e sua renda familiar é, predominantemente, de R\$ 1001,00 a R\$ 2000,00 (32 %).

No presente trabalho o objetivo é verificar se o desenvolvimento do perfil empreendedor nos alunos de graduação em Administração é estimulado ao longo do curso, para isto será feita uma comparação entre as médias encontradas nos alunos nos semestres iniciais e nos alunos dos semestres finais. Como se pode perceber na TAB. 1, a maior parte dos respondentes (59,9%) pertence ao início do curso, esta situação se explica pelo fato de as turmas dos semestres iniciais serem mais numerosas do que as do último ano por conta da evasão e do baixo desempenho nas disciplinas do curso por parte de alguns alunos.

TABELA 1
Dados socioeconômicos e demográficos dos respondentes

Gênero		Semestre	
Masculino	57%	Primeiro/Segundo	59,9%
Feminino	43%	Penúltimo/Último	40,1%
Qual sua idade		Renda familiar	
Até 20 anos	34,9%	Até R\$ 1000,00	26,2%
De 21 a 24 anos	32,6%	De R\$ 1001,00 a R\$ 2000,00	32,0%
De 25 a 28 anos	14,5%	De R\$ 2001,00 a R\$ 3000,00	21,5%
Acima de 28 anos	18,0%	Acima de R\$ 3000,00	20,3%

Fonte: Dados da pesquisa

Na preparação da planilha para a análise das dimensões, procedeu-se inicialmente à verificação de valores faltantes (*missing values*), assim como da existência de valores atípicos (*outliers*). Foi feito tal procedimento de análises, sendo descartados 6 questionários, totalizando 172 questionários válidos para o estudo.

4.2 Análise das dimensões

Inicialmente, procurou-se verificar como os estudantes dos semestres iniciais e concludentes de cursos de administração se auto-avaliavam em relação a cada dimensão do perfil empreendedor.

TABELA 2
Análise da dimensão Risco

Itens	Média	Desvio
Tenho capacidade para lidar com incertezas e riscos.	3,60	0,959
Para ser melhor que os outros nos negócios preciso assumir alguns riscos.	4,17	0,949
Para crescer profissionalmente preciso assumir alguns riscos.	4,49	0,745
Tomo decisões sem ter informações que me garantam qual o melhor caminho a seguir.	2,69	1,277
Aceito naturalmente os riscos em minha vida profissional.	3,82	1,019

Fonte: Dados da pesquisa

A TAB. 2 demonstra o resultado da dimensão Risco, que mede a inclinação para conviver com incertezas. Verifica-se através das médias dos respondentes que os mesmos possuem boa aceitação do risco presente tanto na abertura de um negócio quanto na construção da vida profissional. Porém, eles afirmaram que não costumam tomar decisões sem ter as informações necessárias suficientes.

TABELA 3
Análise da dimensão Inovação

Itens	Média	Desvio
Busco novas soluções e inovações p/ atender as necessidades das pessoas p/ quem trabalho.	4,10	0,922
Penso que sou uma pessoa imaginativa	3,77	1,225
Aprecio o desafio de inventar mais do que qualquer coisa.	3,48	1,079
Gosto de pensar que sou uma pessoa criativa.	4,24	0,960
Prefiro trabalhar com pessoas criativas.	4,44	0,774
Sempre procuro formas diferentes para fazer meu trabalho cotidiano.	3,65	1,007
No dia a dia procuro reinventar tarefas e rotinas do trabalho, mudando processos.	3,70	0,974

Fonte: Dados da pesquisa

A Inovação é uma das mais importantes características empreendedoras, fazendo com que o empreendedor se diferencie dos demais por conta do gosto pela inovação. Os alunos afirmam que se consideram pessoas criativas e que gostam de trabalhar com outros que se comportem da mesma maneira.

Afirmam também que buscam novas formas de atender as necessidades das pessoas que estão à sua volta. Entretanto, não apreciam tão fortemente o desafio de criar, inventar coisas novas, conforme se observa na TAB. 3.

TABELA 4
Análise da dimensão Realização

Itens	Média	Desvio
Realizar coisas, para mim, é como um desafio pessoal.	4,40	0,814
A cada degrau que subo sinto vontade de subir o que vem logo a seguir.	4,49	0,745
Quando eu supero um desafio necessito que surja outro para que eu continue motivado.	3,87	1,090
Eu tenho uma necessidade de realização muito alta.	4,08	1,054
Só vejo sentido na vida se eu estiver realizando coisas e tendo sucesso.	3,66	1,216
Eu preciso ter sempre alguém com quem competir.	2,80	1,368

Fonte: Dados da pesquisa.

A dimensão Realização busca identificar a capacidade dos respondentes de transformar ideias em atos, realizando planos. Os alunos demonstraram que possuem necessidade de realização, apreciam desafios e tentam se superar cada vez mais. Porém, não possuem uma necessidade tão alta de competir com alguém, fazendo das realizações um desafio pessoal, individual.

TABELA 5
Análise da dimensão Planejamento

Itens	Média	Desvio
Estabeleço regras e padrões para minhas atividades cotidianas e profissionais.	3,83	0,99
Uma das coisas mais importantes para o sucesso é o planejamento.	4,65	0,58
Descrever metas e objetivos é crucial para o sucesso.	4,66	0,56
Um plano deve ser escrito para ser efetivo.	3,91	1,14
Procedimentos operacionais bem definidos são fundamentais para fazer um bom trabalho.	4,31	0,79
É importante estabelecer regras e processos para se ter sucesso nos negócios.	4,51	0,63

Fonte: Dados da pesquisa.

Planejar é fundamental para o empreendedor obter os resultados esperados e o sucesso naquilo que se propõe a realizar. Na dimensão Planejamento os respondentes demonstraram planejar suas ações, descrevendo metas e objetivos a serem alcançados.

A média mais baixa foi no item que indicava que os respondentes estabeleceriam regras e padrões para agir no cotidiano.

TABELA 6
Análise da dimensão *Locus* de Controle

Itens	Média	Desvio
Se eu vou ou não tornar-me um líder depende principalmente de minha capacidade.	4,53	0, 72
Se eu vou ou não sofrer um acidente de automóvel depende principalmente de eu ser ou não um bom motorista.	3,00	1, 42
Quando faço planos, sempre tenho certeza de que vou realizá-los.	3,66	1, 10
A quantidade de amigos que tenho depende de quão agradável eu sou.	3,99	1, 16
Eu posso, quase sempre, determinar o que vai acontecer em minha vida.	3,06	1, 17
Frequentemente eu sou capaz de proteger meus interesses pessoais.	4,10	0, 81
Quando eu consigo o que quero, frequentemente é porque eu me esforcei muito.	4,49	0, 68
Minha vida é determinada por minhas próprias ações.	4,13	0, 96

Fonte: Dados da pesquisa.

Os empreendedores investem em ideias de negócios se julgando capazes de controlar seu destino, de influenciar o meio, sendo os fatores externos, como sorte ou a ação do governo, considerados pouco significativos nos seus resultados (PORCARO, 2006).

Nos resultados da pesquisa os alunos afirmaram que sua capacidade vai definir seus resultados, e que sua vida é determinada por suas ações realizadas. Eles demonstraram acreditar que são autores de seus destinos.

TABELA7
Análise da dimensão Oportunidade

Itens	Média	Desvio
Sinto-me capaz de identificar oportunidades de negócios e sair lucrando com isso.	3,92	0, 92
Vivo em estado de alerta para alguma oportunidade que me possa surgir.	4,03	0, 94
Creio sinceramente que as oportunidades estão aí para serem identificadas.	4,46	0, 69
Gosto de me informar sobre as necessidades das pessoas.	3,87	0, 96
Percebo as necessidades dos outros e como elas podem ser satisfeitas.	3,81	0, 88
Eu procuro fazer as coisas antes dos outros para sair na frente.	3,28	1, 27
Sou sensível às novidades que são fonte de novas oportunidades.	3,93	0, 97
Fazer o que os outros estão fazendo não ajuda a sobrevivência de um negócio.	3,66	1, 20

Fonte: Dados da pesquisa

A capacidade de detectar oportunidades é a habilidade de capturar, reconhecer e fazer uso efetivo de informações abstratas, implícitas e em constante mudança. Os respondentes afirmaram serem capazes de identificar oportunidades e aproveitá-las para ganhar com elas.

Não só oportunidades de negócio, mas também a oportunidade de satisfazer as necessidades de outras pessoas. E concordam que fazer o que é comum, o que todos fazem, não auxilia um negócio a sobreviver.

Também foi procedida a análise de variância (ANOVA) destas dimensões, comparando as médias dos alunos dos semestres iniciais com os que estavam perto de sua conclusão. Para isso foi necessário agregar as médias dos itens de cada dimensão para assim compor a média da dimensão, procedimento que encontra suporte em Bagozzi e Edwards (1998).

TABELA8
Medidas Agregadas

Dimensões	Média	Desvio
Risco	3,75	0,559
Inovação	3,91	0,544
Realização	3,88	0,591
Planejamento	4,31	0,488
Locus de Controle	3,87	0,536
Oportunidade	3,87	0,510

Fonte: Dados da pesquisa.

Os níveis de concordância ou discordância para cada afirmativa do questionário variavam de 1 a 5 e, como se pode ver na TAB. 8, as médias foram do nível intermediário (3,75) ao nível elevado (4,31) de um modo geral. A maior concordância se deu na dimensão Planejamento, e a menor concordância foi identificada na dimensão Risco.

Para proceder com a ANOVA, buscaram-se comparar as médias dos dois grupos definidos como foco do estudo, os alunos dos semestres iniciais e os dos semestres já próximos à conclusão do curso. A referida técnica analisa se há ou não diferenças estatísticas significativas entre estes grupos. Na TAB. 9, abaixo, pode-se observar o resultado do teste.

TABELA 9
Análise das Variáveis

	Iniciantes		Veteranos		Anova	
	Média	Desvio padrão	Média	Desvio padrão	F	Sig.
Risco	3,64	0,569	3,92	0,505	10,420	0,001
Inovação	3,84	0,571	4,02	0,485	4,489	0,036
Realização	3,83	0,601	3,96	0,571	2,232	0,137
Planejamento	4,28	0,486	4,36	0,492	0,856	0,356
Locus de controle	3,84	0,570	3,91	0,484	0,568	0,452
Oportunidade	3,84	0,536	3,92	0,468	1,016	0,315

Fonte: Dados da pesquisa.

O valor da significância deve ser menor que 0,05 para se configurar uma diferença significativa entre as médias das dimensões que compõe o perfil empreendedor. Como se pode verificar na TAB. 9, apenas duas dimensões (Risco e Inovação) – dentre seis analisadas – apresentam diferenças significativas entre os alunos iniciantes e veteranos do curso de Administração. O que demonstra que houve diferença na minoria das dimensões.

Pode-se concluir então, que a graduação em Administração não representou influência positiva no desenvolvimento do perfil empreendedor dos alunos pesquisados. Desse modo a hipótese levantada foi rejeitada. É possível afirmar que os alunos apresentam um determinado nível de potencial empreendedor e que a graduação em administração não foi capaz de aumentar significativamente esse nível durante o decorrer do curso.

4.3 Discussões

Segundo Dolabela (1999b), o ensino universitário brasileiro sempre foi voltado para a formação de empregados. Nos cursos de Administração de empresas normalmente o currículo é dirigido para a formação de gerentes, e a abordagem de ensino elege a grande empresa como tema central, ignorando como regra o estudo da pequena empresa. Em todos os cursos universitários a “cultura” do ensino pressupõe que o aluno esteja à busca de uma qualificação que lhe garanta um emprego estável e duradouro.

De acordo com os resultados deste trabalho pode-se confirmar a fala de Dolabela (1999b), pois não houve diferença significativa entre os alunos do primeiro e do último ano

letivo do curso no que se refere ao desenvolvimento do perfil empreendedor através das atividades curriculares e extracurriculares.

Em seu estudo, Ferreira e Mattos (2003) levantam as seguintes questões: Podem os cursos de graduação em Administração ser celeiro de novas empresas e empreendedores? O que eles fazem ou até impedem que se faça nesse sentido?

As principais conclusões dos autores citados indicam que as práticas didático-pedagógicas que têm o caráter de simulação do empreendimento tendem a serem as que mais incentivam o empreendedorismo. Podem ser citadas: desenvolvimento de um produto, desenvolvimento de uma empresa (os mais relevantes), disciplina sobre empreendedorismo e elaboração de um plano de negócio. Como práticas que não estimulam ou mesmo inibem a postura empreendedora, são citadas: adoção de livro texto e exigência de resumo sobre conteúdo da aula.

A partir dessa discussão, pode-se pensar não em apenas ensinar o aluno, a saber, o que é ou ser um empreendedor, mas em desenvolver condições de ensino que propiciem o desenvolvimento constante de um espírito empreendedor.

O foco dos cursos de Administração está em transmitir os conhecimentos das ciências gerenciais como técnicas, dando pouca atenção ao desenvolvimento de atitudes. Isso torna mais difícil o estímulo à atitude empreendedora no aluno devido à relação de passividade que se encontra em muitos cursos, onde o aluno parece estar para aprender e depende totalmente do professor para esse resultado (FERREIRA; MATTOS, 2003).

Quebrar essa lógica, essa tradição que foi assimilada ao longo de anos não é simples. Um modelo pedagógico de curso onde o aluno fosse o construtor ativo das suas habilidades e competências e o professor, elemento de apoio, teria alguma semelhança, algum paralelo com a situação de um jovem empreendedor iniciando suas atividades na sociedade, tendo um “consultor” disponível para orientar seu desenvolvimento.

Esse procedimento não é garantia de sucesso para futuros empreendedores, como disse Maranhão (2002 *apud* PERERA *et al.*, 2008), ao afirmar que seria ingenuidade acreditar que apenas com uma pedagogia empreendedora teríamos uma geração de empresários de sucesso, já que a sobrevivência de um negócio depende também de diversos fatores externos que não podemos prever ou controlar, depende também de medidas do governo para desburocratizar e facilitar a vida dos pequenos empreendedores – facilitando o crédito e reduzindo os impostos, por exemplo.

Porém, ações na direção de se implantar uma pedagogia empreendedora auxiliam na fomentação do empreendedorismo por oportunidade, o qual é desejado e fundamental para contribuir para o desenvolvimento econômico de uma nação. Há também o mérito de preparar adequadamente o futuro empreendedor para o desempenho profissional, fortalecendo a confiança do indivíduo, favorecendo o seu desenvolvimento pleno e, em consequência, o do país.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo deste trabalho, buscou-se evidenciar a importância do empreendedorismo no curso de graduação em Administração. Entretanto, os dados obtidos com o grupo em análise demonstraram não existir uma melhoria no desenvolvimento do perfil empreendedor dos alunos.

Pode-se afirmar que os objetivos da pesquisa foram alcançados. Foi possível identificar as dimensões encontradas na literatura que comumente representam o comportamento de um potencial empreendedor, traçando assim um perfil do mesmo.

Como sugestão para futuros trabalhos sugere-se reaplicar esta pesquisa em outras regiões e localidades, para realizar uma comparação do perfil empreendedor de diferentes grupos de alunos e poder obter maior conhecimento sobre tal perfil, identificando que

atividades contribuem para sua formação.

Pode-se sugerir também que seja realizada uma avaliação mais profunda das variáveis que compõem o instrumento de mensuração do perfil empreendedor, acompanhando determinado grupo de alunos do curso desde o início do mesmo até a conclusão da graduação. Desse modo seria possível avaliar com maior precisão como ocorre a formação do perfil empreendedor e que ações contribuem para esse fato.

Para que o curso de graduação em Administração efetivamente forme empreendedores, se faz necessária, principalmente, uma mudança no comportamento dos professores, pois são eles que desenvolvem a energia motivadora, aproveitando e criando oportunidades de aprendizagem, fazendo de cada momento da graduação um laboratório de formação empreendedora. Desta forma é imprescindível que o curso trabalhe com as melhores ferramentas para desenvolver as características esperadas.

Como o empreendedorismo não é uma técnica, mas uma experiência total de vida, a formação de uma pessoa empreendedora é o resultado de ações econômico-culturais e de aprendizagem. Podem-se pensar, num esforço conjunto, em cursos de graduação em Administração, incubadoras de empresas, políticas públicas de criação de facilidades legais e ações articuladoras de outras organizações sociais com o objetivo de estimular a criação e a sobrevivência de novos empreendimentos.

É necessária a implementação de novas metodologias, que contenham as técnicas necessárias para o ensino e a prática do empreendedorismo nos cursos de Administração, bem como, que a Universidade envolva o aluno em torno do tema, estimulando nele o desejo de empreender, de maneira que a ideia se transforme em uma nova perspectiva em sua vida.

REFERÊNCIAS

- ACEVEDO, R. A.; NOHARA, J. J. **Monografia no curso de Administração: Guia Completo de Conteúdo e Forma**: inclui normas atualizadas da ABNT< TCC, TGI, trabalhos de estágio, MBA, dissertações, teses, - 2ª ed – São Paulo: Atlas, 2006.
- BAGOZZI, R. P.; EDWARDS, J. R. **A general approach for representing constructs in organizational research**. *Organizational Research Methods*, v. 1, n.1, p. 45-87, 1998.
- BATISTA, C. H. **Estudo Comparativo do Desenvolvimento das Características Comportamentais Empreendedoras dos Alunos da Disciplina de Empreendedorismo Durante o Primeiro Semestre Letivo de 2004 nos Cursos de Administração e Turismo & Lazer da FURB**. Dissertação de Mestrado em Administração do Centro de Ciências Sociais Aplicadas da FURB. Blumenau, 2004.
- CARVALHO, C. E. e ZUANAZZI, J. **Análise das características de alunos de graduação em Administração e sua relação com as expectativas do ensino de empreendedorismo**. In: EGEPE – ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS. 3., 2003, Brasília. Brasília: UEM/Uel/UnB, 2003.
- DAVID, D. E. H.; ROVEDA, M. V.; REDIVO, R. B.; GAUTHIER, F. A. O.; COLOSSI, N.; FRANZONI, A. M. **Aspectos Pedagógicos no Ensino do Empreendedorismo**. Anais. III Encontro Nacional de Empreendedorismo, Florianópolis, 2001
- DOLABELA, F. **O segredo de Luisa**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.
- DOLABELA, F. **Uma revolução no ensino universitário de empreendedorismo no Brasil: a metodologia da Oficina do Empreendedor**. Universidade de Minas Gerais, FUMSOFT, Belo Horizonte, 1999.
- DOLABELA, F. **Oficina do Empreendedor**. São Paulo: Cultura Editora, 1999.
- DORNELAS, J. C. A. **Só coragem não basta**: para buscar oportunidades as pessoas não precisam ter um dom especial. Revista Forbes, 26 de abril de 2002. Disponível em: <<http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/AF48A0CB618501A503256D520059AE>

37/\$File/306_1_Arquivos_coragem.pdf>

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios, - 3ªed. – Rio de Janeiro: Campus/Elsevier, 2008.

FERREIRA, P. G. G. e MATTOS, P., L.C.L. **Empreendedorismo e Práticas Didáticas nos Cursos de Graduação em Administração: Os Estudantes Levantam o Problema**. ENANPAD, 2003

FILION, L. J. **O Planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações**. RAE – Revista de Administração de Empresas, São Paulo, jul/set, p. 63-71, 1991.

FILION, L. J. **Empreendedorismo: empreendedores e proprietários - gerentes de pequenos negócios**. Revista de Administração RAUSP, São Paulo, ano 3, n. 2 p. 6, 1999.

FILION, L. J. **Empreendedorismo e gerenciamento: processos distintos, porém complementares**. Revista de Administração, v.7, n.3, p.2-7. 2000.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**, - 4ª ed. – São Paulo: Atlas, 2009

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil: 2000**. Curitiba, IBPQ: 2001

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil: 2009**. Curitiba, IBPQ: 2010.

LEITE, E. **O fenômeno do Empreendedorismo: criando riquezas**. Recife: Edições Bagaço: 2002

LEVENSON, H. (1973). **Multidimensional locus of control in psychiatric patients**. Journal of Consulting and Clinical Psychology, 41, 397-404.

LIMA, E., LOPES, R. M. A., NASSIF, V., SILVA, D. **Intenções e Atividades Empreendedoras dos Estudantes Universitários – Relatório GUESSS Brasil 2011**. São Paulo: PMDA-UNINOVE, 2011.

LOPES JR, G. S.; SOUZA, E. C. L. D. **Atitude Empreendedora em Proprietários-Gerentes de Pequenas Empresas. Construção de um Instrumento de Medida**. READ - Revista Eletrônica de Administração, v.11, n.6. 2005.

PATI, V. **O empreendedor: descoberta e desenvolvimento do potencial empreendedor**. In Criando seu próprio negócio. São Paulo. Edição Sebrae, 1995.

PERERA, L. C. J. **Missão: formar empreendedores**. Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, Curitiba, PR, Brasil, 2008

PORCARO, E. O. **O empreendedor e seu perfil psicológico: um estudo comparativo entre Brasil e Portugal**, Rio de Janeiro: Faculdades Ibmecc. 2006.

SANTOS, P. C. F. **O Ensino do Empreendedorismo nos Cursos de Administração: Sugestões a Partir do Perfil Empreendedor de Estudantes Alagoanos e Catarinenses**. , 2007.

SANTOS, P. C. F; **Uma escala para identificar potencial empreendedor**. 2008. 364 f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) - Curso de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (Org); DEPARTAMENTO INTERSINDICAL DE ESTATÍSTICA E ESTUDOS SOCIOECONÔMICOS [responsável pela elaboração da pesquisa, dos textos, tabelas e gráficos]. **Anuário do trabalho na micro e pequena empresa: 2009**. 3. ed. – Brasília; São Paulo: SEBRAE; DIEESE, 2010.

VEIT, M. GONÇALVES-FILHO, C.F., GONÇALVES, C.A., MONTEIRO, P.R., SOUKI, G. Q. **Mensuração do Perfil do Potencial Empreendedor: Desenvolvimento de uma Escala no Cenário Brasileiro**. Anais do IV Encontro de Estudos em Estratégia. Recife: ANPAD, 2009.