

**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
COORDENAÇÃO DO CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO
SERVIÇO DE ESTÁGIO SUPERVISIONADO EM ADMINISTRAÇÃO**

WILLIAMS SEGUNDO COSTA FONSECA

**ANÁLISE DA FORMAÇÃO EMPREENDEDORA DO ADMINISTRADOR: ESTUDO
DE CASO EM UMA UNIVERSIDADE PÚBLICA**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

ÁREA: EMPREENDEDORISMO

**JOÃO PESSOA – PB
MARÇO 2013**

WILLIAMS SEGUNDO COSTA FONSECA

**ANÁLISE DA FORMAÇÃO EMPREENDEDORA DO ADMINISTRADOR: ESTUDO
DE CASO EM UMA UNIVERSIDADE PÚBLICA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Coordenação do Serviço de Estágio Supervisionado em Administração, do Curso de Graduação em Administração, do Centro de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal da Paraíba, em cumprimento às exigências para obtenção do Grau de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Francisco José da Costa

**JOÃO PESSOA – PB
MARÇO 2013**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

F676a Fonseca, Williams Segundo Costa.

Análise da formação empreendedora do administrador: estudo de caso em uma universidade pública./ Williams Segundo Costa Fonseca. – João Pessoa: UFPB, 2013.

58f.:il.

Orientador: Prof. Dr. Francisco José da Costa.

Monografia (Graduação em Administração) – UFPB/CCSA.

1. Empreendedorismo. 2. Desenvolvimento econômico. 3. Administração. 4. Universidade. I. Título.

UFPB/CCSA/BS

CDU: 658:378(043.2)

Ao Professor Orientador Francisco José da Costa

Solicitamos examinar e emitir parecer no Trabalho de Conclusão de Curso do aluno
Williams Segundo Costa Fonseca

João Pessoa, 26 março de 2013

Prof.^a Hellen Gonçalves
Coordenador do SESA/CCSA/UFPB

Parecer do Professor (a) Orientador (a):

WILLIAMS SEGUNDO COSTA FONSECA

**ANÁLISE DA FORMAÇÃO EMPREENDEDORA DO ADMINISTRADOR: ESTUDO
DE CASO EM UMA UNIVERSIDADE PÚBLICA**

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado em _____ de abril de 2013.

Banca Examinadora

Prof.º Francisco José da Costa
Orientador

Prof.º João Neto
Examinador

Dedico este projeto a todos aqueles que contribuíram e facilitaram para a sua realização, bem como às pessoas que me impulsionaram e me motivaram para que eu continuasse fiel a este objetivo.

Dedico a todos os leitores, pois o mundo precisa de pessoas que leiam, pessoas que desenvolvam a arte de pensar, pessoas que não tenham medo de arriscar e abraçar o mistério do desconhecido.

AGRADECIMENTO

Agradeço primeiramente a Deus pelo dom da vida, pois sem esta, não teria a oportunidade de exercer e praticar o meu profissionalismo e, de certa forma, adquirir conhecimentos necessários para o meu desenvolvimento.

Aos meus pais, Rosauria e Williams, pela educação excepcional, que fez de mim um cidadão de princípios, pelas lições de humildade, integridade, lealdade e amor ao próximo e acima de tudo, por me tornarem uma pessoa que sempre lutou e não deixará de lutar pelos seus sonhos.

Ao meu irmão e grande amigo, Charles, companheiro de todos os momentos e um grande exemplo de ser humano.

A toda família, que partilhou comigo o sentido da vida, que fez parte de todo o meu desenvolvimento.

Aos grandes amigos com quem vivi dias intensos, dias de calma, e que aprendi a compartilhar alegrias, tristezas e também todas as minhas experiências.

Aos colegas e amigos de universidade, que cresceram comigo, toparam grandes desafios ao meu lado e estarão sempre em meu coração. Em especial, aos grandes companheiros Bruno, Herisandro, Vitor, Renan, Óliver, Augusto e Symei.

Ao Centro Acadêmico de Administração, por tudo que representa em minha passagem pela universidade, por ter-me possibilitado uma formação complementar, pelo seu papel agregador e transformador da sociedade, pela resistência, pela luta e defesa dos interesses estudantis e pelo poder de mobilização social por uma sociedade justa, menos reprimida e mais digna.

A minha amada namorada, Claudia Andrade, que partilha comigo o sentido e a filosofia que a vida pode vir se tornar.

A Adriana Bastos, mais que uma grande amiga que compartilhou ótimos momentos na universidade, me orientou nesse estudo e foi fundamental para que atingisse esse objetivo.

Ao meu orientador Franzé Costa, por todo seu apoio e esforço para que eu pudesse atingir esse objetivo. Pessoa a quem dedico grande admiração pela sua qualidade como profissional, por ser um educador exemplar, um grande ser humano e que me deu a honra de me tornar amigo. Sou grato por tudo.

*“Você não sente nem vê, mas eu não posso deixar de dizer, meu amigo.
Que uma nova mudança em breve vai acontecer
E o que há algum tempo era jovem, novo, hoje é antigo,
e precisamos todos rejuvenescer.”*

Antônio Carlos Gomes **Belchior** Fontenelle Fernandes

FONSECA, Williams Segundo Costa. **Análise da formação empreendedora do Administrador: Estudo de caso em uma universidade pública.** 2013. 58f. Monografia (Graduação em Administração). UFPB, João Pessoa – PB.

RESUMO

A crescente importância do empreendedorismo, aliada ao progresso da ciência e tecnologia, resulta em uma relação de fundamental importância no desenvolvimento econômico. Não há consenso entre os pesquisadores sobre um conceito definitivo do que seria empreendedorismo, contudo não restam dúvidas sobre sua relação com o desenvolvimento econômico, a criação de empregos e renda, a inovação nos produtos e serviços, a melhoria da competitividade e a possibilidade de carreira para uma parte significativa da força de trabalho. Salienta-se nesse trabalho a importância das instituições de ensino superior, em especial nos cursos de Administração, promover uma formação empreendedora aos estudantes que tenham o objetivo de abrir sua própria empresa e, em paralelo, incentive os atuais empreendedores que não possuem educação formal, a buscarem nas instituições de ensino, o aprendizado que irá complementar seus conhecimentos práticos. Nesse contexto, esta pesquisa tem o objetivo de verificar a interferência da universidade e do curso no perfil empreendedor dos alunos. Para a concretização deste estudo que corresponde a uma pesquisa de natureza quantitativa, foi aplicado um questionário com alunos do curso, no qual foi possível levantar quais são as percepções em relação às suas habilidades gerenciais, avaliar sobre o grau de relevância para o perfil profissional de administrador voltado para burocrático, executivo e empreendedor, e o potencial empreendedor dos alunos. Os resultados alcançados demonstram que boa parte dos estudantes gostaria de abrir uma empresa ou negócio próprio, porém não há estímulo por parte da universidade, demonstrado pela falta de suporte a construção de equipes multidisciplinares, carência no incentivo em desenvolver idéias criativas para empreender e ausência de infraestrutura de apoio a abertura de novas empresas. O curso de Administração também é deficiente nesse sentido, pois não proporciona conhecimento, nem desenvolve competências necessárias para iniciar e gerir uma micro ou pequena empresa. Apesar disso, ficou claro que na opinião dos respondentes é muito importante que a universidade promova ativamente o processo de abertura de novas empresas. O que se verificou na pesquisa é que o curso não está sintonizado com as perspectivas de seus clientes (estudantes), ou seja, não estão preparando profissionais para carreiras específicas.

Palavras-chave: Empreendedorismo, Desenvolvimento Econômico, Administração, Universidade.

ABSTRACT

The growing importance of entrepreneurship, coupled with the progress of science and technology, resulting in a relation of fundamental importance in economic development. There is no consensus among researchers on a definitive concept of entrepreneurship which would, however there is no doubt about its relationship with economic development, job creation and income, innovation in products and services, improving competitiveness and the possibility of career a significant part of the labor force. It should be noted that the importance of the work of higher education institutions, particularly in courses of Management, promote entrepreneurial training to students who have the goal of opening his own company and, in parallel, the current incentive entrepreneurs who lack formal education, to seek in educational institutions, the learning that will complement their practical knowledge. In this context, the objective of this research is to investigate the potential of entrepreneurial academic course Management from Universidade Federal da Paraíba, as well as interference in the course of entrepreneurial students. To achieve this study corresponds to a quantitative survey, a questionnaire was administered to students in the course, in which it was possible to raise what are the perceptions regarding their managerial skills, assess the degree of relevance to the professional profile of facing bureaucratic administrator, executive, and entrepreneur and analyze the perception of institutional support, and security interest in undertaking. Results show that most of the students would like to start a business or own business, but there is no incentive on the part of the university, demonstrated by the lack of support the building of multidisciplinary teams lack the incentive to develop creative ideas and to undertake no infrastructure to support the opening of new businesses. The current Administration is also deficient in that sense, because it does not provide knowledge or develop skills necessary to start and manage a micro or small business. Nevertheless, it was clear that in the opinion of respondents is very important that the university actively promotes the process of opening new businesses. What was found in the research is that the course is not attuned to the perspectives of their customers (students), are not preparing professionals for specific careers.

Keywords: Entrepreneurship, Economic Development, Management, University.

LISTA DE ILUSTRAÇÃO

Quadro 1: Empreendedores segundo faixa etária.....	16
Quadro 2: Empreendedores em estágio inicial (TEA) segundo o nível de escolaridade – Grupo de países.....	17
Quadro 3: Empreendedores em estágio inicial segundo novidade e concorrência do produto – Grupo de países.....	17
Quadro 4: Empreendedores estabelecidos segundo novidade e concorrência do produto – Grupo de países.....	18
Gráfico 1: Você está pensando em abrir um novo negócio?.....	19
Gráfico 2: Engajamento em instituições estudantis.....	20
Tabela 1: Intenções e atitudes empreendedoras	21
Gráfico 3: Opiniões externas no apoio ao empreendedorismo.....	22
Tabela 2: Dados sócio-demográficos	26
Tabela 3: Condição atual sobre o trabalho.....	26
Tabela 4: Intenções futuras quanto ao trabalho	27
Tabela 5: Ocupação profissional dos pais.....	27
Tabela 6: Variáveis de domínio de habilidades burocráticas	28
Tabela 7: Variáveis de domínio de habilidades empreendedoras.....	29
Tabela 8: Variáveis de domínio de habilidades executivas	29
Tabela 9: Importância do perfil para o profissional.....	30
Tabela 10: Inclinação pessoal para o perfil	31
Tabela 11: Direcionamento do curso para os perfis	32
Tabela 12: Percepção de apoio institucional.....	33
Tabela 13: Percepção de segurança para empreender	34
Tabela 14: Interesse empreendedor	34

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	1
1.1 Situação Problemática	1
1.2 Objetivos	3
1.2.1 Objetivo Geral	3
1.2.2 Objetivos Específicos	3
1.3 Justificativa	4
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	6
2.1 Empreendedorismo	6
2.1.1 O enfoque economista	7
2.1.2 O enfoque comportamentalista	8
2.2 Perfil Empreendedor	10
2.3 Empreendedorismo no Brasil.....	14
2.3.1 O projeto de pesquisa GEM	15
2.4 O ensino do empreendedorismo na universidade	19
2.4.1 Potencial empreendedor	19
2.4.2 Intenções empreendedoras	20
2.4.3 Influenciadores	21
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	22
3.1 Tipo de estudo	22
3.2 Caracterização da organização	23
3.3 Amostra	23
3.4 Coleta de dados	24
3.5 Tratamento dos dados	25
4 ANÁLISE DOS DADOS	25
4.1 Dados demográficos	25
4.2 Análise dos construtos.....	28
4.2.1 Domínio de habilidades por tipo.....	28
4.2.2 Importância percebida e percepção de orientação	30
4.2.1 Apoio institucional, segurança e interesse empreendedores	32

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	35
REFERÊNCIAS.....	38
ANEXO I – Questionário.....	41

1. INTRODUÇÃO

Este capítulo abrangerá assuntos relacionados à formulação do problema, objetivo geral e objetivos específicos e, por fim, a justificativa diante do contexto apresentado.

1.1 SITUAÇÃO PROBLEMÁTICA

Nas últimas décadas, o desenvolvimento científico e tecnológico vem apontando para o início de uma nova era, marcada pelo fim da sociedade industrial e o nascimento da sociedade do conhecimento. A substituição das tecnologias intensivas em capital e energia em informação é uma das principais características dessa transição (GONZÁLEZ, 2005).

O novo padrão tecnológico modificou ou eliminou tarefas e criou novas profissões. A mão de obra que não teve oportunidade de adequar-se à nova demanda por especialidades se viu forçada a se aventurar no mercado, em muitos casos em negócios informais (GREMAUD; VASCONCELLOS; TONETO JR., 2002).

Há algum tempo, as micro e pequenas empresas estão em evidência para os analistas econômicos devido ao seu potencial de geração de renda e de emprego. Segundo pesquisa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (2005), em 2005 as empresas que geraram de um a quatro postos de trabalho representaram aproximadamente 94% das empresas formalizadas e responderam por cerca de 63% das pessoas ocupadas pela indústria, comércio e serviços.

Não obstante, o fechamento prematuro das empresas é uma realidade que vem dificultando o desenvolvimento nacional e preocupando, em particular, as entidades que desenvolvem programas de apoio ao segmento. Pesquisa do Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas - SEBRAE (2008) indica que 56% das empresas fecham antes de completar o quinto ano de atividade. Entre as principais causas do fechamento ou mortalidade das empresas estão: comportamento empreendedor pouco desenvolvido, falta de planejamento prévio, gestão deficiente do negócio, insuficiência de políticas de apoio, conjuntura econômica deprimida, problemas pessoais dos proprietários.

É nesse entrave que a universidade deve prevalecer e fazer cumprir com seu papel importante na formação do futuro empreendedor, sobretudo, conforme Audy e Morosini (2009), o ensino é agente que pode levar à mudança cultural efetiva. Dar vazão as idéias inovadoras e efetivar o conhecimento na geração e retenção de tecnologias que visem servir, principalmente, às necessidades internas de cada país, são possibilidades a serem tomadas para o crescimento na era do conhecimento. Faz-se essencial encontrar iniciativas que conjuguem, por um lado, o desenvolvimento econômico, a inovação tecnológica e a inclusão social.

A Universidade Federal da Paraíba não dá claros sinais de que possui uma política que objetive superar esse desafio. Completando 53 anos de federalização, ao longo de sua existência foram raras as iniciativas nesse sentido, se resumindo aos poucos projetos isolados e descontínuos. Com sua estrutura multicampi, está localizada em João Pessoa (campus I), Areia (campus II), Bananeiras (campus III), Rio Tinto e Mamanguape (campus IV) e atualmente conta com mais de 40.000 alunos distribuídos entre cursos de graduação, mestrado e doutorado e educação à distância. É considerada uma das mais importantes IES do norte nordeste, mas apesar disso, carece de mecanismos institucionais para coordenar e viabilizar ações contínuas que criem condições organizacionais e competências que estimulem a inovação e o empreendedorismo, segundo a pesquisa.

O tema empreendedorismo, há 20 anos, entrou em pauta no Brasil, evidenciando um movimento crescente que vem fomentando e disseminando essa cultura com vistas ao desenvolvimento do país. São raras as iniciativas que relacionem a UFPB à alguma atividade empreendedora. Deste modo, esse atraso vem custando caro e pode estar contribuindo para a existência de uma fraca cultura empreendedora local, já que a universidade como agente de inovação e transformação social, tem se isentado desse papel nesse contexto. (AUDY; MOROSINI, 2009)

O ensino como alternativa de fomento a uma cultura empreendedora, principalmente em torno da camada mais jovem da população, está no âmago do que aqui se investiga. Tendo em vista o objetivo de estudo desta pesquisa, tentaremos responder ao seguinte problema de pesquisa:

“Qual a interferência do curso e do ambiente universitário no perfil empreendedor dos acadêmicos do curso Administração da UFPB, bem como qual o potencial empreendedor dos alunos?”

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo geral

O objetivo geral desta pesquisa é verificar a interferência da UFPB e do curso de Administração no perfil empreendedor dos alunos.

1.2.2 Objetivos específicos

Os objetivos específicos são:

1. Levantar quais são as percepções em relação às suas habilidades gerenciais;
2. Avaliar sobre o grau de relevância para o perfil profissional de administrador voltado para burocrático, executivo e empreendedor;
3. Verificar o potencial empreendedor dos acadêmicos do curso Administração da UFPB.

1.3 JUSTIFICATIVA

A crescente importância do empreendedorismo, aliada ao progresso da ciência e tecnologia, resulta em uma relação de fundamental importância no desenvolvimento econômico. O mercado tem exigido cada vez mais profissionais qualificados com competências para criar, aprender e ensinar.

É notório que não há consenso entre os pesquisadores sobre um conceito definitivo do que seria empreendedorismo. Mas não há dúvidas sobre sua relação com o desenvolvimento econômico, a criação de empregos e renda, a inovação nos produtos e serviços, a melhoria da competitividade e a possibilidade de carreira para uma parte significativa da força de trabalho.

O estado da Paraíba possui uma atividade empresarial pouco desenvolvida, em comparação aos outros estados da federação. Historicamente, o ingresso ao serviço público sempre chamou atenção dos profissionais locais. Sem entrar no mérito se essa condição do estado é causa ou consequência desse fato, pode-se afirmar que ainda hoje é comum ver grande número de estudantes e profissionais graduados de diversas áreas, aspirarem ao serviço público.

Enquanto o Brasil ocupa posições de destaque no cenário internacional de empreendedorismo, em recente levantamento feito pelo Instituto Brasileiro de Planejamento Tributário - IBPT (2012), a Paraíba ocupou apenas a 18ª posição no ranking de empreendedorismo nacional, com 1,2% (aproximadamente 154.000 empresas), sendo o 6º estado da região Nordeste. João Pessoa soma 46.601 empresas (1,14% do total das capitais), ocupando as mesmas posições da Paraíba tanto na lista nacional quanto naquela por região.

A importância desse estudo se dá pela tentativa de se levantar informações sobre qual o potencial empreendedor de estudantes de Administração da principal instituição de educação superior do estado, e quais as contribuições da universidade para uma educação empreendedora que se contraponha a realidade de baixa atividade empresarial, que nivela a Paraíba a taxas de países do “grupo fator” da pesquisa *GEM – Global Entrepreneurship Monitor* (2011), que são em quase sua totalidade países africanos a exemplo de Angola, Botswana, Argélia e Malawi, onde predomina a agricultura de subsistência e empresas de extração, com uma forte dependência de recursos naturais e trabalho não qualificado.

Salienta-se aqui a importância das instituições de ensino superior, em especial nos cursos de Administração, promover uma formação empreendedora aos estudantes que tenham o objetivo de abrir sua própria empresa e, em paralelo, incentive os atuais empreendedores que não possuem educação formal, a buscarem nas instituições de ensino, o aprendizado que irá complementar seus conhecimentos práticos.

Cunha (2007) observa que a disseminação de culturas empreendedoras nos cursos de Administração pode contribuir para o desenvolvimento de novos empreendedores. Ainda destaca que um estudo que trate da percepção de tais alunos é essencial para o desenvolvimento de instrumentos educacionais que contribuam para a geração de empresas e de postos de trabalho.

Considerando as ponderações feitas, a perspectiva prática desta pesquisa converge para contribuição no estímulo ao ensino do empreendedorismo, haja vista que além da notoriedade e relevância que esse tema tem para a sociedade, em nossa localidade há constatada carência de políticas de incentivo e organizações de apoio e suporte.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo é realizada, uma revisão da literatura sobre temas de relevância para a pesquisa: empreendedorismo sob diferentes enfoques, perfil empreendedor, empreendedorismo no Brasil e empreendedorismo nas universidades.

2.1 EMPREENDEDORISMO

Muito se discute no dia a dia sobre o termo empreendedorismo. Desde a década de 1980, este assunto vem sendo intensificado por pesquisadores de diversas áreas, constatando-se pelo crescimento de artigos e publicações científicas referente a este assunto, como também pelo interesse da exploração deste tema tanto pelas empresas como pelas instituições científicas e educacionais.

Conceituar empreendedorismo é um desafio permanente de investigação, especialmente pela diversidade de variáveis que cercam esse ambiente. Não existe consenso para definir empreendedorismo entre os autores e estudiosos. Segundo Filion (1998), “a análise do conteúdo das definições demonstra a influência das disciplinas de base na conceituação de empreendedor”. Já Dolabela (1999), assinala que: “Há muitas definições do termo empreendedor, principalmente porque são propostas por pesquisadores de diferentes campos, que utilizam os princípios de suas próprias áreas de interesse para construir o conceito”. Duas correntes principais de pesquisadores vêm desenvolvendo estudos relacionados ao tema. Os economistas, que associaram o empreendedor à inovação, e os comportamentalistas, que enfatizam aspectos atitudinais, como a criatividade e a intuição (DOLABELA, 1999).

Devido à variação da conceituação em decorrência da existência de diversas correntes de pensamento e sua evolução ao longo das décadas, buscaremos neste trabalho abordar o tema sob diferentes enfoques, de forma a aprofundar o conhecimento deste tema e estabelecer um melhor entendimento dos conceitos desenvolvidos.

2.1.1 O enfoque economista

Os economistas foram os pioneiros nesse campo de conhecimento, a partir de seus estudos que buscavam o entendimento da dinâmica do capitalismo, dos seus ciclos econômicos de crescimento e recessão.

A origem do termo empreendedorismo provém da palavra francesa *entrepreneur* (aquele que assume riscos ou começa algo novo). O primeiro a definir as funções do empreendedor foi Richard Cantillon (1680-1734). Cantillon considerava empreendedor aquele que “comprava matéria prima por um preço certo para revendê-la a um preço incerto” (Filion, 1998, p. 04). No seu entendimento, se o lucro superasse o esperado, isto ocorria porque o empreendedor havia inovado. Cantillon torna-se pioneiro a oferecer uma visão clara sobre a função sócio-econômica do empreendedor e a fazer a diferenciação entre o empreendedor (pessoa que assume riscos) e o capitalista (que fornece capital). Segundo Coutinho (2004), para Cantillon empreendedores não eram apenas

... os arrendatários agrícolas, mas também [os] produtores de manufatura e, com destaque especial, [os] comerciantes. Todos eles são tomadores de risco (vivem de “rendas incertas”) e participantes ativos dos ajustamentos entre oferta e demanda e das decisões de inovação (p. 9)

Jean-Baptiste Say (1886) relacionou a atividade empreendedora à figura do empresário, a quem cabia assumir os riscos, alocar recursos da maneira mais produtiva e, desta forma, promover o desenvolvimento econômico. Say enfatizou o empreendedorismo como o quarto fator de produção, junto com os fatores mais tradicionais: terra, trabalho e capital. Segundo Say,

O empreendedor é o intermediário entre todas as classes produtores e entre estes e os consumidores. Administra a tarefa de produção e constitui o centro de várias relações. Aproveita-se do que os outros sabem e do que ignoram, bem como todas as vantagens acidentais da produção. É por isso que é nessa categoria de produtores, quando os acontecimentos favorecem suas habilidades, que se adquirem quase todas as grandes fortunas (1886, p. 314)

Aquele “que transfere recursos econômicos de um setor de produtividade mais baixa para um setor de produtividade mais elevada e de maior rendimento” é para Say, um empreendedor (DOLABELA, 1999, p. 47-48).

Para Schumpeter (1985), empreender é inovar a ponto de criar condições para uma radical transformação de um determinado setor, ramo de atividade,

território, onde o empreendedor atua: novo ciclo de crescimento, capaz de promover uma ruptura no fluxo econômico contínuo. A inovação não pode ocorrer sem provocar mudanças nos canais de rotina econômica. A definição com a qual Schumpeter trabalha é precisa. O empreendedor é aquele que realiza novas combinações dos meios produtivos, capazes de propiciar desenvolvimento econômico, quais sejam: 1) “introdução de um novo bem”; 2) “introdução de um novo método de produção” 3) “abertura de um novo mercado” 4) “conquista de uma nova fonte de oferta de matérias primas ou bens semimanufaturados” 5) constituição ou fragmentação de posição de monopólio (SCHUMPETER, 1985, p. 48).

Na obra de Schumpeter (1985), a figura do empreendedor recebe posição de destaque, como elemento de alavancagem da economia e criador de novas estruturas tecnológicas ao invés de gestor de estruturas já existentes.

Segundo Degen,

O empreendedor é o agente do processo de destruição criativa que, de acordo com Joseph A. Schumpeter é o impulso fundamental que aciona e mantém em marcha o motor capitalista, constantemente criando novos produtos, novos métodos de produção, novos mercados e, implacavelmente, sobrepondo-se aos antigos métodos eficientes e mais caros (1989, p. 09)

Deve-se creditar a Schumpeter a consolidação e projeção do conceito por ter atribuído ao empreendedor o papel de “destruidor criativo” (substituição de antigos métodos e processo por novos), entretanto, o empreendedor schumpeteriano pouco tem a ver com os empreendedores que estudamos hoje em dia.

A seguir, analisaremos o tema sob uma abordagem comportamentalista.

2.1.2 O enfoque comportamentalista

Entre a década de 1970 e meados da década de 1980, investigações sobre o comportamento do empreendedor nortearam diversos estudos sobre a temática do empreendedorismo (BERNADES, 2009). Deteremos-nos nesta segunda abordagem, trazendo conceitos referentes à mesma.

Para Filion *apud* Dolabela, um dos maiores estudiosos sobre empreendedorismo no Brasil (1999, p. 28) “um empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões”. Acrescentando ainda que empreendedor é alguém que define por si mesmo o que vai fazer e em que contexto será feito,

levando em conta seus sonhos, desejos, preferências, o estilo de vida que quer ter. Já para Drucker (1986) empreendedores são aqueles que criam algo novo, diferente, sempre está buscando a mudança, reage a ela e a explora como sendo uma oportunidade.

O empreendedorismo comportamental coloca o foco no desenvolvimento econômico com equidade distributiva, no crescimento econômico cujo benefício deve ser usufruído pelo conjunto da sociedade. O fator essencial desta corrente é a metodologia de análise do perfil psicológico de pessoas empreendedoras. Os teóricos dela afirmam que as pessoas podem uma vez capacitadas, desenvolver características empreendedoras. Segundo David Macclelland *apud* Venturi, as características do comportamento empreendedor encontram-se na

busca de oportunidades e iniciativa, a persistência, o comprometimento, a exigência de qualidade e eficiência, correr riscos calculados, o estabelecimento de metas, a busca de informações, o planejamento e monitoramento sistemático, a persuasão e rede de contatos a independência e autoconfiança (2003, p. 64).

Jeffrey Timmons (1989) citado por Corcetti centraliza a sua atenção na ação do empreendedor naquilo que ele faz, na sua iniciativa e no seu comportamento pró-ativo, ao invés das suas características psicológicas. Segundo ele podemos destacar três atributos e comportamentos como a principal razão para o sucesso desses empreendedores: responder positivamente a desafios e aprender com os erros; ter iniciativa pessoal e ter grande perseverança e determinação; além desses atributos considera como característica empreendedora um conjunto de pensamentos e ações, como iniciativa e responsabilidade pessoal, orientação para oportunidades e metas, capacidade de lidar com falhas, integridade e confiança, persistência na solução do problema dentre outros. Para Fillion (1999) essas características dependem das atividades que o empreendedor está executando em uma determinada época e da etapa em que a empresa se situa no seu processo de desenvolvimento. Fillion busca a compreensão do empreendedor analisando o processo de elaboração de um empreendimento, tendo como passo inicial a criação de uma visão. A partir deste conceito partimos para o estudo de sua teoria visionária, partindo de uma abordagem sistêmica, na qual diversos papéis ou esferas de vida do empreendedor-familiar, espiritual, intelectual, empreendedora, social, física e outras, interagem e se influenciam mutuamente determinando sua

visão de mundo. Fillion (1991, p. 64) *apud* Braga descreve o empreendedor como sendo “um inovador, um criador de novas realidades, alguém que idealiza uma visão e consegue materializá-la.”... “alguém que concebe, desenvolve e realiza visões”. A visão é, portanto um ponto de partida para a criação de novos empreendimentos. Concluimos citando Fernando Dolabela, que considera todos são capazes de empreender desde que sejam capazes de sonhar e estejam motivados para converter em realidade seus sonhos. Sonhar, ser criativo e buscar materializar os seus sonhos por meio de ação, este é o ponto de partida da abordagem de Dolabela.

Constatamos que as abordagens apóiam-se em bases científicas distintas. Enquanto os economistas buscam definir a função do empreendedor a partir da sua atuação como gerador/agregador de valores ao sistema produtivo, os comportamentalistas voltam seu interesse para o entendimento do ser empreendedor, do seu comportamento, buscando identificar as suas características e os reflexos na empresa, decorrentes do seu modo de atuar e interagir (BRAGA, 2003).

2.2 PERFIL EMPREENDEDOR

Nesta sessão serão exploradas algumas teorias e discutir as principais características que os pesquisadores apontam como relevantes na identificação de um perfil empreendedor. É importante buscar traçar esse perfil tanto por razões acadêmicas como econômicas e até políticas, além de estar diretamente relacionado aos objetivos desse estudo.

David McClelland, *apud* por Sarkar (2008), identificou três tipos de necessidades motivacionais:

- A necessidade de realização (*n-Achievement*)

A pessoa *n-Achievement* é motivada pela realização e a procura, sendo realista e com objetivos de desafio e promoção em seu trabalho. Tem grande necessidade de *feedback*, bem como de se sentir realizado.

- A necessidade de autoridade e poder (*n-Power*)

A pessoa *n-Power* é motivada pela autoridade. Esse condutor produz uma necessidade de ser influente, efetivo e de causar impacto. Apresenta grande

necessidade de liderar e de suas idéias prevalecerem. Há grande motivação e necessidade de aumentar seu status pessoal e seu prestígio.

- A necessidade de afiliação (n-Affiliation)

A pessoa n-Affiliation tem necessidade de relações de amizade e é motivada pela interação com outras pessoas. A afiliação produz motivação e necessidade de os outros gostarem da pessoa, tornando-a popular. São boas pra trabalhar em equipe.

McClelland *apud* Sarkar (2008), em seu livro *Human Motivation*, mostra que:

(...) elevados n-Achievement devem tornar as pessoas particularmente interessadas e aptas a um negócio, porque os negócios requerem pessoas que tomem riscos moderados, assumam responsabilidades pessoais por sua performance, tomem especial atenção ao feedback em termos de custos e lucros e encontrem maneiras novas e inovadoras de fazerem um novo produto ou serviço. Essas são precisamente as características que a investigação em laboratório mostrou serem mais associadas a pessoas como um nível de n-Achievement maior. McClelland (1961) mostrou que, em geral, pessoas mais novas com um n-Achievement maior, são, de fato, mais atraídas para os negócios, em vários países (...) (2008, p. 49)

Um estudo de Miner *apud* Sarkar (2008, p. 52) desenvolveu uma tipologia de empreendedores, destacando-os em quatro categorias:

1. Empreendedor Gerente real:

- Desejo de exercer poder;
- Elevadas capacidades de comunicação e supervisão;
- Forte necessidade de promoção e atualização;
- Desejo de executar tarefas rotineiras;
- Atitude positiva em direção à autoridade;

2. Empreendedor Especialista em gerar idéia:

- Ser inovador;
- Resolver os problemas;
- Ser muito inteligente;
- Ser avesso ao risco;

3. Empreendedor Super vendedor enfático:

- Tem empatia e estilo cognitivo;
- Tem habilidade de construir estratégias de aliança com facilidade;
- Tem o desejo de ajudar os outros;

- Valoriza o processo social e tem forte necessidade de relações de harmonia. Acredita que a força de vendas é uma chave de estratégia;

4. Empreendedor individual:

- Preocupa-se mais em alcançar o sucesso do que com a possibilidade de falhar, e não se preocupa com as adversidades;
- Prefere situações em que ele próprio pode influenciar e controlar os resultados;
- É motivado para alcançar os próprios objetivos;
- Prefere situações que envolvam responsabilidade individual claramente definida, de tal forma que, se há sucesso, isso pode ser atribuído a seu esforço próprio.

Para Miner *apud* Sarkar (2008, p. 53), os três primeiros são intra-empREENDEDORES (empREENDEDORES dentro das empresas). Ele considera o tipo *Personal Achiever*, descreve com mais proximidade o verdadeiro empREENDEDOREDOR. Também sugere que os empREENDEDORES que se aproximam de mais de um tipo, com exceção do *Emphatic Supersalesperson*, possuem mais possibilidade de êxito que aqueles referenciados em uma única tipologia.

Enquanto muitos pesquisadores concordam em afirmar que há traços de personalidade comuns aos empREENDEDORES, assim como não existe consenso para definir empREENDEDOREDORISMO, também não há acordo se esses traços são natos ou aprendidos ao longo da vida e quais são mais relevantes.

Autores como Turker e Selcuk (2009), em um estudo sobre os fatores que afetam a intenção empREENDEDOREDORA dos estudantes universitários, por exemplo, referem-se à percepção de suporte educacional o estímulo ao desenvolvimento de idéias criativas e habilidades empREENDEDOREDORAS e o conhecimento necessário sobre empREENDEDOREDORISMO. Outros fatores importantes ainda de acordo com esse estudo são a percepção de suporte relacional, isto é, o apoio de familiares e amigos, a percepção de suporte estrutural por parte de governos, empresas e organizações não governamentais, o interesse em abrir um negócio próprio e a autoconfiança do indivíduo.

Schwarz *et al* (2009), publicaram um estudo sobre os efeitos de atitudes e condições ambientais percebidas na intenção empREENDEDOREDORA. Esse trabalho deu

importância ao ambiente universitário como ambiente que estimula a criatividade e inovação, proporciona o conhecimento necessário e fornece infra estrutura para apoiar a criação de novos negócios.

O estudo também considerou fatores como o apoio do ambiente por meio da concessão de crédito a empresas iniciantes e o acesso ao capital, e barreiras ambientais como a disponibilidade de consultores qualificados e serviço de apoio a novas empresas e a clareza com relação aos procedimentos burocráticos para fundar uma nova companhia. A pesquisa ainda ressaltou outras variáveis como o interesse em se tornar empreendedor em determinado espaço de tempo, competitividade dos indivíduos, renda familiar, tolerância a mudanças e a preferência entre ser o próprio patrão e trabalhar em uma empresa já consolidada.

Já de acordo com Paço *et al* (2011), em sua pesquisa sobre comportamento e intenção empresarial, realizada com jovens de ensino secundário, destacaram a atração, satisfação e vantagens que uma carreira como empreendedor representa em comparação ao comprometimento do indivíduo em abrir a própria empresa em um horizonte de tempo mensurável.

Segundo Lüthje e Franke (2004) para se desenvolver intenções empreendedoras nos estudantes de cursos relacionados a negócios, é importante que a universidade promova ativamente o processo de fundação de novas empresas. Dar suporte a construção de equipes multidisciplinares, promover as habilidades sociais e de liderança necessárias aos empresários, proporcionar o conhecimento necessário para iniciar uma nova empresa, oferecer uma rede de investidores capaz de alavancar os novos negócios e propiciar um ambiente que inspire o desenvolvimento de idéias inovadoras para negócios.

Timmons (1989) postula que, para um empreendedor deve possuir a inovação e criatividade de um inventor e as qualidades de gestão de um gestor para ter sucesso. Sarkar (2008) complementa esse raciocínio sugerindo que

Embora não haja consenso entre os peritos se a criatividade e a inovação são ou não aprendidas ou características inerentes, o know-how dos negócios e as capacidades de gestão requeridas para ser um empreendedor de sucesso são capacidades que podem ser aprendidas (2008, p. 55)

Para Morris e Jones (1989:74), os empreendedores devem estar aptos a realizar essencialmente cinco tarefas: Identificar e avaliar oportunidades; definir um

conceito de negócio; identificar os recursos necessários; adquirir os recursos necessários e implementar o negócio.

Segundo Sarkar (2008) “(...) influências externas, incluindo a ‘exposição’ a uma cultura empreendedora, pode ter um forte papel em influenciar um indivíduo a escolher ser empreendedor.” Gibb citado por Sarkar (2008), identifica cinco etapas principais, nas quais é possível adquirir essas influências: infância, adolescência, idade adulta, meia-idade e terceira idade.

Destacamos aqui as três primeiras etapas. Para Gibb *apud* Sarkar (2008), a influência na infância e adolescência surge principalmente por meio dos pais ou da família. Outro aspecto determinante é a atividade econômica dos pais. Os valores e objetivos de vida da família também influenciam. A escolha da educação que os pais e a família têm também influencia diretamente na opção por se tornar um empreendedor. Na fase adulta, o principal aspecto é a comunidade em que está inserido, sociedade e amigos. A família continua tendo influência residual nessa decisão mesmo nessa fase e por fim, o trabalho também exerce sua importância.

2.3 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

Apresentamos neste tópico um breve retrato do empreendedorismo no Brasil. Nota-se que neste país houve um crescimento da informalidade e da precarização das relações trabalhistas, devido a este quadro socioeconômico é que percebemos uma maior valorização do empreendedorismo por necessidade. De acordo com Cacciamali *apud* Guimarães,

A concentração da renda no Brasil [...] permite a existência de um mercado de bens e serviços diversificado e de alta renda, que favorece a manutenção e criações de empregos no setor informal. Além disso, no Brasil, os processos de liberalização econômica e de reestruturação industrial foram mais lentos, o emprego do setor público ampliou-se e a concentração dos salários e das rendas foi menos intensas, o que permitiu a criação de empregos, embora sem registros em carteiras, e a manutenção de mercados para as atividades do setor informal (2002, p.4)

Para Dolabela (2001, p. 9) “... o grau de empreendedorismo no Brasil é alto por causa do grande número de pessoas que não têm acesso a emprego. Se o sujeito não abre a sua atividade, morre de fome”.

Nota-se com esse relato e as interpretações dadas por especialistas que o nível de empreendedorismo no Brasil é alto porque as pessoas estão buscando

alternativas para sobreviverem e não porque identificaram uma oportunidade no mercado. Quando a alternativa de se abrir um negócio é vista apenas como solução para a sobrevivência, corre-se o risco de iniciar um negócio sem as habilidades, motivações e conhecimentos necessários para que o negócio se mantenha e cresça.

2.3.1 O projeto de pesquisa GEM

O Projeto GEM – *Global Entrepreneurship Monitor* é um estudo realizado anualmente e conta com o Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP) como entidade executora no Brasil. O estudo possui uma equipe de coordenação internacional composta pelas seguintes instituições: nos Estados Unidos, o *Babson College*, no Chile, a *Universidad Del Desarrollo*, na Malásia, a *Universiti Tun Abdul Razak* e na Inglaterra, o *London Business School* e o *Global Entrepreneurship Research Association* (Gera). A pesquisa vem sendo realizada desde 1997 e atualmente engloba 54 países. O Brasil participou pela primeira vez do levantamento no ano de 1999, com o objetivo de compreender o papel da dinâmica de criação de novas empresas no desenvolvimento nacional, e desde então a pesquisa vem passando por um processo constante de evolução.

O estudo GEM está centrado em três objetivos principais: medir diferenças no nível de atividade empreendedora entre os países, identificando os diferentes tipos e fases do empreendedorismo; descobrir os fatores que determinam em cada país seu nível de atividade empreendedora; identificar as políticas públicas que podem favorecer a atividade empreendedora local.

Na pesquisa, postula-se que,

o modelo GEM aceita a natureza multifacetada do empreendedorismo. Ele reconhece que uma série de condições ambientais afeta três componentes principais do empreendedorismo: atitudes, atividades e aspirações, e que essa combinação dinâmica produz uma nova atividade, econômica e socialmente importante, gerando empregos e riqueza (GEM, 2009, p.27).

A interpretação dos resultados da pesquisa visa à compreensão do empreendedorismo segundo atitudes da população em relação ao fenômeno do empreendedorismo, o nível da atividade empreendedora e as aspirações dos

empreendedores que revelam as expectativas do indivíduo para com o desenvolvimento do seu empreendimento.

Esse levantamento coloca que no Brasil em 2011, 26,9% da população adulta eram proprietários ou administradores de algum negócio, o que remete a 27 milhões de brasileiros de 18 a 64 anos. Sobre esses números, estima-se que 15 milhões estavam envolvidos na criação de um negócio em estágio inicial e 12 milhões eram proprietários ou administravam um negócio com mais de três anos e meio de existência, o que coloca o país na 4ª posição no *ranking* de empreendedores estabelecidos, dentre todas as nações participantes da pesquisa. Ao longo de dez anos de pesquisa GEM, o Brasil apresentou uma média de 13,5% de sua população empreendendo em estágio inicial. Quando analisada a razão entre empreendedores por oportunidade e necessidade, registrou-se que um pequeno aumento de 0,06 unidades de 2010 para 2011, ficando em 2,24. O perfil etário predominante entre os empreendedores (17,85%) corresponde à faixa que se estende dos 25 aos 34 anos (quadro 1.1).

QUADRO 1 – EMPREENDEDORES SEGUNDO FAIXA ETÁRIA – BRASIL

Faixa Etária	Empreendedores iniciais para grupos de países				
	Todos os Países (54 países)	Impulsionados por fatores (7 países)	Impulsionados pela eficiência (24 países)	Impulsionados pela inovação (23 países)	Brasil
	Taxa	Taxa	Taxa	Taxa	Taxa
18 a 24 anos	9,11	10,67	12,37	5,24	12,82
25 a 34 anos	13,56	16,00	17,83	8,36	17,85
35 a 44 anos	12,79	15,17	16,28	8,43	17,24
45 a 54 anos	10,39	13,34	12,91	6,87	13,06
55 a 64 anos	6,76	8,81	8,24	4,59	9,33

Fonte: Pesquisa GEM (2011).

Ao analisar o Quadro 1, percebemos que enquanto nos países incentivados pela inovação a taxa de empreendedores aumenta à medida que os indivíduos aumentam seu nível de escolaridade, já no Brasil tal relação mostrou-se inversa, ou seja, as taxas são menores à medida que o nível de escolaridade aumenta. Tal fato pode ter pelo menos três explicações. A primeira deve-se ao fato da alta taxa de empreendedores por necessidade ainda existente no Brasil, apesar desse indicador ter melhorado substancialmente nos últimos anos. A segunda explicação refere-se à alta demanda por mão de obra qualificada pelas empresas brasileiras, que se

encontram em um momento de expansão econômica forte e com altos níveis de recrutamento e seleção de empregados. Finalmente, pode-se considerar o baixo nível de escolaridade da população.

Quadro 2 – EMPREENDEDORES EM ESTÁGIO INICIAL (TEA) SEGUNDO O NÍVEL DE ESCOLARIDADE – GRUPO DE PAÍSES

Nível de escolaridade	Empreendedores iniciais para grupos de países				
	Todos os Países (54 países)	Impulsionados por fatores (7 países)	Impulsionados pela eficiência (24 países)	Impulsionados pela inovação (23 países)	Brasil
	Taxa	Taxa	Taxa	Taxa	Taxa
Primeiro grau completo	8,02	11,20	10,58	4,38	15,12
Segundo grau completo	10,44	14,74	13,76	5,67	15,05
Universidade	12,45	13,18	16,32	8,19	13,97
Pós-graduação	12,92	19,81	15,38	8,65	9,57

Fonte: GEM (2011).

O estudo também aponta que o,

empreendedorismo no Brasil é demasiadamente marcado por empreendimentos até certo ponto rudimentares, com foco em serviços orientados ao consumidor final, destacando-se o segmento de comércio de produtos alimentícios e confecções. [...] É importante chamar a atenção para o fato de que esse perfil de empreendimentos baseados no atendimento direto ao consumidor final possui forte propensão à informalidade, baixa necessidade de recursos financeiros para a abertura do negócio e poucas exigências em termos de complexidade organizacional (GEM, 2009, p. 54)

O Brasil possui um dos menores índices de novidade de produto entre todos os países participantes. Pouco mais de 6,88% dos empreendedores em estágio inicial afirmam que seu produto será reconhecido como novidade por pelo menos alguns de seus consumidores e apresentam baixa ou nenhuma concorrência (Quadro 2), que nos coloca na penúltima posição dentre os países pesquisados, apenas atrás de Bangladesh.

QUADRO 3 – EMPREENDEDORES EM ESTÁGIO INICIAL SEGUNDO NOVIDADE E CONCORRÊNCIA DO PRODUTO – GRUPO DE PAÍSES

Tópico de Inovação		Empreendedores iniciais para grupos de países							
		Todos os Países (54 países)		Impulsionados por fatores (7 países)		Impulsionados pela eficiência (24 países)		Impulsionados pela inovação (23 países)	
		Prop.(%)	País	Prop.(%)	País	Prop.(%)	País	Prop.(%)	País
Combinação de concorrência e novos produtos (1)	Mais alta	57,35	Chile	34,99	Guatemala	57,35	Chile	54,13	Dinamarca
	Média	26,51	...	17,74	...	26,36	...	29,33	...
	Mais baixa	6,78	Bangladesh	6,78	Bangladesh	6,88	Brasil	14,06	Japão
	Brasil	6,88	53ª	6,88	24ª

(¹) Afirmando ter poucos ou nenhum concorrente e o produto/serviço oferecido ser novo para alguns ou para todos.

Fonte: Pesquisa GEM (2011).

Considerando-se os empreendedores estabelecidos que simultaneamente afirmam que seus produtos são considerados novos para pelo menos alguns consumidores e que terão pouca ou nenhuma concorrência no ambiente onde estão inseridos, combinando-se produto x mercado, verifica-se que o Brasil tem a segunda menor proporção (2,4%) de empreendimentos com algum conteúdo inovador entre todos os países analisados no estudo, ficando apenas atrás da Bósnia Herzegovina.

QUADRO 4 – EMPREENDEDORES ESTABELECIDOS SEGUNDO NOVIDADE E CONCORRÊNCIA DO PRODUTO – GRUPO DE PAÍSES

Tópico de Inovação		Empreendedores estabelecidos para grupos de países							
		Todos os Países (54 países)		Impulsionados por fatores (7 países)		Impulsionados pela eficiência (24 países)		Impulsionados pela inovação (23 países)	
		Prop.(%)	País	Prop.(%)	País	Prop.(%)	País	Prop.(%)	País
Combinação de concorrência e novos produtos (¹)	Mais alta	38,76	Chile	32,78	Guatemala	38,76	Chile	33,33	França
	Média	14,70	...	14,83	...	15,04	...	14,32	...
	Mais baixa	1,12	Bósnia e Herz.	3,69	Bangladesh	1,12	Bósnia e Herz.	4,11	Portugal
	Brasil	2,94	53 ^a	2,94	23 ^a

(¹) Afirmando ter poucos ou nenhum concorrente e o produto/serviço oferecido ser novo para alguns ou para todos.

Fonte: Pesquisa GEM (2011).

Analisando esses últimos dados, percebemos que o grau de inovação em torno das iniciativas empreendedoras no país é no mínimo preocupante, pelo fato do país ocupar a última posição, bem abaixo de outros países da América Latina. Há um longo caminho para que possamos fazer do Brasil não só um país empreendedor, mas um país que tenha a possibilidade de crescer, se desenvolver e inovar, aproveitando todo o potencial que possuímos. Apesar da taxa de indivíduos que abrem suas próprias empresas no país ser relativamente alta, em comparação a outras economias, o Brasil continua sendo um dos países menos inovadores do mundo. (GEM 2011)

2.4 O ENSINO DO EMPREENDEDORISMO NA UNIVERSIDADE

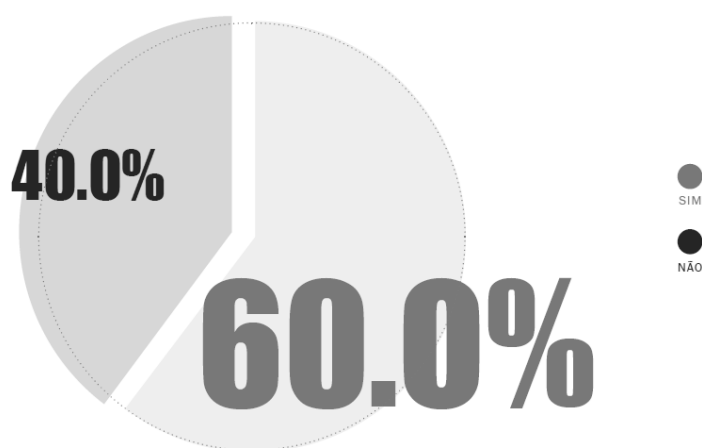
A Endeavor Brasil apresentou em 2013 um projeto que tem por objetivo apresentar um panorama das características dos estudantes universitários brasileiros, relacionadas ao empreendedorismo. Realizada pelo segundo ano consecutivo, a pesquisa faz parte do *The Entrepreneurship Education Project* (EEP), que conta com mais de 80 universidades espalhadas por 40 países. No Brasil, em 2012, participaram 6.215 estudantes e 46 Instituições de Ensino Superior. A Endeavor é uma organização internacional sem fins lucrativos que visa impulsionar o empreendedorismo em países em desenvolvimento.

2.4.1 Potencial Empreendedor

O que se verificou nesta pesquisa é que 60% dos estudantes universitários brasileiros pensam e desejam abrir uma empresa, apesar de poucos universitários serem empreendedores.

Diferente daqueles que já estão empreendendo, a idéia do negócio próprio pouco se altera quanto à idade ou tipo de curso (graduação ou pós-graduação) do estudante. No entanto, existe um maior desejo em empreender entre os indivíduos do sexo masculino e aqueles de instituições de ensino superior privadas. Outra relevante característica diz respeito àqueles engajados em entidades estudantis, como Diretórios Acadêmicos e o movimento das Empresas Júnior, por exemplo.

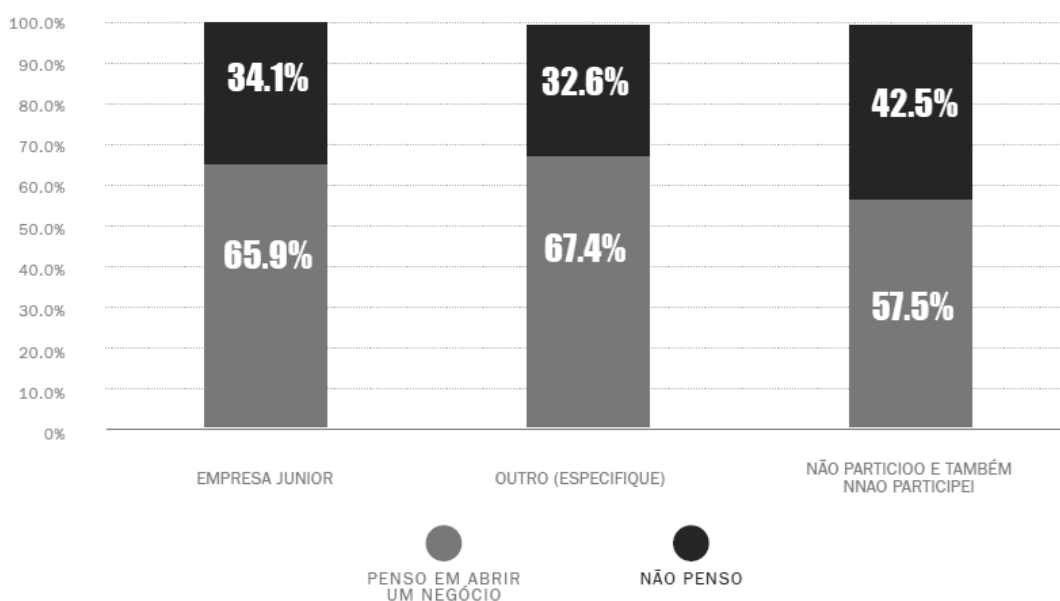
GRÁFICO 1 – VOCÊ ESTÁ PENSANDO EM ABRIR UM NOVO NEGÓCIO?



Fonte: Endeavor Brasil (2013).

Um fator importante ao potencial empreendedor do jovem universitário é seu engajamento em instituições estudantis. 66% dos estudantes fazem parte de alguma instituição estudantil, apresentando média superior em relação aqueles que nunca participaram. O que significa que aqueles engajados possuem uma experiência do cotidiano de uma empresa, sabendo lidar com desafios e amadurecendo com um empreendedor.

GRÁFICO 2 – ENGAJAMENTO EM INSTITUIÇÕES ESTUDANTIS



Fonte: Endeavor Brasil (2013).

2.4.2 Intenções empreendedoras

Quando perguntados sobre as intenções empreendedoras, os alunos mostram mais convicção ao negar não realizar atividades que indicam seu comprometimento em empreender do que concordar que desenvolvem tarefas de preparação para abrir seu próprio negócio. Além disso, os universitários estão mais atentos a oportunidades de se abrir um negócio se comparado com a educação para tal. A tabela abaixo representa as respostas agrupadas dos universitários brasileiros:

TABELA 1 – INTENÇÕES E ATITUDES EMPREENDEDORAS

	NEGAÇÕES			AFIRMAÇÕES		
	Nunca pesquiso oportunidades de abrir um negócio	Não leio livros sobre como abrir um negócio	Não tenho planos para abrir a minha própria empresa	Gasto tempo aprendendo iniciar um novo negócio	Pretendo criar um novo negócio no futuro	Estou economizando dinheiro para começar um novo negócio
Falso	48,6	40,2	63,4	30,2	6,6	46,7
Na média	36,8	34,3	25,6	41,4	25,9	35,7
Verdadeiro	14,6	25,4	11,0	28,4	67,5	17,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Endeavor Brasil (2013).

Apesar supormos que os jovens universitários tenham pouca ou nenhuma renda própria, 17,6% considerarem totalmente verdadeira ou verdadeira a afirmação “estou economizando dinheiro para começar um negócio”. Outro aspecto relevante é de que os estudantes (considerando todos os entrevistados) almejam abrir uma empresa no futuro, mas não se organizam no presente, isto corresponde à taxa de leitura sobre empreendedorismo, a qual apenas 40,3% consideram totalmente falsa ou apenas falsa a afirmação “não leio livros sobre como abrir uma empresa”.

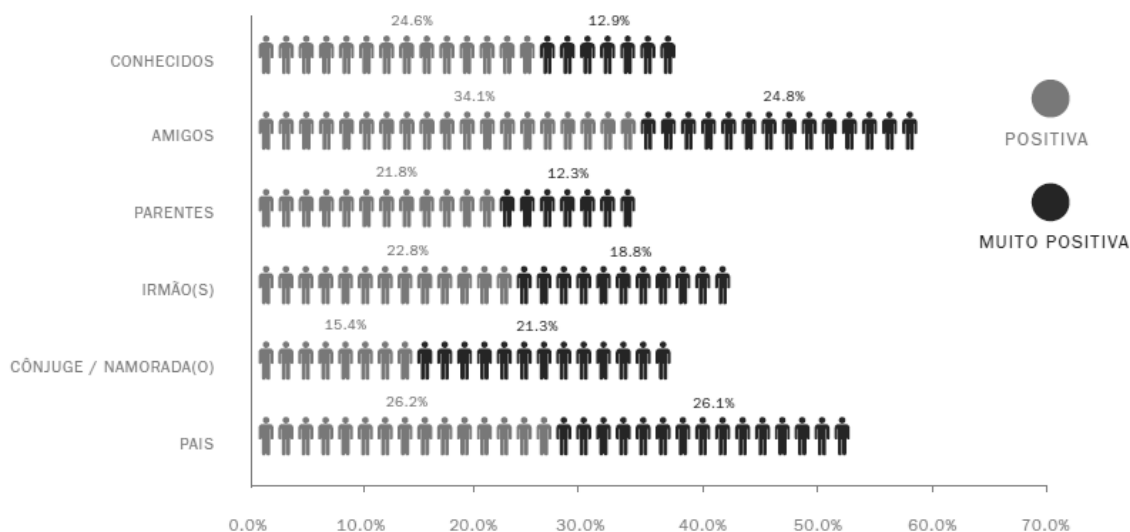
Portanto, os alunos que pensam em empreender (“empreendedores potenciais”) se preparam mais em relação à população em geral, mas percebemos que eles se dedicam mais às atividades mais simples, como fazer planos de abrir um negócio, bem como pesquisando a oportunidade para tal.

2.4.3 Influenciadores

Nota-se que os pais são os grandes influenciadores destes jovens brasileiros. Aqueles possuem a opinião mais relevante e, junto com os amigos próximos, quem melhor enxerga o filho empreendendo com bons olhos.

Para 52,3% dos universitários entrevistados, os pais têm uma opinião “positiva” ou “muito positiva” a respeito de iniciar um novo negócio. Essa imagem é excepcional, já que 60,2% dos respondentes consideram essa opinião como “importante” ou “extremamente importante”. Além disso, 62,8% dos pais dos universitários que já empreendem também possuem um negócio próprio.

GRÁFICO 3 – OPINIÕES EXTERNAS NO APOIO AO EMPREENDEDORISMO



Fonte: Endeavor Brasil (2013).

Os filhos dos pais empreendedores são pessoas mais auto-confiantes, sentem-se mais capazes, mesmo diante de um negócio fracassado do pai. Diante de um insucesso de um negócio do pai, 27,2% dos filhos relataram um aumento de confiança, ao passo que somente 20% disseram ter menos confiança com o fato. Já para os filhos de pais que empreenderam com sucesso, 69,3% disseram ter mais segurança para empreender – para 2,5%, a confiança diminuiu.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este capítulo abordará os procedimentos metodológicos que permitiram a análise do potencial empreendedor dos acadêmicos do curso Administração da UFPB, bem como a interferência do curso no perfil empreendedor dos alunos.

3.1 TIPO DE ESTUDO

Para a realização da pesquisa foi feito um estudo quantitativo, descritivo envolvendo os acadêmicos do curso de graduação em Administração da UFPB. Fez-se a opção por focar alunos do 4º ao 8º período pelo fato de terem mais tempo na graduação e mais propriedade para responder as perguntas.

As perguntas feitas aos estudantes foram elaboradas com o intuito de capturar suas intenções empreendedoras Turker e Selcuk (2009), os efeitos de atitudes e condições ambientais percebidas na intenção empreendedora Schwarz *et al* (2009), comportamento e intenção empresarial Paço *et al*(2011), intenções empreendedoras e percepção de suporte Lüthje e Franke (2004) e perfis de administradores Bertero (2006).

3.2 CARACTERIZAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO

A pesquisa foi realizada na UFPB que é uma instituição de educação superior federal, criada em 02 de dezembro de 1955 pela Lei Estadual 1.366/55 e instalada sob o nome de Universidade da Paraíba, como resultado da junção de algumas escolas superiores. Em 1960 foi federalizada e transformada em Universidade Federal da Paraíba, incorporando as estruturas universitárias existentes nas cidades de João Pessoa e Campina Grande.

O ensino de Administração na Paraíba teve início em 23 de junho de 1963, quando foi aprovada a criação do Curso de Administração Pública na UFPB, pelo Conselho Universitário - CONSUNI. O reconhecimento do referido curso, que naquela época funcionava na antiga Faculdade de Ciências Econômicas - FACE, em João Pessoa, efetiva-se com o Decreto n.º 63.584 de 11 de novembro de 1968. Através da Resolução n.º 15/74, foi estabelecida a estrutura curricular, exclusiva, do Curso de Administração.

O Departamento de Administração é composto atualmente por 33 professores efetivos, além de professores substitutos e colaboradores e está vinculado ao Centro de Ciências Sociais Aplicadas. Atualmente, o curso de Administração é um dos maiores da UFPB, com mais de 1.300 alunos. Possui o Programa de Pós Graduação em Administração – PPGA, oferecendo os cursos de mestrado e doutorado.

3.3 AMOSTRA

A pesquisa foi realizada na UFPB e foram aplicados questionários nas salas de aulas e nas vias de acesso às mesmas. Desses, foram recolhidas informações de 104 alunos de diferentes turnos e períodos.

A escolha da abordagem dos sujeitos pesquisados ocorreu por conveniência e acessibilidade, por decisão da pesquisa. Todos os questionários foram aplicados presencialmente.

A coleta de dados foi realizada pelo próprio pesquisador durante os meses de novembro e dezembro de 2012, estimamos que o tempo gasto para o preenchimento do questionário foi em torno de 9 minutos. Salienta-se que a amostragem se configurou como não probabilística, sendo adequada para a proposta do estudo.

3.4 COLETA DE DADOS

Para a obtenção dos dados utilizou-se um questionário – Avaliação do Perfil Empreendedor (Anexo 1). A coleta aconteceu entre 22 de Novembro a 10 de Dezembro de 2012.

Esse questionário foi composto por 9 variáveis demográficas e 34 questões divididas em três partes:

1. Características gerais do empreendedor, composta por 8 questões.

Segundo Bertero (2006), esses perfis auxiliam no entendimento do que se pode conceber de um profissional de administração. Apesar de tais concepções não existem em estado puro, na realidade todo profissional de administração acaba ligando em sua personalidade e em seu comportamento traços dos três tipos de perfis.

2. Importância, inclinação e direcionamento para os perfis, composta por 9 questões.

Para Bertero (2006), essa segunda parte tem por objetivo coligar informações sobre a ênfase dada e principais preferências acerca de cada um dos perfis de administrador.

3. Percepções Empreendedoras, composta por 12 questões.

Essa terceira parte referenda-se no trabalho de Lüthje e Franke (2004), quanto às percepções em que o indivíduo avalia o ambiente no estímulo ao empreendedorismo, intenções empreendedoras Turker e Selcuk (2009), os efeitos

de atitudes e condições ambientais percebidas na intenção empreendedora Schwarz *et al* (2009), comportamento e intenção empresarial Paço *et al* (2011).

4. Dados demográficos, composta por 9 variáveis.

Com o objetivo de balizar a variáveis demográficas e socioeconômicas, especificadamente, sexo, idade, estado civil, renda familiar, ocupação dos pais, condição atual e intenções futuras quanto ao trabalho.

3.5 TRATAMENTO DOS DADOS

Para analisar os dados foram necessários procedimentos quantitativos, quanto aos dados obtidos do questionário aplicado foram extraídas estatísticas descritivas da amostra que envolve a frequência, média e desvio-padrão das variáveis com o uso do software *Statiscal Package for the Social Science* (SPSS). Na sequência, os dados coletados foram confrontados entre si por meio das evidências e levando em consideração os conteúdos teóricos ressaltados na revisão da literatura.

4 ANÁLISE DOS DADOS

Nesse capítulo iremos evidenciar e discorrer sobre os resultados obtidos com a pesquisa. Analisaremos logo abaixo os dados demográficos, em seguida passaremos a analisar os construtos.

4.1 DADOS DEMOGRÁFICOS

A Tabela 2 representa as categorias de estado civil, gênero, faixas de idade e renda familiar mensal dos estudantes de administração. Com relação ao sexo, observamos que a maior parte dos estudantes é do sexo masculino, correspondendo a um percentual de 57,7%, e sobre a idade dos estudantes, a pesquisa identificou uma maior concentração na faixa etária de 20 a 22 anos, atingindo 34,6% da amostra. Estes dados indicam que o perfil de idade do estudante de administração, que está praticamente concluindo o curso, especialmente porque

o questionário foi aplicado preferencialmente para alunos que estivessem regularmente matriculados nos últimos semestres do curso.

Quanto ao estado civil, os dados apontam que a categoria de solteiro foi a que obteve maior expressão com 83,7% da amostra, seguida pela categoria dos casados com 13,5%, por último 2,9% da amostra possui outro tipo de relacionamento, não elencado na pesquisa. No que tange à renda familiar, como se pode observar na tabela, que foi destaque, a categoria de renda mais elevada, 34,6% da amostra apresentou uma renda familiar acima de R\$ 6.000,00, demonstrando que os 104 estudantes apresentaram uma renda familiar bastante significativa.

TABELA 2 – DADOS SÓCIO-DEMOGRÁFICOS

Estado Civil		Gênero	
Solteiro(a)	83,70%	Masculino	57,70%
Casado(a)	13,50%	Feminino	42,30%
Outros	2,90%		
Idade		Renda Familiar	
Até 20 anos	11,50%	Até R\$ 2.000,00	18,30%
Acima de 20 até 22 anos	34,60%	Acima de R\$ 2.000,00 até R\$ 4.000,00	27,90%
Acima de 22 até 24 anos	28,80%	Acima de R\$ 4.000,00 até R\$ 6.000,00	19,20%
Acima de 24 anos	25%	Acima de R\$ 6.000,00	34,60%

Fonte: Dados da pesquisa (2012).

A Tabela 3 mostra a condição de trabalho atual dos estudantes pesquisados, destacando-se os estudantes que dedicam tempo ao trabalho, com 77% do total, havendo empate entre os que trabalham meio turno e os que estão trabalhando integralmente, com 38,5%. Os estudantes que não possuem ocupação representam 23% da amostra.

TABELA 3 – CONDIÇÃO ATUAL SOBRE O TRABALHO

Opção	Frequências	Percentual
Não está trabalhando	24	23,0
Está trabalhando meio turno	40	38,5
Está trabalhando integralmente	40	38,5
Total	104	100

Fonte: Dados da pesquisa (2012).

Na Tabela 4, observamos os resultados da avaliação das intenções futuras quanto ao trabalho após o término do curso. Constatou-se que a intenção principal é trabalhar em sua própria empresa ou abrir um negócio próprio, com um percentual de 40,4%, bem abaixo da média nacional que é de 60% segundo o estudo da Endeavor (2013). Em segundo plano ficou a outra opção de conseguir um emprego público, que obteve 33,7% dos respondentes. As outras opções, conseguir um emprego privado, não trabalhar e trabalhar em empresas da família, tiveram um escore mais baixo, com 14,4%, 7,7% e 3,8% respectivamente. Isso mostra, de uma maneira geral, uma forte intenção dos estudantes de administração de empreenderem, sendo quase alcançada pela intenção de ingressar no serviço público.

TABELA 4 – INTENÇÕES FUTURAS QUANTO AO TRABALHO

Opção	Frequências	Percentual
Conseguir um emprego público	35	33,7
Conseguir um emprego privado	15	14,4
Trabalhar em sua própria empresa ou abrir um negócio	42	40,4
Trabalhar em empresas de sua família	4	3,8
Não trabalhar (estudar para concursos, pós-graduação...)	8	7,7
Total	104	100

Fonte: Dados da pesquisa (2012).

Com relação à ocupação dos pais, temos na Tabela 5 que a maioria dos respondentes apontou a ocupação de empresários e/ou comerciantes como principal, correspondendo a 38,5%. Em seguida temos empregados de empresas e empregados públicos com 31,7% e 27,9%, respectivamente. Empregados de ONGs pontuaram com apenas 1,9% da amostra.

TABELA 5 – OCUPAÇÃO PROFISSIONAL DOS PAIS

Opção	Frequências	Percentual
Empregados públicos	29	27,9
Empregados de empresas (públicas ou privadas)	33	31,7
Empregados de Organizações Não Governamentais	2	1,9
Empresários e/ou Comerciantes	40	38,5
Total	104	100

Fonte: Dados da pesquisa (2012).

4.2 ANÁLISE DOS CONSTRUTOS

Os construtos foram analisados em três momentos: inicialmente são analisados os tópicos associados ao domínio das habilidades gerenciais para cada tipo de gestor apontado; em seguida analisa-se a importância percebida em cada perfil, e a percepção de orientação pessoal e do curso. E por fim, apoio institucional de suporte e fomento, segurança e interesse empreendedor.

4.2.1 Domínio das habilidades por tipo

Em relação ao domínio das habilidades de natureza burocrática, verificaram-se médias bastante elevadas para todas as variáveis. Como podemos verificar na Tabela 6, as médias foram elevadas, ficando entre 7,77 e 8,40 indicando um elevado grau de concordância com as afirmações, e portanto uma grande segurança quanto ao domínio das habilidades. Já com relação aos desvios-padrão, os dados da Tabela 6 mostram valores todos em um nível baixo (entre 1,54 e 1,66), o que indica que os estudantes mostram uma boa convergência na avaliação.

TABELA 6 – VARIÁVEIS DE DOMÍNIO DE HABILIDADES BUROCRÁTICAS

Variável	Média	Desvio
Sou capaz de gerenciar as atividades do dia-a-dia a partir do cumprimento das determinações e procedimentos formais e normativos.	7,9519	1,65688
Tenho fácil adaptação às regras e procedimentos formais do trabalho gerencial.	8,2788	1,66900
Tenho capacidade de administrar bem as tarefas cotidianas e rotineiras do dia-a-dia.	8,4038	1,54241
Consigo atender e valorizar as regras e procedimentos racionais da organização.	7,7788	1,66025

Fonte: Dados da pesquisa (2012).

No que se refere ao domínio de habilidades empreendedoras, as médias tiveram um comportamento intermediário, refletindo esse aspecto em todas as variáveis. Como mostra a Tabela 7, as quatro variáveis mostraram média acima de 6,5, refletindo um indicativo motivador médio para esse tipo de domínio. Quanto ao

desvio-padrão, verificou-se que ocorreu um grau de dispersão acentuado, haja vista que os valores variaram de 1,84 a 2,06 indicando que os estudantes mostraram convergência razoável na avaliação procedida.

TABELA 7 – VARIÁVEIS DE DOMÍNIO DE HABILIDADES EMPREENDEDORAS

Variável	Média	Desvio
Tenho condições de criar novos produtos que atendam às demandas dos clientes.	6,5000	2,06684
Sou capaz de gerenciar as atividades do dia-a-dia a partir do cumprimento das determinações e procedimentos formais e normativos.	7,2596	1,91567
Tenho a capacidade de motivar pessoas para constituir equipes de trabalho de alto desempenho e produtividade.	7,2885	1,67606
Consigo visualizar e desenvolver iniciativas inovadoras para negócios.	7,0385	1,84824

Fonte: Dados da pesquisa (2012).

O domínio relativo às habilidades de executivo apresentou características variadas entre os itens de análise, cujas médias se comportaram de forma a alcançar níveis elevados em quase todas as variáveis e uma variável com nível intermediário. Como pode ser observado na Tabela 8, as médias ficaram acima de 7,6 e somente uma com 7,16 (sou capaz de desenvolver ações seguras de negociação com *stakeholders*), e os números mostram uma certa tendência para o domínio de habilidades executivas. No aspecto relativo ao desvio-padrão, os números constantes da Tabela 8 refletem um grau de dispersão moderado mostrando que os estudantes não apresentaram convergência na avaliação.

TABELA 8 – VARIÁVEIS DE DOMÍNIO DE HABILIDADES EXECUTIVAS

Variável	Média	Desvio
Tenho a capacidade de motivar pessoas para constituir equipes de trabalho de alto desempenho e produtividade.	7,8077	1,86473
Tenho boa capacidade de exercer liderança e gerenciamento de conflitos internos.	7,6346	1,79025
Sou capaz de desenvolver ações seguras de negociação com stakeholders (clientes, colaboradores governo, investidores...).	7,1635	1,92637
Consigo delegar tarefas e desenvolver um estilo participativo de gestão.	7,7692	1,83404

Fonte: Dados da pesquisa (2012).

4.2.2 Importância percebida e percepção de orientação

Pelos dados constantes da Tabela 9, verifica-se que, na visão do estudante, esses perfis representam as opções de carreira que um administrador deve escolher ou sentir-se possuidor de uma dessas habilidades. Os números refletem o pensamento do estudante sobre o perfil para o profissional de administração, recaindo sobre o perfil de empreendedor e de executivo como os perfis mais importantes para ele. As médias alcançadas nessa tabela indicam uma elevada tendência de comportamento das variáveis em relação ao perfil, ou seja, acima de 7,5, destacando-se o perfil do executivo com 8,43 e depois o perfil do empreendedor, que atingiu o valor de 8,15.

No tocante ao grau de dispersão constante da Tabela 9, pode-se observar que, com relação aos perfis, o grau de dispersão foi considerado acentuado, provocando uma ligeira desconfiguração nos dados da tabela.

TABELA 9 – IMPORTÂNCIA DO PERFIL PARA O PROFISSIONAL

Variável	Média	Desvio
O perfil burocrático é fundamental para o profissional de Administração	7,7115	1,92920
O perfil empreendedor é fundamental para o profissional de Administração	8,1538	1,86833
O perfil executivo é fundamental para o profissional de Administração	8,4327	1,72792

Fonte: Dados da pesquisa (2012).

A Tabela 10 contém os dados que o estudante entende sejam o mais próximos de suas habilidades como futuro profissional de administração. Os números espelham como eles se vêem nessa perspectiva. Desta forma, as médias representaram valores para variáveis consideradas num nível intermediário: 6,58 e 6,60, e outra para variável com nível elevado 7,46. Isso indica que houve certa concordância nas afirmações. Os graus de dispersão para os perfis burocrático, empreendedor e executivo, são 2,10, 2,07 e 2,02, respectivamente, mostrando um afastamento modesto em relação à média.

TABELA 10 – INCLINAÇÃO PESSOAL PARA OS PERFIS

Variável	Média	Desvio
Pessoalmente, sou bastante voltado para o perfil burocrático	6,5865	2,10229
Pessoalmente, sou bastante voltado para o perfil empreendedor	6,6058	2,07350
Pessoalmente, sou bastante voltado para o perfil executivo	7,4615	2,02376

Fonte: Dados da pesquisa (2012).

Os dados da Tabela 11 demonstram a orientação dos Cursos de Administração, para os perfis da carreira de administrador. Pelos dados apresentados na tabela, verifica-se que as variáveis apresentaram médias pouco significativas, alcançando o máximo de 6,11 para o perfil burocrático, e a menor foi de 5,45 para o perfil de empreendedor. Este resultado mostra o quanto o curso está afastado dos perfis de carreira do administrador, no pensamento dos estudantes.

O grau de dispersão em relação às respostas mostra valores considerados altos. Desta maneira, a orientação do curso para o perfil burocrático obteve um

desvio-padrão de 2,45 apresentando a maior dispersão em relação à média; em seguida, tem-se a orientação do curso para o perfil executivo 2,33, também considerado alto, indicando que os estudantes não apresentaram convergência em relação às suas respostas; e por fim a orientação do curso para o perfil de empreendedor 2,29, considerado o de menor grau de dispersão constante da tabela.

TABELA 11– DIRECIONAMENTOS DOS CURSOS PARA OS PERFIS

Variável	Média	Desvio
De modo geral, percebo que o curso é bem voltado para a construção do perfil burocrático	6,1154	2,45071
De modo geral, percebo que o curso é bem voltado para a construção do perfil empreendedor	5,4519	2,29343
De modo geral, percebo que o curso é bem voltado para a construção do perfil executivo	6,3558	2,33137

Fonte: Dados da pesquisa (2012).

Esses indicadores constantes da Tabela 3.10 retratam o pensamento dos estudantes com relação aos Cursos de Administração, por eles freqüentados na universidade. Os números contidos na tabela demonstram como os cursos estão distanciados em relação à carreira do administrador. O entendimento do aluno no que diz respeito aos cursos é categórico por não contemplar no seu Projeto Pedagógico as linhas norteadoras de formação do estudante de administração na universidade.

4.2.3 Apoio institucional, segurança e interesse empreendedor

Em relação à percepção de apoio institucional para a o incentivo ao empreendedorismo, a Tabela 12 mostra que é importante que a universidade promova o processo de abertura de novas empresas, com um escore significativo de 8,26. Em proporção inversa, verificamos que apesar disso, na visão do estudante, a universidade deixa a desejar em infraestrutura para apoiar tais iniciativas (4,21), encorajamento para desenvolver idéias criativas para empreender (5,04), suporte a construção de equipes multidisciplinares (5,24), prover conhecimento necessário

para iniciar uma nova empresa (5,06) e desenvolver competências para desenvolver uma micro/pequena empresa (5,66).

Esses resultados corroboram com a perspectiva de Schwarz *et al* (2009) e Lüthje e Franke (2004), que sugerem a importância do ambiente universitário como um dos fatores de maior impacto na intenção empreendedora dos estudantes.

TABELA 12– PERCEPÇÃO DE APOIO INSTITUCIONAL

Variável	Média	Desvio
A educação na universidade me encoraja a desenvolver idéias criativas para ser um empreendedor	5,0481	2,54047
Minha universidade oferece bom suporte à construção de equipes multidisciplinares dos alunos	5,2404	2,44749
Considero importante que a universidade promova ativamente o processo de abertura de novas empresas	8,2692	1,94702
Existe uma boa infra estrutura de apoio a abertura de novas empresas, em funcionamento no campus	4,2115	2,41626
Meu curso proporciona aos alunos o conhecimento necessário para iniciar uma nova empresa	5,0673	2,4426
Meu curso desenvolve nos alunos competências para gerir uma micro/pequena empresa	5,66346	2,359079

Fonte: Dados da pesquisa (2012).

Sobre aspecto do sentimento de segurança em ser empreendedor, temos em destaque o apoio de familiares e amigos que atingiu a pontuação de 8,49. Com um rendimento médio, temos a fator de autoconfiança em ter sucesso iniciando uma nova empresa, com 6,86. A clareza em relação aos procedimentos burocráticos para abrir uma nova companhia e o acesso a crédito para novas empresas foram considerados fatores limitantes por apresentarem um baixo escore, 5,54 e 5,30, respectivamente.

Essa situação é alinhada as idéias de Turker e Selcuk (2009), pois os autores argumentam que a percepção de suporte educacional, relacional (familiares e amigos) e estrutural (governos, empresas, ONGs) afetam a intenção empreendedoras dos estudantes universitários.

TABELA 13 – PERCEPÇÃO DE SEGURANÇA PARA EMPREENDEDOR

Variável	Média	Desvio
Eu acredito que eu posso administrar uma empresa com sucesso, quando terminar o curso	6,8654	2,32361
Os procedimentos burocráticos para fundar uma nova companhia são claros para mim	5,5481	2,61021
Se eu decidi ser um empreendedor, meus familiares e amigos me apoiarão	8,4904	1,94585
Considero fácil o acesso ao credito para novas empresas	5,3077	2,23857

Fonte: Dados da pesquisa (2012).

Por fim, ao considerar o interesse empreendedor, nos deparamos com uma estatística animadora, pois a pontuação revela 8,14, optando por abrir um negócio se tivesse oportunidade e recursos. A pontuação que diz respeito à atração por uma carreira com empresário também merece destaque, com 7,99. Quando perguntados sobre a probabilidade de criar uma empresa nos próximos cinco anos, o escore sofre uma queda para 6,65. Constatações do estudo de Paço *et al* (2011) indicaram forte influência desses elementos nos indivíduos que querem abrir sua própria empresa.

TABELA 14 – INTERESSE EMPREENDEDOR

Variável	Média	Desvio
Se eu tivesse a oportunidade e recursos, eu abriria um negócio	8,1442	2,27446
E provável que eu irei criar uma empresa durante os próximos cinco anos	6,6538	2,81041
Uma carreira como empresário é atraente para mim	7,9904	2,39941

Fonte: Dados da pesquisa (2012).

Diante do contexto exposto é possível afirmar que não foram verificados evidências de interesse, intenção e potencial empreendedor por parte dos pesquisadores, porém, a universidade e o curso de Administração não têm conseguido acompanhar essa demanda de seus clientes.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através deste trabalho trouxemos um conjunto de significados em torno do termo empreendedorismo, englobando as relações com o desenvolvimento econômico e o estágio que se encontra no Brasil, bem como suas interfaces com os processos de aprendizado, geração e difusão de conhecimento e de inovações. Verifica-se as distintas percepções entre os autores em relação ao tema empreendedorismo, cada um seus conceitos individuais, mas todos abrangendo o tema num aspecto econômico, social e político.

A presente pesquisa teve como objetivo estudar a interferência do Curso de Administração mantido pela UFPB no perfil empreendedor dos alunos e o desafio centrou-se em três pontos básicos: levantar quais são as percepções em relação às suas habilidades gerenciais, avaliar sobre o grau de relevância para o perfil profissional de administrador voltado para burocrático, executivo e empreendedor, verificar o potencial empreendedor dos acadêmicos do curso Administração da UFPB.

Inicialmente os dados demográficos contêm números expressivos que podem ser apresentados, como a variável sexo, na qual se verificou que 57,7% é do sexo masculino, se comparado com o feminino, que ficou apenas com 42,3%; e a idade do estudante de administração da UFPB, que se concentra na faixa de 20 a 22 anos, que na amostra compreendeu 34,6%, e 25% estão acima de 24 anos; e por último a renda familiar do estudante, tendo-se verificado que 34,6% dos estudantes possuem renda familiar acima de R\$ 6.000,00 e 27,9% estão numa faixa de renda entre R\$ 2.000,00 e R\$ 4.000,00.

No que se refere à análise dos construtos, percebeu-se, com relação ao domínio das habilidades, que o estudante está mais seguro com atividades burocráticas e distinguiu-se na posição de executivo, mesmo se destacando o perfil de empreendedor.

Na concepção da inclinação pessoal para os perfis, a pesquisa mostrou que o estudante foi mais simpatizante com os perfis empreendedor e executivo; no entanto no aspecto do direcionamento do curso para os perfis, os números mostraram que o aluno respondeu afirmando estar o curso bem distanciado do direcionamento desses perfis.

Sobre o objetivo referente à tendência do estudante em relação à corrente administrativa possível, percebeu-se uma tendência para as habilidades de executivo e empreendedor, porém os cursos se encontram bastante distanciados das carreiras inerentes ao administrador (burocrata, empreendedor e executivo).

Um dado que merece atenção é sobre as intenções futuras quanto ao trabalho, onde a maioria dos pesquisados, 40,4%, diz querer trabalhar em sua própria empresa ou abrir um negócio, após a conclusão do curso. Tal variável pode ter relação direta com a ocupação profissional dos pais, já que 38,5% dos estudantes, afirmaram serem filhos de empresários e comerciantes. Ficou evidenciado na pesquisa da Endeavor Brasil (2013), sobre empreendedorismo na universidade que põe os pais dos jovens como principais influenciadores na decisão de empreender, onde 62,8% dos pais dos universitários que já empreendem também possuem um negócio próprio e para os filhos de pais que empreenderam com sucesso, 69,3% disse ter mais segurança para empreender.

A pesquisa identificou que há grandes intenções empreendedoras no curso, porém não são refletidas na preparação para tal. É visto que há um grande aumento nos índices de confiança entre os alunos almejam se envolver de alguma forma com o empreendedorismo. Contrariamente, de acordo com a pesquisa apesar de um número altíssimo de estudantes considerar importante que a universidade promova ativamente o processo de abertura de novas empresas, a instituição não demonstra encorajar alunos a desenvolver idéias criativas, oferecer bom suporte à construção de equipes multidisciplinares e oferecer infra estrutura de apoio a novas empresas.

Entende-se que os estudantes deveriam estar mais familiarizados, com maior contato com a rotina do empreendedor, reconhecendo suas habilidades e percebendo os pontos a serem desenvolvidos. Entre as experiências a serem desenvolvidas podemos citar algumas: alunos estagiando em negócios recém-criados, trabalhando em empresas juniores e se envolvendo com entidades estudantis. De acordo com a Endeavor Brasil (2013), a média no Brasil dessas iniciativas, como organizações estudantis focadas em empreendedorismo é menor (30,4%) se comparadas ao restante do mundo (46,6%).

A formação de administradores depende das expectativas que existem com relação ao profissional e também como o administrador é concebido. A universidade também exerce influência, formando administradores para atuar tanto em organizações públicas como em particulares.

O que se verificou na pesquisa, e consta principalmente nessas conclusões, é que o curso não está sintonizado com as perspectivas de seus clientes (estudantes), ou seja, não estão preparando profissionais para carreiras específicas.

Esta pesquisa foi desenvolvida levando-se em consideração limitações com relação ao tamanho da amostra (104 alunos) e por ser um estudo isolado com um curso da UFPB. Isto levanta questionamentos para, por exemplo, se saber com relações aos resultados se podem ser generalizados.

Sabendo que não, entende-se que outros estudos devem ser realizados para se ter uma visão mais realista dos cursos de administração.

Por fim, considera-se de fundamental importância questionar-se sobre a conexão que existe entre a educação na promoção de uma cultura empreendedora que apóie o desenvolvimento econômico do país de uma maneira sustentável, a médio e longo prazo. Valorizar o povo brasileiro, no estímulo ao empreendedorismo nacional desde as camadas mais jovens da população deve ser palavra de ordem e o incentivo e proteção das micro e pequenas empresas e seu devido reconhecimento como os verdadeiros propulsores de desenvolvimento socioeconômico, gerando renda, empregos e arrecadação, fortalecendo a economia, deve ser meta perseguida a pulso pelos governos e instituições.

Recomenda-se um estudo detalhado, que possa abranger outros cursos, sobre a educação empreendedora promovida pela universidade e realizar uma comparação outras instituições de ensino superiores do Brasil, para identificar o nível das instituições públicas e avaliar com indicadores comparativos a situação da UFPB. Uma pesquisa com egressos sobre o tema, também teria uma boa relevância.

A continuidade da pesquisa é interessante, pois o fomento de uma política educacional empreendedora por parte da universidade, tal como aqui sugerido, poderá ser base para a mudança de comportamento por parte de alguns estudantes, e por que não, para o início de uma mudança de cultura no nosso estado.

REFERÊNCIAS

- AUDY, J. L. N.; MOROSINI, M. C. **Inovação, universidade e relação com a sociedade [recurso eletrônico] : boas práticas na PUCRS – Dados eletrônicos.** – Porto Alegre: EDIPUCRS, 2009.
- BERNARDES, M. A. **A implantação de incubadoras de empresas: estudo de caso de uma cidade do interior paulista.** Dissertação (mestrado) – Universidade Metodista de São Paulo, Faculdade de Ciências Administrativas, 2009.
- BERTERO, Carlos Osmar. **Ensino e Pesquisa em Administração.** São Paulo, Thomson Learning, 2006, (Coleção Debates em Administração/ Coordenadores Isabella F. Gouveia de Vasconcelos, Flávio Carvalho Vasconcelos; Coordenador – Assistente André Ofenhejm Mascarenhas).
- BRAGA, J. N. P. **O empreendedorismo como instrumento de desenvolvimento: O programa IES/SOFTEX.** Dissertação (mestrado) – Universidade Federal da Bahia, Escola de Administração, 2003.
- CORCETTI, E. **Brasil empreendedor: 150 anos de desafios.** Disponível em: <<http://www.anprotec.org.br/habitats/trabalhos/A-05.pdf>>. Acesso em: 09.out.2010
- COUTINHO, M. C. **Cantillon, espaço e teoria econômica.** Disponível em: <<http://www.anpec.org.br/encontro2004/artigos/A04A001.pdf>>. Acesso em: 11.nov.2010
- CUNHA, C. Inclusão da disciplina de Empreendedorismo no curso de Administração como disseminadora de uma cultura empreendedora. **Revista de Micro e Pequena Empresa**, Campo Limpo Paulista, v. 1, n. 2, p. 3 - 16, 2007.
- DEGEN, R. J.; MELO A. A. A. **O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial.** São Paulo. McGraw-Hill, 1989.
- DOLABELA, F. **O segredo de Luíza.** São Paulo: Cultura, 1999.
- DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor.** São Paulo: Cultura, 1999.
- DOLABELA, F. **Empreendedorismo: ciência, técnica e arte.** Brasília: CNI. IEL Nacional, 2001.
- DORNELAS, J. C. A. **Planejando incubadora de empresas.** Rio de Janeiro: Campus, 2002.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar em organizações estabelecidas.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor: Prática e Princípios**. São Paulo: Pioneira, 1986.

DRUCKER, P. F. **A dança das mudanças**. São Paulo: Campus, 1999.

ENDEAVOR BRASIL. **Empreendedorismo nas universidades brasileiras**, 2013.

FILION, L. J. **O Empreendedorismo como Tema de Estudos Superiores**. Palestra proferida no seminário “A universidade formando empreendedores” Louis Jacques Filion Escola de Altos Estudos Comerciais (H.E.C) de Montreal. Disponível em: <<http://inf.unisul.br/~ingo/emoreendedorismo.pdf>> 1998. Acesso em: 06.nov.2010

GEM – Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil**, 2009 – Relatório Nacional.

GEM – Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil**, 2011 – Relatório Nacional.

GONZÁLEZ, C. W. **Arranjos produtivos locais e incubadoras de empresas tecnológicas: mapeamento dessa relação no estado do Paraná**. Monografia – Universidade Federal do Paraná, 2005.

GREMAUD, A. P.; VASCONCELLOS, M. A. S.; TONETO JR. R. **Economia Brasileira Contemporânea**. São Paulo: Atlas, 2002.

GUIMARÃES, L. O. **A experiência universitária norte-americana na formação de empreendedores**. Tese (doutorado em Administração), Fundação Getúlio Vargas, 2002.

IBGE. Estatística do Cadastro Central de Empresa. Disponível em: <<http://ibge.gov.br/home/estatistica/economia/demografiaempresa/2005/demoempresa2005.pdf>>. Acesso em: 28.out.2010

IBPT. Instituto Brasileiro de Planejamento Tributário. **Empresômetro: Censo das empresas e entidades públicas e privadas brasileiras**, 2012.

LÜTHJE, C.; FRANKE, N. **Entrepreneurial Intentions of Business Students: a Benchmarking Study**. *International Journal of Innovation and Technology Management*, v. 1 n. 3, p. 269-288, 2004.

LUZ, A. A.; KOVALESKI, J. L.; SCORSIM, S. **Incubadoras de Empresas de Base Tecnológica como ambientes convergentes de empreendedorismo, inovação e relações universidade-empresa**. Disponível em: <<http://www.pg.cefetpr.br/incubadora/wp-content/themes/utfpr-gerec/artigos/43.pdf>>. Acesso em: 25.set.2010

MCT/ANPEI – **Guia Prático de Apoio à Inovação**. DF, Brasília: MCT, 2009

MCT. Ministério da Ciência e Tecnologia. **Manual para a implantação de incubadoras** (2000). Disponível em: <<http://www.mct.gov.br/Temas/Desenv/Manual-Incubadoras.pdf>>. Acesso em 28.set.2010.

PAÇO, A. M. F.; FERREIRA, J. M.; RAPOSO, M.; RODRIGUES, R. G.; DINIS, A. **Behaviours and entrepreneurial intention: Empirical findings about secondary students. *Journal of International Entrepreneurship***, v. 9, p. 20–38, 2011.

SARKAR, SOUMODIP. **O empreendedor inovador: faça diferente e conquiste seu espaço no mercado**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

SAY, J. B. **Tratado de Economia Política**. São Paulo: Nova Cultural, 1986.

SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE – São Paulo. **Pesquisa sobre mortalidade de empresas – 2007**. Disponível em: <<http://sebraesp.com.br/principal/conhecendo%20a%20mpe/mortalidade%20de%20empresas/>>. Acesso em: 28.out.2010

SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE – São Paulo. **Manual de Implantação de Incubadoras e pesquisa geral no site**. Disponível em: <<http://sebraesp.com.br>>. Acesso em: 29.out.2010

SCHUMPETER, J. A. **A teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Nova Cultural, 1985.

SCHWARZ, E. J.; WDOWIAK, M. A.; ALMER-JARZ, D. A.; BREITENECKER, R. J. **The effects of attitudes and perceived environment conditions on students' entrepreneurial intent: An Austrian perspective. *Education + Training***, v. 51, n. 4, p. 272-291, 2009

TURKER, D.; SELCUK, S. **Which factors affect entrepreneurial intention of university students? *Journal of European Industrial Training***, v. 33, n. 2, p. 142-159, 2009.

VENTURI, J. L. **Estudo das características empreendedoras dos proprietários de restaurantes na cidade de Itapanema, conforme abordagem de David McClelland**. Disponível em:<http://www6.univali.br/tede/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=17>. Acesso em: 22.out.2010

ANEXO I

QUESTIONÁRIO

1. Qual o seu semestre (aproximado)? _____
2. Qual o seu CRE? _____
3. Atualmente você:
- a) ☐ Não está trabalhando (por desemprego, afastamento ou dedicação exclusiva aos estudos)
 - b) ☐ Está trabalhando em meio turno
 - c) ☐ Está trabalhando integralmente
4. Quando terminar o curso, você pretende principalmente (marque 1 opção):
- a) ☐ Conseguir um emprego público
 - b) ☐ Conseguir um emprego privado
 - c) ☐ Trabalhar em sua própria empresa ou abrir um negócio
 - d) ☐ Trabalhar em empresas de sua família
 - e) ☐ Não trabalhar (estudar para concursos, pós-graduação...)
5. Qual a atividade econômica principal de seus pais?
- a) ☐ Empregados públicos
 - b) ☐ Empregados de empresas (públicas ou privadas)
 - c) ☐ Empregados de Organizações Não Governamentais
 - d) ☐ Empresários
6. A seguir, apresentamos uma série de afirmações sobre suas **percepções em relação às suas habilidades gerenciais**. Pedimos para que aponte o seu grau de concordância, sendo que: 1 indicará que você DISCORDA TOTALMENTE e 10 indicará que você CONCORDA TOTALMENTE; os números intermediários correspondem a seu grau de concordância no intervalo entre estes dois extremos.

Tenho condições de criar novos produtos que atendam às demandas dos clientes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Sou capaz de gerenciar as atividades do dia-a-dia a partir do cumprimento das determinações e procedimentos formais e normativos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Tenho a capacidade de motivar pessoas para constituir equipes de trabalho de alto desempenho e produtividade.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Consigo visualizar e desenvolver iniciativas inovadoras para negócios	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Tenho fácil adaptação às regras e procedimentos formais do trabalho gerencial	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Tenho boa capacidade de exercer liderança e gerenciamento de conflitos internos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Possuo uma boa visão para melhorias e para oportunidades de novos negócios	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Tenho capacidade de administrar bem as tarefas cotidianas e rotineiras do dia-a-dia.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Sou capaz de desenvolver ações seguras de negociação com <i>stakeholders</i> (clientes, colaboradores governo, investidores...)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Tenho facilidade em identificar oportunidades para futuros negócios	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Consigo atender e valorizar as regras e procedimentos racionais da organização	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Consigo delegar tarefas e desenvolver um estilo participativo de gestão	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

7. A seguir, temos três perfis profissionais distintos, nos quais se verificam sua **avaliação pessoal e sobre o curso**. Por favor, analise-os e em seguida informe seu grau de concordância com as afirmações colocadas, na mesma escala da questão anterior

(a) *PERFIL 1. O administrador orientado para as atividades e rotinas administrativas, com foco no cumprimento das determinações e procedimentos formais e normativos, e no reconhecimento do valor da ordem, da autoridade e da racionalidade das atividades organizacionais.*

Este perfil é fundamental para o profissional de Administração	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
PESSOALMENTE, sou bastante voltado para este perfil	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
De modo geral, percebo que O CURSO é bem voltado para a construção deste perfil	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

(b) *PERFIL 2. O administrador orientado para a inovação contínua de bens e métodos de produção, para a abertura de novos mercados, a conquista de novas fontes de matérias-primas ou o desenvolvimento de tecnologias – no sentido de explorar as oportunidades que percebe mais do que os outros no ambiente de negócios.*

Este perfil é fundamental para o profissional de Administração	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
PESSOALMENTE, sou bastante voltado para este perfil	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
De modo geral, percebo que O CURSO é bem voltado para a construção deste perfil	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

(c) *PERFIL 3. O administrador orientado para articulação e liderança do meio gerencial, com destaque para a motivação de pessoas, a construção de equipes, a delegação de tarefas e o mapeamento da conjuntura política da organização – no intuito de gerenciar conflitos, facilitar a comunicação interna e externa e estabelecer um clima favorável para a cooperação e a produtividade.*

Este perfil é fundamental para o profissional de Administração	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
PESSOALMENTE, sou bastante voltado para este perfil	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
De modo geral, percebo que O CURSO é bem voltado para a construção deste perfil	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

8. A seguir, temos um conjunto de afirmações para as quais pedimos o seu grau de concordância na mesma escala utilizada anteriormente.

A educação na universidade me encoraja a desenvolver ideias criativas para ser um empreendedor	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Eu acredito que eu posso administrar uma empresa com sucesso para apoiar o início de novas empresas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Minha universidade oferece bom suporte à construção de equipes multidisciplinares dos alunos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Meu curso proporciona aos alunos o conhecimento necessário para iniciar uma nova empresa	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Se eu tivesse a oportunidade e recursos, eu abriria um negócio	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Considero importante que a universidade promova ativamente o processo de abertura de novas empresas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Existe uma boa infraestrutura de apoio em funcionamento no campus	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E provável que eu irei criar uma empresa durante os próximos cinco anos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Uma carreira como empresário é atraente para mim	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Meu curso desenvolve nos alunos competências para gerir uma micro/pequena empresa	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Considero fácil o acesso ao crédito para novas empresas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Os procedimentos burocráticos para fundar uma nova companhia são claros para mim	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Se eu decidi ser um empreendedor, meus familiares e amigos me apoiarão	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

9. Qual seu sexo?

- a) ☐ Masculino
- b) ☐ Feminino

11. Qual sua idade?

- a) ☐ Até 20 anos
- b) ☐ Acima de 20 até 22 anos
- c) ☐ Acima de 22 até 24 anos
- d) ☐ Acima de 24 anos

10. Qual o seu estado civil?

- a) ☐ Solteiro
- b) ☐ Casado
- c) ☐ Outro

12. Qual a sua renda familiar mensal?

- a) ☐ Até R\$ 2.000,00
- b) ☐ Acima de R\$ 2.000,00 até R\$ 4.000,00
- c) ☐ Acima de R\$ 4.000,00 até R\$ 6.000,00
- d) ☐ Acima de R\$ 6.000,00

MUITO OBRIGADO POR SUA COLABORAÇÃO!