

COSTA, Robson Antônio. SOUZA, Jefferson Teixeira de. **Metodologia de formação de empreendedores um estudo dos impactos da aplicação de oficina em alunos universitários em Belém do Pará.** Revista Interdisciplinar Científica Aplicada, Blumenau, v.10, n.4, p.42-58, TRIV 2016. ISSN 1980-7031

METODOLOGIA DE FORMAÇÃO DE EMPREENDEDORES UM ESTUDO DOS
IMPACTOS DA APLICAÇÃO DE OFICINA EM ALUNOS UNIVERSITÁRIOS EM
BELÉM DO PARÁ.

Robson Antônio Costa
ratcosta@gmail.com

Professor Doutor Titular da Cadeira de Finanças Cooperativas
Universidade Federal do Amapá

Jefferson Teixeira de Souza
jeff@larc.es.uece.br

Professor vinculado ao programa de Pós-Graduação Stricto Senso em Administração,
Mestrado e Doutorado e Pró-Reitor de Graduação da Universidade
Universidade Estadual do Ceará

RESUMO

Este artigo teve como objetivo identificar a evolução dos participantes do treinamento de formação de empreendedores “Transformando Utopia em um Negócio de Verdade” por meio de aplicação de questionários em um horizonte temporal de dois anos após a utilização do treinamento em um universo amostral de 140 alunos, o treinamento foi aplicado no segundo semestre de 2013 na Faculdade Conhecimento & Ciência na cidade de Belém estado do Pará, e os acompanhamentos foram feitos no segundo semestre de 2014, segundo semestre de 2015 e primeiro semestre de 2016 por meio de pesquisa de campo. Para melhor entendimento do objeto de pesquisa, foram abordados temas como, empreendedorismo, estruturação e estruturas de treinamento de formação de empreendedores, impacto de treinamentos empresariais, características de treinamentos que tem por objetivo formar empreendedores, além de um estudo aprofundado sobre treinamentos com o mesmo objetivo para a formulação da metodologia estudada, onde por meio destes buscou-se verificar qual o impacto deste tipo de treinamento na abertura de novos negócios, ou mesmo na intensão de empreender. Tivemos como principais resultados da pesquisa, a criação, o teste, e o acompanhamento da metodologia e dos impactos gerados da aplicação da metodologia de formação de empreendedores em um grupo de 140 participantes, onde concluímos com este estudo que é possível proporcionar a formação de empreendedores por meio de treinamento, com base no desenvolvimento de habilidades e competências.

PALAVRAS-CHAVE: Empreendedorismo, Formação de Empreendedores, Treinamento.

ABSTRACT

This article aimed to identify the progress of participants entrepreneur training training "Transforming Utopia in Real Business" through questionnaires in a time horizon of two

years after the use of the training on a sample population of 140 students, the training was applied in the second half of 2013 at the School Knowledge & Science in the city of Belém do Pará state, and the accompaniments were made in the second half of 2014 to the first 2016 through field research. For better understanding of the object of research, they were discussed topics such as entrepreneurship, structuring and training facilities for training of entrepreneurs, impact of business training, training features that aims to train entrepreneurs, as well as an in-depth study on training with the same objective for the formulation of the study methodology, where through these sought to determine the impact of this type of training in opening new business, or even the intention to undertake. We had as main results of the research, creation, testing and monitoring the impacts of the application of entrepreneurial training methodology in a group of 140 participants of the training, which concluded with this study it is possible to provide the training of entrepreneurs through training based on the development of skills and competencies, which are quite effective towards this goal.

KEYWORDS: Entrepreneurship, Entrepreneurial Training, Training.

1. INTRODUÇÃO

A discussão sobre formação de empreendedores por meio de treinamento empresarial já vem sendo explanada há algumas décadas, e este debate não se restringe apenas a um país ou a um continente, vários são os países que estão discutindo a criação de uma metodologia própria e com reações de modificação de perfil comprovadas. Por tanto, um dos objetivos deste trabalho de pesquisa é fazer uma revisão de diversos programas de treinamento empresarial que tenham como objetivo a mudança de perfil dos que deles participam, sendo que a pesquisa não se restringe aos programas do Brasil, serão abordados alguns dos principais treinamentos empresariais existentes e aplicados em outros países.

Destaca-se a diversidade destes programas e a variedade de perfis de participantes que estes treinamentos exigem, cada tipo de treinamento possui características peculiares e métodos que devem ser seguidos para atingir seus objetivos. Foram identificados no decorrer da pesquisa bibliográfica que estas abrangem desde seminários presenciais e também a distância via teleconferência, ou videoconferência, nos finais de semana para empresários, até programas anuais dirigidos a desistentes da escola secundária. Foram encontradas também em nossas pesquisas inúmeras universidades que já atuam com cursos superiores voltados a formação de empreendedores.

COSTA, Robson Antônio. SOUZA, Jefferson Teixeira de. **Metodologia de formação de empreendedores um estudo dos impactos da aplicação de oficina em alunos universitários em Belém do Pará.** Revista Interdisciplinar Científica Aplicada, Blumenau, v.10, n.4, p.42-58, TRIV 2016. ISSN 1980-7031

Segundo Costa, R.A.T. (2015), proporcionar aos indivíduos educação específica voltada ao empreendedorismo já vem sendo realizada por entidades, escolas e universidades brasileiras, no que se refere à compreensão do perfil empreendedor; quem é esse indivíduo e como ele se comporta. Em relação ao acesso ao empreendedorismo, o mesmo autor defende que qualquer indivíduo pode aprender o que é ser um empreendedor de sucesso; o que já vem sendo uma realidade em muitas universidades que possuem cursos de extensão, pós-graduação e MBA's com ênfase específica em empreendedorismo.

Neste mesmo sentido Guimarães *apud* Hockets, K.N. (2006), relata que os cursos voltados para a formação empreendedora surgiram a partir de 1947 nos EUA, idealizados pela escola de Administração de Harvard, com o objetivo de qualificar ex-combatentes da Segunda Guerra Mundial para o mercado de trabalho, principalmente para a geração do auto emprego.

Estes treinamentos visam também a formação de empresários e sua motivação para a realização, assim como pessoas que tem a pretensão à empreender e pessoas que apenas desejam participar de treinamentos com foco em empreendedorismo. Mas, o que encontramos em quase todos os treinamentos estudados é que alguns destes visam treinamento de habilidades, enquanto outros a motivação ou fontes de financiamento e mercados potenciais. Cerca de metade dos programas revisados apresenta alguma forma sistemática de acompanhamento, desde assessoramento administrativo intensivo a publicação periódica de boletins estatísticos e de informações sobre gestão organizacional.

A maioria dos programas inclui componentes motivacionais, de discursos copiados de outros treinamentos. De toda a pesquisa bibliográfica feita, passamos a referendar que a maioria dos treinamentos pesquisados deriva do treinamento motivacional para a realização, o treinamento TMR (Treinamento de Motivação para Realização) foi aplicado inicialmente na Índia. Desenvolvido por McClelland na década de 1960, é adotado ainda, praticamente inalterado, pelas mais conceituadas instituições de treinamento empresarial do Terceiro Mundo.

COSTA, Robson Antônio. SOUZA, Jefferson Teixeira de. **Metodologia de formação de empreendedores um estudo dos impactos da aplicação de oficina em alunos universitários em Belém do Pará.** Revista Interdisciplinar Científica Aplicada, Blumenau, v.10, n.4, p.42-58, TRIV 2016. ISSN 1980-7031

O treinamento estudado tomou como base as teorias filosóficas da neurociência e do estudo do comportamento humano, a construção da metodologia ainda se baseou em técnicas de simulações e jogos empresariais visando o desenvolvimento lúdico e as teorias Behavioristas Construtivista buscando a transformação comportamental e/ou a mudança de comportamento dos participantes, os principais resultados do treinamento estão dispostos na sessão de análise dos dados.

2. ESTRUTURAS DE TREINAMENTOS NA FORMAÇÃO DE EMPREENDEDORES

Segundo McClelland (1972:553) Para tratar de um problema crucial: “as características do comportamento empreendedor podem ser ensinadas?”, foi desenvolvido um programa de treinamento motivacional voltado para gestores de negócios e empreendedores, que chamou “Achievement Motivation Training - AMT”. Este programa de treinamento no Brasil foi traduzido pelo Sebrae no programa EMPRETEC como “TMR – Treinamento de Motivação para Realização”. Que tem como premissa três variáveis básicas que servem como base para o desenvolvimento dos treinandos, que são:

A força motivadora que leva a pessoa a empenhar-se;

A probabilidade de êxito percebida; e

O valor do incentivo em caso de sucesso.

Foi identificado ainda na pesquisa bibliográfica o estudo de Harper *apud* Hoffmann, A. (2006), o autor pesquisou em cerca de 50 centros de treinamento empresarial e identificou no decorrer de suas pesquisas que 79% dos programas pesquisados incluíam algum tipo de treinamento comportamental em seus currículos, um terço dos programas reservava 25% ou mais do tempo de aplicação ao treinamento comportamental, e 64% adotavam os exercícios ou métodos padronizados do treinamento motivacional para a realização (AMT) ou conforme a tradução do Sebrae (TMR).

A duração média dos programas pesquisados é de 4 semanas e meia; nos programas que ofereciam algum tipo de treinamento comportamental, este era normalmente apresentado em módulos de uma ou duas semanas de duração, quase sempre ao término de um programa de treinamento mais longo que incluía habilidades empresariais e administrativas e também, às vezes, algum treinamento vocacional. Mais de 80% dos programas pesquisados também ofereciam algum tipo de treinamento para o desenvolvimento de habilidades administrativas.

Segundo Guimarães *apud* Hockets, K.N. (2006), em um levantamento recente foi registrado mais de 20 currículos de treinamento e conjuntos de materiais didáticos de bom nível (bastante semelhantes entre si) comumente usados para ensinar habilidades administrativas aos aspirantes a empresários. No quadro abaixo segue as informações mais importantes da pesquisa de Harper (1984) sobre 53 programas de treinamento:

QUADRO 1 - PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DOS TREINAMENTOS DE FORMAÇÃO DE EMPREENDEDORES

PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DOS TREINAMENTOS PESQUISADOS
40% dos cursos cobravam taxas e 45% eram domiciliares;
72% dos cursos eram contínuos (em contraposição a tempo parcial ou descontínuo);
70% dos cursos eram oferecidos por organizações voluntárias, em sua maioria financiada por governos;
Uma grande proporção dos cursos oferecia treinamento gerencial (83%), treinamento técnico (62%), disseminação de informações (85%) e elaboração de projetos (87%), além do treinamento empresarial propriamente dito, embora menos de 1/3 dos programas reservassem 25% ou mais de seu tempo de aplicação a qualquer destas disciplinas;
75% dos programas compreendiam trabalho de campo e assessoria a projetos de alunos, e 57% ofereciam oportunidades para a apresentação de projetos a bancos;
Entre as formas de “ajuda especial” oferecida aos treinandos, as mais citadas foram orientação pós-treinamento (74% dos programas), ajuda especial para marketing (70%), apresentação a bancos (70%), empréstimos subsidiados (70%) e subvenções diretas (40%);
Menos da metade dos diretores de programas tinham recebido algum tipo de preparação formal, a exemplo dos cursos de treinamento-do-treinador.
Maioria dos centros de treinamento são relativamente novos (estabelecidos após 1978) e relativamente pequenos (menos de 7 cursos anuais);
Todos os programas eram dirigidos a empresários potenciais (em contraposição a empresários atuantes), embora mais de 60% dessem preferência a candidatos com idéias claras sobre negócios, alegando também que a maioria teria iniciado os cursos com essa disposição;

Fonte: Adaptado pelo autor.

COSTA, Robson Antônio. SOUZA, Jefferson Teixeira de. **Metodologia de formação de empreendedores um estudo dos impactos da aplicação de oficina em alunos universitários em Belém do Pará.** Revista Interdisciplinar Científica Aplicada, Blumenau, v.10, n.4, p.42-58, TRIV 2016. ISSN 1980-7031

Um estudo de menor alcance, porém não menos importante, foi desenvolvido no início dos anos de 1980, tal estudo foi limitado a dez programas somente, este foi realizado por Quednau (1980). O estudo revelou a seguinte subdivisão de componentes de programas de treinamento empresarial, expressos em porcentagens do tempo total do programa dedicado ao Treinamento Motivacional para a Realização (AMT), Habilidades Administrativas (BMGMNT) e Elaboração de Planos de Negócios (BPLAN), essa distribuição é feita de acordo com o quadro abaixo:

QUADRO 2 - DISTRIBUIÇÃO PERCENTUAL DO TEMPO DAS ATIVIDADES DOS TREINAMENTOS

PAÍS DE APLICAÇÃO DO TREINAMENTO	AMT (%)	BMGMNT (%)	BPLAN (%)
1. CED/Ahmedabad	30	33	37
2. UP-ISSI/Manila	35	49	8
3. SEDCO/Suazilândia	24	67	9
4. SISI/Índia	20	69	11
5. NPC/Malásia	22	53	24
6. NPC/Indonésia	30	53	17
7. Min.Ind./Indonésia	40	40	20
8. Inst. Xavier/Índia	33	38	29
9. MSC/Manila	--	75	26
10. PBSP/Manila	--	100	em separado

Fonte: Adaptado pelo autor

Ainda no decorrer da pesquisa destacou-se o programa de treinamento de Gujarat na Índia, este tem como tempo de duração três meses, oferece um exemplo típico de estrutura modular de treinamento. Esta estrutura consiste de um módulo cada, para: identificação e seleção de treinandos; treinamento motivacional para a realização; orientação sobre produtos ou oportunidades; treinamento administrativo; experiência de campo ou treinamento em serviço correspondente ao plano de negócios do empreendedor; elaboração do plano de negócios; e assistência comercial e financeira, que prossegue após a conclusão formal do treinamento. O programa também se distingue pela ênfase dada ao plano de negócios, considerado como produto principal e unificador do treinamento.

Dependendo de sua orientação, os programas tendem a acrescentar ou subtrair componentes dessa estrutura básica. O programa HETADI, por exemplo, acrescenta um segmento preliminar sobre consciência empresarial ou aculturação, destinado a treinandos que não tiveram nenhum contato prévio com a atividade empresarial. A orientação do programa também enfatiza a necessidade de integrar as agendas pessoal e empresarial e inclui aconselhamento individual sobre economia pessoal e doméstica. O

COSTA, Robson Antônio. SOUZA, Jefferson Teixeira de. **Metodologia de formação de empreendedores um estudo dos impactos da aplicação de oficina em alunos universitários em Belém do Pará.** Revista Interdisciplinar Científica Aplicada, Blumenau, v.10, n.4, p.42-58, TRIV 2016. ISSN 1980-7031

Instituto para o Desenvolvimento Econômico e vários outros centros de treinamento para empresários potenciais também oferecem esse tipo de aconselhamento individual.

Destacamos ainda, uma revisão realizada pelo *Management Systems International* de 11 programas de treinamento empresarial, de caráter não universitário, adotados nos Estados Unidos e na Europa, esta pesquisa, indicou que existem dois tipos principais desses programas: i) programas dirigidos a técnicos e profissionais de classe média que pretendem comercializar um produto ou serviço inovador, e ii) programas que buscam proporcionar a pessoas relativamente pobres e desfavorecidas oportunidades para ingressar nos negócios por conta própria.

Embora ambos os tipos de programa salientem aspectos como planejamento empresarial, análise de mercado e estabelecimento de novos negócios, eles diferem substancialmente entre si. Por exemplo, os programas do primeiro tipo (voltados para a inovação) são mais curtos, mais caros, oferecidos por organizações com fins lucrativos, ligados a possíveis fontes de capital de risco e centrados no “agenciamento” de contatos comerciais. Os programas do segundo tipo (dirigidos para indivíduos desfavorecidos), por outro lado, são em geral financiados por verbas públicas e procuram facilitar ligações com programas especiais de empréstimo (em contraposição a capital de risco).

Um ponto comum à maioria desses programas é a ênfase nos aspectos não comportamentais da atividade empreendedora e do desenvolvimento da pequena empresa, em especial, captação de financiamentos, análise de mercado, elaboração do plano de negócios e administração. Tais programas destacam ainda a disseminação da informação e chegam a desenvolver esforços visando a criação de “redes de contato”, ou seja, pôr os virtuais empresários em contato com fontes potenciais de financiamento e apoio. Embora alguns deles apresentem componentes comportamentais ou atitudinais, estes não são em absolutos elementos primários, mas secundários. Somente um fazia referência a McClelland e suas teorias; os demais pareciam fundamentar-se antes em discursos inspirados, do que nas técnicas comumente empregadas nos programas de treinamento comportamental adotados nos países em desenvolvimento.

Muitos dos programas revisados encareciam a eficácia e o impacto de seus cursos de treinamento. Entretanto, não há ou quase não há pesquisas ou avaliações sistemáticas

COSTA, Robson Antônio. SOUZA, Jefferson Teixeira de. **Metodologia de formação de empreendedores um estudo dos impactos da aplicação de oficina em alunos universitários em Belém do Pará.** Revista Interdisciplinar Científica Aplicada, Blumenau, v.10, n.4, p.42-58, TRIV 2016. ISSN 1980-7031

para comprovar as alegações nesse sentido, e o que se observa é uma limitada articulação de fundamentos teóricos para a incorporação e estruturação dos diversos componentes dos programas. No tocante ao conteúdo e estrutura, o programa de Gujarat alega ter identificado três características fundamentais para o sucesso do programa: i) experiência de campo, ii) promoção de empreendedores a líderes de projetos, e iii) imediata articulação entre as fontes de financiamento e o plano de negócios aprovado. Outros programas de treinamento também atestam a importância desses fatores.

O programa *Enterprise North* e o programa da Universidade das Filipinas, por exemplo, salientam a importância do trabalho de campo e do treinamento em serviço (às vezes, subsidiado). O Programa HETADI salienta a importância do empreendedor como padrão de comportamento, exigindo que os integrantes de sua equipe sejam ou tenham sido proprietários de pequenas empresas.

Padrões de comportamento são considerados especialmente úteis em áreas onde prevalece um viés sociocultural contra a atividade empreendedora ou uma população de treinandos com baixa autoestima e confiança. A articulação rápida e adequada entre o “novo” empreendedor e as fontes de financiamento é salientada em vários programas, entre os quais o Programa Regional MASICAP, nas Filipinas. Alguns programas, como os do *Institute for New Enterprise Development*, adotam uma postura bastante agressiva em relação a este aspecto, chegando mesmo a entabular negociações para obtenção de financiamento em favor dos treinandos.

Após o estudo dos principais treinamentos que objetivam a formação de potenciais empreendedores, e entender como funcionam tais atividades e a sua importância para o desenvolvimento de novos empresários que no médio prazo contribuirão para a geração de emprego e renda, e por conseguinte para um ciclo econômico virtuoso, vamos agora estudar o perfil destes egressos que passam por este tipo de vivência.

3. PERFIL DOS EGRESSOS NOS CURSOS DE EMPREENDEDORISMOS

Quanto à seleção dos participantes, esta é cuidadosa, percebe-se que é uma das características presentes em muitos destes programas que tem como objetivo a formação de empreendedores. Segundo SEBRAE (2005) No Gene Ward, do programa HETADI, no HAVAI está expresso um sentimento comum ao ponderar que “a seleção cuidadosa dos participantes determina, em larga medida, o êxito de um programa”. O Programa Gujarat, na Índia, após submeter o seu procedimento de seleção (em três etapas) a avaliação, constatou que somente 17% dos candidatos reprovados no processo chegou de fato a iniciar negócios próprios, enquanto a percentagem correspondente para os selecionados foi de 44%. Entretanto, nenhum destes estudos apresenta qualquer esforço sistemático para separar os efeitos da seleção dos efeitos do treinamento, na tentativa de explicar as diferenças de desempenho entre participantes e não participantes.

A maioria dos critérios de seleção, baseia-se amplamente em indicadores relativos ao histórico dos participantes, principalmente experiência empresarial prévia e/ou experiência empresarial junto da família. Quanto maior for o contato dos participantes com tais atividades empresariais melhores serão os resultados alcançados após a participação no programa, estas experiências facilitarão o entendimento da teoria que será vivenciada no treinamento. Entre o rol de variáveis geralmente usadas para sondar as habilidades empresariais do candidato, as comuns entre a maioria dos treinamentos estudados são: experiência ou contato prévio com a atividade empreendedora; precisão e viabilidade do produto ou conceito proposto pelo empreendedor; estimativa de implantação em curto prazo do empreendimento; tamanho/escala realistas do negócio proposto; prova de competência para capitalizar o empreendimento; e capacidade para planejamento de curto prazo.

Segundo Filion, L.J. e Bourion, C. (2006), várias ferramentas estão sendo usadas pelos empreendedores, principalmente em empresas de base tecnológica. Essas ferramentas por si só não são capazes de desenvolver a capacidade empreendedora, mas são capazes de desenvolver e revelar um novo espírito empreendedor. Estas ferramentas de desenvolvimento empreendedor possuem muitos procedimentos para a seleção dos participantes, e algumas incluem também indicadores baseados em traços da personalidade ou componentes atitudinais, frequentemente centrados na motivação e no comprometimento.

Os mesmos autores (2006), retratam o empreendedor como uma “pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém um 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”. Sendo assim, foca-se quando se fala em indicadores de seleção para treinamento de empreendedores fatores como: motivação; resiliência (rápida capacidade de recuperação); flexibilidade (mobilidade geográfica e confiança na própria capacidade de resistência, caso o empreendimento fracasse); e disposição para aceitar riscos moderados.

Muitos programas recorrem a uma combinação de procedimentos de seleção, a exemplo do HETADI, que adota um processo em quatro etapas. A primeira consiste de uma revisão dos dados e registros biográficos para determinar o interesse; a segunda, de um teste psicológico para determinar aptidões; a terceira, de uma entrevista pessoal para reiterar motivação, nível de interesse, conhecimento do negócio, maturidade e disponibilidade de tempo e de recursos financeiros; e, por fim, uma revisão da demonstração de viabilidade ou do plano de negócios elaborado pelo candidato para o negócio proposto. Em qualquer estágio do processo, o treinando poderá interromper por conta própria a revisão para seleção. O Programa de Gujarat, que adota um procedimento similar, concluiu que o método behaviorista de pontuação por desempenho é mais eficiente do que o método de entrevistas para identificar os indivíduos inclinados a iniciar negócios próprios.

Segundo Portela, J. (2006), novos procedimentos foram desenvolvidos nos últimos anos para identificar e/ou testar o potencial empreendedor. Destes, os que foram submetidos a exames e investigações mais aprofundadas são os seguintes:

- Diversas análises TAT e outros testes para determinar a necessidade de realização (*n Ach*)
- Testes Rotter, para lugar de controle.¹

¹ É a expectativa do indivíduo sobre a medida em que os seus [reforçamentos](#) se encontram sob controle interno (esforço pessoal, [competência](#), etc.), ou externo (as outras pessoas, [sorte](#), chance, etc.).¹ Foi formulado por Julian B. Rotter em 1966 em seu artigo "Psychological Monographs".

COSTA, Robson Antônio. SOUZA, Jefferson Teixeira de. **Metodologia de formação de empreendedores um estudo dos impactos da aplicação de oficina em alunos universitários em Belém do Pará.** Revista Interdisciplinar Científica Aplicada, Blumenau, v.10, n.4, p.42-58, TRIV 2016. ISSN 1980-7031

- Testes variados para determinar disposição e propensão para aceitar riscos
- Teste de Solomon, para determinar disposição para aceitar limitações
- Teste JPI/PLT-E modificado de Sexton
- Teste T de Miner, para Conclusão de Sentenças.
- Técnica de Entrevistas Dirigidas, de McBer, destinada a computar a prevalência e intensidade das CCE.

O emprego de testes como esses, no entanto, ainda é restrito a fins acadêmicos e experimentais, não havendo nenhuma comprovação de que os mesmos sejam amplamente utilizados para seleção de potenciais empreendedores ou de participantes de programas de treinamento empresarial.

Para Hatman, A. (2006), entre as principais características de empreendedores de sucesso estão: a atitude, a vontade de inovar em seu empreendimento, a condução do processo de gestão de pessoas de forma cativa e amigável, a visão de futuro e o planejamento em longo prazo.

Nota-se que os conceitos são congruentes ao dizerem que o empreendedor é um indivíduo diferente dos demais, possuindo “características empreendedoras”, Segundo Costa, R.A.T. (2015), todas estas características são subjetivas, e atribuem ao tema empreendedorismo à abstração do ser humano diferente e especial por natureza, e acabam por esquecer que este precisará voltar ao cotidiano “vida real” e gerenciar seu empreendimento.

Dentro desta perspectiva, percebe-se que o empreendedorismo é fundamental para o bom funcionamento da economia como um todo; o empreendedor de sucesso gera emprego, renda, movimentando o processo econômico e mercadológico. No entanto, requer deste empreendedor o desenvolvimento de habilidades e atitudes para que possa obter o sucesso em seus empreendimentos.

4. METODOLOGIA

O objetivo maior desta pesquisa é analisar o impacto de um treinamento voltado ao empreendedorismo na abertura de micro e pequenas empresas, no comportamento empreendedor e ainda na mudança de comportamento dos que deles participam, assim no desenvolvimento da pesquisa surgiu um hiato a ser estudado. Como verificar se o mesmo foi determinante para a evolução ou involução do comportamento empreendedor do participante, ou mesmo para mudança de perfil do participante e adequação deste ao ambiente de concorrência ao qual nos deparamos nos tempos atuais, com mudanças tecnológicas constantes e um mercado consumidor altamente exigente. Para isso, procuramos observar dois momentos da vida dos participantes, o primeiro antes do treinamento, feito na própria inscrição com preenchimento da ferramenta de questionário. E o acompanhamento feito em dois momentos após a participação no treinamento pesquisado.

Estes dados demonstram a situação do aluno antes de participar da Oficina “Transformando a Utopia em um Negócio de Verdade (T.U.N.V.)”. O segundo momento, ou tempo final, a pesquisa de campo ficou sobre responsabilidade do autor da pesquisa, foi aplicado aos participantes da oficina do ano de 2013 um questionário estruturado com questões fechadas, o que nos proporcionou conhecer a situação do participante no momento atual, assim como estabelecer se o T.U.N.V. foi importante para este participante no que tange ao seu comportamento empreendedor.

Destacamos ainda que no ano de 2013, participaram do treinamento 140 pessoas, e todos responderam à enquete, por este motivo trabalhamos com toda a população de participantes do treinamento no ano em questão.

Portando, o segundo momento foi à reaplicação de perguntas desta mesma ferramenta que teve por objetivo mensuração do impacto da oficina após a participação da mesma, este acompanhamento foi feito nos anos de 2014, 2015 e 2016 para fazermos análises do antes e depois.

Para obter uma melhor utilização do banco de dados, Segundo Vergara, S.C. (2009), se faz necessário a utilização das ferramentas estatísticas específicas para cada

tipo de análise. Nesse sentido, para analisarmos o banco de dados gerado foi utilizado como ferramenta de análise dos resultados, a estatística descritiva e o método de teste de hipótese qui-quadrado e p-valor, ou uma comparação dos valores observados na tabela gerada no software SPSS com os valores esperados se não existisse relação entre as duas variáveis, ou seja, se a hipótese nula fosse verdadeira. A partir do qui-quadrado pode-se então calcular a probabilidade de se obter a diferença entre os valores observados e esperados, ou uma diferença superior, se a Hipótese Nula fosse verdadeira (**valor p**). Como em todos os testes de hipótese, é com base nesta probabilidade que decidimos se rejeitamos ou aceitamos a Hipótese Nula.

5. ANÁLISE DOS DADOS A LUZ DA HIPÓTESE PESQUISADA:

Na análise dos dados identificamos como objetivo principal responder as seguintes perguntas: Será que as pessoas que participam destes tipos de treinamento abrem mais empresas? E estas empresas geram mais empregos após os empresários terem participado do treinamento? Segundo Schumpeter *apud* Souza, E.C.L. e Fracasso, E. (2006), O empreendedor é o ator econômico responsável por criar riqueza, por transformar o ambiente econômico, ele é responsável pela abertura de novos negócios, geração de emprego e renda. Sendo assim, destacamos a importância de responder estas e outras indagações, logo as mesmas serão discutidas a seguir.

TABELA 1– INTENÇÃO DE EMPREENDER

INTENÇÃO DE EMPREENDER						
Vr.	Fr.			Pr. %		
	T0	T1	T2	T0	T1	T2
1- Nunca pensei em montar um negócio próprio.	95,0	21,0	0	67,86	15,0	0
2- Já pensei em montar um negócio, mas prefiro adquirir experiência antes.	15,0	34,0	20,0	10,71	24,29	14,29
3- Já possuo um negócio próprio.	30,0	85,0	120,0	21,43	60,71	85,71
TOTAIS	140	140	140	100	100	100

COSTA, Robson Antônio. SOUZA, Jefferson Teixeira de. **Metodologia de formação de empreendedores um estudo dos impactos da aplicação de oficina em alunos universitários em Belém do Pará.** Revista Interdisciplinar Científica Aplicada, Blumenau, v.10, n.4, p.42-58, TRIV 2016. ISSN 1980-7031

Legenda: Vr.=Variável, Fr.=Frequência, Pr.%=Valor Percentual.

Fonte: Elaborado pelo Autor

O percentual de participantes que não possuíam empresa antes de participar do treinamento é de 78,57%, e destes 67,86% nunca haviam por nem um momento pensado em abrir um negócio próprio, ou seja, não tinham qualquer intenção em ser empreendedor, preferiam qualquer outra profissão que não ser empresário.

Dando continuidade ao nosso estudo, já no primeiro acompanhamento percebemos que após os participantes terem tido contato direto com a oficina, 60,71% da população pesquisada passa a ter sim intenção de empreender e apenas 24,29% desta população ainda por motivo de falta de experiência prefere esperar o momento certo para empreender seu próprio negócio. Mas quando analisamos o parâmetro 3 no tempo final “T2” percebemos que 85,71% da amostra pesquisada já possuíam uma empresa, ou seja, após participar do treinamento T.U.N.V. houve um aumento de natalidade de empresas na ordem de 64,29 pontos percentuais e é claro este fato não pode ser negligenciado.

Segundo Degen, R. (1989), os treinamentos para empreendedores devem objetivar a mudança de comportamento, e isso deve ocorrer no médio prazo. Portanto, na medida em que a oficina tem como objetivo principal desenvolver a “cultura empreendedora e a mudança de comportamento”, ou a vontade de empreender, e que estes tipos de treinamentos têm como objetivo principal formar empreendedores e contribuem para desenvolver a propensão a empreender, é razoável entender que a oficina deve ter contribuído para a observada diferença em abertura de novas empresas.

Dando continuidade à análise dos dados, destacamos Dornelas, J.C.A. (2012), que destaca a importância das oficinas de empreendedorismo na formação de empreendedores para abertura de novos negócios. O autor ratifica que este tipo de treinamento fomenta o ideal do empreendedorismo e estimula a economia. Neste sentido, ao prosseguir com nossa análise de dados, faremos o seguinte teste de hipótese: Será que a oficina estimula pessoas a abrir novos empreendimentos. Para esta fase analisamos então as variáveis abertura de empresa e intenção de empreender.

H0: A oficina T.U.N.V. não estimula pessoas a abrir novos empreendimentos;
 $\chi^2_{obs} > \chi^2_{crit}$, p-valor < 0,05 ou 5%, as variáveis são independentes.

Ha: A oficina T.U.N.V. estimula pessoas a abrir novos empreendimentos; $\chi^2_{obs} < \chi^2_{crit}$, p-valor $> 0,05$ ou 5%, as variáveis são dependentes.

TABELA 17 – ANÁLISE COMPARATIVA QUI-QUADRADO ENTRE INTENÇÃO DE EMPREENDER E ABERTURA DE EMPRESAS

Md.			
T0		T2	
X ²	p-valor/2	X ²	p-valor/2
3,005	0,223	72	0,0001

Legenda: Md= Média, T0/T2= Tempo inicial/Final, X²= Qui-quadrado observado, p-valor/2= Valor esperado dividido por 2.

Fonte: Elaborado pelo Autor.

Quanto ao teste X², percebemos que no tempo inicial, não existe dependência entre intenção de empreender e abertura de empresa, X² 3,005 e p-valor 22,30%, então, não rejeitamos a hipótese nula, ou seja, aceitamos a hipótese de que a oficina não influencia na abertura de empresa. E isto deve-se ao fato de que os alunos que haviam aberto empresa, neste momento, terem o feito antes de participar do treinamento.

Porém, no segundo momento, percebemos que o X² é robusto 72 e ainda que o p-valor a nível de segurança 95% é de 0,0001, o que nos permite refutar a hipótese nula e aceitar a dependência entre as variáveis abertura de novos empreendimentos e participação na oficina. Portanto, o fato de os alunos terem participado do T.U.N.V. influenciou na abertura de novos empreendimentos, aceitamos assim Ha: A Oficina de Formação de Empreendedores “Transformando Utopia em Negócio de Verdade” estimula pessoas a abrir novos empreendimentos.

Portanto, na análise qui-quadrado, percebemos no teste de hipótese que o indicador passa a ter melhor robustez após o primeiro acompanhamento, ou seja, após o aluno ter participado da oficina. Permitindo, então, referendar a aceitação da hipótese de que o fato de participar da mesma fez com que estes alunos abrissem empresas e também o fato de terem participado melhorou a média dos indicadores supracitados, que os autores referendam a uma característica natural mais que foi constatado tal evolução após a participação na oficina.

Portanto, os dados são claros na condução de que após a participação no T.U.N.V. a performance empreendedora da amostra é significativa em todas as análises feitas em nossa pesquisa, ou seja, participar desta oficina com objetivo de formar empreendedores é uma oportunidade de aumentar o número relativo de empresas abertas, ainda de formalização dos empreendimentos, geração de emprego, renda, aumentando também a natalidade e permanência destas empresas no mercado, evitando desta forma a mortalidade.

Por tanto, após análise, aceita-se a hipótese de que os treinamentos empresariais voltados a formar empreendedores são capazes de transformar o comportamento das pessoas que deles participam, melhorando assim seu desempenho no que tange à abertura de novas empresas, geração de renda, formalização do empreendimento, continuidade e permanência desta no mercado competitivo.

Após as análises estatísticas dos dados coletados, percebe-se que a hipótese levantada nesta pesquisa não foi refutada, por conseguinte os objetivos traçados a serem pesquisados foram alcançados. Portanto, a oficina “Transformando Utopia em Negócio de Verdade” cumpriu com seu papel na formação de novos empreendedores.

6. CONCLUSÕES

Constatou-se com esta pesquisa a potencial mudança ocorrida quanto à forma dos alunos, participantes do treinamento, perceberem o empreendedorismo. Segundo Costa, R.A.T. (2015), ao participar de um treinamento com objetivo de formar empreendedores, os participantes passam a compor de forma mais robusta novas empresas, justamente depois de participar da oficina. Esta consistência deve ser destacada e é compatível com a posição do professor Josir Simeone Gomes, citado por KOPSCHITZ (2004, p.01), que entende que solidificar uma empresa, em particular uma de pequeno porte, no mercado, “pode ser apenas uma questão de planejamento, pelo menos esta é a base para sustentá-la”. O principal problema estaria na falta de conhecimento para tocar o projeto e na falta de capacitação gerencial.

Esse artigo serve como um argumento a mais no sentido de que se desenvolvam mecanismos que estimulem os alunos a abrir o próprio negócio, a serem donos do próprio destino e a deixar de pensar automaticamente em se formar pelo simples objetivo de conseguir um bom emprego ou passar num concurso. Com isso, eles acabarão gerando melhores oportunidades até para aqueles que não vierem a dedicar-se ao empreendedorismo.

Os jovens que estão entrando no mercado de trabalho encontram limitadas oportunidades de trabalho formal, a regalia e a segurança de um emprego com “carteira assinada” cada vez mais em desuso, muito pela própria falta de qualificação do candidato a emprego e muito também pelos pesados tributos que este tipo de contratação gera ao empregador. A oportunidade no mercado brasileiro está na atividade empresarial, apesar de todas as dificuldades. E pelos resultados obtidos com as análises dos dados desta pesquisa, podemos propor que a oficina T.U.N.V. atinge seu objetivo de estimular o empreendedorismo nos participantes, não importando a área em que estudem, mas sim o estímulo que obtêm a empreender, fazendo-o com sucesso.

Com vista no apresentado, e com base no estudo dos dados da pesquisa em participantes desta oficina, acredita-se na hipótese de que os alunos que participam da oficina de formação de empreendedores T.U.N.V., têm mais propensão a empreender que pessoas que não participam deste tipo de treinamento.

Até mesmo os de outras formações que não voltada para o empreendedorismo, mesmo os que não têm tanta iniciativa ou pró-atividade, mesmo os que não sabem trabalhar em equipe, ou não sabem ouvir, mesmo os que não têm nenhuma ideia brilhante ou que não se destacaram na escola ou na faculdade. Contudo participaram da oficina e realmente, após todo o processo educacional, familiarizam-se com conceitos e prática simulada que tendem a tornar-se em diferenciais importantes quando estes procuram oportunidades no mercado, seja como empregadores ou como empregados, passam a empreender de forma sustentável e com boas probabilidades de sucesso.

Ainda pelo fato de o T.U.N.V. ser um treinamento com vivência de atividades empresariais, contendo conceitos, regras e critérios organizacionais, como todos os treinamentos empresariais com objetivo de formação de empreendedores encontrados no

COSTA, Robson Antônio. SOUZA, Jefferson Teixeira de. **Metodologia de formação de empreendedores um estudo dos impactos da aplicação de oficina em alunos universitários em Belém do Pará.** Revista Interdisciplinar Científica Aplicada, Blumenau, v.10, n.4, p.42-58, TRIV 2016. ISSN 1980-7031

mercado, o trabalho contribui para uma avaliação favorável aos treinamentos em geral enquanto ferramenta importante para treinamento e desenvolvimento de empreendedores, e aponta no sentido de que poderiam ser usados com maior frequência em cursos de graduação e pós-graduação, presumivelmente em todo o Brasil.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

COSTA, R. A. T.; **A importância do treinamento empresarial para a formação de empreendedores: um estudo com base no EMPRETEC-AMAPÁ.** Estação Científica (UNIFAP), Macapá, v. 5, n. 1, p. 69-83, jan./jun. 2015.

DEGEN, R.; **O Empreendedor:** Fundamentos da Iniciativa Empresarial. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.

DORNELAS, J.C.A.; **Só coragem não basta:** para buscar oportunidades as pessoas não precisam ter um dom especial, 2002. Disponível em: <<http://www.stratusbr.com/BR/empreendedor.artigo.asp>>. Acesso em: 05 out. 2012.

FILION, L. J., BOURION, C. (Eds.); Les représentations entrepreneuriales. In: **Re-vue Interne de Psychosociologie**, Paris: Éditions ESKA, p. 13-43, 2008.

GRAY, KENNETH R.; FOSTER, HOWARD; HOWARD, MARLA. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, Dec2006, Vol. 11 Issue 4, p297-318, 22p, 9 charts, 1 diagram; (AN 24566100)

HARTMAN, A.; **Avaliação da cultura intra-empresarial:** desenvolvimento e teste de uma metodologia. 2006. 380 f. Dissertação (Mestrado), Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Departamento de Engenharia de Produção (PPGEP), Universidade Tecnológica do Paraná, Ponta Grossa, Maio: 2006.

HANLON, D.; SAUNDERS, C.; **Entrepreneurship: Theory & Practice**, Jul2007, Vol. 31 Issue 4, p619-641, 23p, 6 charts; DOI: 10.1111/j.1540-6520.2007.00191.x; (AN 25640943).

HOCKERTS, K.N.; **Entrepreneurial opportunity in social purpose business ventures.** In *Handbook of Research in Social Entrepreneurship*, J Mair, J Robertson and KN Hockerts (eds.), Vol. 1. (2006).

HOFFMANN, A.; — “**A Rough Guide to Entrepreneurship Policy**”, in *Handbook of Research on Entrepreneurship Policy* edited by Roy Thurik, David Audretsch and Isabel Grilo, forthcoming at Edward Elgar Press, 2007.

KOPPSCHITZ, Isabel. **Como manter saudável a empresa de pequeno porte.** O Globo-RJ; caderno Boa Chance; pág..04; 29/02/2004.

COSTA, Robson Antônio. SOUZA, Jefferson Teixeira de. **Metodologia de formação de empreendedores um estudo dos impactos da aplicação de oficina em alunos universitários em Belém do Pará.** Revista Interdisciplinar Científica Aplicada, Blumenau, v.10, n.4, p.42-58, TRIV 2016. ISSN 1980-7031

McCLELLAND, D. C.; **A sociedade competitiva:** realização e progresso social. Rio de Janeiro: Ed. Expressão e Cultura, 1972.

_____. **The achieving society;** New York: The Free Press, 1961.

PORTELA, J. et al.; **Micro Empreendedorismo em Portugal (2008).** PROEFDS-Medida 4.2.2.1 – Estudo e Investigação Projeto n° 87/ 2006.

SCHUMPETER, J. A.; **Capitalism, Socialism and Democracy.** New York Harper Perenni-al, EUA, 1976.

SOUZA, E. C. L.; **Empreendedorismo: da Gênesis à Contemporaneidade.** In: EGEPE-Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, Curitiba, 4, p.134-146, 2005.

SOUZA, E. C. L.; FRACASSO, E.; **Empreendedorismo:** conceitos, abordagens, construção de escalas de mensuração. 2006.

VERGARA, S.C.; **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração.** 11. ed. São Paulo: Atlas, 2009.