

Estratégia & Negócios

ISSN 1984-3372

<http://www.portaldeperiodicos.unisul.br/index.php/EeN/>

EMPREENDEDORISMO: UMA INVESTIGAÇÃO NA EVOLUÇÃO DA PERSPECTIVA EMPREENDEDORA DOS ESTUDANTES DE UMA IES PRIVADA NO RIO GRANDE DO NORTE

ENTREPRENEURSHIP: AN INVESTIGATION IN THE EVOLUTION OF THE STUDENTS ENTREPRENEURIAL PERSPECTIVE OF A PRIVATE IES IN RIO GRANDE DO NORTE

Richard Medeiros Araújo

Professor de Marketing da Faculdade de Ciências, Cultura e Extensão do Rio Grande do Norte - FACEX. Doutorando em Administração pelo PPGA/ Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN.

E-mail: richardmaraujo@uol.com.br

Fernando Porfirio Oliveira

Professor Universidade Federal Rural do Semi-Árido UFRSA. Doutorando em Administração pelo PPGA/ Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN.

E-mail: fernandoporfiri@uol.com.br

Rodrigo Siqueira Christo

Professor da Faculdade de Excelência Educacional do Rio Grande do Norte - FATERN e Faculdade de Ciências, Cultura e Extensão do RN - FACEX. Mestre em Administração pela Universidade Potiguar – UNP.

E-mail: rodrigochristo@yahoo.com.br

Denis Oliveira Silva

Faculdade de Ciências, Cultura e Extensão do Rio Grande do Norte - FACEX

E-mail: denisoliveira@hotmail.com

Recebido em 30/12/2011. Aprovado em 02/04/2012. Disponibilizado em 25/05/2012.

Avaliado pelo Sistema *double blind review*

R. eletr. estrat. neg., Florianópolis, v.5, n.1, p.28-66, jan./abr. 2012

<http://portaldeperiodicos.unisul.br/index.php/EeN/index>



©Copyright 2008 UNISUL-PPGA/Estratégia e Negócios. Todos os direitos reservados. Permitida citação parcial, desde que identificada a fonte. Proibida a reprodução total. Em caso de dúvidas, consulte o editor:

ademar.unisul@gmail.com; (48) 3229-1932.

R. eletr. estrat. neg., Florianópolis, v.5, n.1, p. 28-66, jan./abr. 2012



RESUMO

O empreendedorismo vem ganhando cada vez mais espaço na sociedade. Dentro de um contexto em que Instituições de Educação Superior (IES) estão inserindo em suas matrizes curriculares o ensino da disciplina “Empreendedorismo” em conjunto com as práticas didático-pedagógicas, esta pesquisa buscou investigar a evolução da perspectiva empreendedora nos alunos ingressantes e concluintes dos cursos de Administração, Enfermagem, Serviço Social e cursos Tecnológicos em uma IES privada, em Natal/RN, evidenciando quais as influências empreendedoras presentes no decorrer da vida acadêmica nos respectivos sujeitos de pesquisa. Por meio de um estudo de caso, foi adotada uma pesquisa exploratória e descritiva. O universo da pesquisa foi composto de 2450 universitários com uma amostra de 358 universitários dos cursos de Administração, Serviços sociais, Enfermagem e Tecnológicos. Utilizou-se como instrumento de coleta dos dados um questionário com questões fechadas, baseado no modelo proposto por McClelland (1971), considerando as dimensões empreendedoras: independência, criatividade, *locus* de controle e disposição de assumir riscos. Os dados foram tratados estatisticamente, tendo como técnica, o teste qui-quadrado. Os resultados demonstraram que há uma mudança relevante no comportamento dos estudantes ao longo da vida acadêmica, visto que as dimensões criatividade e independência foram registradas com as maiores variações positivas. Verificou-se que em relação à dimensão criatividade não há diferença na comparação entre os cursos investigados, já que eles oferecem meios para o desenvolvimento de criatividade dos estudantes. Conclui-se que a competência do comportamento empreendedor possa ser desenvolvido nos estudantes a partir da inserção do empreendedorismo como disciplina e implementação de atividade didático-pedagógica nas IES, tendo em vista a evolução da perspectiva empreendedora dos alunos investigados na pesquisa.

Palavras-chave: Empreendedorismo. IES. Dimensões empreendedoras. Comportamento empreendedor.

1 INTRODUÇÃO

O empreendedor evoluiu com o decorrer do tempo, à medida que a estrutura econômica mundial se tornou mais complexa; a noção de empreendedor foi refinada e ampliada, passando a incluir conceitos relacionados às pessoas, como os riscos, a inovação e a criação de riquezas. (HISRICH, PETERS 2004). O recente destaque pela temática do empreendedorismo se dá pelo papel do empreendedor no contexto social e econômico, visto como um dos fatores cruciais de crescimento e desenvolvimento da sociedade, pois gera riquezas, implementa inovações de todos os tipos dentro do seu ambiente organizacional e até mesmo na sociedade, despertando, assim, interesse de todos. Como lembra Coduras (2006), um dos caminhos adotados pelas autoridades públicas, capaz de atuar simultaneamente em diferentes áreas (como políticas de capacitação, consultoria) antes do lançamento da atividade empresarial, foi o apoio financeiro, a infraestrutura eficiente como elemento de suporte transversal, e, igualmente importante, o reconhecimento do fenômeno do comportamento do empreendedor para desempenhar um papel decisivo na recuperação e desenvolvimento do espírito e da atividade empresarial, como meio de desenvolvimento e crescimento da econômica. (DAVID, 2004).

Segundo McClelland (1971 *apud* HISRICH, 2004), as experiências educacionais, situações familiares e vivência profissional são fatores que interferem no perfil do empreendedor assim como suas características psicológicas alicerçadas pela necessidade de autorrealização dos indivíduos empreendedores. Como observa Hisrich (2004, p 83), “os modelos de desempenho podem ser os pais, irmãos outros parentes

ou outros empreendedores. O nível educacional do empreendedor também recebeu atenção dos pesquisadores”.

A preocupação não deve somente provir das organizações, mas também das instituições de ensino que oferecem as competências que os estudantes necessitam para desenvolver suas habilidades e conseguirem seu espaço nas organizações. O grande percentual de bacharéis que as instituições formam e lançam no mercado tem sido um problema relevante nas IES, pois se observa uma dissonância com os altos índices de desemprego. Esse cenário surge devido ao enxugamento do quadro de funcionários nas grandes organizações, reestruturações, fechamento e fusões, entre outros fatores. Dessa forma, da década de 90 até os dias atuais, a história empreendedora brasileira tem presenciado a crescente busca do autoemprego, caracterizado pelos empreendedores involuntários, representados principalmente por recém-formados.

Nesse contexto, um dos caminhos que poderiam ser, e vem sendo, trilhado na busca da inserção das IES e Universidades seria acrescentar às grades curriculares o ensino de empreendedorismo em conjunto com as práticas didático-pedagógicas adequadas para essa abordagem. Essa mudança nas instituições poderia contribuir para a formação de profissionais graduados mais preparados e habilitados no que se refere à gestão dos negócios e abertura de novos empreendimentos. Para se atingir tal nível, as instituições têm de viabilizar novos meios que despertem a criatividade e a inovação nos estudantes.

Na IES, *locus* deste artigo, existem diversos cursos superiores que dispõem da disciplina empreendedorismo em suas matrizes curriculares, entretanto não se sabe como vem se materializando as práticas dos alunos após os aprofundamentos teóricos e empíricos proporcionados pelos docentes que as ministram, ou seja, quais seriam as possíveis influências empreendedoras presentes no decorrer da vida acadêmica? Dessa forma, este trabalho tem como objetivo identificar a evolução da perspectiva empreendedora nos alunos de turmas de entrada e saída dos cursos de Administração,

Enfermagem, Serviço Social e cursos Superiores de Tecnologia. Além desta introdução, o trabalho está estruturado em outros quatro segmentos, sendo o primeiro o do referencial teórico, o segundo o do percurso metodológico, o terceiro o da análise e discussão dos dados e, por fim, o segmento da conclusão.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 A NATUREZA E A EVOLUÇÃO DO EMPREENDEDORISMO

O desenvolvimento da teoria do empreendedorismo é paralelo, em grande parte, ao próprio desenvolvimento do termo. A palavra *entrepreneur* é francesa, literalmente traduzida, significa “aquele que está entre” ou “intermediário”. O termo *entrepreneurship* é traduzido, basicamente, por três termos: **empreendedorismo**, **empreendimento** e **espírito empreendedor**. (LEITE, 2002; DRUCKER, 1987). Para Stoner (1985), *entrepreneurship* é um processo que combina recursos para produzir novos bens e serviços. A definição de empreendedor como intermediário foi dado por Marco Pólo, que tentou estabelecer rotas comerciais para o Extremo Oriente. Como intermediário, Marco Pólo assinava um contrato com uma pessoa de recursos para vender suas mercadorias. (HISRICH; PETERS, 2004).

É possível reconhecer um empreendedor como um indivíduo que possui uma forte necessidade de iniciar algo novo e de assumir riscos com o seu empreendimento. Drucker (2005) observa que a inovação faz parte do empreendedorismo como um meio que deve ser usado pelos empreendedores para conceber a exploração das possíveis mudanças ao seu favor. Desde os tempos da idade média, os indivíduos empreendedores eram identificados como pessoas que gerenciavam grandes projetos de produção se utilizando dos recursos disponíveis da

época. É possível perceber, portanto, como já existia uma relação da compreensão do empreendedorismo relacionado ao comportamento do indivíduo ou pela criação de novos empreendimentos (DORNELAS, 2008; LENZI, 2008).

Segundo Dornelas (2008), o mundo vem passando por transformações em um curto espaço de tempo, tendo em vista a rápida evolução tecnológica proporcionada pelas inovações, o que resulta em uma mudança significativa no estilo de vida das pessoas e sua estrutura socioeconômica. Para o autor, por trás dessas mudanças, existem empreendedores envolvidos nesse processo e eles fazem acontecer tudo aquilo que empreendem. O empreendedorismo tem contribuído na mudança da estrutura dos negócios e da sociedade, consoante sua relação direta com o desenvolvimento da economia. (HISRICH; PETERS, 2004). Para Sarkar (2008), essas mudanças acabam refletindo no surgimento de novos empreendedores, que por muitas vezes acabam empreendendo pela identificação de novas oportunidades de negócio ou simplesmente empreendem pela necessidade de sobrevivência.

O termo empreendedor foi usado na Idade Média para descrever tanto um participante quanto um administrador de grandes projetos de produção. Um bom exemplo na época era o Clérigo, a pessoa encarregada de obras como castelos, prédios e fortificações. No século XVII, desenvolveu-se o risco com empreendedorismo, no qual o empreendedor era a pessoa que ingressava em um acordo contratual com o governo para desempenhar um serviço ou fornecer produtos. Quaisquer lucros ou prejuízos eram do empreendedor. Um grande empreendedor dessa época foi John Law, francês que conseguiu permissão para estabelecer um banco real. O banco evoluiu para uma franquia exclusiva, formando uma empresa comercial no novo mundo.

No ano de 1700, Richard Cantilon, economista, desenvolveu uma das primeiras teorias sobre os empreendedores, e é considerado por alguns como o criador do termo. Ele viu o empreendedor como alguém que corre riscos, observando

que os comerciantes, fazendeiros e artesões comprem a um preço certo e vendem a um preço incerto, portanto operam com risco (HISRICH; PETERS, 2004).

No século XVIII, o empreendedor foi diferenciado do fornecedor de capital. Uma das causas para tal diferenciação foi a industrialização. Muitas das invenções desenvolvidas durante esse período eram reações às mudanças no mundo, como foi o caso das invenções de Eli Whitney e de Thomas Edison. Tanto Whitney quanto Edison estavam desenvolvendo novas tecnologias e eram incapazes de financiar suas invenções. Enquanto Whitney financiava seu descaroçador de algodão com propriedade expropriada da coroa britânica, Edison levantava capital de fonte particular para desenvolver e fazer experimentos nos campos da eletricidade e da química. No início do século XX, não se distinguia empreendedores de gerentes, e aqueles eram vistos a partir de uma perspectiva econômica. Andrew Carnegie é um dos melhores exemplos dessa definição. Carnegie não inventou nada, mas adaptou e desenvolveu nova tecnologia na criação de produtos para alcançar vitalidade econômica; fez da indústria americana do aço uma das maravilhas do mundo industrial.

A partir desse momento, como lembram Hisrich e Peters (2004), estabeleceu-se a noção de empreendedor como inovador. A função do empreendedor é reformar ou revolucionar o padrão de produção explorando uma invenção ou, de modo mais geral, um método tecnológico não experimentado, para produzir um novo bem antigo, mas de uma maneira nova, ou inovar no novo. O conceito de inovação é uma parte integrante do empreendedorismo nessa definição. De fato, a inovação, o ato de lançar algo novo, é uma das mais difíceis tarefas para o empreendedor. Essa capacidade de inovar pode ser observada no decorrer da história, desde os egípcios, que criaram e construíram grandes pirâmides com blocos de pedras que pesavam muitas toneladas, até o módulo lunar Apolo e os raios laser. Embora as ferramentas tenham mudado com os avanços na ciência e na tecnologia, a capacidade de inovar do indivíduo está presente em todas as civilizações (HISRICH; PETERS, 2004).

O conceito de empreendedor fica mais refinado quando são considerados princípios e termos de uma perspectiva empresarial, administrativa e pessoal. Adam Smith (*apud* HISRICH, 2004), definiu o empreendedor como um proprietário capitalista, um fornecedor de capital e, ao mesmo tempo, um administrador que se interpõe entre o trabalhador e o consumidor. Dolabela (1999) e Carland (*et al.*, 1984, *apud* HENRIQUE *et al.*, 2004), dentre os autores contemporâneos, compartilham de conceituações semelhantes para o emprego do termo empreendedorismo: designa principalmente as atividades de indivíduos que se prestam à geração de competências e de riquezas, seja através da aquisição e transformação de conhecimentos em produtos ou serviços, na geração do próprio conhecimento ou na inovação em áreas como marketing, produção, organização etc.

O interesse pelo empreendedorismo ocorre em um período de transição global no qual encontramos mudanças estruturais nos setores cultural, educacional, tecnológico, econômico e político. No Brasil, o movimento empreendedor teve início nos anos 90, apesar de ser considerado como o “motor do desenvolvimento” e de ser estudado há várias décadas em outros países. Atualmente o termo mais utilizado para o empreendedor na literatura é o utilizado por Filion (1999), que trata o sujeito empreendedor como uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios. Um empreendedor que continua a aprender a respeito de possíveis oportunidades de negócios e a tomar decisões moderadamente arriscadas, que objetivam a inovação, continuará a desempenhar um papel empreendedor.

É importante abordar que a literatura que abarca o empreendedorismo utiliza variadas conceituações, sem dispor de um conceito principal definido. Como coloca Ferreira e Mattos (2003), pode-se, sim, falar de primeiras tentativas de definir o conceito pela descrição de atividades ou características da área (HENRIQUE; ROSSINI, 2001 *apud* FERREIRA *et al.*, 2004) .Como evidenciado pela mais variadas definições, o

termo empreendedorismo pode ser visto sob perspectivas conceituais diferentes, mas com alguns aspectos em comum: riscos, criatividade, independência, compromisso e recompensa. Esses mesmo aspectos continuarão a ser a força impulsionadora subjacente à noção de empreendedorismo na atualidade e no futuro. O empreendedorismo é um processo dinâmico e descontínuo de novas combinações de recursos. O conceito de inovação, sob este ponto de vista, diverge do conceito de invenção e coincide com um amplo espectro que envolve combinações de recursos para geração de: novos produtos, novos meios de produção, novos mercados, novas matérias-primas e novas formas organizacionais, ou seja, o empreendedorismo é um fenômeno complexo e multifacetado, formatado sob uma dialógica. (SCHLEMM; SOUZA, 2006).

Atualmente estamos vivenciando a era do empreendedor, com o empreendedorismo sendo endossado por instituições educacionais, unidades governamentais, sociedade e corporações. A educação empreendedora nunca foi tão importante em termos de cursos e pesquisa. O número de universidades e faculdades que oferecem pelo menos um curso de empreendedorismo têm aumentado significativamente nos últimos anos (HISRICH; PETERS, 2004).

Segundo Hisrich (2004), o empreendedorismo atualmente é método eficiente para ligar ciência e mercado, criando novas empresas e levando novos produtos e serviços ao mercado. Essas atividades empreendedoras afetam de modo significativo qualquer economia de qualquer área ao construir sua base econômica e gerar empregos. Para o indivíduo, é de extrema importância conhecer o seu perfil empreendedor, pois não existe um “verdadeiro perfil empreendedor”. Os empreendedores provêm de experiências educacionais, situações familiares e vivência profissional variada. O empreendedor pode ser hoje uma enfermeira, uma secretária, um trabalhador de linha de montagem, um vendedor, um mecânico, uma dona de casa, um gerente ou um engenheiro (HISRICH; PETERS, 2004).

Lezana (1995) cita os aspectos técnicos relacionados com o negócio no bojo do empreendedorismo, os quais se dão de acordo com o comportamento do indivíduo. Entre eles estão: a) a experiência na área comercial; b) a escolaridade; c) a formação complementar; d) a experiência em empresas; e) a vivência de novas situações não previstas.

2.2 O ENSINO DO EMPREENDEDORISMO

O ensino do empreendedorismo no Brasil data de período bem mais recente se comparado aos norte-americanos e europeus, devido a sua tardia industrialização que somente a partir de 1950 apresentou um crescimento mais exponencial. Dutra *et al.*, (2001 *apud* RAMOS; FERREIRA, 2004), observam que a década de 1990 implicou em uma grande expansão dos cursos de administração, atingindo a quantia de 1940 cursos com cerca de 110 habilitações no final do ano de 2000. Dentro deste contexto, vem a ser importante destacar que o ensino de empreendedorismo estava inserido dentro do campo da administração como uma subárea, e recentemente vem sendo estudado como campo específico de conhecimento, porém, com seus conceitos e metodologias ainda em fase de consolidação e formação, sem haver um consenso dentre os autores. Souza *et al.* (2004), complementa ao dizer que a criação de uma metodologia para o desenvolvimento dessa competência envolve bem mais que a aquisição de conhecimentos, mas o aprender a empreender, a ser, a fazer e, principalmente, a conviver.

Dolabela (1999, p. 35), afirma que “o ensino no Brasil ainda não sinaliza totalmente para o empreendedorismo, visto que está voltado para a formação de profissionais que irão buscar emprego no mercado de trabalho”. Pardini (2004) afirma que a cultura pedagógica das universidades brasileiras está direcionada a valores e comportamentos que não abordam as organizações pequenas e médias da economia

nacional. Essa cultura faz o emprego assumir um valor essencial na formação da sua sociedade.

Nas universidades existe um movimento de introdução da cultura empreendedora, importante e crescente, que já foi traduzido como uma verdadeira revolução silenciosa. O Sebrae vem desempenhando papel importante com relação ao movimento, a ponto de, agora, em parceria com o Ministério da Educação, o estar estendendo às escolas técnicas federais (FILION; DOLABELA, 2000).

Numa sociedade de grandes contrastes socioeconômicos, de poucos ricos e muitos pobres, em cuja percepção a mobilidade social vertical se dá através de valores extrínsecos ao indivíduo, é natural que a livre competição seja vista como um mecanismo social negativo, pois as pessoas estarão competindo em desigualdade de condições. Qual o impacto dos valores da nossa sociedade na formação de uma cultura empreendedora? Eles são fundamentais para o entendimento da nossa formação cultural, mas não devem ser tomados como obstáculos ao desenvolvimento do espírito empreendedor entre nós.

O papel de algumas instituições é decisivo no apoio a programas de empreendedorismo, como: Sebrae, IEL, CNPq, BNDES, Finep, Sociedade Softex, Fundação de Amparo à Pesquisa, Institutos Estaduais de Tecnologia, Prefeituras, a qual reúne um *background* de abrangência nacional e apontam para mudanças no paradigma de ensino. A pesquisa ainda é incipiente, mas existem docentes e alunos de mestrado interessados na área. As ações da CNI-IEL Nacional, do Sebrae e de seus órgãos regionais têm sido muito relevantes na disseminação da matéria no ensino universitário e de segundo grau no Brasil (DOLABELA, 1999).

O aprendizado do empreendedorismo no nível universitário é apenas um passo no caminho de criação de uma cultura empreendedora que dará suporte ao processo de desenvolvimento econômico. Dolabela (1999) apresenta algumas sugestões de forma sintética para gerar essa cultura. O primeiro passo mostrado pelo autor é a propagação do ensino de empreendedorismo para todos os níveis

educacionais, pois as universidades são formadoras de opiniões e multiplicadoras do saber, estimulando pesquisas na área de empreendedorismo, como já é desenvolvido no Brasil pela Anprotec (Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores), que promove a mais importante conferência na área, o Seminário Nacional de Parques Tecnológicos e Incubadoras de Empresas

Para o autor, é necessário sensibilizar os sistemas de suporte e as forças sociais, políticas e econômicas para o apoio às empresas emergentes e legislação de apoio às pequenas e médias empresas como prioridade, pois é a maioria no cenário Brasileiro.

Compreendendo o empreendedorismo como um fator comportamental, ou seja, elemento intrínseco do comportamento do indivíduo, ele pode ser trabalhado e desenvolvido nas pessoas. Contudo, é possível ensinar o empreendedorismo e o processo de empreender um negócio em qualquer pessoa, entendendo-se que o sucesso do empreendimento será decorrente dos fatores internos e externos da empresa e também como o empreendedor se adaptará para administrar tais desafios no dia a dia (DORNELAS, 2008; DEGEN, 2009; SARKAR; 2008; HISRICH; PETERS, 2004; BESSANT; TIDD, 2009).

Portanto, é interessante para as IES implantar o ensino do empreendedorismo em suas grades curriculares, assim como as ações práticas e didático-pedagógicas mais eficazes para o aprendizado, a fim de se manterem em sintonia com as mudanças do mercado, para que seus alunos venham a ser o diferencial ao adentrar no mercado de trabalho. Por essas razões, uma metodologia que contemple as organizações são imprescindíveis para que as instituições não lancem seus alunos em um ambiente inóspito ou mesmo para que não se sintam intimidados em ultrapassar os limites das salas de aula em virtude das adversidades. Nesse contexto, a identificação da ação empreendedora no ensino superior vem a ser um instrumento para a criação de soluções que contemplem o desenvolvimento e a criatividade dos novos profissionais.

2.3 O PERFIL EMPREENDEDOR

Carland, Carland e Hoy (2002 *apud* GIMENEZ; JÚNIOR, 2002) caracterizam o *Carland Entrepreneurship Index* - CEI - como uns dos mais importantes instrumentos de mensuração de perfis empreendedores, método aceito no âmbito acadêmico e empresarial nos EUA. Para isso, o CEI utiliza por base a personalidade e as preferências do indivíduo que apresenta o seguinte perfil: necessidade de realização, criatividade, tendência à inovação, propensão ao risco e postura estratégica. Fillion (1999) faz uma síntese do perfil empreendedor, baseado em uma pesquisa realizada por ele em todo o mundo: o empreendedor é um ser social, produto do meio em que vive (época e lugar). Se uma pessoa vive em um ambiente empreendedor, ele enxergará isso como algo positivo e se sentirá estimulado a criar seu próprio negócio.

Nessa perspectiva, o empreendedorismo é um fenômeno cultural, ou seja, empreendedores nascem por influência do meio em que vivem, são influenciados pelos hábitos, práticas e valores das pessoas. Existem famílias mais empreendedoras do que outras, assim como cidades, regiões e países. Na verdade, aprende-se a ser empreendedor pela convivência com outros empreendedores. Existem pessoas com um perfil empreendedor definido, mas a grande maioria apresenta características diferentes. Existe um perfil exato do empreendedor, em termos de característica e história; fatores como controle, independência e desejo de correr risco, histórico familiar, educacional, ocupacional, motivação e habilidades que serão abordadas e irão traçar o perfil empreendedor (HISRICH; PETERS, 2004).

Uma característica ainda mais controvertida é a necessidade de realização do empreendedor. O trabalho de McClelland (1971) sobre o assunto “identificou características psicológicas que estão presentes nos empreendedores”. Ele especificou três atributos, a partir da sua teoria geral da necessidade de realização, como sendo característicos do empreendedor: responsabilidade individual, estabelecimento de metas e atingi-las por meio de seu próprio esforço; aceitação de riscos moderados

como uma função da habilidade, e não do acaso; e, conhecimento dos resultados da realização da decisão ou tarefa. A conclusão de McClelland de que um alto nível de necessidade de independência leva os indivíduos a demonstrar um comportamento empresarial, gerou vários estudos, cujos resultados não são conclusivos. Talvez uma modificação do conceito de McClelland, com um conjunto diferente de medidas, possa resultar em um melhor entendimento da relação entre realização e empreendedorismo (HISRICH; PETERS, 2004).

Em todas as definições sobre empreendedores, mencionam um componente de aceitação de risco. Assumir riscos, sejam eles financeiros, sociais ou psicológicos faz parte do processo. Embora muitos aspectos do histórico de um empreendedor tenham sido explorados, somente alguns o diferenciaram da população geral de gerentes. Entre os tópicos específicos referentes ao ambiente familiar do empreendedor, estão a ordem de nascimento, ocupação e *status* social dos pais e relacionamento com os pais. Os estudos sobre a ordem de nascimento têm resultados conflitantes, uma vez que Hennig e Jardim constataram que as executivas tendem a ser as primogênicas. Postula-se que o primogênito ou o filho único recebe atenção especial, desenvolvendo mais autoconfiança. Por exemplo, em uma amostra nacional de 408 empreendedoras, Hisrich (2004) concluiu que 50% delas eram de primogênitos. Como a relação com o empreendedorismo não foi estabelecida, pesquisas sobre esse fator ainda são necessárias para determinar se ele realmente influencia o indivíduo que se torna empreendedor (HISRICH; PETERS, 2004).

Conforme Hisrich (2004), em relação aos termos da ocupação dos pais do empreendedor, há fortes evidências de que os empreendedores tendem a ter pais também empreendedores ou que trabalham por conta própria. Ter um pai que trabalha por conta própria é uma grande inspiração para o empreendedor, pois a natureza independente e a flexibilidade do trabalho autônomo exemplificadas pelo pai são absorvidas em idade precoce.

O relacionamento geral dos pais com a criança, sem considerar se são empreendedores, talvez seja o aspecto mais importante do ambiente familiar na infância para o estabelecimento do desejo pelo empreendedorismo no indivíduo. (HISRICH; PETERS, 2004). O nível educacional do empreendedor também recebe uma atenção significativa. Embora alguns pesquisadores possam ter concluído que os empreendedores têm menos educação formal do que a população em geral, descobertas indicam claramente que esse não é o caso. A educação é importante na criação do empreendedor, a importância se reflete não só no nível educacional obtido, mas também no fato de que continua a desempenhar um grande papel ao auxiliar a lidar com os problemas que os empreendedores enfrentarão. Os valores pessoais são importantes para os empreendedores. Muitas vezes os estudos não conseguem indicar que os empreendedores podem se diferenciar de gerentes, empreendedores sem sucesso ou mesmo da população em geral, em relação a esses valores. Por exemplo, apesar dos empreendedores terem a tendência de serem líderes eficientes, isso não os distingue dos gerentes bem-sucedidos. As escalas de valores pessoais para a liderança, bem como para o apoio, darão agressividade, benevolência, conformidade, criatividade, veracidade e busca de recursos, para a identificação de empreendedores (HISRICH; PETERS, 2004).

Segundo o mesmo autor, em termos de idade cronológica, a maior parte dos empreendedores inicia sua carreira entre 22 e 45 anos. Embora uma carreira possa ser iniciada antes ou depois, isso não é tão provável, pois um empreendedor precisa de experiência, apoio financeiro e um alto nível de energia para lançar e administrar um novo empreendimento, por exemplo. De acordo com Hisrich (2004), as motivações para o empreendedorismo individual variem muito, razão citada com mais frequência para que alguém se torne um empreendedor é a independência, e isso faz com que as pessoas tomem atitudes empreendedoras. A vontade de ser o próprio patrão é o que leva empreendedores a aceitar todos os riscos sociais, psicológicos e financeiros. Nada

menos do que a motivação seria suficiente para inspirar o empreendedor a suportar todas as frustrações e adversidades.

O empreendedor estabelece uma rede de apoio moral de familiares e amigos, sendo importantes para as etapas difíceis e solitárias que ocorrem no longo processo de empreender. Os amigos desempenham um papel-chave na rede de apoio. Eles não só podem dar conselhos que muitas vezes são os mais honestos do que os recebidos de outras fontes, como oferecer estímulo, compreensão e até mesmo assistência. Os parentes também podem ser fontes importantes de apoio moral, especialmente se também forem empreendedores (HISRICH; PETERS, 2004). Dentro do âmbito do perfil empreendedor há uma grande confusão quanto à natureza de um empreendedor em relação a um inventor, bem como o que se refere às semelhanças e diferenças entre os dois. Segundo Hisrich (2004), o inventor, o indivíduo que cria algo, é alguém altamente motivado pelo seu próprio trabalho e ideias pessoais. Além de ser muito criativo, o inventor tende a ter uma boa educação formal, com diploma superior, tem experiência familiar e ocupacional que contribuem para o desenvolvimento criativo e livre pensamento. Enfim, o inventor típico coloca um alto valor em ser realizador e mede as realizações pelo número de invenções desenvolvidas e de patentes obtidas. O empreendedor está relacionado à organização e faz quase tudo para garantir sua sobrevivência e crescimento (HISRICH; PETERS, 2004).

Portanto, mesmo que o empreendedor ideal não possa ter seu perfil traçado, há certas características de um empreendedor potencial e certa tendência a seguir. Esse empreendedor passa pelo processo empreendedor, que envolve encontrar, avaliar e desenvolver oportunidades para poder executar; então se faz necessário conhecer as características que contribuem com a edificação do ser empreendedor.

2.4 AS DIMENSÕES DO EMPREENDEDOR

A aptidão pessoal do empreendedor inter-relacionado com fatores internos e externos, gerados pelo ambiente e pelo meio social, influenciam no surgimento de um novo negócio (DORNELAS, 2008).

O indivíduo que pretende estabelecer um novo empreendimento também deve ser um líder visionário, uma pessoa que busca sempre os seus objetivos. Para Fillion (1999) a definição do empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões. Onde há elementos que funcionam como suporte, todos se influenciando mutuamente; como alguns atributos que os empreendedores possuem como a criatividade, *locus* de controle, disposição de assumir riscos e independência, devem ser considerados na análise dos perfis de empreendedores e seus respectivos comportamentos.

2.4.1 Criatividade

O processo de iniciar um novo empreendimento é um dos fatores que está ligado ao processo de empreender, que envolve mais do que a simples resolução de um problema em uma posição administrativa típica. Um empreendedor deve encontrar, avaliar e desenvolver uma oportunidade superando as forças que resistem à criação de algo novo (HISRICH; PETERS, 2004). Em uma concepção mais simples, diz-se que a criatividade é a capacidade de criar algo novo. Esse conceito levanta algumas questões, entre elas o aspecto da novidade. Novidade para quem? Para quê? Por outro lado, a criatividade não se resume a inventar algo a partir do zero, mas também pode se manifestar pela imitação, uma nova utilização para um produto ou serviço e outros. De acordo com Baronet (2000 *apud* Fillion 2000, p. 45), criatividade é a capacidade de encontrar constantemente soluções para os mais diversos problemas, de construir novos produtos e novos desenhos, de definir novas perguntas em determinado campo

de análise; perguntas essas que serão, pelo menos no início, consideradas novas ou originais, mas que, em última instância, serão aceitas e reconhecidas.

No conceito, supracitado, encontram-se os três componentes normalmente ligados à criatividade: regularidade, novidade e aceitação ou reconhecimento. É nesse sentido que, em geral, o processo de criatividade é considerado descontínuo e imprevisível, mesmo quando resulta de uma personalidade reconhecidamente criativa, com experiência ou formação em determinada área (FILION 2000 *apud* BARONET, 2000).

Para Bessant e Tid (2009), a criatividade possui relação com o processo empreendedor e a inovação pode ser avaliada a partir de três diferentes perspectivas: **pessoal**, **coletiva** e **contextual**. No que se refere à perspectiva pessoal, entende-se o papel da criatividade do sujeito em si, ou seja, sua habilidade e competência criativa individual. Já a perspectiva coletiva, entende-se como o papel que uma equipe e o trabalho em grupo podem contribuir para o processo criativo. E a perspectiva contextual, refere-se às estruturas, ao ambiente, aos processos e às ferramentas disponíveis que podem influenciar na criatividade.

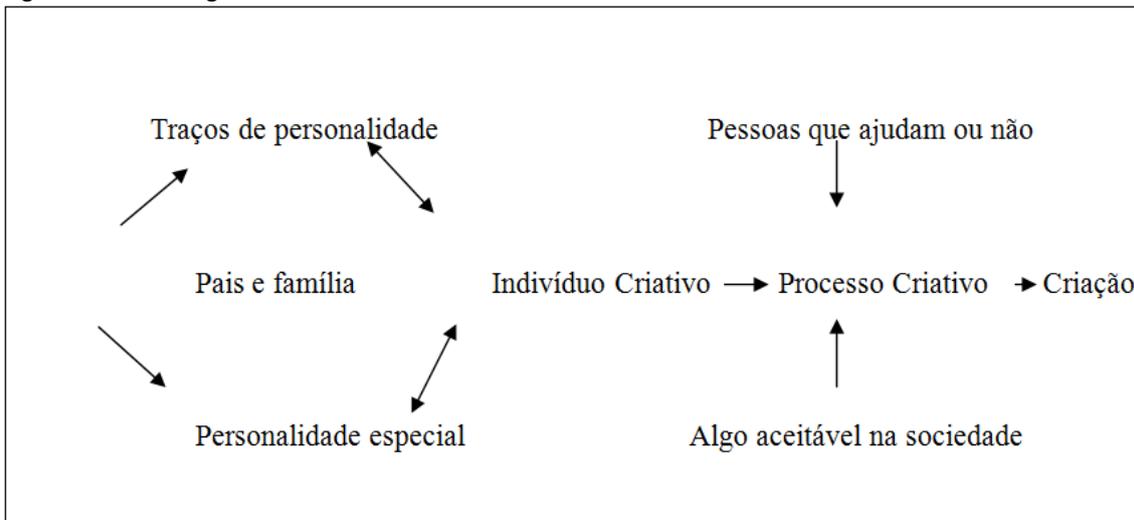
Os autores reforçam que o fator relevante dessas três perspectivas é o esforço criativo necessário entre as contribuições individuais, sociais e organizacionais para o empreendedorismo, a inovação e a interação entre os três níveis.

Bessant e Tid (2009) ainda acreditam que a criatividade pode estar relacionada a três fatores: **personalidade**, que compreende as características de personalidade, habilidades cognitivas e comportamentais associadas à criatividade individual do sujeito; **processo de pensamento criativo**, que aborda os vários estágios e estratégias da elaboração criativa; e **fatores ambientais**, que compreende-se como o clima e a cultura organizacional que podem facilitar ou inibir o desempenho criativo.

Filion (2000) e outros especialistas desenvolveram um modelo geral de criatividade, que descreve como o indivíduo, tendo personalidade criativa, interesse

em um campo de atividade e uma rede de apoio, se empenha no processo criativo até chegar numa criação.

Figura 1 – Modelo geral da criatividade



Fonte: Revisão e trabalhos desenvolvidos por Filion, 2000.

O processo criativo é compreendido por várias etapas. A que ganhou nome de “incubação” é a mais misteriosa, até porque se trata de um processo inconsciente. Na verdade poderá haver consciência do estímulo que nos leva a criar, mas o conjunto das conexões mentais do empreendedor e relações que faz os elementos aparentemente contraditórios ou sem ligações explícitas permanece inconsciente (FILION 2000 *apud* BARONET, 2000).

Nos estudos realizados por Filion (2000 *apud* BARONET, 2000), constatou-se que há laços de natureza afetiva ou emocional entre a personalidade do criador e sua criação. Em relação à ação que acaba com a criatividade é essencialmente uma regressão psicológica, o mergulho em si. Nesse caso, o criador mistura os elementos externos ligados ao problema com os conhecimentos de uma área e acrescenta elementos geralmente perturbadores de sua experiência pessoal. É dessa relação que nasce a criação. “Em um contexto de oportunidade de negócio, a capacidade do indivíduo criativo de detectar oportunidades advém, entre outros elementos, de sua

intuição e de seu conhecimento formal de um determinado campo ou setor” (FILION, 2000, p. 48).

2.4.2 *Locus de Controle*

O decidir implica em saber calcular, entendido nessa visão de sentido amplo em fazerem estimativas, analisar, prever, projetar, avaliar possibilidades. O empreendedor toma decisões permanentemente, tanto de caráter operacional, no dia a dia, em geral urgentes, quanto de natureza estratégica, que exigem maior preparação e reflexão, pois podem representar risco para a sobrevivência da empresa (FILION, 2000).

A concepção visionária constitui uma competência fundamental que o empreendedor precisará aprender a dominar. O processo visionário começa pelo máximo de conhecimento sobre o que já existe no setor e com a elaboração de diferentes cenários sobre o que será possível fazer na atividade escolhida. Trata-se de um processo permanente, sendo a coerência das visões em evolução o fio condutor para as decisões a serem tomadas. (FILION, 2000).

Para Hisrich e Peters (2004), por *locus* de controle do empreendedor entende-se a maneira pela qual o indivíduo atribui o sucesso ou fracasso ao seu resultado, ou seja, o sujeito reconhece que ele possui responsabilidade direta naquilo que empreende.

O empreendedor gosta de ação. Aprecia o que muda e se movimenta, pois ele mesmo é um dínamo, sabe suscitar o entusiasmo na ação e comunicar a paixão que o anima. O empreendedor é motivado pelo concreto e tem suficiente autoconfiança para passar à ação. O sucesso do empreendimento é uma das provas de seu valor (FILION, 2000).

2.4.3 Independência

De acordo com Filion (2000), uma das primeiras decisões que o empreendedor tem que tomar é a de fazer ou mandar fazer, seja mediante pessoas contratadas em tempo integral ou parcial, seja mediante terceirização. Isso porque ele deve ter sempre em mente que sua função profissional é, antes de tudo, elaborar e realizar visões.

Para Hisrich e Peters (2004) e Dornelas (2008), o indivíduo que possui como característica comportamental a independência, ele busca autonomia em relação aos processos que se envolve e possui confiança na sua própria capacidade de realizar uma tarefa. O empreendedor busca construir seu próprio destino a partir das suas escolhas e seus próprios passos.

Filion (2000) ainda afirma que a profissão está ligada a um saber fazer (*know-how*). O exercício de uma profissão requer habilidades técnicas conceituais, às vezes manuais, frequentemente humanas e administrativas. Portanto, ao delegar, o empreendedor cumpre uma parte fundamental de suas atividades essenciais, cada qual com suas características e competências distintas.

2.4.4 Disposição de Assumir Riscos

Segundo Dornelas (2008), Dolabela (1999) e Degen (2009), os empreendedores possuem disposição para correr riscos naquilo que estão empreendendo, entretanto, esses indivíduos procuram minimizar as chances da ocorrência do erro gerenciando o risco, portanto, assumem riscos calculados. Nessa perspectiva, Stevenson (2001) diz que o comportamento empreendedor possibilita a inclusão dos talentos individuais como fator interveniente, mas não limitante da capacidade de empreender.

Alguns estudos realizados sobre a aceitação de riscos em empreendedorismo se concentram o componente de uma propensão geral. Hisrich (2004) acredita que como não foram determinadas relações causais conclusivas, ainda não foi empiricamente estabelecida que uma propensão para riscos é uma característica distintiva dos empreendedores, embora isso possa ser percebido com o uso do instrumento de pesquisa conhecido por CDQ Kogan –Wallash.

A análise dos riscos é fundamental para que o empreendedor avalie sua situação atual e vislumbre uma possível condição futura. Saber analisar é fundamental tanto para quem busca empreender um novo negócio quanto para qualquer tomada de decisão cotidiana.

3 CAMINHOS METODOLÓGICOS

Para o tipo de pesquisa, optou-se pelo estudo de caso, que é compreendido como “circunscrito a uma ou poucas unidades, entendidas essas como uma pessoa, uma família, um produto, uma empresa, um órgão público, uma comunidade ou mesmo um país” (VERGARA, 1997, p. 47), ou seja, tem caráter de profundidade e detalhamento. A pesquisa foi classificada como sendo exploratória e descritiva, conforme a conceituação de Richardson (1985, p.24) que afirma que “os estudos exploratórios são válidos quando não se têm informações muito precisas sobre determinado tema e se deseja conhecê-lo melhor”. Descritiva porque visou identificar o perfil dos estudantes e o ambiente de estudo para verificar a amplitude empreendedora, desde o momento que inicia sua vida acadêmica até quando termina a graduação, observando as possíveis modificações das perspectivas empreendedoras nos alunos e se a formação focada nos negócios proporciona diferencial na formação tradicional superior.

O universo da presente pesquisa foi composto de 2450 universitários com uma amostra de 358 universitários dos cursos de Administração, Serviços sociais, Enfermagem, Tecnológicos. O instrumento de coletas dos dados foi o questionário com questões fechadas, baseado no modelo proposto por McClelland (1971 *apud* HISRICH, 2004), cujo propósito é identificar a presença de fatores condicionantes ao empreendedorismo em qualquer grupo ou condição social de pessoas, com a análise balizada em dados estatísticos, pressupondo o maior nível de instrução dos entrevistados, salientando-se que eles foram informados dos objetivos da pesquisa e a importância de sua contribuição, bem como da garantia do anonimato e do caráter confidencial das informações colhidas.

O instrumento de coleta de dados aplicado junto aos alunos foi o questionário, este composto por dois blocos de questões. O primeiro tratou do perfil socioeconômico, e o segundo, dotado de vinte questões, tratou das variáveis: independência, criatividade, capacidade de assumir riscos e *locus* de controle, em que para cada variável os sujeitos ratificavam ou não a ocorrência da assertiva. Optou-se pelo uso do questionário por ser “a técnica de investigação composta por um número mais ou menos elevado de questões apresentadas por escrito às pessoas, tendo por objetivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas etc.” (GIL, 1999, p. 128).

Quanto ao tratamento dos dados, considerando o tipo e os objetivos da pesquisa, é um estudo de caso exploratório-descritivo. Optou-se por um tratamento de natureza quantitativa para a análise dos dados levantados. O modelo do questionário segue o padrão desenvolvido nos estudos de McClelland (HISRICH, 2004) na Universidade de Massachusetts.

Segundo Spiegel (1975), na pesquisa relacionada com comportamento, frequentemente indaga se dois conjuntos de escores estão relacionados e qual o grau de relacionamento. O problema da mensuração do grau de

associação entre dois conjuntos de escores é de caráter bem diferente do teste da simples existência de uma associação em determinada população.

O referido autor diz que no caso paramétrico, a medida de correlação é o coeficiente de correlação momento-produto, r , de Pearson. Esta estatística exige mensuração dos escores no mínimo ao nível de intervalos equiespaçados. Se desejarmos comprovar a significância de um valor observado de r , devemos não só satisfazer a exigência relativa à mensuração, mas também supor que os escores provenham de uma população normal bivariada. Spiegel (1975) sugere ainda que para um determinado conjunto de dados, a exigência relativa à mensuração de r não é satisfeita, ou se a suposição de normalidade é irreal, então se pode utilizar um dos coeficientes não paramétricos de correlação e as provas de significância correspondentes. De acordo com o autor, a vantagem é que essas provas não exigem nenhuma suposição sobre a forma da população a que se referem os escores. Alguns admitem apenas a continuidade intrínseca da variável, outros não fazem sequer essa suposição.

O coeficiente de contingência C é uma medida do alcance da associação ou relação entre dois conjuntos de atributos. É especialmente útil quando dispomos de apenas informação categórica (escala nominal) sobre um ou ambos os conjuntos de atributos. Em outras palavras, pode ser empregado quando a informação sobre os atributos consiste de uma série não ordenada de frequências. Para utilizar o coeficiente de contingência, não é necessário admitirmos continuidade intrínseca das diversas categorias usadas para medir os conjuntos de dados. De fato, não é necessário sequer ordenar as categorias de qualquer modo em particular. O coeficiente de contingência, calculado com base em uma tabela de contingência, terá o mesmo valor, independentemente de como as categorias se dispõem nas linhas e colunas. (SPIEGEL, 1975).

Para calcular o coeficiente de contingência entre escores relativos a dois conjuntos de categorias (antes e depois, por exemplo), deve-se dispor as frequências em uma tabela de contingência, como mostra abaixo:

Tabela 1 - Tabela de contingência

Antes	Depois			Total
	A ₁	A ₂	
B ₁	(A ₁ B ₁)	(A _k B ₁)	
B _r	(A ₁ B _r)	(A _k B _r)	
Total				N

Fonte: Criado a partir de Spiegel, 1975.

Na tabela podem-se obter as frequências esperadas para cada célula (E_{ij} 's) determinando que elas ocorreriam se não houvesse associação ou correlação entre duas variáveis. Spiegel (1975) diz que quanto maior a discrepância entre esses valores esperados (teóricos) e os valores observados nas células, maior o grau de associação entre as duas variáveis e, assim, maior o valor de C. O grau de associação entre dois conjuntos de atributos, quer ordenáveis ou não, independentemente da natureza da variável, pode ser obtido a partir de uma tabela de frequências da seguinte forma:

$$C = \sqrt{\frac{\chi^2}{n + \chi^2}} \text{ onde } \chi^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^k \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

Conforme Spiegel (1975), os escores ou observações que lidamos na pesquisa referem-se frequentemente a indivíduos que nos interessam pelo fato de constituírem uma amostra aleatória de uma população na qual queremos fazer inferências.

Para testar a hipótese de nulidade, usualmente determinou-se a distribuição amostral da estatística (no caso, a medida de associação antes e depois do ingresso no curso superior) sob um nível de significância fixado, de acordo com Spiegel (1975). O teste utilizado para tanto foi o de associação por meio do χ^2 : se a estatística



do teste não superar o nível de significância, será aceita a hipótese de nulidade, ou seja, que não existe influência das variáveis nos universitários.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Esta análise seguirá por uma abordagem dos aspectos gerais sobre a perspectiva empreendedora, independente do curso superior dos entrevistados, analisando cada uma das dimensões empreendedoras. Em seguida, serão apresentadas as análises referentes às características empreendedoras percebidas nos alunos dos cursos analisados, bem como suas características individuais.

Em relação ao sexo, têm-se uma predominância das mulheres nos cursos analisados, correspondendo a uma parcela de 62% e os homens a 38% do total dos universitários consultados. Tem-se a distribuição das faixas de renda por percentual dos alunos. Dentre todas as faixas, a de 0 a R\$ 600,00 é a que engloba a maior parcela dos universitários, um total de 50%, o que contraria o senso comum de que as pessoas que não possuem renda alta não têm condições de frequentar um curso superior.

Em relação ao período de curso, há uma distribuição uniforme, sendo 51% dos estudantes do quarto e os outros 49% do primeiro ano. Buscou-se distribuir os questionários em quantidades similares para os alunos tanto de primeiro como de quarto ano, com a finalidade de identificar a evolução das perspectivas empreendedoras durante a formação superior. A amostra é composta em sua grande maioria por pessoas na faixa de 21 a 30 anos, correspondendo a mais de 50% do total. Outra grande parcela da amostra compreende a quase 20% de pessoas com idades entre 31 a 40 anos. Dessa forma, percebeu-se que a maioria dos discentes

entrevistados são mulheres, com a faixa etária dos 21 aos 30 anos, com renda média mensal correspondente aproximadamente a R\$ 600,00.

4.1 ANÁLISE SOBRE A PERSPECTIVA EMPREENDEDORA DOS ALUNOS

Neste momento de análise serão abordadas as dimensões empreendedoras (criatividade, *locus* de controle, independência e disposição de assumir riscos) gerais dos universitários entrevistados.

A criatividade é uma das principais características empreendedoras, pois é a forma pela qual o indivíduo tem a capacidade de criar coisas novas sejam elas aceitas pelas outras pessoas ou não. Porém, o fato de ser criativo não significa somente ser provedor de novidades para o meio externo. Baronet (2000 *apud* FILION, 2000, p. 45) aborda que a criatividade é a capacidade de encontrar constantemente soluções para os problemas, “de construir novos produtos, de definir novas perguntas em determinado campo; perguntas essas que serão, pelo menos no início, consideradas novas ou originais, mas que, em última instância, serão aceitas e reconhecidas.”

Quando se cruzou o resultado da resposta da questão 4 (você costuma ir de casa para a faculdade por caminhos diferentes?) da dimensão criatividade em relação ao ano em que o aluno está cursando, percebe-se uma evolução nos alunos, que no primeiro ano, aproximadamente, 30 % afirmaram que não costumam ir por caminhos diferentes; no quarto ano tem-se um aumento de 10% das respostas afirmativas, indicando que uma parcela dos alunos teve uma mudança de atitude. Executando-se o teste qui-quadrado em relação a um nível de 5% de significância obteve-se um P-valor de 0,028, podendo-se afirmar que esta variável é significativa.

Já quando indagados sobre se “você defenderia uma ideia por mais impopular que ela pareça?”, percebe-se que houve uma mudança no comportamento dos alunos em relação a como estes expressam suas ideias para as outras pessoas, tendo uma variação de 10% das respostas positivas dos alunos do quarto ano em

relação aos do primeiro. Pela aplicação do teste qui-quadrado, obteve-se um valor de 0,016 em relação a 5%, determinando que esta variável possui um considerável nível de significância. Pode-se afirmar, com base nas variáveis analisadas e na validação estatística, que em termos gerais há uma mudança na atitude dos alunos pesquisados, indicando que sua criatividade está sendo estimulada, sendo por fatores relativos ao curso ou ao ambiente de convívio dos participantes da pesquisa.

O *locus* de controle é a capacidade de um indivíduo planejar, fazer estimativas, executar planos de ação, antever cenários enfim, tudo o que está relacionado às atividades que uma pessoa executa na sua vida. Os empreendedores gostam de ação, apreciam o que muda e se movimenta, pois ele mesmo é um dínamo, sabe suscitar o entusiasmo na ação e comunicar paixão que o anima. O empreendedor é motivado pelo concreto e tem suficiente autoconfiança para agir. O sucesso do empreendimento é uma das provas de seu valor (FILION, 2000). É importante que um empreendedor possua em suas características o gosto por agir e implementar as suas ideias.

No que se refere às respostas a pergunta: “você frequentemente acha que as coisas são de um jeito e não há nada que possa fazer?”, percebeu-se que os alunos pesquisados têm uma tendência em desejar permanecer em uma posição cômoda. No primeiro ano, apenas 10% dos respondentes afirmaram querer mudar uma situação, enquanto os alunos do quarto ano apresentaram um índice de 20 % de respostas positivas, indicando um comportamento que vai de desencontro com a característica do *locus* de controle.

A validação estatística comprova esse cenário, que, com a realização do teste qui-quadrado obteve um P-valor de 0,013 em relação a 5% de significância. Isso pode ser traduzido em uma posição menos proativa dos universitários, pois não há mudanças significativas do comportamento tanto das turmas de entrada quanto das de saída.

A independência no empreendedorismo está ligada à capacidade de ter autonomia para tomar suas decisões e estabelecer seus planos sem a intervenção ou opinião negativa de outras pessoas. O empreendedor deve, dentro desta característica, impor suas vontades e gostos pessoais, de forma que o fruto de suas ações seja satisfatório e afinado com suas ideologias.

Quando questionados sobre “você detesta comprar roupas sozinho?”, que foi a que obteve o maior nível de significância dentre as variáveis analisadas no teste qui-quadrado, o valor obtido em relação à significância de 5% foi um P-valor de 0,011. Registrou-se uma variação de 30% a mais das respostas “não”, percebe-se então que os alunos do quarto ano possuem uma característica de maior independência para tomar suas decisões e fazer suas próprias escolhas.

Esse resultado é relevante do ponto de vista da análise, pois evidencia que os sujeitos entrevistados ao longo da faculdade desenvolveram a competência relacionada à independência, o que pode gerar uma maior predisposição para serem mais independentes.

Nos negócios é importante que quem esteja no comando tenha a exata noção dos riscos que podem incorrer. Para o empreendedor, a definição dos riscos e das oportunidades é primordial, pesando sobre quais são os riscos imediatos (financeiros, legais, tecnológicos, emocionais), como eles podem influir no estabelecimento de um novo empreendimento, e qual a melhor forma de enfrentá-los (HISRICH, 2004).

Quando perguntados sobre a questão que tratava do ato de correr riscos com dinheiro, isto é, investir sem saber dos resultados, identificou-se que há uma redução em geral na predisposição em assumir riscos por parte dos alunos do quarto ano, que estão prestes a sair para o mercado de trabalho, isso pode ser reflexo da situação dos dias atuais, em que muitas pessoas almejam ter segurança e estabilidade, o que reduz a motivação para enfrentar os desafios que o desenvolvimento de um

novo negócio implicam. Com a execução do teste qui-quadrado esta variável apresentou-se muito significativa, com P-valor 0,016 para 5%.

4.2 ANÁLISES SOBRE AS DIMENSÕES DO EMPREENDEDORISMO X CURSOS SUPERIORES

Neste espaço serão apresentadas as análises sobre a perspectiva das dimensões empreendedoras, confrontando os cursos de negócios (administração e os cursos tecnológicos da área de gestão e comércio) em relação aos cursos de outras abordagens educacionais. Na dimensão criatividade foram confrontados os dados, de acordo com os valores obtidos no teste qui-quadrado, dos cursos de administração (P-valor 0,005) e enfermagem (P-valor 0,012). Analisando os níveis de respostas dos alunos de primeiro e quarto anos do curso de enfermagem e de administração, percebe-se que há uma evolução considerável na forma de como os alunos de enfermagem buscam alternativas diferentes para executar suas ações, representado pelo aumento em 35% das respostas positivas. Isso torna evidente que os discentes são estimulados a desenvolverem soluções novas e criativas, o que pode ser proveniente de cadeiras que contemplem assuntos como o empreendedorismo, a inovação e a busca por melhores soluções para os problemas da atualidade.

Em relação ao curso de administração, foi registrado um aumento da ordem de 30% nas respostas positivas, significando que as metodologias aplicadas surtem efeito no que tange ao desenvolvimento das competências criativas dos discentes, tendo atingido uma marca superior ao curso de enfermagem. Porém, percebe-se, ainda, que o fato de um curso estar voltado para a didática dos negócios não interfere de forma impactante no senso criativo das pessoas. O fato pode provir de características que são agregadas durante sua formação empreendedora dos cursos ou pode existir um equívoco nas abordagens pedagógicas ou na formação empreendedora oferecidas nos cursos. A questão da criatividade é abordada por Baronet (2000 *apud* FILION, 2000) com três componentes geralmente ligados:

regularidade, novidade e aceitação ou reconhecimento. Nesse sentido o processo de criatividade é considerado descontínuo, imprevisível, mesmo quando resulta de uma personalidade reconhecidamente criativa, com experiência ou formação em determinada área.

Como na dimensão, criatividade, analisada anteriormente, também foram confrontados os resultados obtidos no *locus* de controle dos cursos de enfermagem (P-valor 0,035 no teste qui-quadrado) e administração (aqui como parâmetro de análise, uma vez que tanto os cursos de CST (Cursos Tecnológicos), administração e serviço social não alcançaram valores significativos no teste). Constatou-se que tanto os alunos de enfermagem como os de administração têm uma tendência a aceitar as coisas que lhe são impostas, o que indica que os respondentes não têm a presença de um dos fatores comuns a muitos empreendedores que é disposição de tomar o controle das situações.

Percebeu-se também que os alunos de enfermagem ao serem perguntados sobre “você frequentemente acha que as coisas são de um jeito e não há nada que possa ser feito” apresentaram uma variação de 20% nas respostas positivas, o que mostra que alguma parte dos discentes passa a apresentar um comportamento que não está configurado como o *locus* de controle, porém é importante estabelecer que uma parcela de 70% dos alunos possuem esta característica. Nessa formação em especial, há uma necessidade de profissionais com o comportamento desta dimensão devido às urgências da profissão e situações críticas, onde saber lidar com o *locus* de controle em especial o interno é indispensável para a formação em enfermagem, pois estes profissionais devem ter por excelência a capacidade de ponderar sobre as ações que devem ser executadas e sobre as prioridades que envolvem riscos e oportunidades durante a atuação profissional.

Os alunos do curso de administração ao serem perguntados se “embora as pessoas lhe digam ‘isto não pode ser feito’, você tem que verificar por si próprio” apresentaram uma evolução das respostas afirmativas no quarto ano, porém numa

menor escala (5%), representando que a grande parte dos alunos do curso de administração possuem a vontade de controlar a situação que é a principal característica do *locus* de controle interno. Pode-se concluir que apesar de não haver uma evolução significativa no comportamento destes alunos, as pessoas com esta característica buscam mais um curso voltado para a prática de negócios, que possui em sua grade curricular as competências que estas pessoas buscam.

A concepção visionária constitui-se em uma competência fundamental que o empreendedor precisa que é aprender a dominar. O processo visionário começa pelo máximo de conhecimento sobre o que já existe no setor e com a elaboração de diferentes cenários sobre o que será possível fazer na atividade escolhida. Trata-se de um processo permanente, sendo a coerência das visões em evolução o fio condutor para as decisões serem tomadas. (FILION, 2000).

Nesta última parte da análise, serão confrontados os cursos que obtiveram os maiores índices de significância, que foram os cursos de enfermagem e serviço social, com p-valor de ordem 0,001 para 5% de enfermagem e 0,017 para 5% em serviço social. Dentro deste contexto, no curso de enfermagem ao serem perguntados sobre se “você detesta comprar roupas sozinho”, 45% dos discentes do primeiro ano afirmaram que sim, e a maioria de 55% responderam que não; em relação aos alunos do quarto ano houve uma variação muito alta das respostas negativas, totalizando 95% dos respondentes. Isso pode significar que, por causa da formação ou por influência de alguma variável externa ao ensino, as pessoas se sentem encorajadas a tomar suas decisões de forma independente, não precisando recorrer à opinião ou aprovação de terceiros, o que corrobora com a afirmação de Filion (2000) de que uma das primeiras decisões que o empreendedor tem que tomar é a de fazer, isto é, a figura do empreendedor deve ter a característica de proatividade.

No curso de serviço social, em relação ao questionamento “Geralmente espero que as pessoas me chamem para ir aos lugares em vez de me impor a elas” uma parcela de 75% dos discentes do primeiro ano afirmaram que preferem tomar a

iniciativa de convidar as pessoas ao invés de esperar por um convite. Os alunos do último ano ao serem questionados sobre o mesmo fator afirmaram o contrário do que as turmas iniciantes, sendo que 65% deram afirmações positivas, representando uma tendência de dependência da opinião ou da espera pela ação de outras pessoas, havendo, portanto, uma inversão da atitude de boa parte dos discentes em relação à característica da independência, que leva o indivíduo a pôr em prática as ações planejadas.

Uma das primeiras decisões que o empreendedor tem que tomar é a de fazer ou mandar fazer, seja mediante pessoas contratadas em tempo integral ou parcial, seja mediante terceirização. Isso porque ele deve ter sempre em mente que sua função profissional é, antes de tudo, elaborar e realizar visões. E a profissão está ligada a um saber fazer (*know-how*); o exercício de uma profissão requer habilidades técnicas conceituais, às vezes manuais, frequentemente humanas e administrativas. (FILION, 2000).

Quando se tratou da dimensão disposição de assumir riscos, os cursos a serem confrontados foram os de administração (P-valor 0,045 para 5%) e serviço social (P-valor 0,043 para 5%), devido aos níveis de significância alcançados com o teste qui-quadrado. A questão analisada nesta comparação foi “você consegue abordar um desconhecido e puxar conversa?”. No contexto do empreendedorismo, em relação a este tipo de situação, nota-se que os alunos do primeiro ano de administração têm uma maior predisposição para assumir riscos e enfrentar novas possibilidades, sendo que 80% responderam “sim”. Já os alunos do quarto ano têm uma tendência a ponderar mais sobre os riscos que podem enfrentar, sendo que 40% responderam “não”. No curso de serviço social pode-se perceber, mantendo as proporções necessárias, que os alunos têm o mesmo comportamento que os de administração, tendo 85% dos discentes do primeiro ano responderam “sim”; e 45% dos alunos do quarto ano tendo respondido “não”.

Os dados analisados podem indicar que quanto mais as pessoas adquirem conhecimento, mais ponderação há em decisões que envolvem riscos. Em relação a isso, Fillion (2000, p. 230) afirma que “o empreendedor imagina, mas também precisa avaliar e prever as consequências de seus gestos [...]. Isso requer muita flexibilidade de espírito, discernimento e senso comum”.

5 CONCLUSÕES

Esta pesquisa teve como objetivo identificar a evolução da perspectiva empreendedora nos alunos de turmas de entrada e saída dos cursos de Administração, Enfermagem, Serviço Social e cursos Tecnológicos. Através de um estudo de caso, foi aplicado um questionário baseado no modelo proposto por McClelland, composto por questões fechadas contemplando as dimensões principais dos empreendedores, que são a independência, criatividade, *locus* de controle e disposição de assumir riscos. Foram consultados 358 discentes de uma IES privada de Natal/RN. Tendo a tabulação dos dados obedecida aos critérios estatísticos para aplicação do teste qui-quadrado, possibilitando identificar as características mais relevantes dos dados analisados.

Com a devida tabulação realizada, partiu-se para as análises dos aspectos gerais das dimensões empreendedoras, considerando todo o universo da pesquisa. Em seguida foram analisadas as características individuais de cada curso, confrontando os fatores mais significantes. Na análise geral, percebeu-se que há uma mudança de atitude dos estudantes, principalmente em relação às dimensões criatividade e independência. Foram registradas variações positivas que indicam essa tendência, em contraste com as outras duas dimensões analisadas, *locus* de controle e disposição de assumir riscos, que registrou uma menor variação na atitude. Com os resultados das análises, pode-se interpretar o desejo de uma boa parte dos entrevistados de alcançar

uma posição cômoda sem a necessidade de embarcar riscos, criando, assim, uma necessidade de readequar a forma como se pode desenvolver essa competência comportamental nos estudantes ao longo do curso.

Nos confrontos específicos, na dimensão criatividade foi percebido que não há muita diferença se comparar um curso voltado para a área de negócios com outras formações, como na análise onde foram confrontados os cursos de administração e enfermagem, tendo-se obtido os resultados que comprovam que ambos os cursos oferecem meios para o desenvolvimento da criatividade dos discentes. É preciso ponderar, ainda, que em alguns cursos não houve evolução significativa na perspectiva empreendedora em todas as dimensões, como no caso dos cursos superiores de tecnologia. Segundo o parâmetro do teste qui-quadrado, não significa necessariamente que não seja possível identificar alguma evolução neste último, o que pode ser realizado com pesquisas complementares.

Em relação aos objetivos propostos, pode-se afirmar que o objetivo geral “Analisar até que ponto há evolução da perspectiva empreendedora nos estudantes no decorrer da vida acadêmica na IES” foi alcançado de forma satisfatória, pois, foi possível identificar as características de evolução das perspectivas empreendedoras, tanto em termos gerais dos cursos, como de forma mais específica, com o confronto de diferentes cursos.

Pode-se sugerir, a partir dos resultados obtidos, à comunidade acadêmica ou aos interessados nos estudos sobre o empreendedorismo, que sejam realizadas pesquisas sobre o desenvolvimento de ações empreendedoras pelos universitários na formação superior no Brasil, e também uma análise mais profunda das características de cada uma das dimensões analisadas, podendo-se aperfeiçoar o instrumento de pesquisa e, por conseguinte, surgirem pesquisas com mais profundidade sobre o tema. Dentre os limites constatados, tem-se a não discussão sobre quem cursa e não curso a disciplina do empreendedorismo e sua relação do comportamento do aluno, outra limitação refere-se a se tratar de uma instituição privada exclusivamente, tendo um

recorte limitado. Por fim, deve-se tratar os alunos dos cursos superiores de tecnologia como um universo mais delimitado, pois são cursos voltados para atender ao mercado de trabalho/organizacional, o qual exige continuamente comportamentos inovadores e cognoscentes, ou seja, perfil empírico relevante a ser estudado, quando coloca o ensino como meio de desenvolvimento.

ENTREPRENEURSHIP: AN INVESTIGATION IN THE EVOLUTION OF THE STUDENTS ENTREPRENEURIAL PERSPECTIVE OF A PRIVATE IES IN RIO GRANDE DO NORTE.

ABSTRACT

Entrepreneurship is gaining more space society. Within a context in which Universities are putting in their curricular teaching entrepreneurship course in conjunction with the didactic and pedagogical practices, this research sought to investigate the evolution of the entrepreneurial perspective on students entering and graduating from courses in Administration, Nursing, Social Work Technology and courses in a private University in Natal / RN, showing what influences entrepreneurial present during the academic life in their research subjects. Through a case study, we adopted an exploratory and descriptive research. The research sample consisted of 2450 students with a sample of 358 university students studying Business Administration, Social Services, Nursing and Technology. It was used as an instrument of data collection a questionnaire with closed questions on the model proposed by McClelland (1971) considering the entrepreneurial dimensions: independence, creativity, locus of control and willingness to take risks. The data were treated statistically, with the technical, the chi-square test. The results demonstrated that there is a material change in the behavior of students lifelong academic, since the dimensions of creativity and independence were recorded with the largest positive changes. It was found that creativity in relation to size, we noticed no difference when comparing a course aimed at the business with other

formations, both of which offer courses investigated means for developing the creativity of students. It is concluded that the competence of entrepreneurial behavior can be developed in students from the inclusion of entrepreneurship as a discipline and implementation of educational and pedagogical activity in University in view of the evolution of the entrepreneurial perspective of the students surveyed in the research.

Keywords: Entrepreneurship. University. Entrepreneurial dimensions. Entrepreneurial behavior.

REFERÊNCIAS

BARONET, J. Criatividade na concepção de empresa. In FILION, L. J.; DOLABELA, F. (Org.) **Boa Ideia! E Agora?** São Paulo: Cultura Editores Associados, 2000.

BESSANT, John; TIDD, Joe. **Inovação e empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

CODURAS, A. La motivación para emprender en España. *Ekonomiaz: Revista Vasca de Economía*, 2006, V. 62, p. 12-39.

DAVID, Denise Elizabeth Hey. **Intraempreendedorismo Social: Perspectivas para o Desenvolvimento Social nas Organizações**. 2004. 204 f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, UFSC, Florianópolis, 2004.

DEGEN, Ronald. **O empreendedor: empreender como opção de carreira**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

DOLABELA, F. **Oficina do Empreendedor**. 1. ed. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

_____. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 3º ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DRUCKER, Peter F. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship)**: prática e princípios. São Paulo: Pioneira, 1987.

_____. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship)**: prática e princípios. Tradução Carlos Malferrari. São Paulo: Pioneira Thomson, Learning, 2005.

FILION, L. J; DOLABELA, F. Plano de Negócio, o caminho seguro para criar e gerenciar sua empresa. São Paulo: Cultura, 2000.

FILION, L. J. **Empreendedorismo**: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. São Paulo: Revista de Administração de Empresas – RAE, v.34, n.2, abril/ junho 1999.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GIMENEZ, F. A. P, JÚNIOR, E. I. **Potencial empreendedor**: um instrumento de mensuração. In: SIMPÓSIO DE GESTÃO DA INOVAÇÃO TECNOLÓGICA, XXII, 2002, Salvador. **Anais...**, Salvador: 2002.

HENRIQUE, D. C; ROSSINI, L. **Ensino de Empreendedorismo nas IES**: uma breve análise das práticas didático-pedagógicas. UFPR, 2001.

HISRICH, R. D; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. Tradução de Lene Belon Ribeiro. São Paulo: Bookman, 2004.

LEITE, Emanuel. **O fenômeno do empreendedorismo criando riquezas**. Recife: Edições Bagaço: 2002.

LENZI, Fernando. **Os empreendedores corporativos nas empresas de grande porte dos setores mecânico, metalúrgico e de material elétrico/comunicação em Santa Catarina**: um estudo da associação entre tipos psicológicos e competências empreendedoras reconhecidas. 2008. 126f. Tese (Doutorado do Programa de Pós-Graduação em Administração) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008.

LEZANA, A.G.R. **Desarrollo regional a través del estímulo a las empresas de pequeña dimensión**. Una puesta en práctica de programas de promoción. Tese de doutorado. Universidad Politécnica de Madrid, 1995.

PARDINI, D. J. Entrepreneurship and interdisciplinarity: a methodological proposal in the graduation teaching. In: business association of latin american studies, 2004, Madri. **Anais...** Madri: 2004.

RAMOS, S. C; FERREIRA, J. M. Levantamento das práticas e conteúdos do Ensino de Empreendedorismo nos cursos de graduação em administração na cidade de Curitiba – PR. encontro da associação nacional de pós-graduação e pesquisa em administração, XXVIII, 2004, Curitiba. **Anais...** Curitiba: 2004.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1985.

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

SOUZA, E. C. L. et al. Métodos e técnicas de ensino e recursos didáticos para o ensino do empreendedorismo em IES brasileiras. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 28, 2004, Curitiba/PR. **Anais...**Curitiba: ANPAD, 2004. CD ROM

SPIEGEL, M. R. **Análise Vetorial**. São Paulo: McGraw-Hill, 1975.

STEVENSON, Howard. **As seis dimensões da capacidade empreendedora**. In: Dominando os Desafios do Empreendedor, organizado por Sue Birley e Daniel F. Muzyka. São Paulo: Makron Books, 2001.

STONER, J.A.F. **Administração**. Rio de Janeiro: Prentice-Hall do Brasil, 1985.

SCHLEMM, M. M. e SOUZA, Q. R. **Coep Paraná e empreendedorismo social: uma experiência de gestão do conhecimento para inovação**. Disponível em: <http://www.coepbrasil.org.br/downloads/tese_queila.doc>. Acesso em: 25 mar. 2012.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 1997.