



EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA EM UMA INSTITUIÇÃO PRIVADA DE ENSINO SUPERIOR EM CASCAVEL – PR

MENDONÇA, Vinicius C.¹
FERRAZ, Luciana M. S.²

RESUMO: O Empreendedorismo tem sido objeto de ensino e pesquisa nos últimos anos no Brasil. Atualmente, o tema empreendedorismo emerge no ambiente universitário por meio de disciplinas relacionadas ao tema que, de alguma forma, podem estimular um comportamento empreendedor nos estudantes. Este estudo foi realizado no Centro Universitário FAG, *campus* Cascavel – Paraná, com objetivo geral de comparar, sob a ótica de acadêmicos e de ex-acadêmicos dos cursos de Administração, Gestão Financeira e Gestão de Recursos Humanos do Centro Universitário FAG, que tiveram e dos que não tiveram a disciplina de Empreendedorismo, as características do comportamento empreendedor. Este trabalho, é um estudo de caso de caráter exploratório e nele foram usados dois tipos de pesquisa: a bibliográfica e pesquisa de campo. O Método utilizado foi o quantitativo. Como instrumento de pesquisa, utilizou-se entrevistas semiestruturadas que foram aplicadas a professores da instituição em estudo e também um formulário *online* destinado aos alunos do curso em estudo, com o objetivo de levantar as características do comportamento empreendedor (CCE) dos mesmos. Como principal resultado, verifica-se que os alunos, hoje, tem uma melhor percepção das características do comportamento empreendedor.

PALAVRAS-CHAVE: Empreendedorismo, Perfil Empreendedor, Estudantes de administração, Estudantes de Gestão Financeira, Estudantes de Gestão em Recursos Humanos.

1. INTRODUÇÃO

Investir na educação empreendedora pode ser uma alternativa muito eficiente para questões sociais, como o desemprego, a pobreza, a desigualdade social e a violência. Cabe às Intuições de Ensino Superior (IES) desenvolver este papel (ANDRADE, 2009).

De acordo com Fernandes (2013), o ensino de empreendedorismo no Brasil teve início na década de 1980 com o professor Ronaldo Degen. Porém, hoje, este tema merece destaque na sociedade como um todo e, mais especificamente, nas instituições de ensino, sejam elas de nível fundamental, médio ou superior.

Neste sentido, cabe ressaltar que, mesmo com todo esse interesse, ainda existem dúvidas em relação ao significado exato da palavra empreendedorismo, que, muitas vezes, é usado como sinônimo de abertura de novos negócios. O destaque é que o significado de empreendedorismo tem uma abrangência muito maior, o que faz deste um novo campo de pesquisa e de ensino e justifica o estudo proposto, haja vista a associação do tema a conceitos diversificados, focando na

¹ Acadêmico do Curso de Administração no Centro Universitário da Fundação Assis Gurgacz. E-mail: vini.cm9@gmail.com

² Mestre em Administração e professora orientadora no Centro Universitário da Fundação Assis Gurgacz. E-mail: lmferraz@fag.edu.br

educação empreendedora e nas características do comportamento empreendedor.

Deste modo, neste estudo, surge o seguinte problema de pesquisa: baseado nos estudos de David McClelland, quais as características do comportamento empreendedor foram assimiladas pelos acadêmicos que cursaram e, também, pelos que não cursaram a disciplina de Empreendedorismo nos cursos de Administração, Gestão Financeira e Gestão de Recursos Humanos do Centro Universitário FAG, *campus* de Cascavel?

Para responder a pergunta citada acima, estabeleceu-se o seguinte objetivo geral de pesquisa: Comparar, sob a ótica de acadêmicos e de ex-acadêmicos dos cursos de *Administração*, *Gestão Financeira* e *Gestão de Recursos Humanos*, que tiveram e dos que não tiveram a disciplina de *Empreendedorismo*, as características do comportamento empreendedor. A pesquisa foi desenvolvida no Centro Universitário FAG, *campus* de Cascavel, e teve como objetivos específicos: levantar junto a professores da instituição como a educação empreendedora é ministrada; analisar a metodologia utilizada pela FAG; e pesquisar junto aos acadêmicos as características do comportamento empreendedor.

Este trabalho se justifica considerando que o empreendedorismo é alvo de atenção especial no mundo todo. Porém, ainda não há muitos dados sobre o ensino de Empreendedorismo em Cascavel, principalmente focado o comportamento empreendedor. A pesquisa também se justifica uma vez que a educação empreendedora pode ser fator chave para potencializar o comportamento dos acadêmicos na cidade de Cascavel (PR), provocar mudanças em suas posturas e, com isso, oportunizar um maior crescimento das micro e pequenas empresas no futuro, o que representaria em melhorias no cenário econômico.

REFERENCIAL TEÓRICO

Para fundamentar o estudo proposto, neste tópico, serão apresentados os principais pensamentos dos estudiosos da área, essenciais para o alcance dos objetivos, que abordam temas como empreendedorismo, comportamento empreendedor e educação empreendedora.

2.1 EMPREENDEDORISMO

Empreendedorismo é um conteúdo estudado por diversos campos da ciência e, portanto, possui muitos conceitos. Deve-se destacar que a prática do empreendedorismo é anterior às primeiras civilizações e que apenas nas últimas décadas o empreendedorismo como campo científico obteve um lugar destacado (MOROGINI, 2017).

A origem da palavra empreendedorismo vem do francês *Entrepreneur* e os primeiros registros de seu uso datam de 1437. Naquele período, a definição mais comum era *celui qui entreprend quelque chose*, que significa “aquele que se compromete com algo” (LANDSTRÖN, 2005 *apud* Franco e Gouvêa, 2016, p.146). Hisrich e Peters (2009) dizem que este termo já era utilizado na Idade Média para definir as pessoas que participavam ou gerenciavam grandes projetos de produção.

A evolução do conceito se deu a partir do século XVII, período quando o empreendedor, ao realizar serviços ou financiar contratos com o governo, assumia um determinado risco. Já partir dos séculos XVIII e XIX o conceito de empreendedor começou a ter um caráter mais próximo de empresário (HISRIC; PETERS, 2009).

Landström e Lohrke (2010) *apud* Franco e Gouvêa (2016) constataram que, embora evoluções tenham ocorrido neste período, estudos relacionados a este campo afloraram apenas nas décadas de 1970 e 1980 a partir de políticas públicas que colaboraram para que tal assunto fosse abordado.

Embora o termo empreendedorismo seja muito antigo, só passou a ser relacionado com a inovação no século XX, quando o empreendedor deixou de ser apenas um desenvolvedor econômico e passou a ser associado à inovação e, portanto, começou a ser definido como o sujeito que encontra imperfeições no mercado para assim inserir inovações que movimentam a economia (SCHUMPETER, 1997, p. 83).

Segundo Abranches e Damaceno (2005), o empreendedorismo está começando a ser disseminado de uma maneira mais ampla. Para eles, empreendedorismo simboliza ideias que efetivamente viraram ações que, por sua vez, causaram repercussões econômicas e sociais na comunidade em que foram aplicadas. Os autores ainda ressaltam que a ampliação deste conceito deve-se ao fato de que as ações empreendedoras não se limitam à abertura de novos negócios. Está mais ligada à inovação de processos e execução de ideias que agregam valor a alguém ou algo.

Complementando a definição exposta anteriormente, empreendedorismo também significa:

O processo de criar algo novo com valor dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal (HISRICH; PETERS, 2004, p. 29).

Ressalta-se que o momento atual pode ser classificado como a era do empreendedorismo, pois é o empreendedor que por meio de suas atitudes visionárias está anulando barreiras culturais e comerciais, encurtando distâncias criando novos conceitos, relações de trabalho, emprego e gerando riqueza para a sociedade (DORNELAS, 2005). A partir dos anos 2000, o empreendedorismo ficou em forte evidência. Os motivos que levaram fascínio para o tema podem ser resultado de vários fatores e circunstâncias, entre eles: salários baixos, melhoria da qualidade de vida, a falta de emprego, independência, entre outros fatores. A superação de tais situações, segundo Dornelas (2008), é possível por meio do exercício das características comportamentais específicas dos sujeitos empreendedores.

2.2 COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR

Empreendedor, de acordo com Muniz (2008), é aquele que faz as coisas acontecerem, está sempre antecipando fatos com um olhar direcionado ao futuro e cria inovações para que as divergências do dia a dia, de cunho pessoal ou profissional, sejam superadas. Observa-se que as pessoas procuram meios de se sobressair às dificuldades e, assim, mesmo que involuntariamente, elas exercitam suas características empreendedoras.

Já para Fillion (1999), o empreendedor é um sujeito criativo que mantém elevado o nível de consciência do ambiente, uma pessoa com grande capacidade de atingir objetivos e que utiliza estas qualidades para identificar eventuais oportunidades e tomar decisões com riscos calculados.

Outras características vinculadas à figura do empreendedor, para Dornelas (2008) são: pessoas dinâmicas, determinadas e dedicadas, são eles quem transformam ideias em negócios, aproveitam as oportunidades, sabem formar

equipes e agir como líderes, possuem uma grande rede de contatos. Também, de acordo com o autor, são indivíduos detentores de uma motivação fora do comum, com muito amor e prazer no que faz. Para o empreendedor, ser apenas mais um em um milhão não é satisfatório, ou seja, pessoas com esse perfil querem ser admiradas e lembradas (DORNELAS, 2008). Empreendedor é um indivíduo realizador de propostas, é quem inicia e atua em um negócio para atingir os objetivos, assumindo responsabilidades e riscos e, principalmente, inovando em uma determinada área de atuação (CHIAVENATO, 2005). Dornelas (2005) define o empreendedor como aquele que encontra uma oportunidade e, a partir dela, cria e desenvolve um negócio com o intuito de capitalizar com ela, assumindo sempre riscos calculados.

Mas, ao contrário da convenção popular do termo, empreendedorismo não é apenas talento, ele pode ser ensinado por meio de instrumentos que buscam estimular o interesse em mudanças e, a partir destas ferramentas, as pessoas podem capacitar-se e aprender a agir como empreendedoras, portanto, o empreendedorismo é definido como um comportamento e não uma personalidade. Mesmo com as variações de perfil empreendedor, pode-se identificar a aptidão empreendedora do sujeito apenas avaliando algumas características comportamentais, sendo elas: Persistência, persuasão, iniciativa, capacidade de assumir riscos dentre outros (MALHEIROS; FERLA; CUNHA, 2003).

A principal característica do empreendedorismo é a ação inovadora de uma pessoa que constata oportunidades no mercado, e, a partir delas, desenvolve um negócio. Trata-se de um conjunto de comportamentos, atitudes e qualidades de uma pessoa, como inovação, a paixão, a criatividade, a confiança, sendo essas características, possíveis de serem ensinadas e aprendidas (ROURE, 2001).

Um grande pesquisador da área do empreendedorismo e que mapeou as 10 principais características comportamentais do empreendedor foi David McClelland (LOPES, 1999). Os estudos de McClelland que ocorreram entre os anos 1982 e 1984 buscaram quais características eram fundamentais para que o empreendedor tivesse sucesso. A pesquisa tinha como base a análise de competências de trabalho e buscava avaliar quais características levam um grupo a ter mais sucesso que outro (COOLEY, 1991 *apud* VENTURI, 2003).

Com base na teoria do McClelland, o Sebrae (2001) dividiu as características comportamentais empreendedoras (CCE) em três conjuntos principais, sendo eles:

- CONJUNTO DE REALIZAÇÃO: que contem as seguintes características empreendedoras:
 - a) Busca de Oportunidades e Iniciativa, ou seja, o sujeito empreendedor executa ações antes de ser solicitado ou sem que a circunstância o force. Ele a com objetivo de ampliação do negócio para novos produtos, áreas e serviços e está sempre atento para oportunidades de iniciar um novo negócio.
 - b) Correr riscos calculados, que consiste na capacidade de avaliação de alternativas, ações sempre voltadas para o controle de resultados, redução de riscos e sempre se colocar a frente de desafios.
 - c) Exigência de Qualidade e Eficiência, que refere-se à descoberta de modos de criação mais rápidos, eficientes e baratos, estar sempre em busca da satisfação dos padrões de excelência ou até mesmo exceder este padrão. Utilizar ou desenvolver procedimentos que garantem que o trabalho seja realizado em tempo e dentro dos padrões de qualidade desejados.
 - d) Persistência: Empreendedores diante de obstáculos sempre têm alguma ação e assumem responsabilidade pessoal pelo desempenho necessário para atingir as metas.
 - e) Comprometimento, que, resumidamente, refere-se aos sacrifícios pessoais para a conclusão de tarefas, contribuição com os colaboradores, muitas vezes se colocando no lugar deles, e a busca pela satisfação dos clientes.
- CONJUNTO DE PLANEJAMENTO, que é composto pelas seguintes características:
 - a) Busca de Informações, que diz respeito à dedicação pessoal que o empreendedor tem para conseguir dados dos clientes, concorrentes e fornecedores. Com o auxílio de mentores e especialistas, ele procura a melhor maneira para a fabricação do produto ou para fornecer um serviço
 - b) Estabelecimento de Metas, isto é, determina metas e objetivos com desafios que contêm significado pessoal. Estabelece metas claras e exclusivas a longo prazo. As metas definidas para curto prazo são estabelecidas sempre de maneira mensurável.
 - c) Planejamento e Monitoramento Sistemáticos, que consiste na subdivisão

de tarefas grandes em pequenas em tarefas com prazos bem definidos; reavaliar com frequência os planos para adequá-los às mudanças no ambiente e atualizar os registros financeiros e os utilizar para a tomada de decisão.

- CONJUNTO DE PODER, com as características de:
 - a) *Persuasão e rede de contatos*, que refere-se ao processo de traçar estratégias para influenciar e persuadir os outros, usar pessoas-chave para atingir objetivos e criar e manter relações comerciais.
 - b) *Independência e Autoconfiança*, que diz respeito a Fazer com que seu ponto de vista prevaleça, mesmo diante de oposições ou de resultados iniciais adversos, buscar sempre ter autonomia nas relações para que assim tenha controle e ser confiante em relação à própria capacidade.

Os conjuntos mencionados têm algumas características especiais que devem ser consideradas. O Conjunto de realização concentra-se na aceitação e na capacidade dos participantes em tomar iniciativas e alcançar resultados superiores em qualidade, produtividade, crescimento e lucratividade. O Conjunto de planejamento é projetado para aprimorar as características associadas ao planejamento e gerenciamento dos negócios. Já o conjunto poder é focado na melhoria da capacidade dos participantes em otimizar seus resultados, aprimorar o uso de redes pessoais e utilizar melhor as estratégias de influência e negociação (SEBRAE, 2001).

2.3 EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA

Segundo Dornelas (2005), há pouco tempo, acreditava-se que certas pessoas já nasciam empreendedoras, ou seja, tal comportamento era tido como dom ou talento, e o sucesso era atrelado a tal dom. Assim, quem não possuía essas características já era predestinado a não empreender. No entanto, o autor afirma que tal conceito é um mito e que por meio da educação empreendedora o sujeito carente destas características pode aprender a empreender.

Por todo o mundo, o tema *educação empreendedora* tem ganhado cada vez mais destaque, uma vez que a temática é vista como uma ferramenta de desenvolvimento econômico, geradora de emprego e renda (SEELIG, 2005 *apud*

PERIM, 2012). No Brasil, a educação empreendedora teve início no ano 1981, na *Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas*, em São Paulo, e era intitulada *Novos Negócios*, voltada exclusivamente para graduados. Em 1984, o curso passou a ser obrigatório na graduação onde permanece até hoje (DORNELAS, 2005).

A importância da educação empreendedora se dá, pois a constituição de novas empresas está associada diretamente à educação e, portanto, as IES devem ter a educação empreendedora como recurso de proteção da empregabilidade dos universitários, formando cada vez mais acadêmicos preparados para o mercado de trabalho, que está cada vez mais competitivo (BATISTA, 2004). O Ensino do empreendedorismo não deve ser como o ensino de negócios, visto que criar uma empresa é diferente de apenas gerenciá-la. A Educação empreendedora deve focalizar a liderança, a criatividade, a negociação, a criação de novos produtos e tecnologias (SOLOMON *et al.*, 2002 *apud* PERIM, 2012).

O ensino empreendedor não pode ser como as demais disciplinas, pois é necessário aperfeiçoar metodologias de aprendizado pertinentes a este campo de estudo, ou seja, proporcionar ao aluno o entendimento da estruturação do contexto, para que assim ele entenda as várias etapas do seu próprio desenvolvimento (FILION, 1999).

O aluno, ao praticar a educação empreendedora, deve ter a compreensão do processo inovador, em outras palavras, entender o processo. Ele ainda deve saber reconhecer habilidades empreendedoras, identificar oportunidades de inovação, saber arquitetar um plano de negócio e, acima de tudo, reconhecer a importância que o empreendedorismo tem para o desenvolvimento econômico e social da comunidade. Para que a disciplina desenvolva tais habilidades no acadêmico, devem-se criar metodologias que excitem a cultura empreendedora (DOLABELA, 2006).

Alguns educadores notam que o procedimento educacional existente se prende mais na obtenção de conhecimento do que no desenvolvimento das habilidades necessárias para colocar tal conhecimento em prática. O autor admite que, na maioria dos casos, a metodologia utilizada não busca a evolução do comportamento empreendedor (GREATTI, 2010).

A metodologia de trabalho dos docentes da disciplina de empreendedorismo deve ter um grau de comprometimento e empenho muito maior que o papel tradicional do professor universitário. As instituições de ensino deverão dispor de estruturas que visem facilitar e acelerar o processo de desenvolvimento do potencial empreendedor no Brasil. (DUTRA *et. al.* 2001 *apud* GRATTI, 2010, p.5).

Barreto (2011) ainda diz que se pode confundir a educação empreendedora com a educação de negócios. E, para que isso não ocorra, é necessário partir da perspectiva de que o empreendedor é aquele que encontra recursos após a definição de seu objetivo, já os gerentes pensam apenas em atingir metas. São os empreendedores que determinam funções e concentram-se no desenvolvimento individual e criam novas estruturas (DOLABELA, 1999 *apud* GREATTI *et al.*, 2010).

3. METODOLOGIA

Este trabalho é um estudo de caso, de caráter exploratório, com abordagem quantitativa. Os dados foram coletados por meio de pesquisas bibliográficas e de pesquisa de campo.

Tendo em vista que este trabalho tem como objetivo comparar, sob a ótica de acadêmicos e de ex-acadêmicos dos cursos de Administração, Gestão financeira e Gestão de Recursos Humanos, que tiveram e dos que não tiveram a disciplina de Empreendedorismo, as características do comportamento empreendedor; a utilização do estudo de caso é necessária, pois ele é uma maneira adequada de se apurar como e o porquê de um composto de acontecimentos. Ele é uma investigação prática que possibilita o estudo de certos acontecimentos dentro de seu contexto (YIN, 2005 *apud* LIMA *et. al.*, 2012).

Já o uso da pesquisa exploratória tem como principal objetivo uma maior familiaridade com o problema, pois este tipo de pesquisa pode ser composto com levantamentos bibliográficos, entrevistas com pessoas experientes na área de estudo (GIL, 2002). A pesquisa de campo é caracterizada por estudos em que, além da pesquisa bibliográfica ou documental, a coleta de dados é feita junto a pessoas e com diferentes modelos de pesquisas (FONSECA, 2002).

Na pesquisa de campo utilizou-se o método de pesquisa quantitativo, ou seja, quando os resultados das pesquisas podem ser quantificados. Segundo Fonseca (2002, p. 20) a pesquisa quantitativa:

Centra-se na objetividade. Influenciada pelo positivismo, considera que a realidade só pode ser compreendida com base na análise de dados brutos, recolhidos com o auxílio de instrumentos padronizados e neutros. A pesquisa quantitativa recorre à linguagem matemática para descrever as causas de um fenômeno, as relações entre variáveis, etc.

Para o complemento dos estudos sobre os objetivos específicos, fez-se necessário à aplicação de entrevistas semiestruturadas com duas professoras da instituição. A entrevista ocorre quando o pesquisador cria um conjunto de perguntas sobre o assunto em estudo e possibilita que o entrevistado fale livremente sobre o tema proposto e sobre eventuais temas que possam surgir durante a entrevista (GERHARDT, SILVEIRA. 2009).

3.1 PROCEDIMENTOS METODOLOGICOS

Este Trabalho é dividido em três etapas principais, sendo que a primeira constitui-se de uma pesquisa bibliográfica em que foram abordados os temas e os conceitos necessários para a realização da pesquisa em geral.

Já a segunda parte consiste em uma pesquisa exploratória, que foi fundamentada a partir de um questionário aplicado em uma plataforma *online* de pesquisas para 125 pessoas, entre elas, 91 alunos e ex-alunos da IES em estudo dos cursos de *Administração*, *Gestão Financeira* e *Gestão de Recursos Humanos*. E o complemento da segunda parte se deu por meio de entrevistas com duas professoras da instituição em estudo.

O questionário foi dividido em 3 etapas. A primeira delas era sobre os dados gerais dos entrevistados, como idade, gênero, grau de instrução e ainda como a pesquisa foi disponibilizada através de um *link* em que as pessoas, além das pretendidas, poderiam ter acesso ao primeiro módulo. Sobre este módulo, pode-se afirmar que serviu de filtro para a validação da pesquisa, como a IES, o *campus* e o curso que o entrevistado estudou bem como se teve ou não a disciplina de Empreendedorismo em sua grade curricular. A segunda etapa do questionário, adaptada do questionário elaborado pelo pesquisador McClelland (1972) *apud* VENTURI (2003) e foi inteiramente voltada para o mapeamento das características comportamentais empreendedoras do entrevistado e todas as perguntas foram

fechadas. Já a terceira e última parte do questionário foi voltada para questões complementares para aqueles que cursaram a disciplina em sua graduação.

Na terceira etapa, foram analisados dados e informações levantadas durante as pesquisas e foi relatada a diferença comportamental entre os alunos que foram submetidos à disciplina de empreendedorismo; qual é a metodologia em uso na instituição e, ainda, qual a avaliação da metodologia proposta por parte dos alunos, além de possíveis efeitos e como estão relacionados com o problema proposto pelo trabalho.

4. ANÁLISES E DISCUSSÕES

Neste tópico, são apresentados e analisados os dados levantados nas pesquisas. A primeira parte da pesquisa foi realizada por meio de uma entrevista com duas professoras do Centro universitário FAG nomeadas neste trabalho como entrevistada 1 e entrevistada 2, onde a Entrevistada 1 é professora da disciplina de Empreendedorismo e a Entrevistada 2 é professora treinada pelo *SEBRAE* e encarregada de diversos projetos de empreendedorismo na instituição.

As Entrevistas proporcionaram o levantamento de informações de grande relevância para o trabalho. Segundo a entrevistada 1, “todas as CCE’s são importantes”, mas “a principal característica comportamental de um empreendedor é a inovação, pois é a inovação que coloca ou mantém empresas e profissionais no mercado”. A afirmação da professora universitária vem ao encontro da definição de Fillion (1999), citada na fundamentação teórica deste artigo, que diz o empreendedor é um sujeito muito criativo.

Quando questionadas as maneiras que a instituição tem de ressaltar e ensinar aos alunos as características do comportamento empreendedor, a entrevistada 1 relata sua experiência em sala de aula, e evidencia a importância de se ter cases de sucesso de diversos empreendedores, “[...] pois assim o aluno pode perceber, que mesmo com todas as dificuldades encontradas hoje em nosso país se pode ter sucesso”. Ela relata também que é de suma importância a apresentação do plano de negócio para os alunos, pois ele mostra que “é possível empreender, mas que precisa trabalhar muito para se alcançar o sucesso”.

Sobre a maneira que a instituição tem para fazer com que os acadêmicos associem as teorias às práticas, a entrevistada 1 afirma que “isso se dá muito

através de dinâmicas” e traz um exemplo que ela aplica em sala de aula que é “criar brinquedos para um grupo de crianças onde se coloca pontos característicos e o aluno tem que desenvolver aquilo”. A Entrevistada 2 relata um projeto que está em execução na instituição com o nome de “*Startup Garage*” que segundo ela, “é um projeto da FAG em parceria com o SEBRAE e traz para a instituição muitos profissionais peritos nas áreas fundamentais para se iniciar uma *startup*”. Ela ainda retrata que deste projeto estão surgindo muitos negócios inovadores e promissores, e fica muito nítido o desenvolvimento empreendedor dos alunos do projeto. Complementando, a entrevistada 2 diz que outra grande contribuição para o desenvolvimento do comportamento empreendedor nos acadêmicos da instituição foi a criação do *Start FAG*, que se trata de um centro do empreendedorismo onde os alunos colocam em prática suas ideias inovadoras e prestam assessorias a colegas e, até mesmo, aos empresários da cidade, sempre contando com o apoio dos professores. Tais métodos podem se chamar de ferramentas que ajudam o acadêmico a entender o processo de inovação e ainda auxiliam no desenvolvimento e na prática das características do comportamento empreendedor.

Segundo a E2, “no ano de 2017, a instituição tornou a disciplina de Empreendedorismo obrigatória na grade curricular de todos os cursos”, e abordando a metodologia aplicada, ela complementa enfatizando que:

Até 2016 a disciplina era oferecida em todos os cursos, porém, como disciplina optativa; mas, em 2017, ela passou a ser obrigatória, sendo na modalidade presencial para os cursos da área de negócios, como *Administração*, *Gestão Financeira* e *Gestão de Recursos Humanos* e na modalidade a distância para os demais cursos. Ressalto, também, que desde o segundo semestre de 2016 a disciplina vem sendo ministrada dentro da metodologia do SEBRAE, com um enfoque bem mais prático e voltado para despertar o comportamento empreendedor nos acadêmicos, no empreendedorismo social, intraempreendedorismo e, também, porém não só, focada na abertura de novos negócios.

Já a pesquisa voltada aos alunos foi realizada por meio de um questionário virtual, disponibilizado através de um *link* (a partir de um formulário na *web* elaborado através do *Google forms*, aplicativo do *Google* que permite a criação, o compartilhamento e a disponibilização de formulários na *web*), divulgado em redes sociais e respondido através de aparelhos *smartphones* ou semelhantes com conexão à *internet*. Teve como alvo alunos e ex-alunos da graduação dos curso de

Administração, Gestão Financeira e Gestão de Recursos Humanos do Centro Universitário FAG, *campus* de Cascavel.

As perguntas respondidas pelos entrevistados visaram a captação de dados gerais da graduação e perguntas específicas para a identificação das características do comportamento empreendedor dos acadêmicos, para que fosse possível a avaliação do comportamento empreendedor entre os que já tiveram a disciplina e aqueles que não a tiveram. A população contou com 125 participações, dentre elas apenas 91 pessoas são alunos ou ex-alunos da FAG, *campus* de Cascavel, dos cursos de Administração, Gestão Financeira e Gestão de Recursos Humanos, passando a ser considerados como 100% da amostra válida. Os demais foram descartados.

Do questionário aplicado, algumas informações que são básicas: 51 respondentes são do sexo masculino e 40 do sexo feminino. A disciplina de Empreendedorismo foi ministrada para 61,5% dos pesquisados. Para estes, foram aplicadas algumas perguntas adicionais para a avaliação da metodologia utilizada na disciplina de empreendedorismo, onde, em uma das questões eles poderiam pontuá-la conforme em uma escala de 1 (muito ruim) a 5 (muito boa). O resultado aponta que 55,4% dos entrevistados avalia a disciplina como boa ou muito boa.

Ainda foi analisado o desejo dos alunos de começar um novo negócio antes e depois de serem submetidos à disciplina. Antes de a disciplina ser ministrada, o resultado foi bem dividido 50% dos entrevistados pensavam em começar um próprio negócio e os outros 50% não. Já entre os que cursaram a disciplina, 89,2% dos entrevistados ao menos considera a abertura de um negócio próprio ou já abriu um novo negócio, restando apenas 10,7% dos entrevistados que não considera em hipótese alguma a abertura de um negócio próprio. É notável o aumento no desejo de empreender por parte dos entrevistados que tiveram a disciplina de Empreendedorismo na grade curricular.

Em relação ao fato de ter sido apresentada alguma característica empreendedora, 98,2% dos entrevistados teve algum contato com as estas características e apenas 1,8% não viu nenhuma característica do comportamento empreendedor.

As perguntas específicas serviram para mapear as características empreendedoras dos entrevistados. Elas foram elaboradas com base nas 10 características empreendedoras de David McClelland, e separadas, conforme

orientação do SEBRAE (2001), em três grandes grupos já apresentados anteriormente. As respostas foram apresentadas em três opções: Concordo Totalmente, Nem concordo nem discordo, e discordo totalmente. As respostas, por sua vez, ficaram separadas entre os entrevistados que passaram pela disciplina de empreendedorismo e os que não passaram.

As primeiras cinco perguntas aplicadas foram voltadas para o conjunto realização, as três perguntas subsequentes foram para o segundo conjunto, o de planejamento, e as duas últimas para o conjunto poder, conforme mostram os quadros 1 e 2.

O Quadro 1 refere-se aos acadêmicos que passaram pela disciplina de empreendedorismo, e os resultados são apresentados a seguir:

Quadro 1 - Dados da pesquisa sobre as características do comportamento empreendedor dos alunos submetidos à disciplina de empreendedorismo

Pergunta	Concordo Totalmente	Nem concordo Nem Discordo	Discordo Totalmente
CONJUNTO REALIZAÇÃO			
Busco sempre me antecipar aos fatos e criar novas oportunidades de negócio com produtos e serviços.	(50%)	(48,2%)	(1,8%)
Corro riscos calculados e estou sempre avaliando as alternativas. Procuro ter ações voltadas para o controle de resultados e redução de riscos.	(78,6)	(17,9)	(3,6)
Sou exigente com relação a qualidade e eficiência. Pesquiso métodos de criação mais eficientes e baratos.	(87,5)	(12,5%)	0
Diante de obstáculos sempre tenho alguma reação e assumo responsabilidades necessárias para atingir os objetivos. Sou persistente.	(80,4%)	(19,6%)	0
Faço sacrifícios pessoais para concluir uma tarefa, as pessoas que são responsáveis comigo recebem meu auxílio e estou sempre em busca da satisfação do cliente.	(85,7%)	(14,3%)	0
CONJUNTO DE PLANEJAMENTO			
Dedico-me pessoalmente para conseguir dados de clientes, fornecedores e concorrentes. Busco mentores e especialistas para me auxiliar nas tarefas.	(73,2%)	(25%)	(1,8%)
Determino metas e objetivos com desafios cujo o significado é pessoal. Estabeleço elas de maneira clara e exclusiva sempre com prazos realizáveis.	(73,2%)	(26,8%)	0

Procuo subdividir as tarefas grandes em pequenas tarefas e sempre com prazos bem definidos, estou sempre reavaliando meus planos e adequando-os com as mudanças no ambiente.	(66,1%)	(28,6%)	(5,4%)
CONJUNTO DE PODER			
Busco sempre criar e manter relações comerciais. Traço estratégias para influenciar e persuadir os outros. Uso pessoas chaves para atingir meus objetivos.	(71,4%)	(26,8%)	(1,8%)
Faço com que meu ponto de vista prevaleça, mesmo diante de resultados iniciais adversos, busco sempre ter autonomia em minhas relações para ter controle e estar sempre confiante em minha capacidade	(46,4%)	(41,1%)	(12,5%)

Fonte: Dados da Pesquisa, 2018.

No Quadro 1, nota-se que o conjunto com maior destaque positivo entre os entrevistados é o conjunto de realização, onde 4 das 5 questões tiveram concordância com as afirmações acima de 75%. Este conjunto está relacionado à busca de oportunidades e iniciativas, que é onde o sujeito demonstra maior afinidade em realizar ações antes do solicitado. Gostam de desafios, não deixam as oportunidades passarem, diante de desafios têm atitudes significativas, enfrentam desafios até mesmo com sacrifícios pessoais. Portanto, os entrevistados têm fortes características realizadoras, ou seja, se destacam por estarem à frente de projetos e motivam-se com desafios diários (MCCLELLAND, 1972 *apud* DIAS; SOUZA-NETO; BOAS, 2010).

O conjunto *poder*, que diz respeito à persuasão e autoconfiança foi o que apresentou menor índice de concordância com as afirmações propostas. Porém, ambas as alternativas tiveram mais de 50% de concordância, mesmo que parcial, com a afirmação e isto ocorre, possivelmente, devido ao fato de que os alunos que cursaram a disciplina de *Empreendedorismo* demonstram autoconfiança e independência, e estas são características essenciais para que o empreendedor seja bem sucedido (MCCLELLAND, 1972 *apud* DIAS, SOUZA NETO E BOAS, 2010).

O conjunto de planejamento foi o que demonstrou maior equilíbrio na concordância entre as afirmações, com destaque às duas primeiras questões do conjunto que dizem respeito à busca de informação e de especialistas, que apresentam, ambas, o mesmo percentual (73,2%) na alternativa de concordo totalmente. Observa-se, porém, que a característica que diz respeito à organização

está menos desenvolvida que as demais, com 66,1% de concordância. Cabe ressaltar que, segundo Dolabela (1999), grande parte dos acadêmicos busca informações sobre clientes, fornecedores e concorrentes e ainda buscam ajuda de especialistas para superar as adversidades impostas a eles.

O próximo quadro traz os resultados da pesquisa entre os acadêmicos que não tiveram a disciplina de empreendedorismo na sua grade curricular.

Quadro 2 - Dados da pesquisa sobre as características do comportamento empreendedor dos alunos que não foram submetidos à disciplina de empreendedorismo

Pergunta	Concordo Totalmente	Nem concordo Nem Discordo	Discordo Totalmente
CONJUNTO REALIZAÇÃO			
Busco sempre me antecipar aos fatos e criar novas oportunidades de negócio com produtos e serviços.	(57,1%)	(40%)	(2,9%)
Corro riscos calculados e estou sempre avaliando as alternativas. Procuro ter ações voltadas para o controle de resultados e redução de riscos.	(77,1%)	(22,9%)	0
Sou exigente com relação à qualidade e eficiência. Pesquiso métodos de criação mais eficientes e baratos.	(82,9%)	(17,1%)	0
Diante de obstáculos, sempre tenho alguma reação e assumo responsabilidades necessárias para atingir os objetivos. Sou Persistente.	(77,1)	(22,9)	0
Faço sacrifícios pessoais para concluir uma tarefa, as pessoas que são responsáveis comigo recebem meu auxílio e estou sempre em busca da satisfação do cliente.	(88,6)	(11,4)	0
CONJUNTO DE PLANEJAMENTO			
Dedico-me pessoalmente para conseguir dados de clientes, fornecedores e concorrentes. Busco mentores e especialistas para me auxiliar nas tarefas.	(80%)	(17,1%)	(2,9%)
Determino metas e objetivos com desafios cujo o significado é pessoal. Estabeleço elas de maneira clara e exclusiva sempre com prazos realizáveis.	(71,5%)	(25,7%)	(2,9%)
Procuro subdividir as tarefas grandes em pequenas tarefas e sempre com prazos bem definidos, estou sempre reavaliando meus planos e adequando-os com as mudanças no ambiente.	(51,4%)	(42,9%)	(5,7%)
CONJUNTO DE PODER			
Busco criar e manter relações comerciais. Traço estratégias para influenciar e persuadir os outros. Uso pessoas-chave para atingir meus objetivos.	(68,6%)	(25,7%)	(5,7%)

Faço com que meu ponto de vista prevaleça, mesmo diante de resultados iniciais adversos, busco sempre ter autonomia em minhas relações para ter controle e estar sempre confiante em minha capacidade	(45,7%)	(42,9%)	(11,4%)
--	---------	---------	---------

Fonte: Dados da Pesquisa, 2018.

No quadro 2, em um olhar geral, pode-se reparar que a opção “Discordo Totalmente das afirmações” teve uma adesão muito maior que no quadro anterior. Neste Quadro, nota-se, também, que entre os acadêmicos que não tiveram a disciplina de Empreendedorismo, o conjunto com maior desenvolvimento novamente é o de realização, em que todas as questões tiveram mais do que 55% de concordância total. Porém, três das cinco questões tiveram menor concordância do que entre os que tiveram a disciplina e os que discordam parcialmente com a afirmação também são maiores em três das cinco.

O Conjunto poder, que no quadro 1 apresentou os piores índices, no quadro 2 repete o desempenho ruim e conta com baixa porcentagem de concordância e com duas das maiores taxas de discordância total sobre as afirmações. Isso leva a crer que os estudantes que ainda não passaram pela disciplina de empreendedorismo buscam com menor intensidade a criação de laços e de rede de contatos, que é uma característica essencial para o empreendedorismo, pois é através dela que se pode alcançar outras CCE's como a de ter mentores para as tarefas que o acadêmico tem pouco conhecimento (MCCLELLAND, 1972 *apud* DIAS; SOUZA-NETO; BOAS, 2010).

No quadro 2, o grupo planejamento, em relação ao quadro 1, teve uma discordância maior em todas as afirmações, mas ainda assim a alternativa “concordo totalmente” obteve resultados acima de 50% nas três perguntas. Na alternativa “nem concordo e nem discordo” observou-se a presença de menores índices em duas das três questões.

A partir dos dados levantados, nota-se um nível satisfatório de desenvolvimento das características comportamentais empreendedoras entre os acadêmicos e, mesmo com a recente implantação de uma nova metodologia na disciplina, pode-se notar um desenvolvimento maior das CCE's entre os acadêmicos submetidos a matéria de Empreendedorismo. Segundo a entrevistada 2, “esta diferença tende a aumentar”, uma vez que “a nova metodologia foi implanta a mais ou menos dois anos, o que é pouco tempo para se colher resultados expressivos. A

mudança acontecerá gradualmente, mas o importante é que a semente vem sendo lançada e podemos observar sinais de que teremos bons frutos”.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Características como persistência, comprometimento e confiança, que marcam o perfil de um empreendedor, podem ser qualidades essenciais para o sucesso individual ou de uma organização.

Objetivando o levantamento das características do comportamento empreendedor dos alunos e ex-alunos dos cursos de Administração, Gestão Financeira e Gestão de Recursos Humanos do Centro Universitário FAG, o presente estudo, com base nos dados apresentados anteriormente, observou que existe uma melhora na apresentação das características empreendedoras entre os acadêmicos que passaram pela disciplina, e que a maioria dos estudantes avalia a metodologia aplicada na disciplina como boa. Notou-se, também, um significativo aumento na intenção de empreender no sentido de começar novos negócios. Portanto, a metodologia aplicada à disciplina de *Empreendedorismo* apresenta efeitos, mas ainda pode apresentar resultados mais evidentes e que ainda não são notados por se tratar de uma metodologia muito recente na instituição.

A instituição conta com bons programas para possibilitar que os acadêmicos assimilem as teorias na prática, o que contribui muito para o desenvolvimentos dos acadêmicos. Para o ensino do empreendedorismo, ela utiliza a metodologia do SEBRAE, que tem como base as CCE's de McClelland, e fornece aos acadêmicos um projeto em conjunto nomeado de *Startup Garage* que insere o estudante participante em um de inovação.

Para estudos futuros, sugere-se a necessidade de complementação deste trabalho por meio de levantamentos que possam trazer pontos de vista diferente dos apresentados, bem como, realizar um levantamento de dados de todos os cursos da IES em estudo e das demais IES do município para que se tenha um panorama geral da educação empreendedora. Propõe-se que se busque cada vez mais a disseminação da cultura empreendedora, para que assim as futuras gerações sejam capacitadas e tenham habilidades suficientes para a inovação.

6. REFERÊNCIAS

- ABRANCHES, R. S; DAMACENO, K. Empreendedorismo Corporativo: Uma Mudança no Comportamento Organizacional. II Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia. Rezende. In: **Anais...** Anais do: II Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia. Rezende, RJ, 2005, p. 83-89.
- ANDRADE, R. C. **O empreendedorismo na escola**. vol. 5. Porto Alegre/Belo Horizonte: Artmed/Rede Pitágoras, 2009.
- BARRETO, I. X. M. das M. **Empreendedorismo**: análise de contribuição do curso de graduação em administração da universidade de Brasília para formação profissional com perfil empreendedor, Brasília, 2011, 48f. Monografia. (Bacharel em Administração. Faculdade de Economia, Administração e contabilidade.
- BARRETO, L. P. **Educação para o empreendedorismo**. Salvador: Escola de Administração de Empresas da Universidade Católica de Salvador, 1998.
- BATISTA, C. H. **Estudo comparativo do desenvolvimento das características comportamentais empreendedoras dos alunos da disciplina de empreendedorismo durante o primeiro semestre de 2004 nos cursos de Administração e Turismo e Lazer da FURB – Santa Catarina/Brasil**. Blumenau, 2004. Dissertação (Mestrado em Administração) Programade Pós-Graduação em Administração, Centro de Ciências Sociais Aplicadas – PPGAd. Universidade Regional de Blumenau., 2004
- CARVALHO, C. E e ZUANAZZI, J. Análise das características de alunos de graduação em Administração e sua relação com as expectativas do ensino de empreendedorismo. In: EGEPE – Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas. 3. **Anais...** Brasília: UEM/UEL/UnB, 2003, p. 125-141.
- CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2005.
- DIAS, T. R. F. V; SOUZA NETO, S.P.; BOAS A. A. V. Características Comportamentais Empreendedoras Relevantes: Estudo de Caso dos ganhadores do Prêmio TOP Empresarial 2007. In: EGEPE – ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS, 2010, Recife. **Anais...** Recife, 2010.
- DOLABELA, F. **O Segredo de Luiza**. 30 ed. São Paulo: Cultura, 2006.
- _____. **Oficina do empreendedor**. 6 ed. São Paulo: Editora de Cultura, c1999.280p.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 2ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
- _____. **Empreendedorismo**: Transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- FERNANDES, Renê José Rodrigues. Breve histórico do ensino de empreendedorismo no Brasil. **Revista GV novos negócios**, v. 5, n. 5, 2013.
- FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, São Paulo, SP, v. 34, n.2, p 05-28, abr. 1999.

FLORES, D C.; HOELTGEBAUM, M.; SILVEIRA, A. O Ensino do Empreendedorismo no Cursos de Pós-Graduação em Administração no Brasil. **Revista de Negócios**, vol 13, n. 2, p. 93 – 104, 2007. Disponível em: <http://proxy.furb.br/ojs/index.php/rn/article/view/1033/841>. Acesso 19 de maio de 2018.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

FRANCO, Jheine Oliveira Bessa; GOUVÊA, Josiane Barbosa. **Cronologia dos estudos sobre o empreendedorismo**. [2016?]. 23 p. dissertação (Graduação)- Universidade Estadual de Maringá, UEM, Maringa, 2016. 5. Disponível em: <<http://www.regepe.org.br/regepe/article/view/360>>. Acesso em: 22 maio 2018.

GERBER, M.E. **O mito do empreendedor**. São Paulo: Saraiva, 1996.

GERHARDT , Tatiana Engel; SILVEIRA , Denise Tolfo. **Metodos de Pesquisa**. 2009. 120 p. pesquisa científica (Curso de Graduação Tecnológica Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural)- UAB/UFRGS, UFRGA, Porto Alegre RS, 2009.1.Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>>. Acesso em: 29 maio 2018.

GIL, A. C. (2002). Como classificar as pesquisas. **Como elaborar projetos de pesquisa**, 4, 44-45.

GREATTI. L; et al. Aprendizagem em empreendedorismo dos academicos do curso de administração de uma universidade estadual do sul do Brasil, **Anpad**, Rio de Janeiro, 25 a 29 de Ser. 2010.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. **Empreendedorismo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

HISRICH, Robert D; PETERS, Michael P. **Empreendedorismo**. 5.ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

KAUFMANN, L. **Passaporte para o ano 2000**: como desenvolver e explorar a capacidade empreendedora para crescer com sucesso até o ano 2000. São Paulo: McGraw-Hill, 1990.

LIMA, João Paulo Cavalcante et al. Estudos de caso e sua aplicação: proposta de um esquema teórico para pesquisas no campo da contabilidade. **Revista de Contabilidade e Organizações**, v. 6, n. 14, p. 127-144, 2012.

LOPES, R. M. A. **Avaliação de resultados de um programa de treinamento comportamental para empreendedores** – EMPRETEC. Dissertação de mestrado do Instituto de Psicologia da Universidade de São Paulo. 1999, 318 pg.

MALHEIROS, R. C. C. FERLA, L. A. CUNHA, C. J. C. A. **Viagem ao mundo do empreendedorismo**. Florianópolis: Instituto de estudos avançados, 2003.

MORIGI, Josimari de Brito . **O Ensino de Empreendedorismo nos Cursos de Graduação em Administração**: Um Estudo Comparativo Entre Três Instituições de Ensino Superior Paranaenses. 2017. 12 p. dissertação (Graduação em Administração)- UEP , Universidade Estadual do Paraná, [S.l.], 2017. Disponível em: <<http://www.admpg.com.br/2017/down.php?id=2628&q=1>>. Acesso em: 28 maio 2018.

MUNIZ, C. N. S. **Atitude empreendedora e suas dimensões**. Dissertação de Mestrado em Administração. Brasília: Universidade de Brasília, 2008.

PERIM, M. L. S. **Comparação do ensino e da prática de empreendedorismo em instituições de ensino superior públicas e privadas de boa vista** . 2012. 21 p. dissertação (Centro de Administrativos e Jurídicos)- Universidade Federal de Roraima ? UFRR, Boa Vista, 2015. 1. Disponível em: <<https://revista.ufrr.br/adminrr/article/view/767>>. Acesso em: 29 maio 2018.

ROURE, J. **Dez mitos sobre os empreendedores**. Dominando os desafios do empreendedor. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2001.

SALIM, C. S.; SILVA, N. C. **Introdução ao Empreendedorismo**: Despertando a atitude Empreendedora. São Paulo: Elsevier, 2010.

SCHUMPETER, J. A **A Teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Nova Cultural, 1997.

SEBRAE. **Manual de operacionalização do projeto EMPRETEC**. Brasília, 2001.

VENTURI, J. L. et al. **Estudo das características empreendedoras dos proprietários de restaurantes na cidade de Itapema, conforme a abordagem de David McClelland**. Itajaí, 2003.