

## **Área temática: Ensino de Administração**

### **A Percepção Empreendedora dos Estudantes de Graduação: Um Estudo de Caso no Curso de Administração da UFCG.**

#### **AUTORES**

**GILNEY CHRISTIERNY BARROS DOS ANJOS**

Universidade Federal de Campina Grande  
gilneybarros@yahoo.com.br

**GISELLE FARIAS FECHINE**

Universidade Federal de Campina Grande  
gisff@yahoo.com.br

**ANGÈLICA DE LUCENA NÓBREGA**

Universidade Federal de Campina Grande  
nl13@terra.com.br

#### **RESUMO**

O empreendedorismo tem ganhado nos últimos anos, especialmente a partir da década de 90, importância a nível mundial. Isso se deve fato de os governos e a sociedade perceberem que o empreendedorismo pode se um dos instrumentos capazes de fornecer novas alternativas econômicas capazes de gerar renda e reduzir os altos índices de desemprego existentes a nível mundial. Diante disto, buscou-se neste trabalho analisar como os alunos do curso de Administração da UFCG percebem o empreendedorismo, bem como as opiniões destes sobre o tema e a forma como eles vêem o tratamento que é dado ao assunto dentro do curso pelos professores. Como instrumento de coleta de dados foi utilizado um questionário que foi aplicado a 70 alunos do curso de Administração que estivessem cursando a partir do quarto semestre. Como principais resultados podemos destacar: a maioria dos entrevistados já trabalhou ou trabalha; a principal motivação que eles tem para abrir sua própria empresa é a independência financeira; a maior parte já participou de debates ou discussões sobre o assunto dentro do curso e que para os alunos os professores não têm estimulado a prática empreendedora.

#### **ABSTRACT**

The entrepreneurship has been winning in the last years, especially starting from the decade of 90, importance at world level. That is due the governments' fact and the society they notice that the entrepreneurship can if one of the instruments capable to supply new economical alternatives capable to generate income and to reduce the high existent unemployment indexes at world level. Before this, it was looked for in this work to analyze as the students of the course of Administration of UFCG they notice the entrepreneurship, as well as the opinions of these on the theme and the form like them the treatment that is given inside to the subject of the course come by the professors. As instrument of collection of data was used a questionnaire that was applied 70 students of the course of Administration that were traveling starting from the fourth semester. As principal results can highlight: most of the interviewees already worked or he/she works; to main motivation that they have to open your own company it is the financial independence; most already participated inside of debates or

discussions on the subject of the course and that for the students the teachers have not been stimulating the enterprising practice.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo; Ensino; Percepção.

## **1. INTRODUÇÃO**

Ter o seu próprio empreendimento, uma pequena empresa. Este é o desejo de muitos. Existe uma grande variedade de motivos que levam as pessoas a buscarem ter o seu próprio negócio: vontade de ganhar dinheiro, mais do que como empregado; desejo de levar suas próprias idéias adiante; vontade de ser seu próprio patrão; a necessidade de provar a si e aos outros de que é capaz de realizar um empreendimento; etc.

O desemprego, tanto estrutural quanto o conjuntural, também é um dos motivos que força os indivíduos a buscarem alternativas ao trabalho regular remunerado, a fim de suprir necessidades de subsistência. Além do desemprego, o emprego insatisfatório pode ser tido como fator estimulador do espírito empreendedor. Para Oliveira (1995), um bom emprego é mais desastroso na vida das pessoas do que o contrário. Isto porque o detentor de um bom emprego acostumado com o conforto que desfruta, satisfeito com a familiaridade que tem com os problemas do trabalho, tem pouca disposição para buscar patamares superiores de realização, de ser dono de seu próprio negócio.

O conceito de empreendedorismo tem se difundido no Brasil, principalmente nos últimos anos. Inúmeros motivos podem ser atrelados para esse crescimento do termo empreendedorismo. Um dos principais é a preocupação com a busca de alternativas econômicas para a geração de renda, bem como a busca por fazer com que as empresas possam ter uma existência mais duradoura, reduzindo a mortalidade das pequenas empresas. Neste sentido, o movimento do empreendedorismo também ganhou espaço com a criação de entidades como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e cursos voltados aos potenciais empreendedores como o EMPRETEC, que procura fornecer treinamento, ajudar a financiar seus negócios e formar redes de relacionamento com outras empresas nacionais e estrangeiras. .

As ações desenvolvidas para promover o empreendedorismo no Brasil, de acordo com Dornelas (2001), possibilitam ao país entrar no novo milênio com todo o potencial para desenvolver um dos maiores programas de ensino de empreendedorismo de todo mundo, comparável apenas aos do estados Unidos. De acordo com o relatório executivo de 2000 do Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2000), o Brasil aparece como o país que possui a melhor relação entre o número de habitantes adultos que começam um novo negócio e o total dessa população: 1 em cada 8 adultos.

Com base em tais constatações, procurou-se neste trabalho analisar a percepção empreendedora existente entre os alunos do curso de Administração da UFCG, bem como as opiniões e concepção destes sobre o empreendedorismo e sobre a forma como o tema vêm sendo abordado no curso. Também se buscou verificar se os alunos já têm idéia de abrir o seu próprio negócio e uma visão nítida sobre a área em que gostariam de empreender. Além disso, se buscara detectar se o estudante tem em mente quais podem ser as características e fatores que fazem um empreendedor.

## **2. PROBLEMA DE PESQUISA E OBJETIVO**

### **2. 1. PROBLEMA**

O conceito de empreendedorismo tem sido muito difundido no Brasil e no mundo. Inúmeros motivos podem ser atrelados à popularidade e o repentino crescimento do termo empreendedorismo, recebendo atenção especial por parte do governo e de segmentos sociais. Sem dúvidas, o principal deles é a preocupação com empresas duradouras e a necessidade de redução da taxa de mortalidade de empresas de pequena dimensão.

De acordo com DORNELAS (2001) no período compreendido entre 1990 e 1999 foram constituídas no Brasil 4,9 milhões de empresas, dentre as quais 2,7 milhões de microempresas, ou seja, mais de 55% das empresas criadas neste período. Empresas de pequena dimensão, no nosso país, representam para a economia nacional um papel fundamental, por assegurarem o desenvolvimento e a estabilidade da nação. GRACIOSO (1995), aponta como motivo deste setor fatores como: complexidade da sociedade, às mudanças estruturais nas indústrias, à falência do setor público e estatal e a própria mentalidade do brasileiro que o leva a tentar a ser "dono do próprio nariz".

O empreendedorismo não significa apenas a criação de empresas. Mas um de seus grandes temas é a liberdade e possibilidade de auto-realização para o indivíduo.

Portanto, é de fundamental importância buscar se analisar a forma como os estudantes percebem o empreendedorismo e se a forma como ele vem sendo tratado dentro do meio acadêmico é considerada eficiente por eles no desenvolvimento de ações empreendedoras. Pretende-se com isso que este trabalho sirva de instrumento de auxílio no estudo e melhoria do tema empreendedorismo nas universidades.

## 2.2. OBJETIVO DA PESQUISA

### Objetivo geral

Analisar os principais aspectos relacionados à percepção dos estudantes de graduação em Administração sobre o empreendedorismo.

### Objetivos específicos

- identificar as principais características do empreendedor segundo os estudantes;
- apresentar os principais motivos que os estudantes apresentam para justificarem a abertura de seu próprio negócio;
- avaliar como os estudantes vem a abordagem dada ao tema empreendedorismo pelos professores e pela universidade;
- apresentar os resultados e as conclusões.

## 3. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Um empreendedor é uma pessoa que cria um novo negócio em face ao risco e incerteza, com o propósito de conseguir lucro e sucesso, através da identificação de oportunidades de negócios. Os empreendedores são pessoas diferenciadas, possuidoras de uma motivação única, apaixonadas pelo que fazem. O termo empreendedor (entrepreneur) tem origem francesa e quer dizer: aquele que assume risco e começa algo novo. Foi utilizado pela primeira vez por volta de 1800 por Jean Baptiste Say, um economista francês, com o intuito de distinguir o indivíduo que consegue transferir recursos econômicos de um setor com baixa produtividade para um setor com produtividade elevada e com maiores rendimentos (DRUCKER, 1987).

O empreendedor é descrito também como um indivíduo com bastante iniciativa, agressivo para negócios, eterno farejador de oportunidades, ansioso em ser patrão, dinâmico e

ousado. Ele também é, geralmente, alguém dotado de muitas idéias, alguns impulsionados pelo dinheiro e outros pelo prazer de administrar seu próprio destino.

De acordo com Ferreira, Dias e Pereira (1999), o espírito empreendedor está diretamente relacionado com a satisfação de necessidades, disposição para enfrentar crises, com a exploração de oportunidade ou simplesmente pela curiosidade ou mero acaso, mas independente da causa percebe-se a capacidade de inovar como instrumento específico e integrado ao espírito empreendedor.

Bergamaso (2001, p. 23) afirma que

*“um país não tem condições de se desenvolver plenamente sem pessoas capazes de aproveitar oportunidades, melhorar processos e inventar negócios. Sem o tal espírito empreendedor não há país que vá para frente.”*

Segundo Bernhoeft (1996:128-129):

*"Todo empreendedor é uma pessoa que mobiliza forças e pessoas. Continuar fazendo isso mesmo na sua ausência ou no processo de afastamento não é fácil. Seu envolvimento com a própria atividade muitas vezes dificulta sua continuidade. A partir de um certo momento ele será muito mais um ideólogo do que um mero executor, desprendimento que não significa simplesmente abrir mão do poder. Significa entender que uma nova forma de exercício de poder deve ser encontrada. Este se situa muito mais no campo das idéias do que na ação. A ação foi geradora do empreendimento. Sua continuidade torna-se um desafio que requer características e habilidades diferentes."*

Uma vez que os empreendedores estão revolucionando o mundo, seu comportamento e o próprio processo empreendedor devem ser estudados e entendidos (DORNELAS, 2001).

De acordo com Oliveira (1995, p. 99), existem seis tipos de situações diferentes com relação ao conhecimento necessário para empreender:

- Empreendedores que foram criados em permanente contato com o tipo de negócio em que empreenderão - por exemplo, o negócio em que a família atua.
- Empreendedores podem entrar no negócio sem ter experiência específica no ramo que pretendem atuar, vindo a aprender com a própria vivência,.
- Empreendedores com vocação para o ramo de negócio que pretendem atuar, desenvolvendo sobre ela um aprendizado sempre intenso e profundo.
- Empreendedor pode também estar se lançando num ramo de negócios no qual já tenha trabalhado anteriormente, tendo aprendido aspectos básicos que podem ser aplicados em seu empreendimento. É o caso da maioria dos pequenos empreendedores.
- Empreendedores, também passam a gerir empresas cujos ramos de negócio estão diretamente associados ao tipo de educação profissional que tiveram.
- Empreendedores, que parecem não terem se preparado especificamente para o negócio sob nenhuma forma óbvia, seja por tratar-se de um ramo novo, seja por uma questão de temperamento ou mesmo falta de oportunidade.

Diante desses aspectos apresentados sobre o perfil do empreendedor e seu papel diante da sociedade, indaga-se sobre a forma com que as nossas universidades, em especial os cursos de Administração, tem tratado tal assunto e como os alunos têm recebido as discussões sobre o assunto. Deve-se lembrar que por muito tempo, a maioria dos estudantes dos cursos de graduação depois de formados direcionava suas ações na busca, dentro do mercado de trabalho, de uma oportunidade praticarem aquilo que aprenderam na academia. Eles também acreditavam que, o objetivo da profissão seria unicamente tornar produtivo o trabalho manual uma vez que a principal meta das organizações era alcançar metas de produtividade. Palmeira

(s/d) menciona que existia um incentivo aos alunos no sentido de se prepararem para trabalhar em grandes organizações, visão que de certa forma existe até hoje dentro de alguns cursos.

Para completar esse quadro, muitas escolas de graduação ainda têm pautado seus cursos de graduação no sentido da formação apenas teórica. Mas as mudanças ocorridas a nível mundial, causadas pela globalização, tem feito que com esta realidade começasse a se modificar. Muda-se o mundo, muda-se a preferência pelas formas de negócio. O que se aprende na escola é superado rapidamente pelo que se aprende fora dela. O saber é renovado a cada momento. Não adianta mais o acúmulo de um "estoque" de conhecimentos. É preciso que se saiba aprender, até mesmo sozinho. Por isto surge a necessidade de um processo de aprendizado que leve o aluno a proceder como faz o empreendedor na vida real: fazendo, errando, aprendendo.

Para a formação do empreendedor, nos cursos de graduação, é necessária a adoção de atitudes pró-ativas no aprendizado e na construção do conhecimento organizacional, através de uma visão de futuro por meio de planejamento de cenários, desenvolvendo-se antecipadamente as competências necessárias. O modelo universitário voltado para a conquista de empregos cumpriu a sua missão. Esgotou-se, porém, diante das profundas alterações nas relações de trabalho e produção. Surgem indagações do tipo: o que ensinar? É possível ensinar alguém a se tornar empreendedor? Como fazê-lo? O empreendedor nasce pronto, é resultado de genes favoráveis? São indagações similares àquelas feitas em relação ao gerente, há 50 anos. Uma escola de Administração – ou outra escola de qualquer curso – não tem a capacidade para ensinar ninguém a ser um empreendedor, mas pode, mediante o estudo e a averiguação, em laboratório, de diversas situações e realidades, criar condições e repassar técnicas àquelas pessoas que já possuem o "espírito empreendedor", para que implementem seus negócios com maiores possibilidades de sucesso (NICOLESCU, 1997).

Neste processo, incluem-se as escolas de formação e desenvolvimento de empreendedores, para que de forma inovadora possam despertar uma geração de indivíduos pró-ativos, sintonizados com o seu tempo e realidade, inventores de seu próprio futuro e criadores de oportunidades para o desenvolvimento social. Em sendo assim, essas escolas têm que adequar seu discurso ao método, isto é, a difusão dos conhecimentos, habilidades e atitudes que caracterizam o empreendedorismo, através de métodos e estratégias de ensino inovadores, condizentes com a natureza da formação a que se propõem.

Na visão de Tonelli (1997), com o surgimento da globalização e da era do conhecimento, o perfil diferenciado que passa a ser exigido dos profissionais, conduz para que eles tenham características empreendedoras ou sejam empreendedores em suas atividades. Em relação à economia brasileira, atualmente, ter sua pequena empresa, é visto como uma das opções de se ter um futuro profissional bem-sucedido.

#### **4. METODOLOGIA DA PESQUISA**

A pesquisa é de natureza descritivo-exploratória, onde se procura observar, descrever, registrar, analisar e correlacionar fatos. Como instrumento de coleta de dados foi utilizado o questionário, aplicado através do contato direto individual, onde os próprios pesquisadores entregaram o questionário. Essa forma de aplicação foi utilizada, pois de acordo com Richardson (1985), o pesquisador pode explicar e discutir objetivos da pesquisa e do questionário. O questionário foi composto em sua totalidade por 17 questões, sendo que duas questões continham subquestões. Como continha questões abertas à pesquisa também adquiriu o caráter qualitativo. A pesquisa ainda se utilizou um levantamento bibliográfico que para Gil (1999) é desenvolvida a partir do material já elaborado, constituído de livros e artigos científicos. Fora estes instrumentos, também se utilizou o auxílio da Internet

A pesquisa teve como objetivo principal identificar e analisar a percepção empreendedora passada para os alunos do curso de Administração da UFCG, bem como a concepção destes sobre o empreendedorismo. Buscou-se verificar se os alunos do curso de Administração, já tem idéia de abrir o seu próprio negócio e visão nítida da área em que pretende atuar. O público-alvo do estudo foi composto por alunos do Curso de Administração da Universidade Federal de Campina Grande (UFCG) que cursassem a partir do quarto semestre letivo. O total da amostra foi de 70 alunos. Desses 33 são homens e 37 são mulheres. Quanto ao estado civil, 8 são casados e 62 são solteiros. Em termos de idade, 68 dos entrevistados estão na faixa etária de 18 a 30 anos.

## 5. ANÁLISE DOS RESULTADOS

Neste estudo diversas questões foram indagadas aos entrevistados. Inicialmente foi indagado aos alunos se seus pais possuíam alguma empresa própria. Como resposta foram obtidos os seguintes percentuais: 31,42% alunos disseram que os pais possuíam empresa própria e 68,58% disseram que não possuíam. Para aqueles que responderam que os pais tinham empresa própria foi indagado se eles tinham planos de trabalhar nela. A maioria, 63 % entrevistados, afirmou que não pretendia e 37% que sim, pretendiam trabalhar na empresa dos pais. Os motivos alegados para a falta de desejo de trabalhar na empresa da família por parte dos que responderam foi justificado com respostas do tipo:

*“Prendo crescer só, sem ajuda familiar”.*

*“Quero procurar outros horizontes”.*

*“Não é meu ramo de interesse”.*

Embora existindo probabilidade de que a profissão dos pais ou as atividades exercidas por eles influenciem os filhos, há casos em que a influencia ocorre no sentido oposto, e os filhos evitam deliberadamente seguir a trajetória dos pais, como a maioria das respostas obtidas demonstraram neste caso.

Um outro questionamento feito perguntava se os pesquisados já tinham trabalhado alguma vez. As respostas obtidas estão na tabela 1.

**Tabela 1 – Pessoas que já trabalharam**

<b>Respostas</b>	<b>%</b>
Sim	65,70
Não	31,50
Não responderam	2,80
<b>Total</b>	<b>100</b>

Fonte: Pesquisa

Como se pode perceber pelo resultado, a maioria dos estudantes já tiveram alguma forma de trabalho. Foi questionado a estes se eles já haviam sido demitidos alguma vez. Dos respondentes da questão, 15,9% já foram demitidos e 84,1% não passaram por esta situação. Tal fato demonstra um nível alto de permanência nos empregos por parte dos entrevistados que, com isso, não apresentam uma maior experiência profissional, fato este que pode ser justificado pela baixa faixa etária da população estudada. Também foi perguntado a este mesmo grupo de alunos como eram os locais em que eles já haviam trabalhado. As respostas estão na tabela 2.

**Tabela 2 – Descrição dos locais de trabalho**

<b>Tipo de empresa</b>	<b>Respostas em %</b>
------------------------	-----------------------

Pequenas empresas (até 100 empregados)	68,62
Médias empresas (de 100 a 500 empregados).	13,72
Grandes empresas (mais de 500 empregados)	11,76
Não responderam	5,88
<b>Total</b>	100

Fonte: Pesquisa

A experiência na gestão de algum tipo de negócio foi outra questão levantada para os pesquisados responderem. O número de respondentes que afirmaram já terem tido alguma experiência na administração de algum negócio foi de 25. Este número corresponde a um percentual de 35% dos respondentes, o que pode ser tido como um percentual considerável para o nível de idade dos entrevistados. Tal experiência administrativa pode ser um diferencial para futuras incursões na abertura de novos negócios, devido propiciar um maior conhecimento sobre decisões a serem tomadas e caminhos a serem seguidos.

A possibilidade de ter na abertura de seu próprio negócio a realização profissional e um futuro mais promissor foi outra questão indagada. Pode ser constatado que 80% dos alunos pesquisados vem na abertura de seu próprio negócio esta possibilidade. Para justificarem tal afirmação, os respondentes afirmaram que isso se devia aos benefícios que seriam trazidos como ser seu próprio chefe e ter controle sobre as decisões, a oportunidade de por em prática os conhecimentos adquiridos na universidade e a independência financeira, que foi a causa mais citada pelos entrevistados para a criação de seu próprio empreendimento. A prevalência desta última, na presente pesquisa, assim como em outras, reflete bem o fato das pessoas, num primeiro momento e na maioria das vezes, buscarem ter seu próprio negócio devido a motivos financeiros. Os estudantes ainda não vêm à criação de um negócio como algo que possa vir a inovar ou modificar aspectos do mercado ou então propiciar algum benefício para sociedade, com ganhos para os demais, ou seja, eles têm uma visão mais econômica do empreendimento.

#### **Quadro 1 – Principais motivos para a criação do próprio negócio**

Independência financeira e autonomia na gestão
Realização profissional e pessoal
Aplicar os conhecimentos

Fonte: Pesquisa

O principal empecilho apresentado pela quase totalidade dos pesquisados foi à questão do capital inicial necessário para a abertura do negócio. A falta de apoio financeiro e as altas taxas cobradas para o acesso ao crédito é um fato patente no nosso país bem como as críticas à política de incentivo as pequenas empresas.

#### **Quadro 2 – Principais dificuldades para a criação do próprio negócio**

Falta de capital inicial
Carga tributária
Planejamento do negócio
Burocracia

Fonte: Pesquisa

Os principais ramos de atividade mencionados pela população da pesquisa, nos quais gostariam de ter seu empreendimento refletem as características econômicas da cidade onde fica a universidade. Campina Grande é um pólo comercial e de serviços no Nordeste o que provavelmente influenciou na escolha dos entrevistados. O setor de alimentos e o comércio foram

os mais citados entre os ramos preferidos para se ter um negócio. Além deste também merecem destaque o setor de turismo e o artesanato.

**Quadro 3 – Principais ramos de atividade para se ter o próprio negócio**

Alimentos
Comércio
Consultoria
Propaganda e publicidade
Turismo
Artesanato

Fonte: Pesquisa

O empreendedor foi descrito pelos entrevistados como tendo o seguinte perfil:

- É uma pessoa que possui responsabilidade e profissionalismo;
- É criativo e inovador;
- Tem liderança e ousadia;
- Tem visão ampla do mercado;
- É motivado e persistente;
- É flexível e inteligente.

Esta visão do empreendedor é altamente semelhante com a apresentada na literatura existente sobre o tema, não apresentando nenhuma diferença que merecesse ser destacada.

Também foi objetivo de análise da pesquisa a identificação dos estudantes com as formas de trabalho. Foi colocado neste três opções de resposta para os entrevistados estas opções e as respostas se encontram na tabela 3.

**Tabela 3 – Escolhas de trabalho**

<b>Tipo de trabalho</b>	<b>Respostas (em %)</b>
Trabalhar duro	0
Trabalhar inteligentemente	60,0
Ambas	38,60
Não responderam	1,40
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Fonte: Pesquisa

As respostas obtidas demonstram uma nítida preferência pelo trabalho mais intelectual. Essa supervalorização pode ser nociva no início de um negócio. Isso se deve ao grande esforço que se dispensa no começo de um novo negócio, pois muitas horas e trabalho árduo são constantes. Palmeira (s/d) afirma que o empreendedor tem uma energia maior que a média das pessoas.

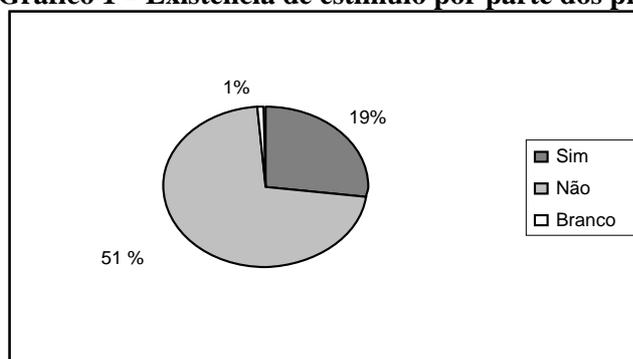
Como o trabalho não busca conhecer apenas as percepções dos alunos sobre o empreendedorismo, mas também a forma com que a universidade em que estão inseridos trata do assunto, devendo ser ela o principal meio de repasse deste conhecimento, e também compreendendo que a influência dela é fator crítico na formação do alunado, buscou-se questionar como os alunos pesquisados analisam a forma como o empreendedorismo vem sendo tratado pela UFCG e pelo curso de Administração. Nesse cenário, foi feita a indagação se os alunados já haviam participado de debates ou discussões sobre empreendedorismo dentro da universidade e se obteve como resposta que 63% dos alunos não tinham participado de tais discussões, enquanto que 37% haviam participado. A mesma indagação sobre a participação em discussões foi feita se referindo apenas ao curso de Administração. Os

resultados obtidos foram: 78% participaram de discussões nas disciplinas de Administração e 22% não participaram.

A confrontação dos dois resultados encontrados sobre a participação dos alunos apresenta um bom resultado, quando visto que o curso de Administração tem promovido discussões sobre o tema empreendedorismo, e um mau resultado, que é o fato das discussões estarem mais restritas ao curso de Administração e não a universidade como. Deve-se salientar que o empreendedor pode ser oriundo de qualquer nível acadêmico, cultural e social. Um indivíduo pode ser empreendedor não apenas nos negócios, mas também em qualquer outra área de atuação.

Mesmo existindo um certo nível de debate sobre o tema em questão, os alunos não têm percebido por parte dos professores de Administração um estímulo a prática empreendedora, conforme o resultado mostrado no gráfico 1. Tal fato pode levar a hipótese de que as discussões têm ocorrido mais a nível teórico e como cumprimento a certos requisitos e necessidades de ensino e não devido a real importância do tema.

**Gráfico 1 – Existência de estímulo por parte dos professores**



Fonte: Pesquisa

Os alunos também foram instigados a avaliar o nível do debate sobre o empreendedorismo no curso de Administração da UFCG. Apenas um quarto dos entrevistados considera o nível do debate bom ou ótimo, o restante tem o apontado como num nível regular ou então ruim. Quando questionados sobre as mudanças que poderiam ser feitas para melhor este quadro, as principais recomendações surgidas foram o enfoque mais prático sobre o assunto, passando informações sobre como, por exemplo, abrir um negócio, maior incentivo aos professores bem como a melhoria na preparação destes, maior interdisciplinaridade entre as disciplinas e suas relações com o tema, ampliar e melhorar os debates, etc. A maioria dos estudantes pesquisados também afirmaram que pretendiam cursar a disciplina empreendedorismo. Esta disciplina no Curso de Administração da UFCG é de caráter optativo.

**Tabela 4 – Intenção de cursar a disciplina Empreendedorismo (em %)**

Respostas	%
Sim	70,00
Não	5,71
Ainda não sei	24,29
<b>Total</b>	<b>100</b>

Fonte: Pesquisa

## 6. CONCLUSÃO

O empreendedorismo, gradativamente, vem se firmando como uma possibilidade de opção profissional. Nesse sentido, DORNELAS (2001) comenta que a conjunção do dinamismo empresarial e do crescimento da economia apontam para o empreendedorismo como sendo o principal responsável para o crescimento econômico. Isso se deve fato de os governos e a sociedade perceberem que o empreendedorismo pode se um dos instrumentos capazes de fornecer novas alternativas econômicas capazes de gerar renda e reduzir os altos índices de desemprego existentes a nível mundial. Neste sentido torna-se de fundamental importância o desenvolvimento de atividades, dentro das universidades, que desenvolvam e estimulem os estudantes para a prática empreendedora.

Com base nos dados colhidos nesta pesquisa é possível observar que as variáveis relacionadas com ganhos financeiros são o principal motivo apresentado para justificar a abertura de um negócio próprio. Como principais resultados podemos destacar que: 35 % dos pesquisados já tiveram alguma experiência na gestão de algum negócio; a principal motivação que eles tem para abrir sua própria empresa é a independência financeira; o principal entrave apresentado pelos entrevistados para a abertura de seu próprio negócio e a falta de capital inicial; os principais ramos de atividade econômica que os entrevistados pretendem ter seu próprio negócio e no setor de alimentos e comércio; a maior parte já participou de debates ou discussões sobre o assunto dentro do curso de Administração e para os alunos os professores não têm estimulado a prática empreendedora.

Com este trabalho buscou-se contribuir para um melhor conhecimento do empreendedorismo dentro do curso de Administração da UFCG, possibilitando meios para que esta prática seja mais bem trabalhada dentro do alunado. Contudo, não podemos acreditar que o empreendedorismo seja apenas influenciado pelo meio acadêmico, pois ele pode ser considerado também um fenômeno cultural, ou seja, fruto de hábitos, práticas e valores das pessoas. Existem famílias mais empreendedoras do que outra, assim como cidades, regiões e países, o que comprova a teoria que empreendedores nascem por influencia do meio em que vivem. Mesmo assim, o meio acadêmico tem um papel fundamental no desenvolvimento desta prática que muito pode contribuir para o desenvolvimento da nossa sociedade.

## 7. BIBLIOGRAFIA

- BERGAMASO, C. Esses milhões que movem o mundo. Revista Pequenas Empresas Grandes Negócios. Rio de Janeiro: Globo, Ano XIII, n. 144, p. 19-23. 2001.
- BERNHOEFT, R. *Como tornar-se Empreendedor (em qualquer idade)*. São Paulo: Nobel, 1996.
- BESSONE, F. Nem tanto nem tão pouco. Rumos, v. 4, n. 2, p. 40- 43. São Paulo, 2000.
- BIRLEY, S.; MUZIKA, D. *Dominando os desafios do empreendedor*. São Paulo: Makron Books, 2001.
- DOLABELA, F. O ensino de empreendedorismo: panorama brasileiro, in Conferência proferida no evento: "A Universidade Formando Empreendedores", Brasília, 27 de maio de 1999.
- DORNELAS, J. C. A. *Empreendedorismo: transformando idéias em negócios*. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- DRUCKER, P. *Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios*. São Paulo: Pioneira, 1987.
- \_\_\_\_\_. *Sociedade pós-capitalista*. 5. ed. São Paulo: Pioneira, 1993.
- FERREIRA, A. A.; DIAS, A. C.; PEREIRA, M. I. *Gestão empresarial*. 3. ed. São Paulo: Pioneira, 1999.

FERREIRA, J. A. Formação de Empreendedores: Proposta de Abordagem Metodológica Tridimensional Para a Identificação do Perfil do Empreendedor. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção). Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção. Florianópolis: UFSC, 2003.

GIL, Antônio C. Métodos e Técnicas de Pesquisa Social. São Paulo: Atlas, 1999.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP, M. (GEM). Executive Report, 2000.

HALLORAN, James W. *The Entrepreneur's Guide to Starting a Successful Business*. New Jersey – USA: McGraw Hill, 1992.

LONGEN, M. T. Um modelo comportamental para o estudo do perfil do empreendedor. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção). Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção. Florianópolis: UFSC, 1997.

MAXIMIANO, A. C. A. *Introdução à administração*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1995.

NICOLESCU, B. Projeto Ciret-Unesco; evolução transdisciplinar da universidade;1997. Disponível em: <http://www.cetrans.futuro.usp.br>. Acesso em 10/04/2004.

PALMEIRA, M. Empreendedorismo como opção profissional: uma representação dos alunos de Administração da Universidade Federal do Paraná. In. ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 8, 1997, *Anais...* Rio de Janeiro/Niterói: ANGRAD, 1997.

RESNIK, P. *A bíblia da pequena empresa: como iniciar com segurança sua pequena empresa e ser bem-sucedido*. São Paulo: Mcgraw-Hill – MAKRON Books: 1990

TONELLI, A. Elaboração de metodologia de capacitação aplicada ao estudo das características comportamentais dos empreendedores. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção). Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção. Florianópolis; UFSC, 1997.