



Administração: Ensino e Pesquisa

ISSN: 2177-6083

raep.journal@gmail.com

Associação Nacional dos Cursos de
Graduação em Administração
Brasil

SADAO IIZUKA, EDSON; MARCONDES DE MORAES, GUSTAVO HERMÍNIO
ANÁLISE DO POTENCIAL E PERFIL EMPREENDEDOR DO ESTUDANTE DE
ADMINISTRAÇÃO E O AMBIENTE UNIVERSITÁRIO: REFLEXÕES PARA
INSTITUIÇÕES DE ENSINO

Administração: Ensino e Pesquisa, vol. 15, núm. 3, julio-septiembre, 2014, pp. 593-630
Associação Nacional dos Cursos de Graduação em Administração
Rio de Janeiro, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=533556758006>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

ANÁLISE DO POTENCIAL E PERFIL EMPREENDEDOR DO ESTUDANTE DE ADMINISTRAÇÃO E O AMBIENTE UNIVERSITÁRIO: REFLEXÕES PARA INSTITUIÇÕES DE ENSINO

**A ANALYSIS OF THE POTENTIAL AND ENTREPRENEURIAL PROFILE OF BUSINESS ADMINISTRATION STUDENTS AND UNIVERSITY ENVIRONMENT:
REFLECTIONS FOR EDUCATIONAL INSTITUTIONS**

Recebido em: 10/01/2014 • Aprovado em: 27/03/2014

Avaliado pelo sistema *double blind review*

Editora Científica: Manolita Correia Lima

EDSON SADAO IIZUKA *esadao@fei.edu.br*

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FEI

GUSTAVO HERMÍNIO SALATI MARCONDES DE MORAES

FUNDAÇÃO ESCOLA DE COMÉRCIO ÁLVARES PENTEADO

RESUMO

A importância do empreendedorismo no Brasil aumentou significativamente nos últimos anos e os estudos atuais abordam o tema sob diversas perspectivas. O papel do jovem na criação de novos negócios já é uma realidade e a perspectiva é que se amplie nos próximos anos. Os incentivos ao empreendedorismo universitário podem ser observados de diversas formas, tais como: ações governamentais, iniciativas privadas e nas escolas, com número crescente de cursos e atividades relacionadas ao empreendedorismo. O objetivo desta pesquisa foi analisar o perfil empreendedor do estudante de Administração de uma instituição de ensino privada e a visão discente sobre o ambiente universitário. Buscou-se entender como os alunos, com diferentes perfis e em suas diferentes fases no curso de Administração, avaliam o ambiente universitário no qual se inserem, procurando compreender possíveis implicações para a instituição de ensino. Adotou-se uma abordagem de pesquisa quantitativa, e os resultados foram apresentados por meio da estatística descritiva. Como principal resultado o artigo apresenta uma ferramenta de mensuração do perfil e potencial empreendedor do aluno, bem como de avaliação do ambiente universitário em termos de empreendedorismo e suas implicações para o ensino e aprendizagem nas instituições de ensino superior.

Palavras-chave: potencial empreendedor; perfil empreendedor; ambiente universitário.

ABSTRACT

The importance of entrepreneurship in Brazil has increased significantly over recent years and current studies address the topic from different perspectives. The role of youth in creating new business is already a reality, which is only expected to expand in the coming years. Incentives to entrepreneurship in universities can be observed in several ways, including: government action, private initiatives and schools with a growing number of courses and activities related to entrepreneurship. The objective of this research was to analyze the entrepreneurial profile of Business Administration students in a private college and student insight into the university environment. We sought to understand how students with different profiles and at different phases in the course evaluate the university environment in which they operate, seeking to understand possible implications for the educational institution. We adopted a quantitative research approach and the results were presented using descriptive statistics. The main result of the paper presents a tool for measuring students' entrepreneurial profiles and potential, as well as for assessing the university environment in terms of entrepreneurship and its implications for teaching and learning in higher education institutions.

Keywords: entrepreneurial potential; entrepreneurial profile; university environment.

INTRODUÇÃO

O tema do empreendedorismo tem despertado a atenção de diversos pesquisadores brasileiros ao longo dos últimos anos. Conforme levantamento realizado nos anais do ENANPAD (principal congresso acadêmico em Administração no Brasil) entre 2001 e 2012, com 150 artigos, foi possível verificar que os trabalhos contemplam diversos campos, tais como: a criação de novos negócios, o ensino e a aprendizagem, intraempreendedorismo, influências do crescimento econômico, empreendedorismo social e ambiental, análise de discurso, foco nas questões relacionadas ao gênero e até mesmo as influências da religião no campo do empreendedorismo. Em particular, o tema do ensino e aprendizagem é, dentre todos os enfoques, o que apresentou ao longo dos anos um interesse contínuo dos pesquisadores, ou seja, é uma das perspectivas mais tradicionais de investigação sobre empreendedorismo no Brasil.

Neste contexto, aspectos relacionados ao ensino e ao aprendizado foram destacados, tais como no trabalho de Santos, Minuzzi e Cruz (2007), no qual os autores enfatizaram a necessidade das instituições de ensino adotarem um currículo adequado para explorar e desenvolver o potencial dos alunos para o mundo dos negócios; Ferreira e Mattos (2004), por sua vez, buscaram diferenciar os tipos de educação, separando-as em dois tipos: a gerencial, na qual enfatiza-se a aquisição de know-how, e a empreendedora, que privilegia a aquisição do auto-conhecimento dos alunos; esses mesmos autores argumentaram acerca do papel das escolas de Administração em despertar, influenciar e induzir o aluno a adotar uma postura empreendedora, e mostrar-lhe a possibilidade de desenvolver uma carreira como empreendedor (FERREIRA; MATTOS, 2004).

Por outro lado, Paiva Júnior, Almeida e Oliveira (2007, p. 1) destacaram que: “o ensino de empreendedorismo tem sido perpassado por pressupostos reificados, metodologias prescritivas e tecnicista pautadas por uma racionalidade instrumental, materializado, sobretudo, por ensino, praticamente exclusivo, da elaboração do Plano de Negócio”. E diante desse desafio, os autores apontaram possíveis caminhos, tais como: “estimular a postura crítica, a contextualização do ensino com a cultura local e o desenvolvimento de redes sociais baseadas na confiança por meio de uma relação dialógica de ensino-aprendizagem”.

De fato, o ensino e aprendizagem do empreendedorismo parecem exigir mais do que a simples aquisição de saber; integra o saber ser e o saber fazer (FILION, 2000). Neste contexto, é válido retomar os pilares da educação para o século XXI que de acordo com a UNESCO (1999) são: aprender a ser, aprender a conviver, aprender a aprender e aprender a fazer. Entretanto, Saraiva e Souza (2009) verificaram os seguintes problemas/desafios docentes no processo de ensino e aprendizagem: iniciativas pontuais e não articuladas dos professores no sentido de ensinar empreendedorismo, mas que esbarram em problemas generalizados de capacitação, de foco do curso, e de definição institucional sobre o perfil do administrador a ser formado.

A despeito desses desafios, Martens e Freitas (2006) argumentaram que o mercado de trabalho está passando por uma profunda mudança nos padrões de relações de trabalho, onde o emprego formal em grandes empresas está em declínio e diante disso surge a necessidade de se encontrar alternativas de colocação profissional aos estudantes. Ou seja, estamos diante de um cenário empregatício muito diferente de algumas décadas atrás e as escolas de negócios brasileiras estão percebendo tal tendência e buscando alternativas e o empreendedorismo emerge como uma das possibilidades de ação para as instituições de ensino. De fato, uma educação empreendedora na graduação possibilita uma formação mais sintonizada com um mercado de trabalho exigente, na qual se acompanha mudanças na relação capital-trabalho e com valorização do conhecimento. Além disso, o mercado de trabalho e o ambiente social demandam candidatos com posturas empreendedoras, seja dentro ou fora das organizações. No contexto das organizações, atuando como agentes de mudanças nos processos de gestão (intra-empreendedores) e no ambiente externo como proprietários de empresas com produtos e serviços inovadores, assim como atuando como agentes de mudanças na sociedade (GREATTI; GRALIK; VIEIRA; SELA, 2010).

Contudo, o ensino e o aprendizado do empreendedorismo em instituições de ensino não é algo novo. Analisando-se historicamente a introdução do empreendedorismo nas instituições de ensino, conforme explicitado no trabalho de Rocha e Bacchi (2010), um dos primeiros cursos foi criado pela escola de Administração de Harvard, em 1947, o qual visava qualificar ex-

combatentes de guerra para a abertura de pequenos negócios. No Brasil, em particular, uma das primeiras iniciativas partiu da introdução de uma disciplina em um curso de Especialização em Administração, em São Paulo, pela Escola de Administração da Fundação Getúlio Vargas (FGV), em 1981. Em 1984, a proposta foi estendida para o curso de graduação em administração da FGV-SP (DOLABELA, 2008; GUIMARÃES, 2003).

Ainda na década de 1980, o empreendedorismo foi introduzido no curso de Administração da Universidade de São Paulo e também no curso do departamento de Ciência da Computação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, conforme observaram os pesquisadores Saraiva e Souza (2009). A despeito do ensino do empreendedorismo ter se iniciado na década de 1980, é preciso reconhecer que se trata de um campo relativamente novo no meio acadêmico brasileiro, o que implica, em grande medida, na carência de docentes capacitados para atuar nessa área (ROCHA; BACCHI, 2010).

Neste contexto, é válido destacar a pesquisa de Souza e Guimarães (2006, p. 211) na qual analisaram o ensino de empreendedorismo nas instituições de ensino brasileiras e verificaram que: “a teoria aplicada à realidade dos participantes, estudos de casos e jogos, que são técnicas recomendadas para o ensino do empreendedorismo, não aparecem com a frequência esperada”. Diante disso, esses autores perceberam que os docentes tendem a aplicar os métodos pedagógicos tradicionais, tais quais, aula expositiva e exercícios. Embora se reconheça os desafios relativos ao uso adequado de técnicas de ensino e aprendizagem, um questionamento frequente é sobre a possibilidade de ensinar um indivíduo a se tornar uma pessoa empreendedora. Essa é uma das polêmicas debatidas sobre o ensino de empreendedorismo: se o mesmo pode ser ensinado ou não. Para vários pesquisadores o empreendedorismo pode, sim, ser aprendido, conforme afirmaram Greatti *et al.* (2010). A questão central, talvez, seja que os requisitos sejam distintos aos que são tradicionalmente utilizados pelas instituições de ensino.

Sobre esse assunto, Dolabela (1999) apresentou três níveis de relações de aprendizagem para o empreendedorismo: (a) primário: familiares e conhecidos; (b) secundário: ligações em torno de determinada atividade – rede de ligações; e (c) terciário: cursos, livros, viagens, feiras e congressos. O autor argumenta

que o nível primário é a principal fonte de formação de empreendedores, visto que o empreendedor vê nas pessoas uma de suas maiores fontes de aprendizagem, não se prendendo somente a fontes reconhecidas e tradicionais, tais como a literatura, os relatórios, os cursos, dentre outros. O autor assevera que os alunos aprendam em clima de emoção e assimila a experiência de terceiros. Ou seja, para criar um ambiente de ensino de empreendedorismo, um dos aspectos mais importantes é buscar exemplos de empreendedores que apresentem, dentre outros: quem ele é, o que fez, como fez, falar sobre os problemas e desafios que enfrentou (GREATTI *et al.*, 2010).

Além disso, Greatti *et al.* (2010, p. 5) chamam a atenção para o desenvolvimento das habilidades empreendedoras por meio das disciplinas: “devem adotar metodologias problematizadoras e estimular o desenvolvimento da cultura empreendedora. Os cursos de Administração devem objetivar não apenas responder às necessidades do mercado de trabalho, mas, também, transformar e alterar a realidade”.

Ou seja, é relevante a adoção de um tipo de ensino crítico e contextualizado, não se limitando aos aspectos técnicos dissociados ao contexto e as demandas concretas dos alunos. Entretanto, um conjunto relevante de educadores reconhece que o atual sistema de ensino enfatiza a aquisição do conhecimento. Algo que está em sintonia com a análise de Greatti *et al.* (2010, p. 5): “não se preocupa com o desenvolvimento de habilidades específicas para o uso produtivo desse conhecimento (...) as metodologias tradicionais de ensino não enfocam o desenvolvimento da cultura empreendedora”.

Diante disso, é importante destacar que a educação direcionada para o empreendedorismo não pode ser confundida com a educação para gerenciar empresas estabelecidas. Os empreendedores com base nas oportunidades, ou seja, não são somente gestores de recursos existentes. Por essa razão, a formação do empreendedor deve contemplar fatores motivadores e habilidades comportamentais mais do que em um conteúdo técnico e puramente instrumental. A implicação provável é necessidade de uma mudança na abordagem educacional, principalmente no que diz respeito à própria metodologia de ensino (GREATTI *et al.*, 2010).

Além dos desafios institucionais, do próprio curso e o currículo, dos docentes,

entre outros, existe a perspectiva de análise que recai sobre os estudantes. Afinal, quem são os jovens que estão ingressando nos cursos de Administração? As instituições, os currículos e os docentes podem estar preparados para um ambiente em que o empreendedorismo seja demandado; contudo, e se os estudantes não estiverem preparados ou interessados por essa possibilidade de atuação? Nesse sentido, Santos, Minuzzi e Cruz (2007) buscaram destacar a importância de se saber o perfil dos estudantes:

[...] deve-se dar atenção, antes de tudo, ao estabelecimento do perfil empreendedor dos alunos que compõem a turma, que pode ter origem na cultura familiar, ligada aos negócios, e a partir daí focar também no desenvolvimento dos traços psicológicos ligados ao empreendedorismo (SANTOS; MINUZZI; CRUZ, 2007, p. 8).

Assim, acredita-se na relevância em analisar as características dos alunos, traços de personalidade, conhecimentos e habilidades (SANTOS; MINUZZI; CRUZ, 2007). Buscar compreender o histórico, os interesses e as expectativas dos discentes parece ser algo necessário aos que atuam com o empreendedorismo, especialmente no campo do ensino e aprendizagem. Vale observar que o conhecimento, portanto, representa o que as pessoas sabem a respeito de si mesmas e sobre o contexto que as rodeia, sendo influenciado por seu ambiente físico e social, por suas necessidades e experiências anteriores. (SANTOS; MINUZZI; CRUZ, 2007). Dessa forma, uma questão de pesquisa norteadora do estudo é: quem são os alunos e quais potenciais que eles possuem para o empreendedorismo?

Diversos trabalhos, conforme exposto, sobre o ensino e aprendizagem do empreendedorismo, privilegiaram a análise da instituição, dos currículos, das disciplinas, dos professores e, em menor número, dos discentes. Ou seja, apesar de ser um assunto tradicional entre os pesquisadores brasileiros, o enfoque sobre as percepções dos estudantes são incipientes.

Neste contexto, busca-se contribuir com um debate com base na ótica discente numa perspectiva mais abrangente, contemplando aspectos relacionados ao ambiente universitário, ou seja, aspectos relacionados ao ensino, à pesquisa e à extensão. A premissa adotada nesta pesquisa é a de que o estudante está exposto ao longo da sua vida universitária a diversas ações e iniciativas, dentro e fora da sala de aula, e que o conjunto dessas experiências

no ambiente universitário podem estimular (ou não) o empreendedorismo entre os alunos.

Assim, apresenta-se um segundo questionamento: qual é a avaliação dos estudantes sobre ambiente universitário, especificamente quanto às iniciativas e oportunidades relacionadas ao empreendedorismo? E dentro desse questionamento, busca-se compreender o seguinte: como os alunos, com diferentes perfis e em suas diferentes fases no curso de Administração, avaliam o ambiente universitário?

Assim, o objetivo desta pesquisa é compreender o potencial empreendedor (aspectos anteriores ao ensino superior) e o perfil empreendedor dos estudantes de Administração de uma instituição de ensino que tem investido, nos últimos anos, no ensino e aprendizagem do empreendedorismo. Em complemento, busca-se sistematizar e analisar uma avaliação dos discentes acerca do ambiente universitário no tocante às iniciativas e ações relacionadas, direta ou indiretamente, ao empreendedorismo. Acredita-se que tal perspectiva de investigação seja útil e relevante às instituições de ensino interessadas no ensino e aprendizagem do empreendedorismo. Além disso, sob o ponto de vista acadêmico, pretende-se contribuir com uma proposta de pesquisa que se distingue dos estudos anteriores, pelo seguinte: (i) analisar o potencial do estudante (antes da vida universitária) e (ii) apresentar uma avaliação discente do ambiente universitário (ensino, pesquisa e extensão). Baseado nisso, sistematizar uma ferramenta de avaliação do potencial e perfil empreendedor do estudante de Administração e discutir possíveis implicações para as instituições de ensino.

Para responder as questões de pesquisa e atender aos objetivos, estruturou-se o trabalho da seguinte forma: após a introdução, será apresentada uma revisão teórica sobre o ambiente universitário, o ensino e aprendizagem do empreendedorismo e, finalmente, o potencial e o perfil empreendedor; em seguida serão apresentados os procedimentos metodológicos e a caracterização da amostra. Isto posto, serão apresentados os resultados e a análise dos mesmos; na sequência são apresentadas as conclusões da pesquisa e, finalmente, as referências utilizadas na realização deste estudo.

REVISÃO TEÓRICA

A revisão teórica abordará o ambiente universitário, os antecedentes do potencial empreendedor do estudante universitário e o perfil empreendedor do estudante universitário.

AMBIENTE UNIVERSITÁRIO

A Constituição Federal de 1988 no seu artigo 207 estabelece que as universidades brasileiras devem respeitar a indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão. Contudo, os debates iniciais sobre essa configuração universitária, composta por três partes indissociáveis, ocorreram na década de 1960 e foi impulsionada pelos movimentos estudantis. Nas décadas de 1970 e 1980 as discussões são retomadas pelos movimentos sociais, na esteira do processo de abertura política e redemocratização brasileira, consolidando-se, finalmente, na promulgação da Carta Magna de 1988 (MACIEL, 2010).

Apesar de ser um aspecto amplamente conhecido pelos acadêmicos, nas pesquisas a respeito do ensino e aprendizagem do empreendedorismo, conforme levantamento realizado com base nos artigos apresentados nos EnANPADs entre 2001 e 2012, os pesquisadores têm focalizado seus esforços nos aspectos relacionados ao ensino, ou seja, análises sobre o projeto pedagógico, críticas e propostas focadas na grade curricular, avaliações sobre as técnicas utilizadas pelos professores, estudos de caso de experiências desenvolvidas em determinada instituição de ensino (GARAY; DUHÁ, 2004; RAMOS; FERREIRA, 2004; SOUZA *et al.*, 2004; ANTONELLO; DUTRA, 2005; MARTENS; FREITAS, 2006; SARAIVA; SOUZA, 2009; ROCHA; BACCHI, 2010).

As pesquisas realizadas no contexto universitário, ou seja, nos trabalhos de conclusão de curso – TCCs, os projetos de iniciação científica e até mesmo uma investigação desenvolvida no âmbito de uma disciplina podem contemplar assuntos que se relacionem ao empreendedorismo. As atividades de extensão, desenvolvidas no âmbito das incubadoras de empresas, empresas juniores, diretórios e centros acadêmicos, atléticas e outras organizações estudantis, são alternativas relevantes para que

os estudantes coloquem em prática seus conhecimentos e exercitem o empreendedorismo. Além disso, palestras, eventos, workshops, oficinas, cursos de curta duração, entre outras, são atividades relacionadas à extensão universitária e favorecem a constituição de um ambiente mais propício ao empreendedorismo. Para efeitos desta pesquisa, adotou-se a nomenclatura “ambiente empreendedor” para conceituar os diferentes espaços no ensino, na pesquisa e na extensão que o universitário tem à sua disposição numa instituição de ensino superior.

ANTECEDENTES DO POTENCIAL EMPREENDEDOR DO ESTUDANTE UNIVERSITÁRIO

A trajetória dos estudantes até a sua chegada à universidade inclui, pelo menos, doze anos de estudos, considerando-se apenas os ensinos fundamental e médio. Além do ambiente escolar, cada aluno vivenciou no âmbito familiar diversas experiências pessoais relevantes no sentido da sua construção enquanto pessoa, estudante, cidadão e até mesmo em questões profissionais. A convivência com amigos, as experiências em diferentes ambientes, tais como igreja, clube, movimentos estudantis, políticos e sociais, trabalhos voluntários em ONGs, centros cívicos, entre outras atividades, fizeram-se presentes, em maior ou menor grau, na história dos estudantes. Ou seja, os alunos chegam ao ensino superior com uma carga de experiências que não pode ser negligenciado, na medida em que isso, provavelmente, pode influenciar no potencial empreendedor dos discentes. Apesar disso, as investigações a respeito disso são pouco frequentes e, portanto, é possível que exista uma lacuna a ser trabalhada pelos pesquisadores.

Algumas evidências reforçam a linha de raciocínio de que a história pregressa do estudante universitário é relevante no sentido de compreender seu potencial empreendedor. Em pesquisa realizada por Souza Neto *et al.* (2007, p.1), cujo foco era o ensino do empreendedorismo numa determinada instituição de ensino superior, observou-se que: “[...] só despertou o desejo de empreender em quem já tinha condições sociais e culturais favoráveis”. Ou seja, parece haver um indício de que os efeitos do ensino do empreendedorismo se diferenciam em função das condições

e experiências anteriores dos universitários pesquisados. Nesse mesmo sentido, Ferreira e Mattos (2004) constataram que os alunos se lembravam espontaneamente das vivências em empreendimento familiar e, ao mesmo tempo, as experiências empreendedoras são “práticas” não escolares. Assim, a aprendizagem empreendedora não se reduz ao ambiente escolar e ao ensino formal e, ao mesmo tempo, as experiências extraescolar e familiar constituem-se, possivelmente, em práticas relevantes no sentido de se compreender o potencial e o perfil empreendedor do estudante.

A argumentação de Ferreira e Mattos (2004, p. 13) corrobora com a ideia de que o potencial e perfil empreendedor do estudante são influenciados por fatores que vão além do ambiente acadêmico:

[...] análise dos depoimentos mostra que, para se entender a formação empreendedora, tão importante quanto às próprias práticas da escola, é o contexto histórico-social em que está inserido o jovem e a cultura que o cerca, em nível familiar, ou de outros grupos sociais mais próximos (FERREIRA; MATTOS, 2004, p. 13).

Um dos fatores mais importantes para o desenvolvimento do indivíduo empreendedor é a sua rede de relacionamento. De acordo com Dolabela (1999), o indivíduo que possui em seu convívio pessoas empreendedoras tem maior possibilidade de também se tornar empreendedor, principalmente se estas pessoas fizerem parte do seu nível primário de relação.

No contexto familiar, especificamente quanto ao papel materno no sentido de criar um ambiente de autoconfiança, de tolerância aos erros e riscos e de crescente independência baseada em práticas simples como apoiar o filho em suas primeiras ideias e iniciativas parece ser algo a ser considerado quando se avalia o potencial empreendedor de um aluno. Em 2003, a Babson School lançou um DVD (*Lemonade Stories*) com a história de oito empreendedores que alcançaram sucesso em suas atividades, em diversas áreas e com diferentes perfis, mas que tinham um ponto em comum entre eles: o apoio total e irrestrito das mães às ideias dos empreendedores desde a mais tenra idade. Outra referência a respeito do papel materno foi publicada no livro “Motivação e Emoção”, escrito por Murrauy em 1973. Este autor constatou que as mães com baixa motivação eram mais severas e não

encorajavam a autoconfiança, fazendo com que os meninos permanecessem mais dependentes da família; em contrapartida as mães mais motivadas e menos severas e, além disso, encorajadoras da autoconfiança em seus filhos possibilitavam uma convivência mais independente (MURRAUY, 1973).

Assim, parece haver uma correlação entre o apoio materno e a construção de um potencial empreendedor nas crianças e jovens. Dado que os empreendedores são pessoas mais independentes e motivadas para a realização devido ao seu alto grau de autoconfiança. Além disso, a rede de relacionamento com empreendedores, especialmente se os mesmos forem parentes em primeiro grau, parece indicar o potencial empreendedor do estudante. Finalmente, experiências além dos muros escolares, especialmente para os mais jovens e que se dedicaram boa parte do seu tempo aos estudos, parecem ser relevantes para compreender o potencial empreendedor do aluno. Trabalhos voluntários, desenvolver um projeto numa igreja ou no movimento escoteiro, participar do centro cívico ou movimento sociais e políticos, por exemplo, podem indicar que o jovem tenha um grau mais elevado de iniciativa, liderança e capacidade de realização.

Em suma, o estudante que chega às universidades não é um “papel em branco”, sem conteúdo. Pelo contrário, ele traz consigo uma história pessoal que inclui suas convivências em diferentes redes, distintos ambientes sociais e culturais, experiências familiares e pessoais que podem indicar, entre outros, o seu potencial empreendedor.

PERFIL EMPREENDEDOR DO ESTUDANTE UNIVERSITÁRIO

Há uma extensa literatura a respeito das características comportamentais dos empreendedores. Um dos principais trabalhos realizados envolvendo essas características foi desenvolvido num clássico trabalho de McClelland (1961), o qual estabeleceu relações entre a motivação empreendedora e a necessidade de realização determinando as motivações que fazem uma pessoa agir de maneira empreendedora.

Com base no estudo seminal de McClelland (1961) desenvolveu-se um instrumento para mensurar o perfil empreendedor tomando como

base uma multiplicidade de fatores relacionados a esse tipo de atividade. Tal instrumento contempla dez características de comportamento empreendedor identificadas em empresários bem sucedidos em diferentes países. O SEBRAE tem utilizado esse instrumento em treinamentos e consultorias e o batizou com o nome de EMPRETEC/MSI.

Além do clássico trabalho de McClelland (1961), alguns pesquisadores brasileiros têm trabalhado em instrumentos congêneres. Analisando-se teses, dissertações e artigos acadêmicos a respeito do perfil empreendedor do estudante, existe uma gama de possibilidades para investigar tal assunto. Em trabalhos mais extensos, encontraram-se estudos com mais de cinquenta indicadores, um deles ultrapassando os cem indicadores – na tese de doutorado de Paulo da Cruz Freire dos Santos sobre “Uma Escala para Identificar o Potencial Empreendedor”, defendida em 2008 na Universidade Federal de Santa Catarina. Para efeitos desta pesquisa, combinaram-se duas pesquisas sobre o perfil empreendedor e que foram desenvolvidas por Hecke (2011) e pelos autores Bohnenberger, Schmidt e Freitas (2007), por terem sido testadas e validadas (Quadro 1).

Quadro 1 Indicadores do perfil empreendedor

Perfil Empreendedor - Indicadores	
Necessidade de Realização	Auto-eficaz
Inovador	Liderança e Persuasão
Detecta Oportunidades	Persistência
Sociável e Rede de Contatos	Planejador
Autoconfiança	Assume Riscos Calculados

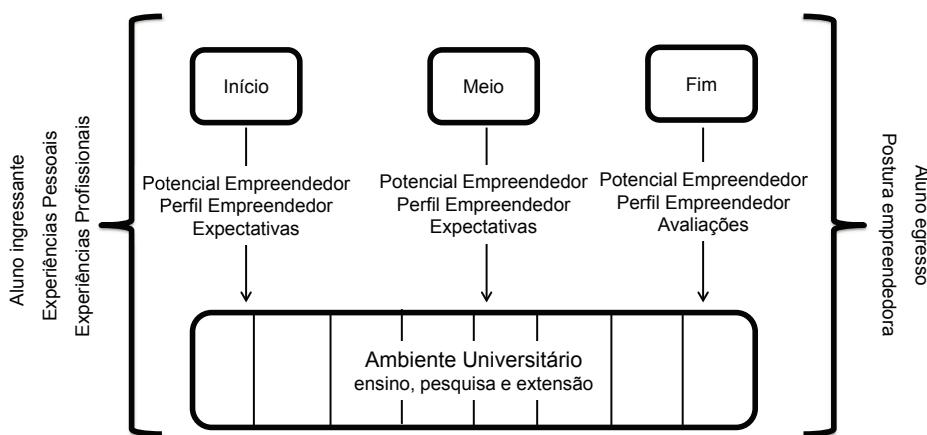
Fonte: Adaptado de Hecke (2011) e Bohnenberger, Schmidt e Freitas (2007).

Os autores trabalharam no sentido de obter um conjunto de indicadores que fosse ao mesmo tempo relevante e sintético, de tal forma que o número de questões mantivesse numa quantidade razoável, tendo em vista o público investigado, no caso os universitários.

MODELO CONCEITUAL DE PESQUISA

O modelo de pesquisa contempla: as experiências pessoais e profissionais do aluno antes de ingressar no curso; a mensuração do potencial e perfil empreendedor do aluno em três momentos distintos do curso; as expectativas em termos empreendedores em relação ao curso dos alunos que estão no início e no meio do curso; as avaliações das contribuições do ambiente universitário dos alunos que estão no final do curso. A Figura 1 apresenta o modelo de pesquisa, que será detalhado nos procedimentos metodológicos.

Figura 1 Modelo Conceitual de Pesquisa



A seguir, apresentam-se os indicadores utilizados, iniciando-se pelo conjunto utilizado para avaliar o potencial empreendedor do aluno (Quadro 2).

Quadro 2 Indicadores do potencial empreendedor

Potencial Empreendedor – Indicadores	Explicação dos Indicadores	Referências
Atividades anteriores ao período Universitário	Quanto maior e mais diversificado o conjunto de atividades realizadas, maior o potencial empreendedor do estudante.	Existe uma ausência na literatura consultada; constitui-se, talvez, numa lacuna. Considera-se um indicador relevante para compreender o potencial empreendedor, na medida em que se trata de experiências e iniciativas concretas dos jovens anteriores ao período universitário.
Parentes de primeiro grau com negócio próprio	A existência de parentes de primeiro grau com negócio próprio e sua proximidade com o estudante indicam um ambiente familiar mais propício do desenvolvimento do potencial empreendedor	MATTHEWS; MOSER (1996) SCHERER; ADAMS (1988)
Papel da mãe	Quanto maior o nível do apoio oferecido pela mãe ao estudante ao longo de sua vida influencia na sua autoconfiança; tal aspecto tende a favorecer o potencial empreendedor do estudante.	Lemonade Stories (2003) MURRAU (1973)

Para analisar o perfil empreendedor do estudante de Administração, utilizaram-se os indicadores apresentados no Quadro 3.

Quadro 3 Indicadores do perfil empreendedor

Perfil Empreendedor – Indicadores	Explicação dos Indicadores
Ser um empreendedor implicaria grande satisfação para mim – Necessidade de Realização e Inovador	Ser empreendedor é uma opção. Quanto maior a satisfação do estudante em ser empreendedor, aumenta-se a tendência para que o aluno seja empreendedor
Creio que tenho uma boa habilidade em detectar oportunidades de negócio no mercado – Detecta Oportunidades	O fato de o aluno ter facilidade em detectar oportunidades de negócio as chances para que se torne empreendedor são maiores
Conheço várias pessoas que me poderiam auxiliar profissionalmente, caso eu precisasse – Sociável e Rede de Contatos	Quanto maior e melhor for a rede de contatos profissionais indicam que o estudante possui melhores chances para empreender com apoio das pessoas com as quais mantém contato

Perfil Empreendedor – Indicadores	Explicação dos Indicadores
Iniciar uma empresa e mantê-la funcionando seria fácil para mim – Auto-eficaz e Autoconfiança	A autoconfiança para iniciar um negócio e possuir os conhecimentos práticos para abrir e gerir uma empresa indicam que o estudante tem mais chances para empreender
Eu conheço os detalhes práticos necessários para criar uma empresa – Auto-eficaz e Autoconfiança	A autoconfiança para iniciar um negócio e possuir os conhecimentos práticos para abrir e gerir uma empresa indicam que o estudante tem mais chances para empreender
Nas atividades que executo, normalmente influencio a opinião de outras pessoas a respeito de um determinado assunto – Liderança e Persuasão	A capacidade de liderança, praticada por meio da persuasão e influência sobre as pessoas, é um dos indicadores de que a pessoa tem melhores possibilidades para empreender
Frequentemente as pessoas pedem minha opinião sobre os assuntos de trabalho – Liderança e Persuasão	A capacidade de liderança, praticada por meio da persuasão e influência sobre as pessoas, é um dos indicadores de que a pessoa tem melhores possibilidades para empreender
Profissionalmente, me considero uma pessoa muito mais persistente que as demais – Persistência	Persistir diante dos problemas e desafios profissionais indica que o estudante possui mais condições para empreender
No meu trabalho e/ou estudo, sempre planejo muito bem tudo o que faço – Planejador	As limitações diversas (tempo, recursos, acesso às pessoas, entre outras) impõem a necessidade de planejamento. Quanto mais o estudante planeja suas atividades, melhores são as suas chances de empreender
Eu assumiria uma dívida de longo prazo, acreditando nas vantagens que uma oportunidade de negócio me traria – Assume Riscos Calculados	Empreender envolve riscos e quanto maior for o interesse em assumi-los tende-se a indicar um perfil mais empreendedor
Relaciono-me muito facilmente com outras pessoas – Sociável	O grau de facilidade em se relacionar com as pessoas é um elemento que aumentam as chances para empreender
Tenho a firme intenção em criar uma empresa em breve – Necessidade de Realização e Auto-eficaz	O fato de o aluno querer concretizar suas ideias indica que ele possui um conceito positivo de eficácia sobre si próprio e de que busca concretizar seus planos e quanto maior for a intenção em abrir uma empresa, mais empreendedor é o estudante

Fonte: Adaptado com base em Hecke (2011) e Bohnenberger, Schmidt e Freitas (2007).

Com o intuito de compreender as expectativas dos alunos ingressantes sobre o papel da instituição em relação ao empreendedorismo foram utilizados os indicadores apresentados no Quadro 4.

Quadro 4 Indicadores da expectativa em relação ao empreendedorismo

Expectativas sobre a Instituição – Indicadores (início do curso)	Explicação dos Indicadores
A. Espero que o curso me auxilie a empreender	Pretendeu-se analisar o nível de expectativa dos alunos com relação às matérias da grade curricular do curso de Administração os ajudem a empreender. Esse indicador refere-se, principalmente, aos aspectos relacionados ao ensino
B. Espero que o ambiente da faculdade (eventos, contatos, palestras, atividades curriculares e extracurriculares) seja favorável ao empreendedorismo	Além da sala de aula, outras atividades são realizadas no ambiente da instituição. Assim, buscou-se analisar, com base na visão dos alunos, sobre o ambiente universitário em relação ao empreendedorismo. Tal indicador refere-se às atividades de pesquisa (iniciação científica, principalmente) e extensão
C. Pretendo participar de atividades extracurriculares oferecidas pela instituição (Diretório Acadêmico, Empresa Júnior, etc.)	As organizações estudantis possibilitam o exercício do empreendedorismo no contexto da instituição. Buscou-se compreender as expectativas dos alunos em participarem dessas atividades. Esse indicador refere-se, principalmente, às atividades de extensão

Com o objetivo de obter uma avaliação dos alunos que estão no meio do curso sobre o papel da instituição em relação ao empreendedorismo, foram utilizados os indicadores apresentados no Quadro 5.

Quadro 5 Indicadores da avaliação da instituição em relação ao empreendedorismo – meio do curso

Avaliação Parcial da Instituição – Indicadores (meio do curso)	Explicação dos Indicadores
A. O curso está me auxiliando a empreender	Os alunos do 4º e 5º semestres do curso de Administração foram convidados para avaliarem o quanto o curso, até o momento, o ajudava a empreender
B. Até o momento, o ambiente da faculdade (eventos, contatos, palestras, atividades curriculares e extracurriculares) está sendo favorável ao empreendedorismo	Da mesma forma, esses alunos fizeram sua avaliação sobre o ambiente da faculdade

Avaliação Parcial da Instituição – Indicadores (meio do curso)	Explicação dos Indicadores
C. Participo ou pretendo participar de atividades extracurriculares oferecidas pela instituição (Diretório Acadêmico, Empresa Júnior, etc.)	Ter participado ou pretender participar das atividades em organizações estudantis foram incluídas na pesquisa, pois esse indicador é relevante no sentido de compreender o quanto os alunos têm aproveitado as oportunidades existentes

Finalmente, para obter uma avaliação dos alunos concluintes sobre o ambiente empreendedor da instituição de ensino, foram utilizados os indicadores apresentados no Quadro 6.

Quadro 6 Indicadores da avaliação do ambiente empreendedor da instituição – fim do curso

Avaliação Final da Instituição – Indicadores (fim do curso)	Explicação dos Indicadores
A. O curso me forneceu suporte para empreender	Os alunos do 7º e 8º semestres avaliaram o quanto o curso de Administração propiciou apoio no sentido de favorecer o empreendedorismo
B. O ambiente da faculdade (eventos, contatos, palestras, atividades curriculares e extracurriculares) foi favorável ao empreendedorismo	Da mesma forma, esses alunos realizaram uma avaliação sobre o ambiente da faculdade
C. Durante o curso de graduação você participou de alguma atividade extracurricular oferecida pela instituição	Buscou-se avaliar o grau de adesão dos alunos às atividades promovidas pelas organizações estudantis

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa caracteriza-se por ser hipotética dedutiva, de caráter descritivo, sendo conduzida por técnicas quantitativas de investigação (LAKATOS; MARCONI, 2010).

Para efeitos de viabilidade, dentre o universo de estudantes de Administração de uma instituição de ensino particular, foram escolhidos uma parcela deles para o levantamento de informações. De um total de 749 alunos pertencentes aos semestres escolhidos para participar da pesquisa, obteve-se 166 respondentes, o que corresponde a 22,16% do total.

Para Richardson (2008), o tamanho de uma amostra deve alcançar determinadas proporções mínimas, estabelecidas estatisticamente, e depende dos seguintes fatores: amplitude do universo; nível de confiança estabelecido; erro de estimativa permitido; proporção da característica pesquisada no universo.

No presente estudo, o universo da amostra caracteriza-se como finito (pois não ultrapassa 100.000 pessoas) e o nível de confiança estabelecido foi de 95%, para trabalhar com maior segurança de que qualquer resultado obtido seja válido para o universo. O erro de estimativa permitido foi de 6%, pois nas ciências sociais não se aceita um erro maior que 6% (RICHARDSON, 2008). A proporção de estudantes que pretendem empreender no futuro é de aproximadamente 64,8% (MELHADO; MILLER, 2012). A Fórmula a seguir foi aplicada de acordo com os dados apresentados.

$$n = \frac{N \cdot \sigma^2 \cdot p \cdot q}{e^2 (N-1) + \sigma^2 \cdot p \cdot q}$$

Onde:

n = número de elementos da amostra

N = número de elementos da população

σ^2 = Nível de confiança escolhido

p = proporção das características pesquisadas no universo, calculada em percentual

q = proporção do universo que não possui a característica pesquisada

e₂ = erro de estimativa permitido

O dimensionamento amostral calculado foi de aproximadamente 140 alunos a serem entrevistados; dessa forma, a amostra de 166 respostas obtidas foi considerada adequada.

A instituição de ensino escolhida tem se destacado no ensino de empreendedorismo e recebeu em 2012 o Prêmio Educação Empreendedora Brasil, na categoria compromisso. O prêmio é uma iniciativa da Endeavor e do SEBRAE que objetiva identificar, valorizar e divulgar compromissos de instituições de ensino e professores na área de educação empreendedora. Outro ponto relevante é que no manual do curso, uma das características destacadas no perfil desejado do egresso é a postura empreendedora do aluno.

Os desafios apresentados anteriormente podem ser estruturados em três momentos do estudante universitário: a) No momento da sua entrada na faculdade; b) No meio do curso e, finalmente, c) Nos últimos semestres.

Os questionários foram elaborados online, por meio da plataforma do Google Drive. Cada questionário foi enviado para alunos de dois semestres do curso, sendo o primeiro para 1º e 2º semestres (Apêndice A), o segundo para 4º e 5º semestres (Apêndice B) e o último para 7º e 8º semestres (Apêndice C).

Ao ingressar no curso de Administração é esperado que os alunos tenham expectativas em relação à opção que fizeram. Neste contexto, e por se buscar compreender a contribuição institucional com relação ao empreendedorismo dos estudantes, é preciso saber: afinal, quem são os alunos do curso de Administração da instituição, especificamente com relação ao seu potencial empreendedor?

A hipótese, neste caso, é que os alunos que tenham experiências pessoais e profissionais que estimularam o perfil empreendedor serão alunos que melhor aproveitarão as oportunidades oferecidas pela instituição, tanto no ensino como na pesquisa e na extensão, especialmente aquelas relacionadas ao empreendedorismo. Em contrapartida, os alunos com o perfil inverso

terão mais dificuldades em reconhecer e participar das atividades no âmbito universitário. Portanto, os questionamentos a seguir mostram-se necessários: Quem são os alunos de Administração com perfil empreendedor? Quais influências anteriores ao curso tiveram que contribuíram para esse perfil?

Com o passar dos anos, espera-se que o aluno alcance mais maturidade acadêmica, pessoal e profissional. Entre os dois perfis de alunos (utilizados para efeitos da pesquisa em tela) – o que tem mais potencial empreendedor e o que não possui as experiências preegressas empreendedoras – as questões pertinentes são: Quais são as expectativas dos alunos do curso de Administração quanto ao ensino e à aprendizagem do empreendedorismo? Quais iniciativas (ensino, pesquisa e extensão) têm se mostrado mais efetivas para aperfeiçoamento e estímulo ao comportamento empreendedor?

Finalmente, nos últimos semestres do curso de Administração, pode-se avaliar e analisar o grau de contribuição do ensino, da pesquisa e da extensão desenvolvidos no âmbito da instituição no perfil empreendedor dos estudantes que estão prestes a concluir o ensino superior. As perguntas principais que guiarão a investigação são as seguintes: Qual a avaliação que os discentes fazem das diferentes disciplinas no perfil e no comportamento empreendedor? Assim como buscar compreender as eventuais falhas e oportunidades, sob o ponto de vista dos alunos do curso de Administração, para que o perfil e o comportamento empreendedor se disseminem e fortaleçam nos próximos anos.

HIPÓTESES DO ESTUDO

As hipóteses gerais do estudo são:

Hipótese 1: A instituição têm contribuído para o perfil empreendedor dos seus egressos.

Hipótese 2: O grau de contribuição para o perfil empreendedor está relacionado ao potencial empreendedor dos alunos (ou seja, quanto maior for o potencial empreendedor dos alunos, maior será a sua percepção das contribuições da instituição de ensino; sendo o inverso também verdadeiro).

ANÁLISE DOS RESULTADOS

Dos 166 questionários validados, 55% dos respondentes eram do sexo feminino e 45% do sexo masculino. A grande maioria dos alunos declara-se solteira (87%).

Anteriormente ao ingresso na faculdade, apenas 10% dos alunos ainda não realizou nenhuma atividade profissional, e 15% já tiveram o próprio negócio. Os demais alunos já trabalharam em empresas de terceiros, empresas familiares, trabalhos voluntários ou participaram de grupos religiosos em ações voluntárias.

Do total de entrevistados, 30% não tinha nenhum parente com negócio próprio; os demais possuíam pai, mãe ou outros parentes que já empreenderam. Na maioria das vezes, o empreendedor era o pai (34% do total).

Em relação ao apoio materno sobre estudos, planos profissionais e viagens, 41% dos alunos consideraram que a mãe sempre apoiou as ideias; 30% considerou que a mãe frequentemente apoiou as ideias, e apenas 2% considera que a mãe sempre foi contra as iniciativas.

Quando questionados em relação à satisfação de se tornar empreendedor, as respostas dos alunos que frequentavam o primeiro e o último ano do curso foram as mais positivas. Enquanto 71% dos alunos do início do curso e 72% dos alunos do final do curso teriam satisfação em se tornar empreendedor, apenas 64% dos alunos do meio do curso tem a mesma postura.

Nas questões relativas à habilidade em detectar oportunidades de negócios no mercado, networking profissional, conhecimentos e habilidades para iniciar e manter funcionando uma empresa e os conhecimentos sobre os detalhes práticos para abertura da empresa, no geral, as respostas indicam que quanto mais avançado o estágio do curso, maior é a capacidade e conhecimento relativos aos tópicos.

A maioria dos alunos considerou que as pessoas constantemente requisitam a opinião deles sobre assuntos de trabalho, e boa parte dos alunos (aproximadamente 70%), independente da fase do curso que se encontram, se consideraram mais persistentes que as demais colegas.

Quando questionados sobre sempre planejar muito bem tudo o que fazem, seja no trabalho ou no estudo, os números apresentados também mostram que a maioria dos entrevistados considera que realizam tudo com um planejamento prévio.

Em relação a assumir dívidas de longo prazo acreditando nas vantagens de uma oportunidade de negócio, os alunos do meio e do fim do curso apresentam uma predisposição maior para arriscar (Tabela 1).

Tabela 1 Endividaria

	Início	Meio	Fim
Concordo Totalmente	16%	30%	14%
Concordo	21%	27%	42%
Indiferente	28%	24%	15%
Discordo	35%	19%	20%
Discordo Totalmente	0%	0%	8%

Sobre a facilidade de relacionamento com outras pessoas, os números não oscilaram muito.

Em torno de 50% dos alunos, independente do período em que se encontram no curso, tem a intenção de abrir uma empresa em breve.

As respostas sobre a expectativa em relação ao curso, buscando compreender a contribuição institucional com relação ao empreendedorismo, mostram que os alunos do início do curso apresentam alto potencial empreendedor. Sendo que 86% deles esperam que o curso auxilie, 75% espera que o ambiente seja favorável ao empreendedorismo e 55% pretende participar de atividades extracurriculares oferecidas pela instituição.

Nos alunos que estão no meio do curso as expectativas tiveram uma leve redução, sendo que 68% espera que o curso auxilie, 54% que o ambiente seja favorável e 49% tem a intenção de participar de atividades extracurriculares.

A avaliação e análise do grau de contribuição do ensino, da pesquisa e da extensão desenvolvidos no âmbito da instituição no perfil empreendedor, mostrou que boa parte dos entrevistados concorda que o curso forneceu suporte para empreender (75%), e que o ambiente da faculdade foi favorável (62%); porém, poucos participaram de atividades extracurriculares oferecidas pela instituição (25%) (Tabela 2).

Tabela 2 Avaliação em relação ao curso – final do curso

	Concordo Totalmente	Concordo	Indiferente	Discordo	Discordo Totalmente
O curso me forneceu suporte para empreender.	21%	54%	19%	4%	2%
O ambiente da faculdade (eventos, contatos, palestras, atividades curriculares e extracurriculares) foi favorável ao empreendedorismo.	20%	42%	27%	8%	2%
Durante o curso de graduação você participou de alguma atividade extracurricular oferecida pela instituição?	Diretório Acadêmico 14%	Empresa Júnior 6%	Outra atividade 5%	Não 75%	

Para conseguir diferenciar o potencial e perfil empreendedor dos alunos nos três momentos do curso (início, meio e fim), foi estabelecida uma escala de pontuação para cada uma das respostas.

Em relação às atividades exercidas antes da faculdade, as pontuações foram as seguintes: quatro ou mais atividades = 4 pontos; três atividades = 3 pontos; duas atividades = 2 pontos; uma atividade = 1 ponto.

No que diz respeito aos parentes com negócio próprio, a pontuação foi a seguinte: não têm parentes de primeiro grau com negócio próprio = 0 pontos; pai ou mãe com negócio próprio = 3 pontos; pai e mãe com negócio próprio = 4 pontos; outro parente com negócio próprio = 2 pontos.

Sobre a postura que a mãe assumia quando o aluno apresentava novas ideias em relação ao estudo, planos profissionais ou viagens, as respostas pontuaram da seguinte forma: a mãe nunca apoiou as ideias = 0 pontos; a mãe raramente apoiou as ideias = 1 ponto; a mãe apoiava de vez em quando = 2 pontos; a mãe apoiava frequentemente = 3 pontos; a mãe sempre apoiou as ideias = 4 pontos.

Nas demais questões, que eram afirmativas que variavam de discordo plenamente até concordo plenamente, em uma escala de 1 a 7, as pontuações variavam de -3 (para discordo plenamente) até +3 (concordo plenamente).

Depois de atribuir as pontuações, os alunos foram classificados de acordo com o potencial e perfil empreendedor. As notas foram padronizadas,

podendo variar entre -10 e +10.

Nos alunos do início do curso (1º e 2º semestres), os alunos com alto potencial empreendedor foram os que apresentaram maior perfil empreendedor e tiveram maior expectativa em relação ao curso, conforme Tabela 3.

Tabela 3 Análise dos alunos do início do curso

Potencial Empreendedor	Perfil Empreendedor	Expectativa
Alto	7,5	6,3
Médio	5,8	3,2
Baixo	2,4	-1,4
		0,7

Os alunos do meio do curso (4º e 5º semestres) apresentaram potencial e perfil levemente superior aos do início do curso, e expectativa um pouco abaixo. Novamente, os alunos com alto potencial empreendedor foram os que apresentaram maior perfil empreendedor e tiveram maior expectativa em relação ao curso (Tabela 4).

Tabela 4 Análise dos alunos do meio do curso

Potencial Empreendedor	Perfil Empreendedor	Avaliação Parcial
Alto	7,3	6,9
Médio	5,7	3,5
Baixo	3,4	0,1
		-0,7

As análises do final do curso (7º e 8º semestres) são semelhantes. Os alunos com mais potencial apresentaram um perfil mais empreendedor. A avaliação do ambiente universitário dos alunos com mais potencial e perfil foi bem superior à avaliação dos alunos com potencial e perfil médio e baixo (Tabela 5).

Tabela 5 Análise dos alunos do final do curso

Potencial Empreendedor	Perfil Empreendedor	Avaliação Final
Alto	7,2	7,7
Médio	6,2	3,8
Baixo	4,5	-0,5
		1,0

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa buscou investigar e analisar o potencial e perfil empreendedor dos estudantes de Administração de uma instituição de ensino superior privada de São Paulo e a avaliação do corpo discente sobre o ambiente universitário. Para uma análise mais detalhada, os alunos foram divididos em três grupos: os que estão no início (1º e 2º semestres do curso), os que estão no meio (4º e 5º semestres) e, finalmente, os que estão no final (7º e 8º semestres). Além disso, adotou-se uma separação entre o potencial (experiências anteriores à faculdade, a existência de parentes de primeiro grau com negócio próprio e o papel materno) e o perfil empreendedor. Finalmente, os alunos foram convidados a responder três questões acerca do ambiente universitário, sendo que os alunos do início apresentaram suas expectativas, os alunos do meio do curso fizeram uma avaliação parcial e os alunos formandos realizaram a avaliação final.

Retomando-se as questões de pesquisa, ou seja, (i) quem são os alunos e quais potenciais eles possuem para o empreendedorismo?; (ii) qual é a avaliação dos estudantes sobre ambiente universitário, especificamente quanto às iniciativas e oportunidades relacionadas ao empreendedorismo? e, finalmente, (iii) como os alunos, com diferentes perfis e em suas diferentes fases no curso de Administração, avaliam o ambiente universitário?

Em relação à primeira pergunta, foi possível constatar que os alunos são heterogêneos em relação ao empreendedorismo, ou seja, existe um grupo cujo potencial empreendedor é mais elevado, um segundo grupo com um médio potencial e o terceiro com menor potencial empreendedor, tendo em vista os três indicadores utilizados. O potencial empreendedor nos três grupos analisados (início, meio e fim do curso) se apresentou num patamar de homogeneidade, correspondendo ao esperado, pois a instituição de ensino tem atraído, provavelmente, um perfil semelhante de alunos. Por outro lado, o potencial empreendedor verificado ficou acima do esperado em relação às expectativas iniciais dos pesquisadores e isso indica que a instituição tem um conjunto de estudantes com alto potencial para empreender e poder ampliar e fortalecer suas ações de ensino, pesquisa e extensão.

Um argumento frequente é o de que as instituições de ensino devem estimular o empreendedorismo entre os alunos. Contudo, poucos estudos buscaram entender quem são os alunos. Além disso, existe uma premissa implícita: os alunos não são empreendedores. Ou seja, a possibilidade de que o estudante já seja empreendedor é ignorada por diversas instituições de ensino. Por outro lado, os alunos que não querem empreender, por qualquer motivo, não podem ser ignorados. Em torno de 25% dos alunos tem baixo potencial empreendedor e não tem a intenção de empreender. Por outro lado, os resultados da pesquisa mostraram que em torno de 15% dos alunos já empreenderam negócios antes de se tornarem universitários. As implicações para a instituição de ensino baseada nessas constatações são: o empreendedorismo não pode ser visto como algo necessário e útil a todos os alunos; uma possível revisão da grade curricular e melhoria das disciplinas devem contemplar uma educação empreendedora, mas com parcimônia. A instituição de ensino não precisa estimular os estudantes que já são empreendedores – ao contrário disso, pode utilizar esses estudantes para compartilharem suas experiências com seus colegas; caso contrário, estarão subutilizando um potencial pré-existente.

Os estudantes avaliaram positivamente o ambiente universitário da instituição de ensino pesquisada, indicando que houve uma satisfação (parcial e final, respectivamente para alunos do meio e do fim do curso) a respeito do que foi realizado nos âmbitos do ensino, pesquisa e extensão. Os alunos ingressantes, por sua vez, apresentaram um alto nível de expectativa sobre o ambiente universitário. Isso parece indicar que a instituição, apesar de oferecer boas alternativas para os alunos empreenderem, deverá ampliar e aperfeiçoar as atuais práticas.

Ademais, a pesquisa indicou que os alunos com potencial e perfil empreendedor são os que avaliaram de maneira positiva o ambiente universitário; ao contrário disso, os alunos com baixo potencial e perfil empreendedor atribuíram uma nota baixa para o ambiente universitário. Esse resultado correspondeu às expectativas dos pesquisadores, e tende a reforçar a ideia de que a instituição de ensino não pode adotar uma única estratégia de ensino, pesquisa e extensão, pois os interesses e necessidades

dos discentes captadas nesta pesquisa mostraram que os alunos com baixo potencial e perfil empreendedor não estão abertos a aprenderem assuntos relacionados ao empreendedorismo. Ou seja, é muito provável que ainda que houvesse as melhores alternativas para estimular e concretizar o empreendedorismo, esses alunos continuariam a avaliar negativamente o ambiente universitário. O desafio para as instituições de ensino é propiciar um ambiente universitário plural e flexível, tanto quanto possível.

Como limitações da pesquisa, apontam-se o seguinte: a ferramenta foi utilizada numa única instituição de ensino e seus resultados obtidos limitam-se a ela; o potencial empreendedor precisa ser aperfeiçoado, incluindo-se novos indicadores e melhorando os já apresentados; o mesmo pode ser dito para os indicadores sobre o ambiente universitário; os alunos do meio do curso pouco contribuíram para as análises mais relevantes e, portanto, em estudos futuros é provável a sua exclusão, mantendo-se os alunos do início e final do curso. Em pesquisas futuras, acredita-se que seja interessante realizar entrevistas em profundidade com os alunos, de tal forma a obter informações mais detalhadas.

A despeito das limitações, acredita-se que a ferramenta para avaliar o potencial e perfil empreendedor dos alunos e a avaliação do ambiente universitário cumpriu o seu papel e pode contribuir para que outras instituições de ensino reflitam suas práticas relacionadas ao empreendedorismo. Em específico, os pesquisadores buscaram colaborar com reflexões que fossem complementares aos estudos realizados no Brasil, principalmente ao destacar a relevância em se mensurar o potencial empreendedor e buscar análises que incluam, simultaneamente, o ensino, a pesquisa e a extensão.

REFERÊNCIAS

- ANTONELLO, C. S.; DUTRA, M. L. S. Projeto Pedagógico: Uma Proposta Para o Desenvolvimento de Competências de Alunos do Curso de Administração, com Foco no Empreendedorismo. In: EnAnpad, XXIX., 2005. Brasília/DF. Anais... Brasília/DF: Anpad, 2005.
- ARJONILLA DOMÍNGUEZ, S. J. Capacidades dinámicas y estrategias de creación de valor en empresas nuevas en entornos altamente complejos. Tese – Departamento de Organización de Empresas, Universidad de Cádiz, Cádiz, 2003.
- BARON, R. A. Psychological perspectives on entrepreneurship: cognitive and social factors in entrepreneurs' success. Current Directions in Psychological Science, v. 9, n. 1, p. 15-18, 2000.
- BATISTA, C. H. Estudo Comparativo do Desenvolvimento das Características Comportamentais Empreendedoras dos Alunos da Disciplina de Empreendedorismo Durante o Primeiro Semestre Letivo de 2004 nos Cursos de Administração e Turismo & Lazer da FURB. Dissertação de Mestrado em Administração do Centro de Ciências Sociais Aplicadas da FURB. Blumenau/SC, 2004.
- BAUM, J. R.; LOCKE, E. A.; SMITH, K. G. A multidimensional model of venture growth. Academy of Management Journal, v. 44, n.2, p. 292-303, 2001.
- BOHNENBERGER, M. C.; SCHMIDT, S.; FREITAS, E. C. A Influência da Família na Formação Empreendedora. In: EnAnpad, XXXI., 2007. Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro: Anpad, 2007.
- CARLAND, J. W.; CARLAND, J. A.; HOY, F. S. Who is an Entrepreneur? is a question worth asking? American Journal of Small Business, v. 15, n.3, p.33-39, 1998.
- CHELL, E. The Entrepreneurial Personality: A Social Construction. The Psychology Press/Routledge, Londres, 2008.
- CORREIA SANTOS, S.; CURRAL, L.; CAETANO, A. Cognitive maps in early entrepreneurship stages: from motivation to implementation. International Journal of Entrepreneurship and Innovation, v. 11, n.1, p. 29-44, 2010.
- CORREIA SANTOS, S.; CAETANO, A.; CURRAL, L. Atitudes dos Estudantes Universitários face ao Empreendedorismo. Como Identificar o Potencial Empreendedor? Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão, v.9, n.4, p. 2-14, 2010.
- DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 3.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- FERREIRA, P. G. G.; MATTOS, P. L. C. L. Empreendedorismo e Práticas Didáticas nos Cursos de Graduação em Administração: os Estudantes Levantam o Problema. In: EnAnpad, XXVIII., 2004. Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro: Anpad, 2004.
- FILLION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. Revista de Administração de Empresas, v. 34, n.2, p.5-28, 1999a.

- FILLION, L. J. Diferenças entre sistemas gerenciais de empreendedores e operadores de pequenos negócios. *Revista de Administração de Empresas*, v. 39, n4, p. 6-20, 1999b.
- FRANCO, M.; HAASE, J.; LAUTENSCHLAGER, A. Students' entrepreneurial intentions: An inter-regional comparison. *Education and Training*, v. 52, n.4, p. 260-275, 2010.
- GARAY, A. B. S.; DUHÁ, A. H. Um Programa de Desenvolvimento de Competências com base na Avaliação do Perfil do Aluno e seu Acompanhamento ao Longo do Curso: O Caso dos Alunos que Buscam Formação em Administração – Foco em Empreendedorismo e Sucessão. In: EnAnpad, XXVIII., 2004. Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro: Anpad, 2004.
- GEM – Global Entrepreneurship Monitor. Empreendedorismo no Brasil: 2011. Coordenação de Silmara Maria de Souza Silveira Greco; Autores: Tales Andreassi *et al.* Curitiba: IBQP, 2011.
- GREATTI, L.; GRALIK, E.; VIEIRA, F. G. D.; SELA, V. M.. Aprendizagem em Empreendedorismo dos Acadêmicos do Curso de Administração de uma Universidade Estadual no Sul do Brasil. In: EnAnpad, XXXIV., 2010. Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro: Anpad, 2010.
- HAYTON, J. C.; GEORGE, G.; ZAHRA, S. A. National culture and entrepreneurship: a review of behavioral research. *Entrepreneurship Theory & Practice*, v. 26, n.4, p.33-39, 2002.
- HECKE, A. P. A Intenção Empreendedora dos Alunos Concluintes dos cursos de Graduação em Administração e Ciências Contábeis das Instituições de Ensino de Curitiba-PR. Dissertação apresentada no Programa de Mestrado em Contabilidade, do setor de Ciências Sociais Aplicadas da UFPR, 2011.
- KRISTIANSEN, S.; INDARTI, N. Entrepreneurial intention among Indonesian and Norwegian students. *Journal of Enterprising Culture*, v. 12, n.1, p.55-78, 2004.
- LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. Fundamentos de Metodologia Científica. 7.ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- Lemonade Stories: inspiring entrepreneurs and the mothers who made them. Direção: Mary Mazzio. Massachusetts: Babson School and 50 Eggs, 2003.
- LEZANA, Á. G. R.; TONELLI, A. O comportamento do empreendedor. In: DE MORI, F. (Org.). Empreender: identificando, avaliando e planejando um novo negócio. Florianópolis: ENE, 2004.
- LIMA, E.; LOPES, R. M. A.; NASSIF, V.; SILVA, D. Intenções e Atividades Empreendedoras dos Estudantes Universitários – Relatório do Estudo GUESSS Brasil 2011. Grupo APOE – Grupo de Estudo sobre Administração de Pequenas Organizações e Empreendedorismo, PMDA-UNINOVE. Caderno de pesquisa, n. 2011-01. São Paulo: UNINOVE, 2011.
- LOPES, R. M. A.; MELLO, A. A. A. Referenciais para Refletir sobre a Educação

Empreendedora nas IES Brasileiras. AMATUCCI, M. *et al.* (Org.). *Anais do II Congresso de Administração da ESPM*. Rio de Janeiro, 2005.

LORRAIN, J.; LAFERTÉ, S. Support needs of the young entrepreneur. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, v. 19, n.1, p.37-48, 2006.

MACIL, A. S. O Princípio da Indissociabilidade entre Ensino, Pesquisa e Extensão: um Balanço do Período 1988-2008. Tese de Doutorado. Universidade Metodista de Piracicaba – Faculdade de Ciências Humanas – Programa de Pós-Graduação em Educação, 2010.

MARTENS, C. D. P.; FREITAS, H. A Influência do Ensino de Empreendedorismo nas Intenções de Direcionamento Profissional dos Estudantes de Curso Superior: uma Avaliação a partir da Percepção dos Alunos. *Simpósio da Gestão da Inovação Tecnológica*, XXIV, 2006. Gramado/R.S. Anais... Gramado/R.S: Anpad, 2006.

MATTHEWS, C. H.; MOSER, S. B. A longitudinal Investigation of the impact of family background and gender on interest in small firm ownership. *Journal of Small Business Management*, v. 34, n.1, p. 221-244, 1996.

MCCLELLAND, D. C. *The Achieving Society*. Princeton: Van Nostrand, 1961.

MELHADO, J. P.; MILLER, A. *Empreendedorismo nas Universidades Brasileiras* 2012. Endeavor Brasil, 2012.

MURRAY, H. J. *Motivação e emoção*. Rio de Janeiro: Zahar, 1973.

NECK, H. M.; GREENE, P. G. *Entrepreneurship Education: Known Worlds and New Frontiers*. *Journal of Small Business Management*, v. 49, n.1, p.55-70, 2011.

PAIVA JÚNIOR, F. G.; ALMEIDA, L. F. L.; OLIVEIRA, M. A. F. Perspectivas para a Formação Orientada para o Empreendedorismo: Uma Experiência Dialógica de Ensino no Curso de Graduação em Administração. In: EnEPQ, 1., 2007. Recife. Anais... Recife: Anpad, 2007.

RAMOS, S. C.; FERREIRA, J. M. Levantamento das Práticas e Conteúdos do Ensino de Empreendedorismo nos Cursos de Graduação em Administração na Cidade de Curitiba – Pr. In: EnAnpad, XXVIII., 2004. Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro: Anpad, 2004.

ROCHA, E. L. C.; BACCHI, G. A. Ensino de Empreendedorismo nos Cursos de Graduação em Administração na Cidade de Fortaleza: Um Estudo Comparativo dos Conteúdos e Instrumentos Pedagógicos. In: EnAnpad, XXXIV., 2010. Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro: Anpad, 2010.

SANTOS, P. C. F. Uma Escala para Identificar Potencial Empreendedor. Tese de Doutorado. Universidade Federal de Santa Catarina, Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, 2008.

SANTOS, P. C. F.; MINUZZI, J.; CRUZ, N. J. T. O Ensino do Empreendedorismo nos Cursos de Administração: Sugestões a Partir do Perfil Empreendedor de Estudantes Alagoanos e Catarinense. In: EnEPQ, 1., 2007. Recife. Anais... Recife: Anpad, 2007.

ANÁLISE DO POTENCIAL E PERFIL EMPREENDEDOR DO ESTUDANTE DE ADMINISTRAÇÃO E O
AMBIENTE UNIVERSITÁRIO: REFLEXÕES PARA INSTITUIÇÕES DE ENSINO

SARAIVA, L. A. S.; SOUZA, Â. M. Representações Sociais, Práticas e Desafios do Ensino de Empreendedorismo na Graduação sob a Ótica dos Docentes: Um Estudo de Caso. In: EnEPQ, 2., 2009. Curitiba. Anais... Curitiba: Anpad, 2009.

SCHERER, R. F.; ADAMS, J. A. Developing entrepreneurial behaviours: A social learning theory perspective. *Journal of Organizational Change Management*, v. 2, n.2, p. 16-27, 1988.

SHEPHERD, D. A.; DOUGLAS, E. J. Is management developing or killing the entrepreneurial spirit? Anais do 42nd International Council for Small Business Conference, San Francisco/CA, 2007.

SOUZA, E.C.L.; CRISTINA CASTRO LUCAS DE SOUZA, C.C.L.; ASSIS, S.A.G.; ZERBINI, T. Métodos e Técnicas de Ensino e Recursos Didáticos para o Ensino do Empreendedorismo em IES Brasileiras. In: EnAnpad, XXVIII., 2004. Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro: Anpad, 2004.

SOUZA, E. C. L.; GUIMARÃES, T. A. O ensino do empreendedorismo em instituições de ensino superior brasileiras. In: SOUZA, E.C. L. de, GUIMARÃES, T. de A. Empreendedorismo além do plano de negócios. São Paulo: Atlas, 2006.

SOUZA NETO, S. P.; ALMEIDA, K.; NUNES, A.Q.; STEFFANELLO, M. A Influência do Ensino do Empreendedorismo no Potencial Empreendedor do Aluno. In: EnEPQ, 1., 2007. Recife. Anais... Recife: Anpad, 2007.

VESPER, K. H. Entrepreneurial Academics – how can tell when the field is getting somewhere? *Journal of Business Management*, v. 25, n. 2, p. 1-8, 1987.

APÊNDICE A – INÍCIO DO CURSO (1º E 2º SEMESTRES)

Influência do ambiente universitário na formação empreendedora

Este projeto de pesquisa tem como objetivo investigar o comportamento empreendedor dos alunos do curso de Administração da INSTITUIÇÃO x. As informações obtidas por intermédio desta pesquisa serão confidenciais.

1) Idade: até 19 anos Entre 20 anos e 22 anos Entre 23 anos e 25 anos
 Acima de 25 anos

2) Sexo: Masculino Feminino

3) Estado Civil: Solteiro Casado Separado Outros

4) Assinale as atividades que você já exerceu ANTES de ingressar na faculdade (pode assinalar mais de uma opção):

Grupo Religioso Movimento Escoteiro Movimento Estudantil (Grêmio Estudantil/UNE/UBES/Outros)
 Trabalho Voluntário Partido Político Trabalho em Empresa Familiar
 Trabalho em Empresa de Terceiros Trabalho Autônomo ou Negócio Próprio

5) Considerando-se seus parentes (avós, pai, mãe, tios e/ou irmãos) algum deles possui negócio próprio?

Não tenho parentes de primeiro grau com negócio próprio
 Sim, meu pai
 Sim, minha mãe
 Sim, meu pai e minha mãe
 Sim, outro(s) parente(s) (avós, tios e/ou irmãos)

6) Em relação à sua MÃE, quando você apresentava ideias – sobre o que estudar, acerca da sua próxima viagem, em relação aos seus planos profissionais etc. – qual era a postura que ela assumia?

Ela nunca apoiou minhas ideias
 Ela raramente apoiou minhas ideias
 Ela apoiava de vez em quando
 Ela apoiava frequentemente minhas ideias
 Ela sempre apoiou e incentivou minhas ideias

Em relação às afirmações a seguir, selecione a opção de sua preferência:

1 Discordo Plenamente	2 Discordo	3 Discordo Parcialmente	4 Indiferente	5 Concordo Parcialmente	6 Concordo	7 Concordo Plenamente	8 Não se aplica
--------------------------	---------------	----------------------------	------------------	----------------------------	---------------	--------------------------	--------------------

ANÁLISE DO POTENCIAL E PERFIL EMPREENDEDOR DO ESTUDANTE DE ADMINISTRAÇÃO E O
AMBIENTE UNIVERSITÁRIO: REFLEXÕES PARA INSTITUIÇÕES DE ENSINO

AFIRMAÇÕES	Discordo		Concordo		Não se	
	Plenamente	Indiferente	Plenamente	Não se aplica		
7) Ser um empreendedor implicaria grande satisfação para mim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
8) Creio que tenho uma boa habilidade em detectar oportunidades de negócio no mercado.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
9) Conheço várias pessoas que me poderiam auxiliar profissionalmente, caso eu precisasse.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
10) Iniciar uma empresa e mantê-la funcionando seria fácil para mim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
11) Eu conheço os detalhes práticos necessários para criar uma empresa.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
12) Nas atividades que executo, normalmente influencio a opinião de outras pessoas a respeito de um determinado assunto.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
13) Frequentemente as pessoas pedem minha opinião sobre os assuntos de trabalho.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
14) Profissionalmente, me considero uma pessoa muito mais persistente que as demais.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
15) No meu trabalho e/ou estudo, sempre planejo muito bem tudo o que faço.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
16) Eu assumiria uma dívida de longo prazo, acreditando nas vantagens que uma oportunidade de negócio me traria.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
17) Me relaciono muito facilmente com outras pessoas.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
18) Tenho a firme intenção em criar uma empresa em breve.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
19) Espero que o curso me auxilie a empreender.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
20) Espero que o ambiente da faculdade (eventos, contatos, palestras, atividades curriculares e extracurriculares) seja favorável ao empreendedorismo.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
21) Pretendo participar de atividades extracurriculares oferecidas pela instituição (Diretório Acadêmico, Empresa Júnior, etc.).	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
						(7)
						(8)

22) RA aluno: _____ 23) E-mail: _____

APÊNDICE B – MEIO DO CURSO (4º E 5º SEMESTRES)

Influência do ambiente universitário na formação empreendedora

Este projeto de pesquisa tem como objetivo investigar o comportamento empreendedor dos alunos do curso de Administração da INSTITUIÇÃO x. As informações obtidas por intermédio desta pesquisa serão confidenciais.

1) Idade: até 19 anos Entre 20 anos e 22 anos Entre 23 anos e 25 ano
 Acima de 25 anos

2) Sexo: Masculino Feminino

3) Estado Civil: Solteiro Casado Separado Outros

4) Assinale as atividades que você já exerceu ANTES de ingressar na faculdade (pode assinalar mais de uma opção):

Grupo Religioso Movimento Escoteiro Movimento Estudantil (Grêmio Estudantil/UNE/UBES/Outros)
 Trabalho Voluntário Partido Político Trabalho em Empresa Familiar
 Trabalho em Empresa de Terceiros Trabalho Autônomo ou Negócio Próprio

5) Considerando-se seus parentes (avós, pai, mãe, tios e/ou irmãos) algum deles possui negócio próprio?

Não tenho parentes de primeiro grau com negócio próprio
 Sim, meu pai
 Sim, minha mãe
 Sim, meu pai e minha mãe
 Sim, outro(s) parente(s) (avós, tios e/ou irmãos)

6) Em relação à sua MÃE, quando você apresentava ideias – sobre o que estudar, acerca da sua próxima viagem, em relação aos seus planos profissionais etc. – qual era a postura que ela assumia?

Ela nunca apoiou minhas ideias
 Ela raramente apoiou minhas ideias
 Ela apoiava de vez em quando
 Ela apoiava frequentemente minhas ideias
 Ela sempre apoiou e incentivou minhas ideias

Em relação às afirmações a seguir, selecione a opção de sua preferência:

1 Discordo Plenamente	2 Discordo	3 Discordo Parcialmente	4 Indiferente	5 Concordo Parcialmente	6 Concordo	7 Concordo Plenamente	8 Não se aplica
--------------------------	---------------	----------------------------	------------------	----------------------------	---------------	--------------------------	--------------------

ANÁLISE DO POTENCIAL E PERFIL EMPREENDEDOR DO ESTUDANTE DE ADMINISTRAÇÃO E O
AMBIENTE UNIVERSITÁRIO: REFLEXÕES PARA INSTITUIÇÕES DE ENSINO

	AFIRMAÇÕES	Discordo		Concordo		Não se	
		Plenamente	Indiferente	Plenamente	aplica		
7)	Ser um empreendedor implicaria grande satisfação para mim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
8)	Creio que tenho uma boa habilidade em detectar oportunidades de negócio no mercado.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
9)	Conheço várias pessoas que me poderiam auxiliar profissionalmente, caso eu precisasse.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
10)	Iniciar uma empresa e mantê-la funcionando seria fácil para mim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
11)	Eu conheço os detalhes práticos necessários para criar uma empresa.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
12)	Nas atividades que executo, normalmente influencio a opinião de outras pessoas a respeito de um determinado assunto.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
13)	Frequentemente as pessoas pedem minha opinião sobre os assuntos de trabalho.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
14)	Profissionalmente, me considero uma pessoa muito mais persistente que as demais.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
15)	No meu trabalho e/ou estudo, sempre planejo muito bem tudo o que faço.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
16)	Eu assumiria uma dívida de longo prazo, acreditando nas vantagens que uma oportunidade de negócio me traria.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
17)	Me relaciono muito facilmente com outras pessoas.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
18)	Tenho a firme intenção em criar uma empresa em breve.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
19)	O curso está me auxiliando a empreender.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
20)	Até o momento, o ambiente da faculdade (eventos, contatos, palestras, atividades curriculares e extracurriculares) está sendo favorável ao empreendedorismo.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
21)	Participo ou pretendo participar de atividades extracurriculares oferecidas pela instituição (Diretório Acadêmico, Empresa Júnior, etc.).	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
							(7)
							(8)

22) RAaluno: _____ 23) E-mail: _____

APÊNDICE C – FINAL DO CURSO (7º E 8º SEMESTRES)

Influência do ambiente universitário na formação empreendedora

Este projeto de pesquisa tem como objetivo investigar o comportamento empreendedor dos alunos do curso de Administração da INSTITUIÇÃO x. As informações obtidas por intermédio desta pesquisa serão confidenciais.

1) Idade: até 19 anos Entre 20 anos e 22 anos Entre 23 anos e 25 anos
 Acima de 25 anos

2) Sexo: Masculino Feminino

3) Estado Civil: Solteiro Casado Separado Outros

4) Assinale as atividades que você já exerceu ANTES de ingressar na faculdade (pode assinalar mais de uma opção):

Grupo Religioso Movimento Escoteiro Movimento Estudantil (Grêmio Estudantil/UNE/UBES/Outros)
 Trabalho Voluntário Partido Político Trabalho em Empresa Familiar
 Trabalho em Empresa de Terceiros Trabalho Autônomo ou Negócio Próprio

5) Considerando-se seus parentes (avós, pai, mãe, tios e/ou irmãos) algum deles possui negócio próprio?

Não tenho parentes de primeiro grau com negócio próprio
 Sim, meu pai
 Sim, minha mãe
 Sim, meu pai e minha mãe
 Sim, outro(s) parente(s) (avós, tios e/ou irmãos)

6) Em relação à sua MÃE, quando você apresentava ideias – sobre o que estudar, acerca da sua próxima viagem, em relação aos seus planos profissionais etc. – qual era a postura que ela assumia?

Ela nunca apoiou minhas ideias
 Ela raramente apoiou minhas ideias
 Ela apoiava de vez em quando
 Ela apoiava frequentemente minhas ideias
 Ela sempre apoiou e incentivou minhas ideias

Em relação às afirmações a seguir, selecione a opção de sua preferência:

1 Discordo Plenamente	2 Discordo	3 Discordo Parcialmente	4 Indiferente	5 Concordo Parcialmente	6 Concordo	7 Concordo Plenamente	8 Não se aplica
--------------------------	---------------	----------------------------	------------------	----------------------------	---------------	--------------------------	--------------------

ANÁLISE DO POTENCIAL E PERFIL EMPREENDEDOR DO ESTUDANTE DE ADMINISTRAÇÃO E O
AMBIENTE UNIVERSITÁRIO: REFLEXÕES PARA INSTITUIÇÕES DE ENSINO

	AFIRMAÇÕES	Discordo		Concordo		Não se	
		Plenamente	Indiferente	Plenamente	aplica		
7)	Ser um empreendedor implicaria grande satisfação para mim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
8)	Creio que tenho uma boa habilidade em detectar oportunidades de negócio no mercado.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
9)	Conheço várias pessoas que me poderiam auxiliar profissionalmente, caso eu precisasse.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
10)	Iniciar uma empresa e mantê-la funcionando seria fácil para mim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
11)	Eu conheço os detalhes práticos necessários para criar uma empresa.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
12)	Nas atividades que executo, normalmente influencio a opinião de outras pessoas a respeito de um determinado assunto.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
13)	Frequentemente as pessoas pedem minha opinião sobre os assuntos de trabalho.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
14)	Profissionalmente, me considero uma pessoa muito mais persistente que as demais.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
15)	No meu trabalho e/ou estudo, sempre planejo muito bem tudo o que faço.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
16)	Eu assumiria uma dívida de longo prazo, acreditando nas vantagens que uma oportunidade de negócio me traria.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
17)	Me relaciono muito facilmente com outras pessoas.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
18)	Tenho a firme intenção em criar uma empresa em breve.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
19)	O curso me forneceu suporte para empreender.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
20)	O ambiente da faculdade (eventos, contatos, palestras, atividades curriculares e extracurriculares) foi favorável ao empreendedorismo.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
21)	Durante o curso de graduação você participou de alguma atividade extracurricular oferecida pela instituição?	Sim, do Diretório Acadêmico		Sim, da Empresa Júnior		Sim, de outra atividade. Qual?	Não

22) RAaluno: _____ 23) E-mail: _____

DADOS DOS AUTORES

EDSON SADAO IIZUKA* *esadao@fei.edu.br*

Doutor em Administração Pública e Governo pela FGV-EAESP

Instituição de vinculação: Centro Universitário da FEI

São Paulo/SP – Brasil

Áreas de interesse em pesquisa: Empreendedorismo, Empreendedorismo Social, Negócios Sociais, Desenvolvimento Local e Gestão Social.

*Rua Tamandaré, 688, 5º andar Liberdade São Paulo/SP 01525-000

GUSTAVO HERMÍNIO SALATI MARCONDES DE MORAES

gustavosalati@gmail.com

Doutor em Administração de Empresas pela FGV-EAESP

Instituição de vinculação: Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado

São Paulo/SP – Brasil

Áreas de interesse em pesquisa: Empreendedorismo e Tecnologia de Informação.