

## **Presença de características empreendedoras nos discentes no início e no fim do programa de um curso de graduação em administração de empresas de uma instituição de ensino superior (IES) do setor privado**

**FERNANDO GONÇALVES CUSTÓDIO<sup>1</sup>**  
**JORGE TADEU DE RAMOS NEVES<sup>2</sup>**

**RESUMO:** Neste trabalho foi abordado o papel do ensino no desenvolvimento do perfil empreendedor nos alunos do curso de Administração de Empresas de uma Instituição de Ensino Superior. Com esse objetivo, foi feita uma análise comparativa do perfil empreendedor dos alunos em dois momentos da formação universitária: no ingresso e na conclusão do curso. Utilizou-se, para tanto, um questionário aplicado aos alunos do grupo de interesse de forma a identificar cada uma das dez competências empreendedoras, apresentadas por Cooley (1990, 1991 apud Lenzi 2008). Uma vez levantado o perfil dos alunos que participaram dessa pesquisa, foram realizadas análises gráficas, a fim de verificar a incorporação das competências empreendedoras aos alunos ao longo da graduação. Os resultados sugerem que o processo de ensino e aprendizagem desenvolvido ao longo da formação acadêmica é capaz de auxiliar no desenvolvimento de um perfil empreendedor aos discentes do curso de Administração de Empresas.

**Palavras-chave:** Empreendedor, Instituição de Ensino Superior, Competências

### **Introdução**

Preparar empreendedores é uma questão importante, sendo que as Instituições de Ensino Superior - IES podem contribuir para o desenvolvimento destes novos profissionais.

Com este entendimento, as IES inserem disciplinas na grade curricular dos cursos de graduação, que enfocam o Empreendedorismo com o intuito de contribuir no desenvolvimento das características empreendedoras nos seus alunos, principalmente, nos de Administração. O ensino do empreendedorismo é entendido como de relevância, uma vez que por meio dele as pessoas podem se preparar para criar e transformar ambientes sociais em prol do desenvolvimento. Dessa forma, os alunos podem aprender, por meio do ensino-aprendizagem, a desenvolver comportamentos empreendedores.

---

<sup>1</sup> Fernando Gonçalves Custódio: Graduado em Ciências Contábeis, Especialista em Educação a Distância e Mestre em Administração. Professor da Faculdade Promove de Minas Gerais

<sup>2</sup> Jorge Tadeu de Ramos Neves: Pós doutor em Empreendedorismo e Inovação, Dr. em Génie Industriel et Getsion de Linnovation Technologique, Professor da UFMG e da Faculdades Pedro Leopoldo.

Pretende-se neste artigo verificar o papel da Faculdade Promove – Belo Horizonte no desenvolvimento do perfil empreendedor dos alunos do seu curso de graduação em Administração de Empresas.

Com este entendimento, realizou-se uma análise comparativa da presença de características empreendedoras nos alunos do curso de Administração de Empresas de uma IES do setor privado de Belo Horizonte, que tem como foco as habilidades e características empreendedoras, em dois momentos da formação universitária de seus discentes: no ingresso e na conclusão do curso.

Para tanto, o estudo em sua fase inicial foi quantitativo. Os dados foram coletados por meio de questionário estruturado, com questões fechadas que deveriam ser avaliadas de 1 a 5 – de acordo com a experiência de cada aluno à determinada situação.

As conclusões, em termos comparativos, mostram que o enfoque do empreendedorismo está presente na estrutura curricular dos cursos de administração Faculdade Promove – Belo Horizonte.

O comportamento empreendedor é uma ferramenta essencial para o sucesso de um negócio. Nesse aspecto, as IES parecem ter posição fundamental na formação destes futuros empreendedores. A melhoria da qualidade de gestão do empreendimento, que possibilita sua alavancagem por meio da obtenção de bens de produção e conseqüente melhoria de seus lucros, são funções básicas do empreendedor de sucesso.

Sendo assim, a pesquisa apresentou a seguinte questão norteadora: como o curso de graduação em Administração de Empresas das Faculdades Promove atua no processo de criação/aprimoramento das habilidades empreendedoras dos seus alunos?

O perfil do estudante das Faculdades Promove de Belo Horizonte é de pessoas já inseridas no mercado de trabalho, que estudam no turno noturno para melhorar suas qualificações nesse mercado de trabalho.

Na instituição estudada existe uma política clara de inclusão do tema Empreendedorismo como eixo norteador de seu currículo em uma política de interdisciplinaridade e transversalidade; daí a relevância do diagnóstico e da análise, ora propostos.

## Referencial Teórico

No Brasil, a literatura e os estudos relacionados com o tema proposto são escassos. No entanto, o interesse crescente pelo Empreendedorismo deve motivar cada vez mais a atenção dos pesquisadores e especialistas de modo a oferecer maiores subsídios que favoreçam a análise do tema.

Segundo Dornelas (2008, p. 3), Schumpeter, em seu livro *Capitalismo, socialismo e democracia* (1942) consolidou e esclareceu o conceito de Empreendedorismo. Schumpeter argumentou que os empreendedores inovam não apenas pela identificação de formas de usar as invenções, mas também pela introdução de novos meios de produção, novos produtos e novas formas de organização. O empreendedor promove a “destruição criativa”, tornando obsoletos os recursos existentes e necessária a sua renovação.

Filion (1997 apud Lenzi, 2008, p. 30) também afirma que existe diferença entre um empreendedor e um proprietário-dirigente, no entanto, afirma em sua teoria que o proprietário pode ou não ser o empreendedor:

Um empreendedor está principalmente interessado na inovação enquanto o proprietário-dirigente é alguém que possui e administra [...]. Um empreendedor pode ser um proprietário-dirigente e um proprietário-dirigente pode também ser um empreendedor. Uma pessoa pode ser ainda um ou outro, dependendo de suas características comportamentais relativas à sua maneira de lidar com pessoas e com atividades da empresa.

Para Chiavenato (2007, p. 04) os empreendedores podem até mesmo serem reconhecidos como heróis:

Os empreendedores são heróis populares do mundo dos negócios. Fornecem empregos, introduzem inovações e incentivam o crescimento econômico. Não são simplesmente provedores de mercadorias e serviços, mas fonte de energia que assumem riscos inerentes em uma economia em mudança, transformação e crescimento.

Segundo Dornelas (2005, p. 39), uma das definições que talvez melhor reflita o espírito empreendedor seja a de Schumpeter (1945):

O empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais.

Leite (1998 apud Lenzi, 2008, p. 29), apresenta a definição do termo como:

O empreendedor é aquele que faz as coisas acontecerem, pois além de ser capaz de identificar oportunidades de mercado, possui uma aguçada sensibilidade financeira e de negócios, para transformar aquela idéia em um fato econômico em seu benefício. Ele busca tanto atender os desejos dos seus futuros consumidores como satisfazer as suas necessidades de realização profissional.

Segundo Seiffert (2005), um dos principais marcos teóricos sobre empreendedorismo foi desenvolvido por Schumpeter no século XX, que destaca a importância do empreendedor no desenvolvimento econômico e sobrevivência do capitalismo.

Atitudes que estão presentes em apenas uma pequena fração da população é que definem o tipo de empreendedor e também a função empresarial. Essa função não consiste essencialmente em inventar nada ou criar as condições para serem exploradas por uma empresa. Consiste em fazer as coisas acontecerem. (SHUMPETER, 1984 apud Seiffert, 2005, p. 2)

Já em 1973, McClelland abriu o caminho para pesquisas e estudos sobre o tema “competências” após publicar o resultado de seu trabalho sobre mensuração de competências e inteligência na revista *American Psychologist*. (GRAMIGNA, 2004) Segundo Lenzi (2008, p. 38), “McClelland sustentava uma base em que o estoque de conhecimentos, habilidade e atitudes é que define o nível de competência de uma pessoa”.

A entrega do indivíduo deve somar ao seu conhecimento, habilidades e atitudes, a respeito dessa colocação Lenzi (2008, p. 39) afirma que:

Na prática, essa entrega deve se manifestar no papel profissional de cada indivíduo, indo ao encontro da proposta da empresa onde trabalha. Muitas vezes, ainda que a pessoa possua todo o conhecimento necessário para sua colocação no mercado, falta-lhe realizar uma união mais evidente deste conhecimento com atitudes que estejam interligadas as suas habilidades; para, então, poder entregar-se à organização por meio de ações que demonstrem sua competência.

Atualmente, aspectos relacionados com a capacidade de assumir riscos, sejam financeiros, psicológicos ou sociais, na expectativa de receber recompensas e satisfações econômicas e pessoais, são apontados como dos mais relevantes na caracterização da figura do empreendedor. Seriam exatamente estes aspectos catalisadores dos processos de mudança da

sociedade, gerando benefícios em diferentes níveis, além do ponto de vista econômico (HART, 2003).

Dornelas (2008) lista algumas das características do empreendedor:

- **São visionários:** Têm a visão de como será o futuro para o negócio e sua vida, e o mais importante, eles têm a habilidade de implementar seus sonhos.

- **Sabem tomar decisões:** Não se sentem inseguros, sabem tomar as decisões corretas na hora certa, principalmente nos momentos de adversidade, sendo um fator chave para o seu sucesso. E mais, além de tomar decisões, implementam suas ações rapidamente.

- **São indivíduos que fazem a diferença:** Os empreendedores transformam algo de difícil definição, uma ideia abstrata, em algo concreto, que funciona, transformando o que é possível em realidade. Sabem agregar valor aos serviços e produtos que colocam no mercado.

- **Sabem explorar ao máximo as oportunidades:** Para a maioria das pessoas, as boas ideias são daqueles que as vêem primeiro, por sorte ou acaso. Para os visionários (os empreendedores), as boas ideias são geradas daquilo que todos conseguem ver, mas não identificaram algo prático para transformá-las em oportunidade, através de dados e informação.

O empreendedor é um exímio identificador de oportunidades, sendo um indivíduo curioso e criativo, e atento a informações, pois sabe que suas chances melhoram quando seu conhecimento aumenta.

- **São determinados e dinâmicos:** eles implementam suas ações com total comprometimento. Atropelam as adversidades, ultrapassando os obstáculos, com uma vontade ímpar de “fazer acontecer”. Cultivam um inconformismo diante da rotina.

- **São dedicados:** Eles se dedicam 24h por dia, sete dias por semana, ao negócio. São trabalhadores exemplares, encontrando energia para continuar, mesmo quando encontram problemas pela frente.

- **São otimistas e apaixonados pelo que fazem:** Eles adoram o seu trabalho, sendo esse amor o principal combustível que os mantém cada vez mais animados e autodeterminados, tornando-os os melhores vendedores de seus produtos e serviços, pois sabem, como ninguém, fazê-lo.

- **São independentes e constroem seu próprio destino:** Eles querem estar à frente das mudanças e ser donos do próprio destino. Querem criar algo novo e determinar seus próprios passos, abrir seus próprios caminhos.

- **São líderes e formadores de equipes:** Têm um senso de liderança incomum. São respeitados e adorados por seus pares, pois sabem valorizá-los, estimulá-los e recompensá-los, formando um time em torno de si.

- **São bem relacionados (networking):** Sabem construir uma rede de contatos que auxiliam nos ambientes interno e externo da empresa, junto a clientes, fornecedores e entidades de classe.

- **São organizados:** Os empreendedores sabem obter e alocar os recursos materiais, humanos, tecnológico, e financeiros, de forma racional, procurando o melhor desempenho para o negócio.

- **Planejam, Planejam, Planejam:** Os empreendedores de sucesso planejam cada passo, desde o primeiro rascunho do plano de negócios, até a apresentação do plano a investidores e superiores, sempre tendo como base a forte visão de negócio que possuem.

- **Possuem conhecimento:** São sedentos pelo saber e aprendem continuamente, pois sabem que quanto maior o domínio sobre o ramo de negócio, maior é sua chance de êxito.

- **Assumem riscos calculados:** Talvez essa seja a característica mais conhecida dos empreendedores. Mas o verdadeiro empreendedor é aquele que assume riscos calculados e sabe gerenciar o risco, avaliando as reais chances de sucesso.

Assumir riscos tem relação com desafios. E para o empreendedor, quanto maior o desafio, mais estimulante será a jornada empreendedora.

- **Criam valor para a sociedade:** Os empreendedores utilizam seu capital intelectual para criar valor para sociedade, através de geração de emprego, dinamizando a economia e inovando, sempre usando sua criatividade em busca de soluções para melhorar a vida das pessoas.

Ainda segundo Dornelas (2005), o empreendedor é aquele que faz acontecer, se antecipa aos fatos e tem uma visão futura da organização.

A decisão de tornar-se empreendedor pode ocorrer aparentemente por acaso. Segundo Dornelas (2008) essa decisão ocorre devido a fatores

externos, ambientais e sociais, a aptidões pessoais ou a um somatório de todos esses fatores.

O processo empreendedor inicia-se quando um evento gerador desses fatores possibilita o início de um novo negócio.

De acordo com o Global Entrepreneurship Monitor – GEM (2007), o brasileiro tem uma grande vocação para a atividade empreendedora haja vista a Taxa de Empreendedorismo em Estágio Inicial – TEA do país que indica que treze em cada cem brasileiros adultos estavam à frente de atividades empreendedoras no ano em análise.

Em que pese as elevadas taxas de empreendedorismo brasileiras, o nosso país conta com significativas taxas de mortalidade de empresas. Segundo levantamento do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, pouco mais de 50% das empresas com até 4 pessoas, criadas em 1997, continuavam ativas em 2005.

De acordo com o SEBRAE (2007) as taxas de mortalidade de empresas verificadas no Brasil de 2003 a 2005, com dois anos de fundação, estão representadas na TAB. 1.

O percentual de empresas de pequeno porte que sobrevive por pelo menos dois anos tem aumentado, uma vez que a taxa de mortalidade das empresas caiu de 35,9% em 2003 para 22,0% em 2005.

TABELA 1 – Taxa de mortalidade de empresas no Brasil (2003-2005)

Ano	Taxa (%)
2003	35,9
2004	31,3
2005	22,0

Fonte: Fatores condicionantes e taxa de mortalidade de empresas no Brasil 2003-2005 – SEBRAE (2007, p.14).

Principais motivos para a mortalidade de empresas, segundo SEBRAE (2007):

- ausência de comportamento empreendedor e planejamento prévio adequado por parte do empresário;

- insuficiência de políticas públicas de apoio aos pequenos negócios;
- deficiências no processo de gestão empresarial;
- dificuldades econômicas; e
- impactos de problemas pessoais sobre o negócio.

Como pode se observar, o comportamento empreendedor torna-se fundamental para o sucesso do negócio.

Foi divulgada recentemente pelo SEBRAE a Pesquisa GEM 2010, que mostra que para cada negócio aberto por necessidade, pouco mais de dois foram iniciados porque os empresários enxergaram uma oportunidade no mercado.

Ainda segundo informações do SEBRAE, desde 2003 os empreendedores por oportunidade são maioria no Brasil, o que indicaria uma maior possibilidade de sobrevivência dos empreendimentos.

O aproveitamento das oportunidades de negócios, a persistência e perseverança por parte do empresário, reinvestimento dos lucros na própria empresa, capacidade de assumir riscos e acesso a novas tecnologias aparentam ser os fatores que diferenciam as empresas que conseguiram se manter no mercado das que se extinguiram.

Todavia, a escolaridade não parece ter relevância a ponto de garantir o bom desempenho da empresa haja vista os percentuais de escolaridade dos proprietários de empresas ativas serem basicamente os mesmos das empresas extintas.

McClelland (1973) foi escolhido como o marco teórico desse estudo haja vista a relevância do seu trabalho no que se refere a elaboração das dez características empreendedoras, conforme segue:

- a) Busca de Oportunidades e Iniciativa**
- b) Correr Riscos Calculados**
- c) Exigência de Qualidade e Eficiência**
- d) Persistência**
- e) Comprometimento**
- f) Busca de Informações**



- g) Estabelecimento de Metas**
- h) Planejamento e Monitoramento Sistemáticos**
- i) Persuasão e Rede de Contatos**
- j) Independência e Auto Confiança**

A Faculdades Promove de Minas Gerais, IES constituída em 1998, é tradicionalmente reconhecida na área educacional, por sua atuação no Ensino Fundamental, Médio e Pré - Vestibular, tendo seu perfil institucional sustentado na sua Missão, Visão, Valores e Negócio, que se constituem nos fundamentos filosóficos da IES, sendo repassados aos funcionários, corpos docente e discente da mesma, numa constante difusão e prática desses fundamentos que buscam estabilizar a Instituição no cenário da Educação Superior, Projeto Pedagógico de Curso - PPC (2008).

Ainda de acordo com o PPC (2008), para formar empreendedores, capazes de dar respostas rápidas no mundo profissional, a Faculdades Promove adota uma metodologia que, paralelamente à estrutura curricular, direciona o estudante no desenvolvimento de uma postura aberta a todo saber, com vistas a contribuir com o desenvolvimento da região em que está inserida.

O processo de aprendizagem é interativo, o que transcende as formas de compreender a passagem de informação e conhecimento como um processo unilateral verticalizado, a partir dos polos professor → aluno e/ou emissor → receptor.

A relação entre professor e aluno contribui para a aprendizagem, inclusive para a aprendizagem significativa que se caracteriza pela interação entre o novo conhecimento e o conhecimento prévio. Nesse processo, o novo conhecimento adquire significado para o aluno deixando, o conhecimento prévio mais rico e diferenciado. Segundo Moreira (1999, p.15) a aprendizagem só será significativa “se o conteúdo descoberto estabelecer ligações com conceitos relevantes já existentes na estrutura cognitiva”.

As Faculdades Promove acredita na relação comprometida e interessada entre professores e alunos – um, que é portador de um conhecimento específico e que buscará metodologias apropriadas para compartilhar este saber com os alunos, e outro, que é portador de experiências

diversificadas e que buscará assimilar os conteúdos a partir de seu histórico contextual particular e aplicado às suas perspectivas de ação e socialização.

Pela análise da grade curricular, verifica-se que o empreendedorismo é fortemente trabalhado, mesmo porque, dentre os objetivos do PPC consta:

- Formar profissionais críticos, capazes de criar novos empreendimentos e negócios, contribuindo para o desenvolvimento da sociedade;
- Formar o cidadão e o profissional empreendedor, apto a atuar em todas as áreas das Ciências Gerenciais e a liderar e organizar novos empreendimentos e negócios, contribuindo para a melhoria e o desenvolvimento das organizações existentes.

As disciplinas Tópicos Especiais, constantes do 1º ao 5º período têm, respectivamente, as seguintes ementas:

- **Tópicos Especiais I:** A ambiência de negócios e seus desafios. A profissão de administrador e os seus campos de atuação profissional; poder, ética e responsabilidade empresarial; atitudes e habilidades do empreendedor; motivação, valores, autoconhecimento, busca da excelência e habilidades interpessoais; liderança visionária e integradora; comunicação como instrumento de desenvolvimento organizacional e das equipes; criação do espírito de equipe, de construção de redes de relacionamento de empreendedorismo e noções de plano de negócios.

- **Tópicos Especiais em Administração II:** Conceituação. O papel da criatividade nas modernas organizações. Teorias filosóficas e psicológicas sobre a criatividade. A criatividade e o desenvolvimento cognitivo. Bloqueios. Técnicas de desenvolvimento da criatividade (Brainstorming, Analogias, Check list). Perfil de uma organização criativa. Criatividade nas empresas e nos negócios. As oportunidades para geração de negócios.

- **Tópicos Especiais III** (Direito Empresarial e Legislação Social e Trabalhista): Estudar a legislação aplicada à Gestão de Negócios, como: constituição de empresas no Brasil e nos países do Mercosul; o Código de

Defesa do Consumidor; marcas e patentes; legislação social e legislação aplicada ao comércio eletrônico, aspectos legais na abertura de um novo negócio. Conhecimento, análise e estudo das disciplinas legais, fator e questão de Legislação Social. Sujeitos da relação de trabalho, contrato, estabilidade, FGTS, higiene e segurança do trabalho. Estudo dos problemas da Previdência.

- **Tópicos Especiais em Administração IV:** Capacitar os alunos nas metodologias de pesquisa de mercado, principalmente, voltadas para a pesquisa de nichos e oportunidades de negócios. Desenvolver a capacidade de análise, mercadológica e organizacional, levando-os a construir um projeto de negócio.

- **Tópicos Especiais em Administração V:** Depoimento de empreendedor. As forças mais importantes na criação de um negócio. Estágios na criação de um negócio. O plano de negócios: aspectos estratégicos, mercadológicos, operacionais, econômico-financeiros e análise dos riscos.

### **Metodologia**

Em relação ao procedimento técnico utilizado, esta pesquisa pode ser classificada como uma pesquisa quantitativa. Para Oliveira (1999), a pesquisa quantitativa deseja quantificar opiniões, dados, nas formas de coleta de informações, assim como o emprego de recursos e técnicas estatísticas desde as mais simples, como média, desvio padrão, até as de uso mais complexo, como coeficiente de correlação.

Para Cervo e Bervian (1983) o instrumento mais adequado e usado para coletar dados de natureza quantitativa é o questionário, pois permite medir com precisão o que se quer saber.

Nessa pesquisa, focada em uma Instituição de Ensino Superior – Faculdades Promove de Belo Horizonte, a população que fundamenta as análises e conclusões é constituída pelos alunos ingressantes, primeiro período, do curso de Administração de Empresas, e pelos alunos, do último ano do curso, oitavo período, no primeiro semestre de 2011.

O oitavo período contava com 56 alunos matriculados no primeiro semestre de 2011 e o primeiro período apresentava 20 alunos matriculados.

A aplicação do questionário visa dois objetivos: o primeiro é a identificação das características dos alunos envolvidos na pesquisa e o

segundo é avaliar a capacidade das Faculdades Promove de auxiliar o desenvolvimento empreendedor dos seus alunos.

Para isso, foi utilizada a escala Likert de 5 pontos.

Foi utilizado, para o tratamento dos dados dessa pesquisa, o programa Microsoft Office – Excel por meio do qual foram efetuadas as estatísticas univariadas para subsidiar as análises. Segundo Gil (1991b), a estatística univariada é um procedimento que possibilita o tratamento dos dados, buscando sua interpretação e conclusão de forma a validar e dar significado aos dados coletados, estabelecendo por meio de representações como quadros, diagramas e figuras, a síntese das informações obtidas e confrontadas.

Registra-se que a pesquisa era composta por 10 questões, sendo cada questão com três afirmações, como forma de ilustrar situações que possivelmente foram vivenciadas pelos empreendedores. Cada afirmação deveria ser classificada numericamente – de 1 a 5 – conforme realidade de cada aluno em relação aos itens levantados.

A nota dada pelo aluno deveria corresponder às seguintes situações:

1 = nunca

2 = raras vezes

3 = algumas vezes

4 = quase sempre

5 = sempre

### **Análise dos dados**

A tabulação das respostas demonstrou que as situações com notas mais altas correspondiam à presença integral da competência enquanto aquelas com notas mais baixas caracterizam-se pela sua ausência.

Com relação aos alunos do primeiro período, tem-se:

TABELA 2 – Estatísticas dos alunos do Primeiro período

<b>Item</b>	<b>Quantidade</b>
Nº de alunos do sexo masculino	10
Nº de alunos do sexo feminino	10
Nº total de questões feitas	600

Nº total de questões respondidas	595
----------------------------------	-----

Fonte: elaborado pelo autor

Observa-se que, no primeiro período, foram respondidas 99,16% das questões realizadas.

Para os alunos do oitavo período tem-se:

TABELA 3 – Estatísticas dos alunos do oitavo período

<b>Item</b>	<b>Quantidade</b>
Nº de alunos do sexo masculino	28
Nº de alunos do sexo feminino	28
Nº total de questões feitas	1.680
Nº total de questões respondidas	1.659

Fonte: elaborado pelo autor

No oitavo período, foram respondidas 98,75% das questões realizadas.

Cada questão corresponde a uma competência e contém 3 afirmações com o valor máximo de 5 pontos cada uma, totalizando 15 por questão/competência. Como as notas variam de 1 a 5, reconhecemos a competência nos casos em que os entrevistados apresentarem notas superiores à 3 – valor médio de cada afirmação, o que geraria uma média de 12 para cada questão.

TABELA 4 – Distribuição do número de alunos segundo competências empreendedoras

<b>Competência</b>	<b>Acima da média</b>	<b>Abaixo da média</b>
Busca de Oportunidades e Iniciativa	23	53
Correr Riscos Calculados	35	41
Exigência de Qualidade e Eficiência	41	35
Persistência	64	12
Comprometimento	67	9
Busca de Informações	50	26
Estabelecimento de Metas	37	39
Planejamento e Monitoramento Sistemáticos	42	34
Persuasão e Rede de Contatos	54	22
Independência e Auto Confiança	49	27

Fonte: elaborado pelo autor

De forma a facilitar a análise gráfica, as habilidades foram codificadas da seguinte maneira:

- Busca de Oportunidades e Iniciativa
- Correr Riscos Calculados
- Exigência de Qualidade e Eficiência
- Persistência
- Comprometimento
- Busca de Informações
- Estabelecimento de Metas
- Planejamento e Monitoramento Sistemáticos
- Persuasão e Rede de Contatos
- Independência e Auto Confiança

O gráfico a seguir demonstra a quantidade de alunos que possuem cada uma das habilidades em questão, ou seja, que apresentam médias acima de 12.

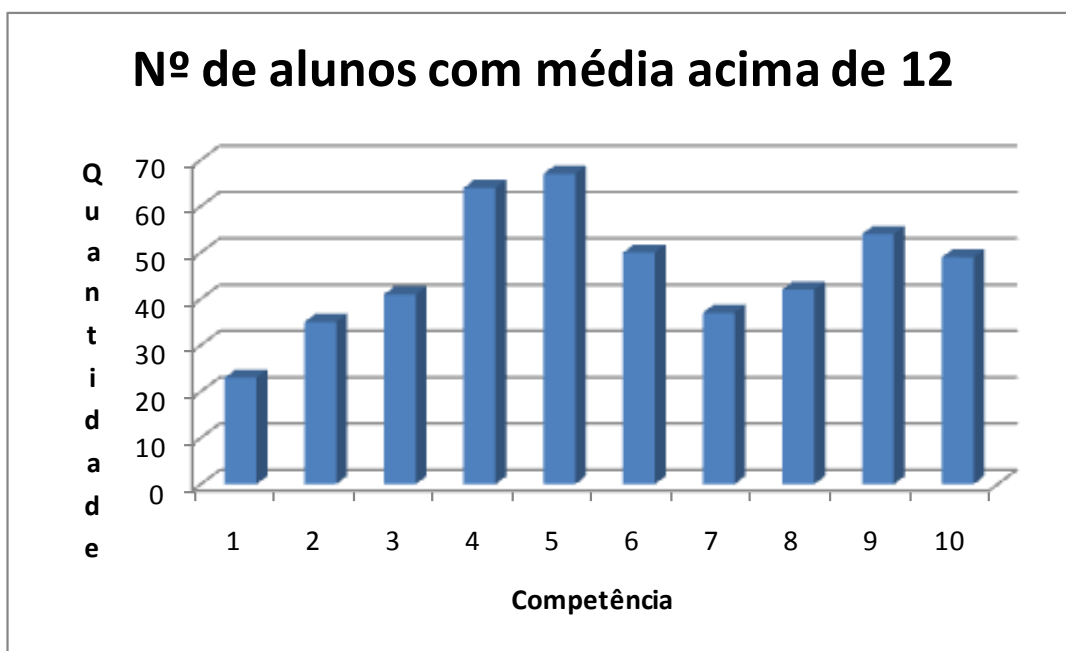


GRÁFICO 1 – Número de alunos com média acima de 12

Fonte: elaborado pelo autor

Pela análise gráfica, verifica-se que as competências 4 – “Persistência” e 5 – “Comprometimento” são as mais presentes no cotidiano dos alunos abrangidos pela pesquisa uma vez que 84,21% e 88,16%,

respectivamente, das respostas afetas a essas competências apresentaram média superior a 12 pontos.

A Busca de oportunidade e iniciativa foi a competência empreendedora que apresentou menor média entre os alunos. Apenas 30% dos alunos obtiveram média superior a 12 pontos em suas respostas.

Analisando, isoladamente cada período, verifica-se:

TABELA 5 – Distribuição do número de alunos do 1º período, segundo competências empreendedoras

<b>Competência</b>	<b>Acima da média</b>	<b>Abaixo da média</b>
Busca de Oportunidades e Iniciativa	6	14
Correr Riscos Calculados	9	11
Exigência de Qualidade e Eficiência	9	11
Persistência	17	3
Comprometimento	18	2
Busca de Informações	13	7
Estabelecimento de Metas	10	10
Planejamento e Monitoramento Sistemáticos	13	7
Persuasão e Rede de Contatos	14	6
Independência e Auto Confiança	16	4

Fonte: elaborado pelo autor

Para os alunos do 1º período, verifica-se que a maioria dos alunos apresentam as competências “Busca de Oportunidades e Iniciativa”, “Correr riscos calculados” e “Exigência de qualidade e eficiência” abaixo da média de 12 pontos, estabelecido como nosso parâmetro.

Como atendimento ao primeiro objetivo específico, caracterizou-se os alunos ingressantes no curso de Administração de Empresas no primeiro semestre de 2011.



Tabela 6 – Distribuição do número de alunos do 8º período  
segundo competências empreendedoras

<b>Competência</b>	<b>Acima da média</b>	<b>Abaixo da média</b>
Busca de Oportunidades e Iniciativa	17	39
Correr Riscos Calculados	26	30
Exigência de Qualidade e Eficiência	32	24
Persistência	47	9
Comprometimento	49	7
Busca de Informações	37	19
Estabelecimento de Metas	27	29
Planejamento e Monitoramento Sistemáticos	29	27
Persuasão e Rede de Contatos	40	16
Independência e Auto Confiança	33	23

Fonte: elaborado pelo autor

Já para os alunos que estão próximos da conclusão da graduação, a “Exigência de qualidade e eficiência” não se encontra na categoria de competências com resultados abaixo da média superiores aos resultados acima da média.

Nesse grupo da pesquisa, apenas as competências Busca de Oportunidades e Iniciativa, Correr riscos calculados apresentaram resultados abaixo da média.

No comparativo entre períodos, observa-se que as competências: “Busca de Oportunidades e Iniciativa”, “Correr Riscos Calculados”, “Exigência de Qualidade e Eficiência”, “Busca de Informações” e “Estabelecimento de metas” são mais presentes nos alunos que cursam o oitavo período de Administração de empresas.

No entanto, as competências “Persistência”, “Comprometimento”, “Planejamento e Monitoramento Sistemáticos”, “Persuasão e Rede de Contatos” e “Independência e Auto Confiança” são julgadas como mais presentes na rotina dos participantes que estão iniciando a graduação.

Como atendimento ao terceiro objetivo específico, foi feita uma comparação entre o perfil dos alunos calouros com os concluintes do curso de Administração de Empresas.

Apresenta-se a seguir, uma comparação da quantidade de alunos que identificaram no questionário ter a competência em questão segregada por gênero.

- **Busca de oportunidades e Iniciativa**

Observa-se que os alunos do primeiro e do oitavo período possuem perfis diferentes quanto à presença da competência “Busca de oportunidade e Iniciativa” para cada gênero. Enquanto no primeiro período as mulheres são maioria, no oitavo período mais homens indicam apresentar essa competência.

Essa pesquisa mostrou que 30,26% dos alunos possuem essa habilidade. Isso mostra que, durante o curso os homens adquiriram a referida competência. Por meio dela, os alunos passarão a:

- fazer coisas antes de solicitado ou, antes de forçado pelas circunstâncias;
- agir para expandir o negócio a novas áreas, produtos ou serviços;
- aproveitar oportunidades fora do comum para começar um negócio, obter financiamentos, equipamentos, terrenos, local de trabalho ou assistência.

- **Correr Riscos Calculados**

Observa-se que os alunos do primeiro e do oitavo período possuem perfis diferentes quanto à presença da competência “Correr Riscos Calculados” para cada gênero. Em ambos os períodos, as mulheres indicam apresentar mais essa competência. Cabe ressaltar que os resultados obtidos no primeiro período se mantiveram praticamente constantes no oitavo.

Essa pesquisa mostrou que 46,05% dos alunos possuem essa habilidade. Por meio dela, os alunos passarão a:

- avaliar alternativas e calcula riscos deliberadamente;
- agir para reduzir os riscos ou controlar os resultados;
- colocar-se em situações que implicam desafios ou riscos moderados.

- **Exigência de Qualidade e Eficiência**

Verifica-se que os alunos do primeiro e do oitavo período possuem comportamentos distintos quanto à presença da competência “Exigência de Qualidade e Eficiência” para cada gênero. Enquanto no primeiro período as mulheres são maioria, no oitavo período mais homens indicam apresentar essa competência.

Essa pesquisa mostrou que mais da metade dos alunos (53,95%) possuem essa habilidade. Por meio dela, os alunos passarão a:

- encontrar maneiras de fazer as coisas melhor e/ou mais rápido, ou mais barato;
- agir de maneira a fazer coisas que satisfazem ou excedem padrões de excelência;
- desenvolver ou utiliza procedimentos para assegurar que o trabalho seja terminado a tempo ou que o trabalho atenda a padrões de qualidade previamente combinados.

- **Persistência**

Verifica-se que os alunos do primeiro e do oitavo período possuem comportamentos semelhantes quanto à presença da competência “Persistência” para cada gênero. Contudo, no primeiro período os homens são maioria, enquanto, no oitavo período, mais mulheres indicam apresentar essa competência.

Essa pesquisa mostrou que boa parte dos alunos (84,21%) possui essa habilidade. Por meio dela, os alunos passarão a:

- agir diante de um obstáculo;
- agir repetidamente ou muda de estratégia a fim de enfrentar um desafio ou superar um obstáculo;
- assumir responsabilidade pessoal pelo desempenho necessário para atingir as metas e objetivos.

- **Comprometimento**

Observa-se que o percentual de alunos do primeiro período que se julgam ter a competência “Comprometimento” é o mesmo para homens e

mulheres. Já no oitavo período, essa competência passa a estar mais presente nas mulheres do que nos homens entrevistados.

Essa pesquisa mostrou que boa parte dos alunos (88,16%) possui essa habilidade. Por meio dela, os alunos passarão a:

- fazer um sacrifício pessoal ou despende um esforço extraordinário para complementar uma tarefa;
- colaborar com os empregados ou se coloca no lugar deles, se necessário, para terminar um trabalho;
- esforçar-se para manter os clientes satisfeitos e coloca em primeiro lugar a boa vontade em longo prazo, acima do lucro em curto prazo.

- **Busca de Informações**

Observa-se que os alunos do primeiro e do oitavo período possuem perfis diferentes quanto à presença da competência “Busca de Informações” para cada gênero. Enquanto no primeiro período as mulheres são maioria, no oitavo período mais homens indicam apresentar essa competência.

Essa pesquisa mostrou que mais da metade dos alunos (65,79%) possuem essa habilidade. Por meio dela, os alunos passarão a:

- dedicar-se pessoalmente a obter informações de clientes, fornecedores e concorrentes;
- investigar pessoalmente como fabricar um produto ou fornecer um serviço;
- consultar os especialistas para obter assessoria técnica ou comercial.

- **Estabelecimento de Metas**

Verifica-se que os alunos do primeiro e do oitavo período possuem comportamentos distintos quanto à presença da competência “Estabelecimento de Metas” para cada gênero. Enquanto no primeiro período as mulheres são maioria, no oitavo período mais homens indicam apresentar essa competência.

Essa pesquisa mostrou que 48,68% dos alunos possuem essa habilidade. Por meio dela, os alunos passarão a:

- estabelecer metas e objetivos que são desafiantes e que tem significado pessoal;

- definir metas em longo prazo, claras e específicas;
- estabelecer metas em curto prazo, mensuráveis.

- **Planejamento e Monitoramento Sistemáticos**

O percentual de alunos que indicaram a competência “Planejamento e Monitoramento Sistemáticos” caiu para ambos os sexos na comparação do primeiro com o oitavo período.

sa pesquisa mostrou que 55,26% dos alunos possuem essa habilidade. Por meio dela, os alunos passarão a:

- planejar dividindo tarefas de grande porte em sub-tarefas com prazos definidos;
- constantemente revisar seus planos levando em conta os resultados obtidos e mudanças circunstanciais;
- manter registros financeiros e utiliza-os para tomar decisões.

- **Persuasão e Rede de Contatos**

Observa-se que o percentual de homens que indicam ter a competência “Persuasão e Rede de Contatos” é menor no primeiro período do que no oitavo. Já para as mulheres o comportamento é inverso, o número de mulheres torna-se menor no oitavo período.

Essa pesquisa mostrou que 71,05% dos alunos possuem essa habilidade. Por meio dela, os alunos passarão a:

- utilizar estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir os outros;
- utilizar pessoas-chave como agentes para atingir seus próprios objetivos;
- agir para desenvolver e manter relações comerciais.

- **Independência e Auto Confiança**

A competência “Independência e Auto Confiança” se mostrou mais presente nos alunos do primeiro período. Na análise segregada por sexo, o percentual de homens que indicam ter essa competência é significativamente superior no primeiro período, enquanto, no oitavo, os percentuais são praticamente os mesmos.

Essa pesquisa mostrou que 64,47% dos alunos possuem essa habilidade. Por meio dela, os alunos passarão a:

- buscar autonomia em relação a normas e controles de outros;
- manter seu ponto de vista, mesmo diante da oposição ou de resultados inicialmente desanimadores;
- expressar confiança na sua própria capacidade de completar uma tarefa difícil ou de enfrentar um desafio.

### **Considerações finais**

Ao longo deste estudo procurou-se verificar o papel do ensino no desenvolvimento do perfil empreendedor nos alunos de um curso de graduação em Administração de Empresas de uma Instituição de Ensino Superior – IES do setor privado, comparando-se as características dos alunos do início do curso às dos alunos do final.

Para isso, partiu-se de uma pesquisa bibliográfica de forma a conceituar o tema central em questão, sua importância para o mercado bem como a estrutura do curso de Administração de Empresas da Faculdade Promove – Belo Horizonte cujo Projeto Pedagógico seja voltado para formação de empreendedores.

Realizou-se um trabalho baseado na experiência dos alunos que estão iniciando o curso de Administração de Empresas da Faculdade Promove, em comparação com as percepções dos alunos que estão prestes a se formar. A referida IES foi escolhida por apresentar uma proposta pedagógica voltada para a formação empreendedora.

A metodologia consistiu em uma pesquisa quantitativa baseada nos dados gerados pela aplicação de um questionário fechado, sendo cada afirmativa com uma escala de um a cinco pontos, conforme exposto na metodologia.

A partir da tabulação dos dados, foi possível traçar o perfil do aluno que ingressa no curso de Administração de Empresas da Faculdade Promove.

Observou-se que, no início da graduação, os alunos possuem os melhores índices nas habilidades: “Persistência”, “Comprometimento”, “Planejamento e Monitoramento Sistemáticos”, “Persuasão e Rede de

Contatos” e “Independência e Auto Confiança, o que demonstra a disposição e a enorme vontade por parte dos alunos em empreender.

Esse comportamento já era esperado uma vez que se acredita que a presença dessas habilidades são fatores que favorecem a decisão do indivíduo na escolha do curso de Administração de Empresas.

Foram identificadas as seguintes características do perfil de empreendedores nos alunos do oitavo período: “Busca de Oportunidades e Iniciativa”, “Correr Riscos Calculados”, “Exigência de Qualidade e Eficiência”, “Busca de Informações” e “Estabelecimento de metas”.

Observou-se que, com o amadurecimento acadêmico dos alunos, o contato com a experiência e o conhecimento de professores e de outros alunos, os alunos adquiriram novas habilidades e chegaram ao último período com competências mais técnicas enquanto no início do curso as competências eram mais motivacionais.

Conclui-se que o papel exercido pela IES em análise possui notória relevância para desenvolvimento de um perfil empreendedor aos discentes do curso de Administração de Empresas uma vez que os alunos ao se formarem passam a contar com habilidades empreendedoras que não contavam antes.

As conclusões apresentadas recomendam a elaboração de estudos posteriores de forma a ratificar e aprofundar a abordagem dessa pesquisa.

Todavia, a continuidade desta pesquisa requer um levantamento de informações semelhantes àquelas aqui trabalhadas, de natureza quantitativa, com um número maior de alunos, abrangendo outras Instituições de Ensino Superior.

## **REFERÊNCIAS**

**ANPROTEC - Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos de Tecnologias Avançadas.** [www.anprotec.org.br](http://www.anprotec.org.br).

Disponível em 14/01/2012

**CERVO, A. L. & BERVIAN, P. A. Metodologia científica.** São Paulo: Mc Graw-Hill do Brasil, 1983.

**CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo: Dando Asas Ao Espírito Empreendedor.** 2. Ed. rev. e atualizada. São Paulo: Saraiva, 2007

\_\_\_\_\_, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: Transformando idéias em negócios. 2. Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005

\_\_\_\_\_, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: Transformando Idéias Em Negócios. 3. Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008

DUTRA, Joel Souza. **Competências**: Conceitos e instrumentos para a gestão de pessoas na empresa moderna. São Paulo: Atlas, 2004

FLEURY, A.; FLEURY, M. T. L. **Estratégias empresariais e formação de competências**: um quebra cabeça caleidoscópico da indústria brasileira. 3. Ed. São Paulo: Atlas, 2004.

FILION, Louis Jacques. **O planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial**.

GIL, Antônio Carlos. **Metodologia do Ensino Superior**. 4.ed.São Paulo: Atlas, 2008.p.54.

\_\_\_\_\_, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1991.

\_\_\_\_\_, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1991.

HART, D. M. **The emergence of entrepreneurship policy**: governance, start-up, and growth in the U. S. knowledge economy. Cambridge, UK; New York: Cambridge Univ. Press, 2003. 297 p.

HOSELITZ, B. F. **Entrepreneurship and economic growth**. American Journal of Economic Sociology, p.97-106; 1952.

LENZI, Fernando César. **Os empreendedores corporativos nas empresas de grande porte**. 2008. 126 folhas. Tese de Doutorado – Universidade de São Paulo, 2008.

MOREIRA, Marco A. **Aprendizagem significativa**. Brasília: Editora da UnB, 1999.

OLIVEIRA, Silvio Luiz de. **Tratado de metodologia científica**: projetos de pesquisa, TGI, TCC, monografias, dissertações e teses. 2.ed. São Paulo: Pioneira, 1999.

PEREIRA, Júlio Cesar Rodrigues. **Análise de Dados Qualitativos**: estratégias metodológicas para as ciências da saúde, humanas, e sociais. 3. ed. São Paulo: Edusp, 2004.



**SEBRAE. Fatores Condicionantes e Taxa de Mortalidade de Empresas no Brasil.** Brasília, 2004

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