
A INCLUSÃO DA DISCIPLINA EMPREENDEDORISMO NO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO COMO DISSEMINADORA DA CULTURA EMPREENDEDORA

Carlos Henrique Berrini da Cunha

Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRural RJ)

Mestre pela Faculdade Getúlio Vargas do Rio de Janeiro (FGV-RJ)

E-mail: chbcunha@terra.com.br - Brasil

Resumo: Este trabalho tem por objetivo avaliar a disseminação da cultura empreendedora nos cursos de Administração e a consequente percepção de alunos sobre os conceitos de empreendedorismo e características comportamentais do indivíduo empreendedor. Para tal, realizou-se pesquisa em dois grupos de alunos de bacharelado do curso de Administração. Um grupo que ainda não havia e outro que já havia cursado a disciplina de empreendedorismo. A escolha pelo tema em estudo deveu-se à necessidade de se avaliar como a cultura empreendedora tem se disseminado, informal e formalmente, no ensino superior. Além da urgência em se avaliar o papel da disseminação formal, por meio da educação, na formação do indivíduo empreendedor. A concretização deste estudo deu-se por meio de pesquisa de campo e análise bibliográfica à luz de referenciais teóricos sobre empreendedorismo. As respostas foram categorizadas e a conclusão demonstra um incremento percentual bastante significativo na categoria educação, demonstrando uma percepção bastante clara quanto à necessidade de estudo para desenvolvimento do empreendedorismo. Este fato demonstra, para este grupo, que o conceito de empreendedorismo está profundamente relacionado com a educação.

Abstract: This study aims to evaluate the spread of entrepreneurial culture in the course of administration and the consequent perception of students on the concepts of entrepreneurship and behavioral characteristics of the individual entrepreneur. To this end, research was carried out in two groups of students in the Bachelor of Management course. One group that still had not and another who had studied the discipline of entrepreneurship. The choice by the subject under study was due to the need to assess how the entrepreneurial culture has spread, informally and formally, in higher education. Besides the urgency of evaluating the role of formal dissemination, through education, training of the individual entrepreneur. The completion of this study was made through field research and literature review in the light of theoretical references about entrepreneurship. The answers were categorized and completion demonstrates a very significant percentage increase in the education category, showing a very clear perception of the need to study for development of entrepreneurship. This shows, for this group, that the concept of entrepreneurship is deeply related to education

Palavras-chave: Empreendedorismo; Educação; Trabalho.

1. INTRODUÇÃO

O desenvolvimento tecnológico e o processo de transformação da economia têm levado aos cursos de administração uma necessidade constante de adaptação e evolução. Essa evolução tem se processado com a alteração dos currículos de administração objetivando capacitar os profissionais às novas conjunturas econômicas.

Para atender essa demanda, o curso de administração estudado introduziu, na grade curricular, a disciplina de empreendedorismo objetivando disseminar os conceitos de empreendedorismo e capacitar os alunos para o mercado de trabalho, principalmente no ato do empreendedorismo, contribuindo para o desenvolvimento do país.

Neste artigo, são feitas as análises da percepção do conceito de empreendedorismo antes e depois de cursarem a disciplina. O artigo também descreve o conteúdo programático da disciplina e os objetivos esperados. A conclusão mostra uma comparação dos resultados obtidos após a disciplina e, num panorama mais amplo, como a universidade está contribuindo para a formação de profissionais de administração melhor capacitados e adaptados às condições mercadológicas de trabalho.

Este estudo visa identificar a percepção de dois grupos de alunos do curso de administração sobre o conceito de empreendedorismo e as características comportamentais do indivíduo empreendedor, visando responder ao seguinte questionamento: “A inclusão da disciplina de empreendedorismo contribui para a disseminação dos conceitos de empreendedorismo e indivíduo empreendedor entre os alunos do curso de administração?”

Para uma nova etapa da pesquisa, fica agendado o estudo sobre a percepção dos alunos sobre a presença de características empreendedoras em sua personalidade, comparando-se os resultados de dois grupos que tiveram e que não tiveram aulas sobre empreendedorismo.

O primeiro grupo (G1) foi composto por alunos do primeiro período do bacharelado em Administração que ainda não haviam cursado a disciplina de empreendedorismo. Do segundo grupo (G2), fizeram parte alunos de variados períodos que finalizavam a disciplina de empreendedorismo.

Após análise de conceitos de diversos autores que trataram da temática, como FILION, DOLABELLA, SHUMPETER, DORNELAS, DRUCKER, LEITE, chegou-se à definição de que empreendedorismo consiste num conjunto de atividades, identificação e aproveitamento de oportunidades, com riscos calculados e objetivo de conquistar e desenvolver um nicho de mercado e adotar uma estratégia com objetivo de satisfazer alguma necessidade.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

O fenômeno do empreendedorismo vem sendo estudado há muitos anos, porém, com a nova onda de mudanças oriundas do processo de intensificação da globalização mundial, este tema tem despertado o interesse de diversos pesquisadores e dos governos de todo o mundo.

Segundo ANTUNES (2006), tal atitude deve-se ao fato de que a relação capital-trabalho mundial foi alterada e DORNELAS (2001) alega que, em determinados países, o processo de empreendedorismo da população se intensificou, devido à necessidade de resposta a novas oportunidades surgidas no mercado global e à necessidade de sobrevivência

no escasso mercado de trabalho atual. O que determinou o tipo de empreendedorismo foi a classificação do país dentro da divisão mundial de trabalho. Isto é, os países que alimentam tecnologicamente os continentes, de um modo geral, tiveram sua população empreendendo por oportunidades de mercado. Enquanto que os países que alimentam os continentes com mão-de-obra e recursos materiais baratos empreenderam, nos últimos anos, por necessidade, por reação ao processo de intensificação da pobreza por meio da elevação do índice de desemprego e desalento.

O Brasil faz parte do Global Entrepreneurship Monitor – GEM – pesquisa internacional liderada pela London Business School e o Babson College (EUA) cuja proposta é avaliar o empreendedorismo no mundo a partir de indicadores comparáveis. Segundo dados da pesquisa, desde 1999, quando realizou seu primeiro ciclo, até hoje, o estudo envolveu mais de 40 países de todos os continentes e dos mais variados graus de desenvolvimento econômico e social, tornando-se a investigação de maior escopo em sua área.

O Brasil participa do GEM desde 2000. No ano de 2005, foi realizado o sexto ciclo ininterrupto de coleta e análise de dados.

Segundo os dados da pesquisa do GEM (2005), as informações sobre o processo empreendedor nos países disponibilizam aos responsáveis por políticas públicas os melhores meios para o fomento do desenvolvimento de capital humano empreendedor. As ações governamentais sintonizadas com a realidade social podem contribuir para a viabilidade dos empreendimentos, incrementando o processo de desenvolvimento econômico das nações.

Ainda de acordo com a pesquisa do GEM (2005), estima-se que no Brasil continua, entre as nações onde mais se criam negócios, registrando uma taxa de empreendedores iniciais de 11,3%.

Considerando-se a evolução desde 2001, visualiza-se uma tendência de redução na taxa de empreendedores iniciais, embora tal variação não seja estatisticamente significativa. Esse comportamento é influenciado pela diminuição na taxa de empreendedores nascentes ao longo dos anos, uma vez que as taxas de empreendedores novos encontram-se praticamente estabilizadas. Em 2005, um a cada sete brasileiros, isto é, 14,4 milhões de pessoas estavam envolvidas com alguma atividade empreendedora. O Brasil foi o país mais empreendedor em 2000; o quinto mais empreendedor em 2001 e o sétimo mais empreendedor atualmente.

A queda da posição deve-se a fatores internos que geraram incertezas e aumentaram em muito o risco do investimento em novos empreendimentos, como é o caso das incertezas políticas e econômicas brasileiras.

Partindo de uma micro-dimensão, tem-se que o número de mulheres empreendedoras nos países tem tido grande crescimento. No Brasil, são 42% de mulheres empreendendo, enquanto que a taxa mundial é de 39%. Tem-se também que a faixa etária de 25 a 44 anos é a que congrega um número maior de empreendedores.

A partir destes dados, sugere-se que pode existir algo que contribua para esta distribuição.

Para se ingressar neste universo de estudo, faz-se necessário referenciar alguns autores que contribuíram para o diagnóstico do indivíduo empreendedor, como é o caso de FILION, DOLABELLA, SHUMPETER, DORNELAS, DRUCKER, LEITE e FREIRE.

Segundo FILION (1999), empreendedores são indivíduos dotados de características e qualidades inatas, sem as quais essas pessoas seriam iguais às demais. O autor sugere características do indivíduo empreendedor, conforme discriminado na Tabela 1.

Tabela 1: Características do indivíduo empreendedor

agressividade	habilidade na utilização de recursos
alto nível de energia	habilidade para conduzir situações
autoconfiança	independência
autoconsciência	iniciativa
auto-estima	orientação para a independência e o sucesso
capacidade de aprendizagem	originalidade
capacidade de correr riscos moderados	otimismo
capacidade de inovação	persistência
capacidade de liderança	sensibilidade a outros
capacidade de reconhecer oportunidades e tomar as decisões corretas	tendência a considerar o dinheiro como medida de desempenho
criatividade	tendência a confiar nas pessoas
energia	tenacidade
flexibilidade	tolerância à ambigüidade e à incerteza

Também são relacionados por FILION (1999) atributos físicos, popularidade, sociabilidade, inteligência, conhecimentos, fluência oral, capacidade diplomática e outros.

Além de aspectos não-comportamentais, também poderiam ser considerados o conhecimento dos aspectos técnicos relacionados ao negócio, conhecimentos adquiridos por meio da experiência na área comercial, escolaridade, formação complementar, vivências com situações novas – tais como a realização de viagens, mudanças, desenvolvimento de novos projetos e produtos.

Quando FILION considera as características do indivíduo empreendedor como inatas, ele abre espaço para a discussão sobre o melhor método de desenvolvimento do perfil empreendedor no homem.

Ao se observar as características definidas por FILION, pode-se imaginar o quanto é árdua a tarefa de, por exemplo, desenvolver no indivíduo a orientação para independência e o

sucesso. Pode-se questionar ainda o quanto se tem feito para que tal disciplina faça parte não somente do currículo dos cursos de bacharelado em Administração, mas seja íntima do cotidiano da criança desde sua inserção na escola. Mais ainda, com o elevado índice de analfabetismo brasileiro e o baixo nível de escolaridade da população, o quanto se tem reconhecido da necessidade de inserir o processo de “alfabetização empreendedora” no cotidiano dos não-incluídos.

Segundo SHUMPETER (1985), os empreendedores possuem um faro especial para detectar e aproveitar oportunidades criadas por mudanças tecnológicas, introduzindo novos processos de produção, abrindo novos mercados, agregando novas fontes de matérias-primas e estruturando novas organizações. O autor, no entanto, desconsiderou o empreendedorismo por necessidade, que constitui, segundo o GEM (2002), cerca de 55% dos casos de empreendedores no Brasil.

No mesmo sentido, DRUCKER (1994) e TACHIZAWA (2004) afirmam que os negócios devem se concentrar nas oportunidades e não nas ameaças, pois são as oportunidades que trarão crescimento e resultados. A partir de tal afirmação, pode se concluir que 55% dos negócios criados no Brasil tenderão ao fracasso, pois não são baseados em oportunidades do mercado. Análise que corroborada pelo sítio do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE, onde encontramos que, devido a barreiras burocráticas, técnicas, comerciais e ausência de capacidade gerencial, 80% das micro e pequenas empresas brasileiras, em geral, desaparecem antes do primeiro ano de existência.

Neste sentido, afirma DORNELAS (2001, 19) que “Uma vez que os empreendedores estão revolucionando o mundo, seu comportamento e o próprio processo empreendedor devem ser estudados e entendidos.”

O dinamismo é outro fator diferencial dos empreendedores, isto porque implementam as ações com comprometimento, transpondo os percalços com total vontade de fazer acontecer e fugir da rotina do dia-a-dia. Além disso, dedicam-se integralmente ao trabalho. De acordo com DORNELAS:

Eles se dedicam 24 horas por dia, sete dias por semana ao seu negócio. Comprometem o relacionamento com amigos, com a família e até mesmo com a própria saúde. São trabalhadores exemplares, encontrando energia para continuar mesmo quando encontram problemas pela frente. São incansáveis e loucos pelo trabalho. (DORNELAS, 2001, p. 32).

O uso da intuição é outra habilidade importante para o empreendedor, não somente para saber o quanto persistir e quando desistir, mas para perceber oportunidades de negócios e lacunas de mercado que podem ser preenchidas. É imprescindível ao empreendedor saber identificar as tendências e variações de mercado, antevendo possibilidades de atuação. Saber também obter e alocar os recursos materiais, humanos, tecnológicos e financeiros, de forma racional, procurando o melhor desempenho para o negócio.

Os empreendedores de sucesso planejam cada passo de seu negócio desde o primeiro rascunho do plano de negócio, até a apresentação do plano a investidores, definição das estratégias, sempre tendo como base a forte visão de negócios que possuem. (DORNELAS, 2001, p. 32).

O empreendedor sabe relacionar-se com as pessoas, tendo recursos para posicionar-se de maneira adequada, sabendo ser amigo ou autoritário, dependendo da situação. Quando necessário, sabe ceder e acalmar ou impor sua vontade. Os empreendedores têm um senso de liderança incomum. Normalmente, existe o respeito e admiração por parte dos seus funcionários, por saber valorizá-los, estimulá-los e recompensá-los, formando um verdadeiro time. No entanto, sabem também que para obter êxito dependem de uma equipe de profissionais competentes, com condições para assessorá-los nas áreas onde não detêm o melhor conhecimento.

Existem diversas linhas teóricas que orientam os educadores para o desenvolvimento da cultura empreendedora. Desta maneira, apresentar-se-á a ementa e os objetivos da disciplina de empreendedorismo para que se possam verificar os conceitos trabalhados com os alunos.

A referida ementa da disciplina de empreendedorismo é composta das definições básicas e características de empreendedorismo, indivíduo empreendedor, empresas de pequenas dimensões, fatores motivacionais e comportamentais. O segundo ponto da ementa é baseado em Marketing, com conceituação, planejamento, estratégia, mercado e desempenho. A terceira parte dá ênfase à criatividade, em que são tratados os conceitos de capital intelectual, teorias filosóficas e psicológicas e desenvolvidos trabalhos ligados a desenvolvimento de criatividade. A quarta etapa da ementa estuda o ciclo de vida das organizações, apresentando modelos, inter-relações, funcionamento e gerência. São trabalhados também conceitos básicos de matemática financeira, métodos de avaliação de investimento, análise de risco e processo decisório. A finalização do curso é a confecção e apresentação de um plano de curso estruturado com estudo de viabilidade técnica e econômica – EVTE.

Os objetivos gerais da disciplina são estimular e promover o desenvolvimento de uma cultura empreendedora nos alunos; capacitar os alunos na criação de seu próprio empreendimento e oferecer recursos técnicos e gerenciais.

Os objetivos específicos são: sensibilizar o aluno para identificar e desenvolver sua capacidade empreendedora; levantar nichos de mercado para identificar potencialidade para novos negócios; promover o desenvolvimento de novas tecnologias; apresentar ferramentas gerenciais básicas à gestão de negócios e oferecer suporte para o desenvolvimento do plano de negócio do aluno.

Dentro desses objetivos propostos, fica evidente que interdisciplinaridade e transdisciplinaridade são fundamentais para solidificar as conexões da disciplina de empreendedorismo com áreas correlatas ou não.

3. METODOLOGIA

Segundo a classificação de VERGARA (2000), os tipos de pesquisa categorizam-se por dois critérios básicos: quanto aos fins e meios.

Quanto aos fins, a pesquisa é descritiva, por expor características de determinado fenômeno, e explicativa, à medida que visa tornar inteligível a influência da disciplina de

empreendedorismo para a disseminação dos conceitos de empreendedorismo e indivíduo empreendedor entre os alunos do curso de administração.

Quanto aos meios, a pesquisa é de campo, pois foi necessária a investigação empírica no local onde ocorreu o fenômeno do ensino da disciplina de empreendedorismo; bibliográfica, pois foi desenvolvido estudo sistematizado com base em material publicado em livros, revistas, jornais, redes eletrônicas, isto é, material acessível ao público geral; e estudo de caso, pois foi circunscrito aos alunos do curso de bacharelado em Administração, tendo caráter de profundidade e detalhamento.

O universo da pesquisa foi o conjunto de alunos de Administração e a amostra foi composta por dois grupos. O primeiro grupo foi composto por vinte e sete alunos do primeiro período da graduação em Administração, que ainda não haviam cursado a disciplina de empreendedorismo. Do segundo, fizeram parte trinta e cinco alunos de variados períodos que finalizavam a disciplina de empreendedorismo. A pesquisa foi realizada com os alunos presentes em sala de aula no dia reservado para o trabalho.

Os sujeitos da pesquisa foram os alunos matriculados nas duas turmas de Administração.

A coleta de dados foi realizada a partir da literatura, onde ocorreu a busca de dados e informações, por meio de registros públicos e privados, sobre empreendedorismo; e por meio de inserções no campo de estudo: busca de informações através de observação simples e questionário aberto para a comparação da realidade do estudo com a literatura levantada.

O critério de tratamento dos dados foi a utilização das abordagens qualitativa e quantitativa, com categorização dos conceitos de empreendedorismo e das características comportamentais do indivíduo empreendedor. As limitações verificadas no método consistiram na avaliação pessoal dos pesquisadores para a atividade de categorização das respostas, o que pôde ter embutido ao resultado tendências da equipe de pesquisa.

A coleta de dados apresenta-se como a grande limitação do método ao estudo. A dificuldade começa pelo acesso a informações, sejam elas obtidas em documentos internos ou entrevistas; pode haver resistência em sua apresentação. Além disso, o receio das intenções do entrevistador pode levar à incongruência entre o seu discurso e a prática, nas entrevistas. Pode haver influência do pesquisador sobre o pesquisado, fato que torna a pesquisa tendenciosa. Outra possibilidade é a de que o pesquisador não se faça compreender pelo agente do fenômeno, o que torna as respostas imprecisas e inadequadas.

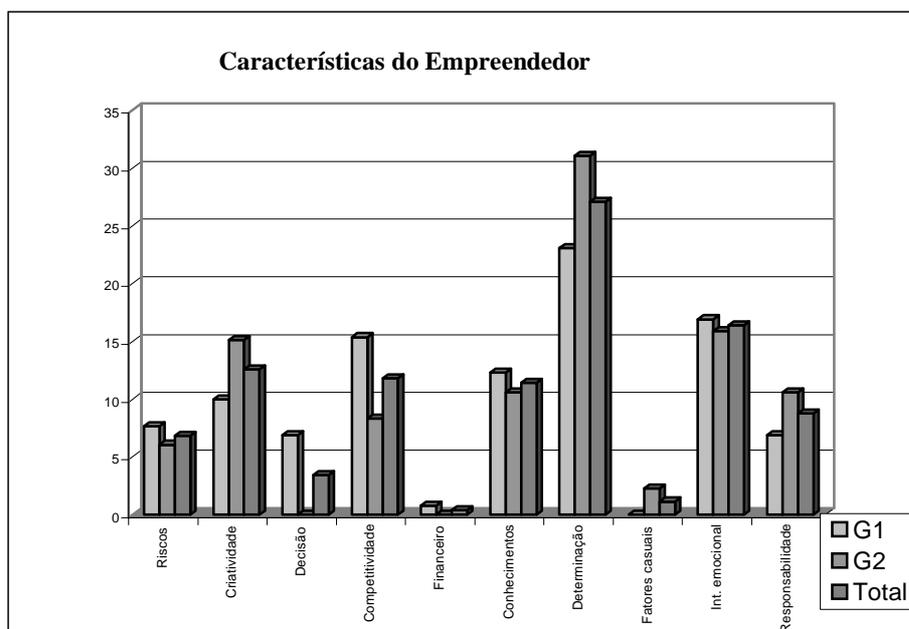
O tratamento dos dados coletados na pesquisa de campo possui uma limitação decorrente da organização dos resultados. Uma entrevista aberta, embora haja a possibilidade de orientação por roteiros, não possui categorias de respostas. A observação simples resulta em anotações que dependem do juízo de valor do pesquisador no momento da pesquisa. Apesar da possibilidade da categorização dos resultados, a dificuldade de agrupamento de respostas variadas é enorme. Ainda, segundo COOPER (2003), no processo de categorização dos resultados, pode haver perda de conteúdo pela forte influência do pesquisador no entendimento das respostas.

O estudo de caso pode gerar uma compreensão tendenciosa do fenômeno estudado, à medida que se analisa um ambiente específico que pode não ser passível de reprodução em outra instituição de ensino da mesma categoria. Pode, portanto, haver o bloqueio de novas percepções científicas por conta de uma possível avaliação precipitada e altamente específica.

4. RESULTADOS

Agregando os dois grupos, o G1 – que não tiveram aulas de empreendedorismo, e o G2 – que tiveram aulas de empreendedorismo, foram mencionadas sessenta e três características para definir o indivíduo empreendedor que foram categorizadas em dez características mais gerais como capacidade de assumir riscos (1), capacidade de criação (2), capacidade de decisão (3), competitividade (4), conhecimentos financeiros (5), conhecimentos (6), determinação (7), fatores casuais (8), inteligência emocional (9) e responsabilidade (10). No Gráfico 1, observa-se a distribuição das respostas em cada categoria.

Gráfico 1. Características do empreendedor.



As definições que apoiaram o enquadramento em cada grupo foram as que seguem (vide Tabela 2):

1. **Capacidade de assumir riscos** consiste na capacidade do indivíduo de elaborar cenários futuros, medir os riscos e assumi-los para o desenvolvimento de um novo projeto. Segundo ROBBINS, o risco significa “as condições nas quais o tomador de decisão pode calcular a probabilidade de alternativas ou resultados. Essa possibilidade de atribuir probabilidades pode ser decorrente de experiência pessoal ou de informações secundárias” (ROBBINS, 2001, p.59).
2. **Capacidade de criação** consiste na capacidade do indivíduo de elaborar alternativas novas e viáveis para a solução de problemas antigos. Segundo DRUCKER, a criação ou inovação é definida da seguinte forma: “A inovação é o instrumento específico dos

empreendedores, o meio pelo qual eles exploram a mudança como uma oportunidade para um negócio diferente ou um serviço diferente.” (DRUCKER, 1986, p.25).

3. **Capacidade de decisão** consiste na capacidade de escolha do indivíduo pela opção que gera maior número de impactos positivos, dentro de uma gama de opções. Segundo MINTZBERG, “são aquelas que determinam a direção geral de um investimento e, em última análise, sua viabilidade à luz do previsível e do imprevisível, assim como as mudanças desconhecidas que possam ocorrer em seus ambientes importantes. Ajudam intimamente a formar as verdadeiras metas do empreendimento.” (MINTZBERG, 2001, p. 21)
4. **Competitividade** consiste na capacidade do indivíduo de manter o seu diferencial no mercado. Segundo MAXIMIANO, a “competitividade é uma tradução particular da idéia de eficácia.”(MAXIMIANO, 2000, p. 127).
5. **Conhecimentos financeiros** consiste no conhecimento do indivíduo a respeito das linhas de créditos e financiamentos. “O empreendedor deve utilizar sua capacidade de planejamento e habilidade de negociação, bem como seu *networking*, para identificar as melhores alternativas no mercado para injetar capital em seu negócio.”(DORNELAS, 2001, p. 175).
6. **Conhecimentos** consiste no conhecimento geral do indivíduo sobre conhecimentos específicos do negócio e conhecimentos gerais. Conhecimentos: “Quanto mais alto for o nível cultural, mais freqüente se torna o estabelecimento de padrões internos de sucesso.” (DOLABELA, 1999, p.46).
7. **Determinação** consiste na capacidade do indivíduo de superar obstáculos e persistir no alcance de um ideal. “A determinação, entretanto, é o que vai motivá-lo para encontrar a luz no fim do túnel. Não importa quanto sua idéia ou seu gerenciamento seja bom, pois demandará tempo para atingir o seu objetivo. A determinação para o sucesso permitirá que você supere todos os obstáculos do caminho.” (HALLORAN, 1994, p.07).
8. **Fatores casuais** consistem em aspectos relacionados com a casualidade e a espiritualidade. Segundo o dicionário Aurélio, casual refere-se a fatos “que dependem do acaso, fortuito, acidental, eventual”; e espiritualidade à “qualidade ou caráter espiritual”, e ainda a fato “relativo ou pertencente ao espírito por oposição a matéria, incorpóreo, imaterial. Da ou relativo a religião, místico, sobrenatural.”
9. **Inteligência emocional** consiste em características do indivíduo que lhe garantem facilidade de relacionamento em grupo, habilidade para resolução de conflitos e flexibilidade para mudanças. Definida, segundo BIVINS (1997), como habilidades interpessoais.
10. **Responsabilidade** consiste no comprometimento do indivíduo com resultados e com o impacto no grupo social em que está inserido. Neste sentido, afirma HALLORAN (1994, p.7) que “como dono de um pequeno negócio não haverá transferência de

responsabilidade; você tomará e será responsável por todas, que nem sempre serão certas. Sendo assim é necessário acreditar que a próxima decisão será acertada.”

Com relação ao conceito de empreendedorismo, foram analisadas as respostas abertas dos alunos, e em cada uma diagnosticou-se a predominância do sentido fornecido ao termo empreendedorismo. Os sentidos gerais dados pelos alunos foram agrupados em sete categorias de definições de empreendedorismo: atitude (1), comprometimento (2), inovação (3), educação (4), determinação (5), desenvolvimento (6), risco (7) e alguns não possuíam conceito sobre empreendedorismo ou possuíam conceitos inadequados (8).

As duas respostas tidas como inadequadas foram oferecidas pela turma do primeiro período de administração, que não havia tido a disciplina de empreendedorismo, e tinham os seguintes conteúdos: “São instituições que realizam diversas coisas” e “Empreendedorismo seria uma visão empreendedora sobre algum assunto.”

Tabela 2. Características do empreendedor.

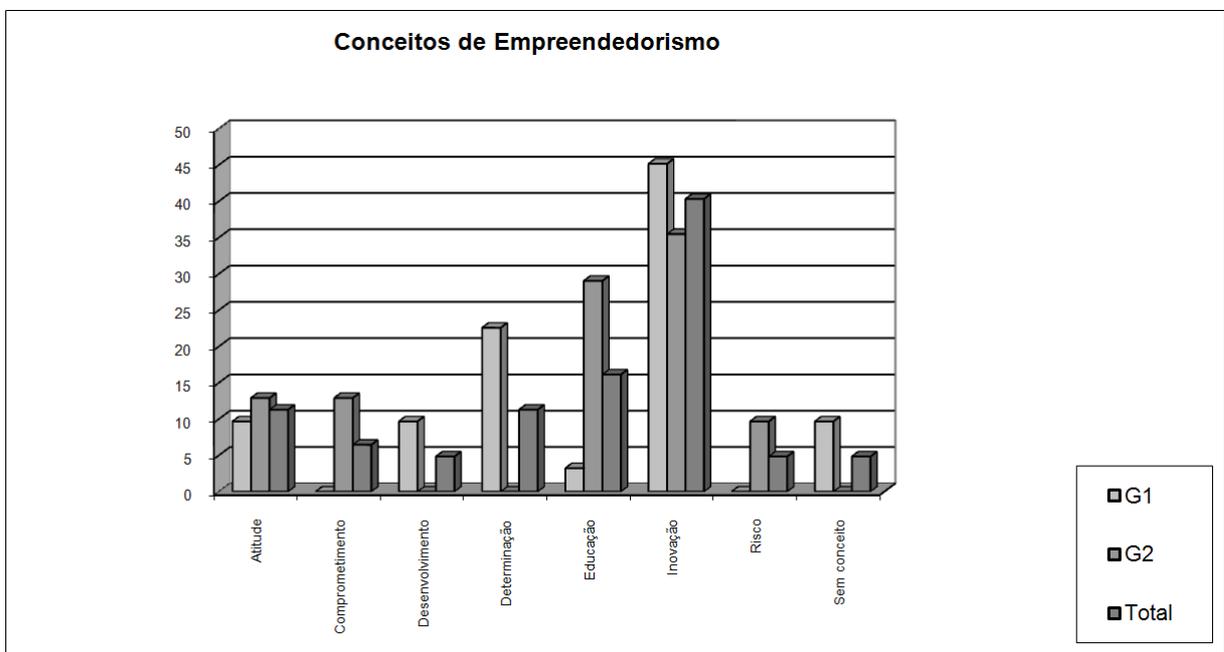
Categoria	G1 (%)	G2 (%)	Total (%)
Capacidade de assumir riscos	7,69	6,06	6,87
Capacidade de criação	10,00	15,15	12,60
Capacidade de decisão	6,92	0,00	3,44
Competitividade	15,38	8,33	11,83
Conhecimentos financeiros	0,77	0,00	0,38
Conhecimentos	12,32	10,61	11,45
Determinação	23,08	31,06	27,09
Fatores casuais	0,00	2,27	1,15
Inteligência emocional	16,92	15,91	16,41
Responsabilidade	6,92	10,61	8,78
Total	100,00	100,00	100,00

As categorias que apoiaram a definição do conceito de empreendedorismo possuem os seguintes significados (vide Gráfico 2):

1. **Atitude** é a capacidade de iniciativa para a tomada de decisões;
2. **Comprometimento** consiste no engajamento do indivíduo no desenvolvimento de projetos e o senso de responsabilidade com o alcance dos resultados esperados;
3. **Educação** é capacidade de transformação de indivíduos por meio da disseminação de conceitos e cultura;

4. **Inovação** é apresentada como a capacidade de elaborar alternativas novas e viáveis para a solução de problemas antigos;
5. **Desenvolvimento** é incremento da visão, aumento das condições de planejamento e determinação de objetivos mais eficazes;
6. **Determinação** consiste na capacidade de superar obstáculos, vencer barreiras aparentemente intransponíveis e encontrar soluções para alcançar seus objetivos;
7. **Risco** é a possibilidade de se calcular as alternativas possíveis com objetivo de minimizar os erros.

Gráfico 2. Conceitos de empreendedorismo.



5. ANÁLISE DE RESULTADOS

Percebe-se, por meio da análise dos dados, que a determinação destaca-se dentre todas as demais categorias, nos dois grupos avaliados. As aulas de empreendedorismo apresentaram relevância para o aumento de 34,58% no índice de respostas na categoria.

O conhecimento na área financeira não apresentou resultado significativo no primeiro grupo e nenhuma resposta no segundo grupo. Tal fato diagnostica que os alunos não consideram que os conhecimentos na área financeira tornam o indivíduo um empreendedor.

A capacidade de decisão apresentou índice 6,92% no Grupo 1 e nenhuma resposta no Grupo 2. Tal fato pode representar que os alunos não consideram que o poder de decisão torna o indivíduo empreendedor. Talvez pelo fato de determinação ser tão importante para os

alunos, o poder de decisão não seja significativo à medida que a determinação supera conflitos e transpõe obstáculos, até mesmo no momento de decisões.

A competitividade apresentou uma queda no índice em 54,16%. Esta queda representa que os alunos, após passarem pela disciplina de empreendedorismo, consideram que a competitividade não representa uma das características mais marcantes do empreendedor. Talvez pelo fato do conceito de empreendedorismo estar relacionado não somente ao mercado, mas também a atitudes do cotidiano do ser humano. Isto é, o indivíduo pode ser empreendedor ao abrir uma empresa, ao desenvolver um projeto social na comunidade e também nas relações interpessoais. Para estes dois últimos itens, a competitividade não se enquadra.

O índice relacionado à capacidade de criação apresentou um crescimento de 51,5%. Este dado pode representar que o Grupo 2 passou a considerar que a capacidade de propor soluções alternativas para situações do cotidiano está bastante presente na personalidade do indivíduo empreendedor.

O índice relacionado à responsabilidade também apresentou um crescimento de 53,32%. Este dado pode representar que o Grupo 2 passou a considerar a responsabilidade com fator essencial para o empreendedor e o sucesso do empreendimento.

Os conhecimentos e a inteligência emocional tiveram pouca variação de índices entre os grupos. No primeiro, observou-se a queda de 13,88% e no segundo, a queda de 5,97%. Este dado pode representar que, independente dos conceitos trabalhados na disciplina, conhecimentos e inteligência emocional fazem parte do senso comum, em alunos de graduação, a respeito das características do empreendedor.

O item inteligência emocional apresentou pequena variação entre os grupos de alunos e valor significativo, cerca de 16% nos dois grupos, entre os demais itens. Tal fato representa um paradoxo à medida que a Instituição de Ensino é voltada à educação positivista, que utiliza a razão instrumental para a orientação da pesquisa científica e ensino. Como não houve grandes variações entre grupos, não foi a disciplina de empreendedorismo que gerou este contra-senso, mas talvez o senso comum que exista sobre a estrita relação entre características emocionais do indivíduo e perfil empreendedor.

Como fatores casuais consideraram-se características como a fé e a sorte. Apenas no Grupo 2, observou-se opiniões a respeito de fatores ligados à espiritualidade e à casualidade como componentes do perfil empreendedor no indivíduo. De alguma forma, a disciplina pode ter internalizado em alguns indivíduos outras percepções do mundo diferentes das percepções que o capital costuma, de um modo geral, inculcar nas pessoas.

Ao iniciar-se a análise da percepção do conceito de empreendedorismo, tem-se que comprometimento e risco não foram percebidos pelo Grupo 1 como partes integrantes do conceito de empreendedorismo. Assim como determinação e desenvolvimento não foram percebidos pelo Grupo 2.

A atitude e a inovação foram as categorias que se destacaram e de maneira mais uniforme nos dois grupos. Atitude teve um percentual 33,26% maior no Grupo 2, enquanto que inovação teve uma queda de 21,43% no Grupo 2. O que leva a crer que,

comparativamente às demais categorias, a disciplina não altera a percepção dos indivíduos sobre o valor da atitude e da inovação no conceito de empreendedorismo.

Dentro todas as categorias analisadas, a inovação foi a que apresentou maior destaque, sendo 45,16% das respostas do Grupo 1, 35,48% do Grupo 2 e 40,32% do total. Tal fato leva à crença de que os indivíduos de um modo geral internalizaram a inovação e o ato de criação como conceitos intrinsecamente relacionados com o empreendedorismo.

A determinação foi considerada pelo Grupo 1 a segunda categoria mais importante para o conceito de empreendedorismo, estando presente em 22,58% das respostas. Já no Grupo 2, tem-se que a educação é o segunda categoria mais importante para o conceito de empreendedorismo, estando presente em 29,03% das respostas.

Analisando-se a categoria educação tem-se um crescimento do índice de respostas de cerca de 900%. Este fato leva à crença de que após a disciplina, os alunos percebem que o empreendedorismo está profundamente relacionado com a educação, tendo sido considerado como ciência merecedora de estudos e apta a ser desenvolvida nas pessoas por meio da atividade de ensino.

6. CONCLUSÃO

A defasagem tecnológica observada nas economias emergentes, como a brasileira, acarretou em diversos problemas sócio-econômicos, entre eles, a crise do desemprego. Acredita-se que para que o País resgate historicamente o baixo desenvolvimento faz-se necessária a geração de novas empresas. Deste modo, a disseminação da cultura empreendedora nos cursos de administração pode contribuir para o desenvolvimento de novos empreendedores. Desta maneira, um estudo que trate da percepção de tais alunos apresenta-se essencial para o desenvolvimento de instrumentos educacionais que contribuam para a geração de empresas e, conseqüentemente, empregos.

Neste sentido, a introdução da disciplina de empreendedorismo leva o aluno a novas perspectivas de geração de renda, transformando a busca por empregos em geração, a partir do desenvolvimento de novos empreendimentos.

Na pesquisa de campo, transpareceu a existência de duas formas de disseminação da cultura empreendedora. Uma delas é a disseminação informal que acontece de maneira tácita por meio da observação de atividades ou participação em programas empreendedores, como a empresa júnior e a incubadora de empresas de base tecnológica. E o outro mecanismo de disseminação da cultura empreendedora é o formal, que se dá de maneira explícita por meio da disciplina de empreendedorismo.

Segundo os resultados da pesquisa, constata-se que os conceitos de empreendedorismo e características comportamentais do indivíduo empreendedor, definidos pelos autores referenciados no texto, estão bastante internalizadas nos alunos, independente de terem ou não cursado a disciplina. No entanto, o destaque que a categoria educação recebeu dos alunos pode demonstrar que há a clara percepção do valor da educação no desenvolvimento do perfil empreendedor nos indivíduos.

Neste estudo, no entanto, não foi verificada a existência de perfil empreendedor nos alunos que participaram da pesquisa, não sendo desta forma possível analisar se os objetivos da disciplina de empreendedorismo foram alcançados, o que poderia ser objeto de estudos futuros.

Espera-se que sejam realizados novos estudos sobre a percepção do fenômeno empreendedor e que estes resultem no aprimoramento de métodos de ensino que estimulem o desenvolvimento do empreendedorismo nos indivíduos.

7. BIBLIOGRAFIA

ANTUNES, R. **Os sentidos do trabalho: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho.** 8^a. ed. São Paulo, SP: Boitempo, 2006.

COOPER, D. R. & SCHINDLER, P. S. **Métodos de Pesquisa em Administração.** 7^a ed. São Paulo: Bookman, 2003.

DOLABELA, F. **O Segredo de Luíza.** 11^a ed. São Paulo: Cultura, 1999.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo – Transformando Idéias em Negócios.** Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DRUKER, P. F. **Inovação e Espírito Empreendedor.** 4^a ed. São Paulo: Pioneira, 1994.

FILION, L.J. **Visões e Relações: Elementos para um Metamodelo Empreendedor.** Revista de Administração de Empresas RAE, ano 31, n.º 3, jul/set. 1991, págs. 50-61.

GEM. **Empreendedorismo no Brasil: Relatório Global 2002.** Paraná: Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade no Paraná – IBQP, 2002.

_____. **Empreendedorismo no Brasil: Relatório Global 2003.** Paraná: Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade no Paraná – IBQP, 2003.

_____. **Empreendedorismo no Brasil: Relatório Global 2004.** Paraná: Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade no Paraná – IBQP, 2004.

_____. **Empreendedorismo no Brasil: Relatório Global 2005.** Paraná: Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade no Paraná – IBQP, 2005.

HALLORAN, J. W. **Porque os Empreendedores Falham.** São Paulo: Makron Books, 1994.

LEITE, E. **O Fenômeno do Empreendedorismo Criando Riquezas.** Recife: Edições Bagaço, 2002.

MAXIMIANO, A. C. A. **Introdução à Administração.** São Paulo: Editora Atlas, 5^a ed, 2000.

MINTZBERG, H. & QUINN, J. B. **O Processo da Estratégia.** Bookman; Porto Alegre, 3^a ed, 2001.

ROBBINS, S. P. **Administração: Mudanças e Perspectivas.** São Paulo: Editora Saraiva, 2001.

SEBRAE - **Fatores Condicionantes e Taxa de Mortalidade de Empresas.** Relatório de Pesquisa. Brasília: SEBRAE, 1999.

SCHUMPETER, J. A. **A Teoria do Desenvolvimento Econômico**. São Paulo: Nova Cultural, 1985.

TACHIZAWA, T. & FARIA, M. D. **Criação de Novos Negócios**. 2ª Ed.revista e ampliada. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2004.

VERGARA, S. C. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2000.