



A MOTIVAÇÃO DOS GRADUANDOS EM ADMINISTRAÇÃO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA - UNIPAMPA PARA EMPREENDER

ROSECLAIR DA ROCHA LACERDA BARRROSO

Universidade Federal do Pampa - UNIPAMPA

roseclairlacerda@gmail.com

MARCOS VINICIUS DALAGOSTINI BIDARTE

Universidade Federal do Pampa - UNIPAMPA

viniciusbidarte@hotmail.com

SEBASTIÃO AILTON DA ROSA CERQUEIRA ADÃO

Universidade Federal do Pampa - UNIPAMPA

sebastiaocerqueira@unipampa.edu.br

RESUMO

Esta pesquisa teve como objetivo verificar como se caracteriza a motivação dos alunos do Curso de Graduação em Administração da Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA), Campus Santana do Livramento, RS, em empreender no seu próprio negócio. A presente pesquisa caracteriza-se como descritiva, de abordagem quantitativa, realizada através do método *survey*, sendo os dados analisados por meio da estatística descritiva. Os resultados da pesquisa demonstraram que maioria dos respondentes pretende trabalhar por conta própria. Observou-se que a maioria dos respondentes optou em empreender em um novo negócio e o ramo de atividade mais citado foi o de alimentação, seguido de comércio. Quanto às características do comportamento empreendedor, os respondentes julgaram possuir mais o “comprometimento”, e menos a “persuasão e rede de contatos”. Os respondentes concordam que o Curso fornece as ferramentas e conhecimentos necessários para que empreendam em um negócio próprio, porém, sentem-se indiferentes quanto ao fornecimento de conhecimentos técnicos e de gestão. É relevante que a Universidade atente para uma formação alinhada com o perfil do egresso estabelecido pela própria, onde constam competências e habilidades fundamentais voltadas para a formação do Administrador/Empreendedor.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Mercado de Trabalho; Capacidade Empreendedora; Ensino Superior.

1 INTRODUÇÃO

As relações de trabalho vêm sendo, ao longo do tempo, alteradas devido às grandes mudanças no cenário econômico mundial. Muitos trabalhadores perdem seus postos no mercado de trabalho, e alguns com dificuldades de realocação, encontram como alternativa empreender em um negócio ou desempenhar uma nova atividade profissional. Outros veem o ato de empreender como uma oportunidade para iniciar suas atividades.

Empreender não é tarefa fácil. Não basta o empreendedor encontrar uma oportunidade de negócio e possuir motivação. É necessário ter conhecimentos profundos do ramo de atividade no qual pretende investir, conhecer as exigências de mercado e também outros aspectos importantes para a sustentabilidade e o sucesso do seu empreendimento. Além disso, o empreendedor deve preparar-se, buscando novos conhecimentos em diferentes áreas, que são imprescindíveis para a boa gestão de um negócio.

De acordo com Borges, Filion e Simard (2008), no Brasil, a maioria das novas empresas são criadas por jovens empreendedores com menos de 35 anos de idade. Isso revela a grande importância dos jovens na criação de novas empresas, de postos de trabalho e na geração de riqueza para o país. A tendência é de que, no futuro, os jovens escolham, como opção de carreira, serem donos do seu próprio negócio.

Os diversos relatórios realizados pelo *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) demonstram as vantagens associadas ao empreendedorismo, como: a criação de novas empresas e novos empregos, a promoção da competitividade, entre outros. O empreendedorismo além de ser considerado um forte impulsionador do crescimento econômico e do emprego, é um componente-chave em uma economia de mercado competitivo e globalizado (GEM, 2016).

No início do século XXI houve uma explosão na quantidade de estudos realizados abrangendo o empreendedorismo. Este, enquanto área de investigação acadêmica foi gradualmente sendo incorporado por diversos cursos em nível mundial. O estudo do empreendedorismo permite explicar o papel das novas empresas no progresso e no desenvolvimento econômico de um país (ROSÁRIO, 2007).

No Brasil, segundo Zen e Fracasso (2008), a ampliação de estudos sobre o empreendedorismo se deu durante a década de 1990, devido à expressiva importância da figura do empreendedor na economia brasileira. Concomitantemente, houve um crescimento da literatura visando fornecer apoio ao desenvolvimento de novos negócios e a criação de materiais didáticos para micro e pequenas empresas.

Assim sendo, o aumento do estudo do empreendedorismo na academia brasileira possibilitou a sua inclusão na estrutura curricular de vários cursos técnicos e superiores. O ensino do empreendedorismo como disciplina acadêmica, por exemplo, está incluída na estrutura curricular do Curso de Graduação em Administração da Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA).

Considerando as mudanças nas relações de trabalho ao longo do tempo, das novas formas de acesso ao mercado e também da evolução dos estudos sobre empreendedorismo no Brasil, desenvolveu-se como questão-problema da presente pesquisa: **Como se caracteriza a motivação dos alunos do Curso de Graduação em Administração da UNIPAMPA, Campus Santana do Livramento, RS, em empreender no seu próprio negócio?**

Buscando respondê-la, foi elaborado como objetivo geral identificar como se caracteriza a motivação dos alunos do Curso de Graduação em Administração da UNIPAMPA, Campus Santana do Livramento, RS, em empreender no seu próprio negócio. Este objetivo foi desmembrado nos seguintes objetivos específicos: a) verificar o empreendedorismo como forma de acesso ao mercado de trabalho dos alunos do Curso de Graduação em Administração da UNIPAMPA, Campus Santana do Livramento, RS; b)

identificar a capacidade empreendedora dos alunos do Curso de Graduação em Administração da UNIPAMPA, Campus Santana do Livramento, RS; e, c) verificar a formação dos alunos do Curso de Graduação em Administração da UNIPAMPA, Campus Santana do Livramento, RS, como empreendedor.

A presente pesquisa justifica-se pelo estudo com estudantes universitários e o possível interesse em empreender em um negócio próprio, visando uma alternativa de sustento e/ou de realização profissional. Ainda, leva em consideração a necessidade de reflexão sobre o ensino do empreendedorismo no ensino superior nos Cursos de Administração, em especial no Curso de Graduação em Administração da UNIPAMPA, Campus Santana do Livramento, RS. Em suma, o tema é relevante, atual e importante para a academia, para a universidade e para a sociedade. Assim sendo, apresenta-se, na seção a seguir, o referencial teórico. Após, é apresentada a metodologia. A análise e discussão dos dados e as considerações finais compõem a penúltima e a última seções.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico compreende uma revisão conceitual objetiva dos termos empregados na presente pesquisa, e está estruturado em três subseções, a saber: a) o empreendedorismo; b) o empreendedor; e, c) o ensino do empreendedorismo no Ensino Superior e na Universidade Federal do Pampa, Campus Santana do Livramento, RS.

2.1 O Empreendedorismo

Os primeiros cursos e conferências sobre empreendedorismo no mundo tiveram início no final da década de 1940. No ano de 1947, um curso sobre gerenciamento de pequenas empresas foi criado pela *Harvard Business School*. Logo após, em 1953, Peter Drucker também criou um curso sobre empreendedorismo e inovação, na Universidade de Nova York. Somente muito tempo depois, o empreendedorismo foi apresentado às faculdades de Administração (DOLABELA, 2008).

De acordo com Dolabela (2008, p. 59), o termo “empreendedorismo” é derivado da livre tradução da palavra *entrepreneurship*, sendo “utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação”. Para o autor, o grau de empreendedorismo de uma comunidade é que define seu crescimento econômico, através do empreendedor que cria e aplica valores para os indivíduos e para a sociedade.

No Brasil, o conceito de empreendedorismo somente foi difundido no final da década de 1990, quando entidades como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e a Sociedade Brasileira para Exportação de *Software* (SOFTEX) foram criadas. Porém, o primeiro curso realizado no Brasil sobre o empreendedorismo foi em 1981, realizado pela Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas, em São Paulo (DORNELAS, 2008).

No primeiro relatório do GEM de 1999, originaram-se duas definições de empreendedorismo: (a) o empreendedorismo de oportunidade e (b) o empreendedorismo de necessidade. O primeiro diz respeito ao empreendedor ser visionário, que sabe aonde quer chegar, que cria o seu próprio negócio com planejamento prévio, que busca o crescimento e que visa à geração de lucros, empregos e riqueza. Este tipo de empreendedorismo está ligado ao desenvolvimento econômico (GEM, 1999).

E o segundo é aquele em que o indivíduo se aventura no mercado de trabalho por falta de opção, por não ter alternativas de trabalho ou mesmo por estar desempregado. Nesse caso, os negócios geralmente são criados na informalidade, não são planejados

adequadamente e fracassam rapidamente, o que não gera desenvolvimento econômico e acaba influenciando negativamente as estatísticas de criação e mortalidade dos negócios (GEM, 1999).

Com base no relatório do GEM de 1999, Hashimoto (2006) corrobora afirmando que o Brasil é um dos líderes no empreendedorismo por necessidade. Este ocorre devido à necessidade de sobrevivência dos indivíduos, principalmente os que foram desligados das empresas e não encontraram espaço para se recolocarem no mercado de trabalho. Este tipo de empreendedorismo é o responsável pela alta taxa de mortalidade das empresas brasileiras.

De acordo com Dornelas (2008), há um vasto número de pesquisas que indicam que o empreendedorismo oferece alto grau de realização pessoal. Isto é possível devido à exteriorização do sonho ou de uma ideia de um indivíduo. A atividade empreendedora faz com que prazer e trabalho andem juntos.

Considera-se o empreendedorismo como o combustível para o crescimento econômico, pois cria emprego e prosperidade. Uma das saídas da crise econômica depende de estimular e desenvolver o empreendedorismo em todos os níveis. Somente há transformação de ideias em oportunidades, se houver, em conjunto, o envolvimento de pessoas e processos (DORNELAS, 2008). Nesse sentido, os empreendedores criam riqueza através da inovação e estão no centro da geração do emprego e do crescimento da economia:

Empreendedores criam um mecanismo de distribuição de riqueza que depende da inovação, de trabalho duro e de assumir risco. Como isso é largamente respeitado como base apropriada para a distribuição de riqueza, os empreendedores criam um método ‘justo e equitativo’ de redistribuição de riqueza (KIRCHHOFF, 1997, p. 455 apud DOLABELA, 2008, p. 36).

Neste contexto, para Zen e Fracasso (2008), os empreendedores são indivíduos que passaram a desempenhar um papel fundamental no desenvolvimento econômico dos países. Os relatórios publicados pelo GEM comprovam isso. Em 2007, o Brasil se encontrava na décima posição dos países mais empreendedores do mundo, ou seja, 13 em cada 100 brasileiros adultos encontram-se envolvidos com alguma(s) atividade(s) empreendedora(s). Em 2015, o Brasil ainda permanece na décima posição, porém, o número de brasileiros adultos envolvidos com alguma(s) atividade(s) empreendedora(s) aumentou para 21 (GEM, 2007; 2015).

2.2 O Empreendedor: Conceito e Características

A origem do termo “empreendedor” está na palavra francesa “*entrepreneur*”. Esta é uma das origens históricas, que data do século XIV. Já durante a Idade Média, a atividade empreendedora estava fortemente relacionada a projetos de produção e obras, onde o empreendedor era contratado pelo governo e apenas gerenciava os recursos recebidos. Somente no século XVIII que o termo empreendedor foi ligado ao risco, desta forma, os acordos firmados entre o empreendedor e o governo estavam suscetíveis ao lucro ou prejuízo, ambos incorporados pelo primeiro (ZEN; FRACASSO, 2008).

Ainda durante o século XVIII, o empreendedor era o indivíduo que realizava a compra de matérias-primas e as vendia a terceiros, após processá-las. Nessa época, as funções do empreendedor foram definidas por Cantillon (1755 *apud* HASHIMOTO, 2006). Jean-Baptiste Say (1964) foi além e definiu o empreendedor como um indivíduo que inova e é agente de mudanças.

As ideias sobre a figura do empreendedor e seu papel na sociedade foram resgatadas por Say (1964) e por Schumpeter (1997). Ambos os autores realizam a associação do indivíduo empreendedor ao desenvolvimento econômico dos países, à geração de riqueza, ao

aproveitamento de oportunidades de negócios e à inovação. É importante destacar que a corrente econômica associou o empreendedor à ação inovadora ou criativa.

Cantillon (1755 *apud* HASHIMOTO, 2006), Say (1964), Schumpeter (1997) e Drucker (2008) foram os principais estudiosos que definiram a figura do empreendedor e o seu papel na sociedade. A partir de então, o termo empreendedor possui diversas definições. Isto se dá devido às contribuições de estudiosos das mais diversas áreas do conhecimento. De acordo com Hashimoto (2006), essa diversidade de definições acaba dificultando uma definição que consolide a conceituação do termo de forma objetiva.

Em uma abordagem mais contemporânea, Escarlata (2010, p. 9), por exemplo, afirma que não há empreendedorismo sem a presença da figura do empreendedor, pois este “é um indivíduo capaz de pensar e agir de forma inovadora, identificando oportunidades, inspirando, renovando e liderando processos, assumindo riscos calculados em favor do lucro”. O empreendedor é o indivíduo que faz acontecer, podendo, ou não, ser empresário. Caso este seja, passa a ser um empresário empreendedor.

O empreendedor é o indivíduo que acredita na realização de seus sonhos e se acha capaz de mudar o ambiente onde vive, assumindo os riscos e buscando definir o seu destino. Por isso que o empreendedor é o indivíduo que imagina uma visão, a desenvolve e a realiza (DOLABELA, 2008).

Os empreendedores possuem iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que fazem; utilizam os recursos disponíveis de forma criativa, transformando o ambiente social e econômico onde vivem; aceitam assumir riscos calculados e a possibilidade de fracassar. “O empreendedor de sucesso possui características extras, [...], e alguns atributos pessoais que, somados a características sociológicas e ambientais, permitem o nascimento de uma nova empresa” (DORNELAS, 2008, p. 17).

Desde a década de 1980 se tem discutido muito sobre quais seriam as características do empreendedor de sucesso. Apesar de haver uma grande quantidade de características, umas são mais citadas que as outras, o que faz com que a variação seja mínima no que dizem os pesquisadores e autores do tema (WALTER, 2005).

Quanto às características do comportamento empreendedor (CCEs), estas estão agrupadas em três grupos e são apresentadas no Quadro 1. De acordo com Lenzi (2009), cada empreendedor possui características que o diferenciam dos demais, cabendo a este desenvolver as que não possui e aprimorar as que possui.

Quadro 1 – Características do comportamento empreendedor

GRUPO 1	Características relacionadas à <u>realização</u> 1. Busca de oportunidades e iniciativa; 2. Disposição para correr riscos calculados; 3. Exigência de qualidade e eficiência; 4. Persistência; 5. Comprometimento.
GRUPO 2	Características relacionadas ao <u>planejamento</u> 6. Busca de informações; 7. Estabelecimento de metas; 8. Planejamento e monitoramento sistemáticos.
GRUPO 3	Características relacionadas ao <u>poder</u> 9. Persuasão e rede de contatos; 10. Independência e autoconfiança.

Fonte: Elaborado pelos autores de acordo com Dornelas (2007) e Escarlata (2010)

Ainda sobre as características do comportamento empreendedor, Dornelas (2007) destaca que, em estudos acadêmicos internacionais, as características mais citadas são:

“capacidade de correr riscos” (1º), “independência” (2º), “autoconfiança” (7º) e “metas” (12º). Além disso, o autor ainda destaca que as características atribuídas aos empreendedores passam mais de 50.

O empreendedor, em potencial, precisa conhecer as formas de análise do negócio, pois a motivação, por si só, não é suficiente para empreender. Considera-se importante a preparação do empreendedor para conhecer o mercado em que vai atuar e também conhecer a si mesmo, a fim de buscar o sucesso com foco e ter o êxito esperado (DOLABELA, 2008).

Alguns estudos dizem que o empreendedor não nasce empreendedor. Isso se dá, pois, ao longo da vida, o indivíduo sofre diversas influências do ambiente em que vive e das pessoas que os cerca, ou seja, ninguém nasce pronto, sendo possível aprender a empreender. O sucesso do empreendedor depende de vários fatores internos e externos ao seu negócio, do seu perfil e de como são, por ele, administradas as adversidades encontradas no decorrer do tempo (ESCARLATE, 2010).

Três aspectos são parte necessária da formação da competência do empreendedor: conhecimentos, habilidades e atitudes, porém estes somente serão válidos se transformados em ação e resultados. É importante que o empreendedor pratique estes aspectos constantemente a fim de torná-los um ciclo. A competência não se faz apenas pela intenção de demonstrar algum conhecimento, habilidade ou atitude, e sim pelas ações e realizações do empreendedor. Não havendo resultados, não haverá a competência empreendedora e o empreendedor não alcançará destaque em seu mercado de atuação (LENZI, 2009).

Ainda conforme o autor supracitado é importante que o empreendedor desenvolva o autoconhecimento, principalmente na sua área de atuação. Somente através desta forma é que o empreendedor irá saber traçar estratégias para se tornar uma pessoa de sucesso, consolidando algumas habilidades, planejando, considerando a visão pessoal e profissional e tendo foco para organizar e estruturar seu negócio.

2.3 O Ensino do Empreendedorismo no Ensino Superior e na Universidade Federal do Pampa, Campus Santana do Livramento, RS

Acreditava-se, antigamente, no empreendedorismo nato, onde os indivíduos que não nasciam com um diferencial ou com predestinação ao sucesso nos negócios eram desencorajados a empreender. O tempo mostrou que isso é um mito. Atualmente, acredita-se que o empreendedorismo pode ser ensinado, seja em universidades ou em escolas técnicas, de forma a capacitar os indivíduos para a criação de empresas duradouras (DORNELAS, 2008).

Cabe ressaltar que, para Dolabela (2008), não se pode utilizar a didática convencional para a educação empreendedora, pois o conhecimento empreendedor não é transferível, como do indivíduo que sabe para o indivíduo que não sabe. É possível que qualquer indivíduo aprenda a ser empreendedor, para tanto, deve-se, primeiro, apresentar os conceitos e definições do empreendedorismo, para então desenvolver o seu potencial empreendedor.

De acordo com o relatório do GEM (1999, grifo nosso), foram apresentadas dez recomendações aos países que almejam o desenvolvimento econômico. A proposição número sete refere-se ao ensino do empreendedorismo, a saber: *“Developing the skills and capabilities required to start a business should be integrated into specific educational and vocational training programs at all educational levels”*.

O ensino do empreendedorismo é muito importante para a formação de futuros e melhores empresários e empresas, e conseqüentemente em uma maior geração de riqueza ao país. Para isso, o empreendedor deve possuir certos conhecimentos administrativos, sendo importantes as seguintes dimensões: orientação estratégica, análise das oportunidades,

comprometimento dos recursos, controle dos recursos e estrutura gerencial (DORNELAS, 2008).

Devido à importância do empreendedorismo, o mesmo encontra-se presente na estrutura curricular de vários Cursos de Graduação em Administração no Brasil. O Ministério da Educação (MEC), por meio do Conselho Nacional de Educação, Câmara de Educação Superior, instituiu a Resolução n. 4, de 13 de julho de 2005, que trata das Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Administração.

Apesar de não constar como conteúdo de formação obrigatório, o ensino do empreendedorismo foi inserido na grade curricular de várias universidades. Este é o caso do Curso de Graduação em Administração da UNIPAMPA, Campus Santana do Livramento, RS.

A UNIPAMPA foi criada através da Lei n. 11.640, de 11 de janeiro de 2008, com foro e sede na cidade de Bagé, RS, totalizando dez campi espalhados pelo Estado. A referida Universidade é parte integrante do programa de expansão das Universidades Federais no Brasil com o objetivo de contribuir para minimizar o processo de estagnação econômica da região onde estão inseridas (BRASIL, 2008).

O Curso de Graduação em Administração foi implantado durante o segundo semestre de 2006, oferecendo 100 vagas por ano, sendo 50 para o turno diurno e 50 para o turno noturno. A forma de ingresso estabelecida foi através do Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM). Inicialmente o Projeto Político-Pedagógico do Curso de Graduação em Administração possuía duração de 8 semestres e uma carga horária total de 3.000 horas. Atualmente, foi implantado um novo Projeto Político-Pedagógico, estabelecendo alterações em relação à duração do Curso (9 semestres) e à carga horária (3.060 horas) (UNIPAMPA, 2016a; 2016b; 2016c).

De acordo com a Estrutura Curricular do Curso de Administração, a disciplina “Empreendedorismo” é ministrada no 5º semestre, com carga horária total de 60 horas (4 créditos), dividida em uma carga horária teórica de 45 horas e uma carga horária prática de 15 horas (UNIPAMPA, 2012). E de acordo com o Plano de Ensino, a disciplina possui como objetivo “desenvolver a capacidade empreendedora na área de administração, apresentando as ferramentas necessárias para formar o espírito empreendedor” (*in mimeo*).

No demais, de acordo com a lista de Disciplinas Complementares de Graduação (DCGs) do Curso em Administração, há uma disciplina optativa que tangencia o empreendedorismo, chamada “Liderança Empreendedora”. Esta disciplina possui uma carga horária total de 30 horas (2 créditos) (UNIPAMPA, 2012). A seguir é apresentada a metodologia utilizada na presente pesquisa.

3 METODOLOGIA

O presente estudo possui natureza empírica, de abordagem quantitativa. Quanto a sua caracterização, trata-se de uma pesquisa descritiva, a qual objetiva descrever características de determinado fenômeno, por meio de técnica padronizada de coleta de dados (DIEHL; TATIM, 2004). O método utilizado foi o método *survey*, onde é empregado para a coleta de dados primários que podem variar de estilos de vida até informações gerais sobre o indivíduo (HAIR JR. *et al.*, 2005). O público alvo foi os graduandos do sétimo e oitavo semestres do Curso de Graduação em Administração da UNIPAMPA, Campus Santana do Livramento, RS.

A coleta de dados se deu através da aplicação de um questionário estruturado elaborado pelos autores, baseado no estudo de Rosário (2007), durante o mês de junho de 2016, dividido em quatro blocos. No primeiro bloco buscou-se verificar o empreendedorismo como forma de acesso ao mercado de trabalho; no segundo, identificar a capacidade empreendedora dos graduandos; no terceiro, verificar a formação empreendedora dos graduandos; e no último, foram levantadas algumas variáveis sócio-demográficas.

Os dois primeiros blocos foram estruturados com questões de múltipla escolha. O terceiro bloco foi proposto com a Escala Likert, onde afirmações que qualificam o objeto a ser medido são apresentadas ao respondente que assinala um dos cinco pontos apresentados, sendo estes: 1 = discordo muito; 2 = discordo; 3 = indiferente; 4 = concordo e 5 = concordo muito (MARTINS; THEÓPHILO, 2009).

Os graduandos foram selecionados por amostragem aleatória simples, onde cada indivíduo da população possui a mesma probabilidade de ser selecionado, e a seleção particular de um, não afeta a probabilidade de qualquer outro indivíduo ser escolhido (ACEVEDO; NOHARA, 2006). Utilizou-se para o cálculo do tamanho da amostra as fórmulas propostas por Barbetta (1994, p. 45). Primeiramente, calculou-se a Fórmula 1, e, em seguida, a Fórmula 2. As fórmulas são apresentadas a seguir:

$$(1) n_0 = \frac{1}{(E_0)}$$

$$(2) n = \frac{N \cdot n_0}{(N + n_0)}$$

Onde: E_0 = Erro amostral tolerável; n_0 = Primeira aproximação do tamanho da amostra; N = População; n = Amostra.

A população foi obtida através de informações concedidas pela Secretaria Acadêmica do Campus Santana do Livramento, RS. Como resultado do cálculo da amostra, obteve-se como amostragem 52 graduandos, de uma população de 60 alunos. Durante a realização da pesquisa foram aplicados questionários para 35 graduandos do Curso de Administração da UNIPAMPA. Ressalta-se que no momento da aplicação do instrumento de coleta de dados houve a ocupação do Campus por parte dos estudantes o que ocasionou a interrupção das aulas por um período de quinze dias. Após o processo de desocupação, a instituição iniciou o processo de avaliação de ensino e finalização do semestre, sendo que, em função deste fato o número de discentes respondentes não permite a generalização dos resultados.

A análise dos dados foi realizada por meio da estatística descritiva, que segundo Anderson, Sweeney e Willians (2007) se define como um sumário de dados que podem ser tabulares, gráficos ou numéricos. Este tipo de análise oferece entendimento de conjuntos de dados quantitativos, provenientes de variáveis que se tem interesse em estudar (MARTINS; THEÓPHILO, 2009). Os dados obtidos, os resultados e discussões da presente pesquisa, são apresentados na próxima seção.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

A seção de apresentação e análise dos dados está estruturada em quatro subseções, a saber: a) perfil sócio-demográfico dos graduandos; b) o empreendedorismo como forma de acesso ao mercado de trabalho; c) a capacidade empreendedora dos graduandos; e, d) a formação dos graduandos do curso de administração como empreendedores.

4.1 Perfil Sócio-Demográfico

Do total de respondentes, 30 estão classificados na faixa etária entre 20 e 30 anos, 04 até 40 anos e 01 acima de 40 anos. Quanto ao gênero, 27 graduandos são do sexo feminino e 08 do sexo masculino.

Em relação ao estado civil dos respondentes, 28 são solteiros, 06 são casados ou possuem união estável e 01 separado ou divorciado. Do total, 28 não possuem dependentes, 04 possuem apenas um dependente e 03 possuem dois dependentes.

Com as informações sócio-demográficas, pode-se observar que o perfil da maioria dos entrevistados é composto por jovens de até 30 anos, do sexo feminino, solteiros e sem dependentes. A idade média dos respondentes é de 26 anos.

4.2 O Empreendedorismo como forma de acesso ao Mercado de Trabalho

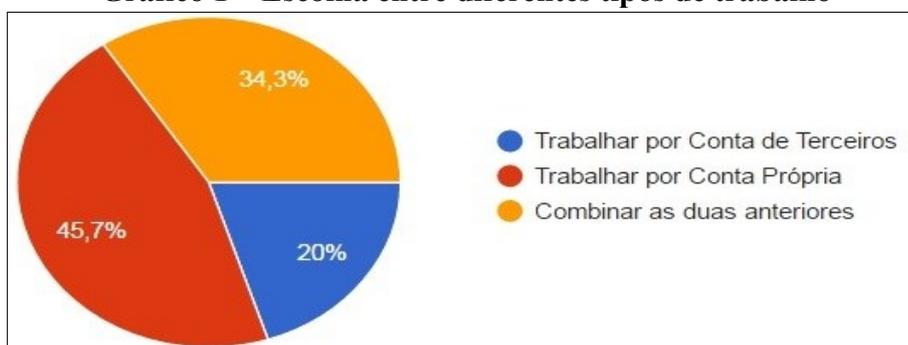
Visando atender ao primeiro objetivo específico, os pesquisados responderam a três questões. Na primeira, foram questionados sobre ter ou já ter tido alguma atividade profissional remunerada, onde 31 responderam que sim, significando 88,6% dos pesquisados. Apenas 4 respondentes (11,4%) assinalaram que não tiveram atividade profissional remunerada.

Na segunda questão, foi perguntado se possuíam algum familiar próximo que fosse empresário, pois conforme Hisrich e Peter (1998), geralmente os empreendedores possuem histórico familiar de membros da família que possuem pequenas empresas ou já criaram algum tipo de negócio. Do total de respondentes, 20 possuem algum familiar próximo que seja empresário, e 15 não possuem nenhum parente próximo no ramo empresarial.

De acordo com o estudo realizado por Rosário (2007), o contexto familiar, ou seja, a existência de familiares próximos empresários, não influenciou no desejo dos graduandos em empreender em um negócio. Os graduandos que apresentaram maior propensão ao empreendedorismo foram aqueles que não possuem familiares próximos empresários.

E na terceira questão, perguntou-se sobre a possibilidade de escolherem entre diferentes tipos de trabalho. O Gráfico 1 ilustra a resposta.

Gráfico 1 – Escolha entre diferentes tipos de trabalho



Fonte: Elaborado pelos autores de acordo com dados da pesquisa

Quanto a escolher o tipo de trabalho, 45,7% dos respondentes optaram em trabalhar por conta própria, 34,3% gostariam de combinar as duas possibilidades, e apenas 20% não apresentaram, no momento da realização da pesquisa, vontade de empreender em um negócio próprio. Neste ponto, Dornelas (2008) considera os indivíduos que desejam empreender como aqueles que estão à frente das mudanças, desejam serem donos do próprio destino e independentes, ao invés de empregados.

Com relação ao desejo de trabalhar por conta própria, Lenzi (2009) contribui ressaltando que o empreendedorismo pode ser considerado como o principal fator de desenvolvimento econômico e social de um país, onde as iniciativas empreendedoras podem ser revertidas em crescimento para a nação e consequentemente à sua população.

4.3 A capacidade Empreendedora dos Graduandos

Buscando atender o segundo objetivo específico, os pesquisados responderam a três questões, referentes ao segundo bloco. Na primeira, foram questionados sobre a preferência de investir em um negócio novo ou em um já existente. O Gráfico 2 ilustra a resposta.

Gráfico 2 – Empreender em um negócio novo ou em um existente



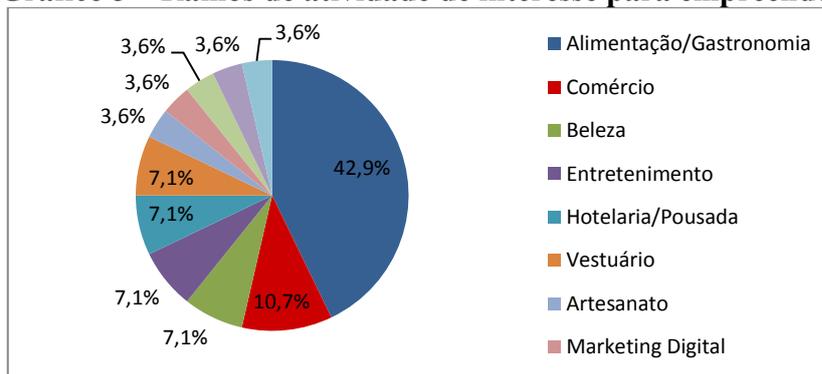
Fonte: Elaborado pelos autores de acordo com dados da pesquisa

Ao escolherem entre os tipos de negócio, novo ou existente, 62,9% dos respondentes optaram em empreender em um novo negócio. De modo contrário, 37,1% dos respondentes demonstraram interesse em empreender em um negócio já existente.

Ratificando o resultado da pesquisa, Dornelas (2008) diz que o empreendedor visa criar algo novo e abrir os próprios caminhos para ser seu próprio chefe e gerar empregos. Hashimoto (2006), aborda uma parte do estudo realizado por Morris, Lewis e Sexton, em 1994, onde foram levantadas definições do termo empreendedorismo e, em primeiro lugar dos termos chave, apareceu os termos “iniciar/criar”, seguido do termo “novo negócio”.

Na segunda questão, perguntou-se aos respondentes sobre o ramo de atividade que teriam interesse em empreender, ficando livres para responder qualquer ramo de sua preferência. O Gráfico 3 apresenta a resposta.

Gráfico 3 – Ramos de atividade de interesse para empreender



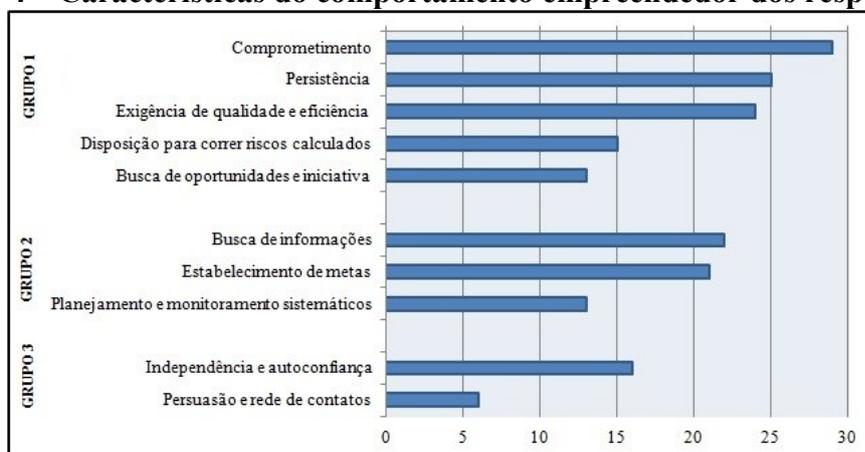
Fonte: Elaborado pelos autores de acordo com dados da pesquisa

Com relação ao ramo de atividade que gostariam de empreender, 42,9% dos respondentes escolheram o ramo de alimentação/gastronomia. O comércio apareceu em segundo lugar, 10,7%. Em terceiro lugar, foram citadas as áreas de beleza, entretenimento, hotelaria e vestuário, com 7,1% cada. E em quarto lugar, os respondentes possuem interesse em empreender nas atividades de artesanato, marketing digital, pecuária e produtos femininos, com 3,6% cada.

Independente do ramo de atividade escolhido para empreender, Dornelas (2007, p. 7) afirma que “quanto maior o domínio sobre um ramo de negócio, maior é sua chance de êxito”. O autor ainda contribui dizendo que este domínio pode vir tanto da experiência prática, como de informações obtidas através de cursos de formação e qualificação ou de pessoas que já possuem um tipo de negócio semelhante. Para Lenzi (2009), é imprescindível que haja o encorajamento para a criação de novas iniciativas empreendedoras em diversas áreas, mas com o cuidado de não criá-las de forma indiscriminada, sim de forma planejada.

Em relação à questão que se refere às características do comportamento empreendedor (CCEs) dos respondentes (Gráfico 4), estas foram analisadas, em um primeiro momento, de forma geral e, em um segundo momento, por grupos, conforme exposto anteriormente no Quadro 1. A característica do comportamento empreendedor que os respondentes mais julgaram possuir foi o “comprometimento”, citada por 29 respondentes, e a que menos julgaram possuir foi a “persuasão e rede de contatos”, citada por 6 respondentes.

Gráfico 4 – Características do comportamento empreendedor dos respondentes



Fonte: Elaborado pelos autores de acordo com dados da pesquisa

No grupo das características do comportamento empreendedor relacionadas à realização (Grupo 1), percebe-se o “comprometimento” como a característica mais presente (citada 29 vezes). A característica menos presente neste grupo foi “busca de oportunidades e iniciativa” (citada 13 vezes).

Para Dornelas (2008), uma das características mais presente dos empreendedores de sucesso é a disposição para correr riscos calculados, sendo também a mais conhecida. Possuir disposição para correr riscos calculados exige do empreendedor conhecimento em gerenciar o risco, cabendo a este avaliar ainda as reais chances de sucesso de seu negócio. Contudo, percebe-se que apenas uma parcela dos respondentes julgou possuir esta característica.

A característica mais presente no grupo das características do comportamento empreendedor relacionadas ao planejamento (Grupo 2) foi a “busca de informações” (citada 22 vezes). O “planejamento e monitoramento sistemáticos” foi a característica menos presente neste grupo (citada 13 vezes).

O empreendedor de sucesso realiza o planejamento de cada passo de seu negócio. Segundo Lenzi (2009), o empreendedor somente chegará ao sucesso pessoal, profissional e, principalmente, empresarial através do planejamento, bem como de seu monitoramento. A ausência de planejamento, e de seu monitoramento, pode levar o negócio e a carreira profissional do empreendedor à falência.

Segundo os dados do SEBRAE (2013), a taxa de mortalidade de empresas de dois completos anos caiu de 26,4% em 2005, para 24,4% em 2007. Isso representa que de cada

100 micro e pequenas empresas abertas no Brasil, 24 encerraram suas atividades. Do mesmo modo, quanto à taxa de sobrevivência de empresas de dois anos completos subiu de 73,6% em 2005, para 75,6% em 2007. Destaca-se que os dois primeiros anos de existência da empresa são os mais críticos para seu sucesso ou para seu fracasso, sendo o planejamento uma ferramenta importante para um desses dois últimos.

E por fim, no grupo das características do comportamento empreendedor relacionadas ao poder (Grupo 3), a “independência e autoconfiança” foi a característica mais presente (citada 16 vezes). Deste modo, a característica menos presente neste grupo foi a “persuasão e rede de contatos” (citada 6 vezes).

A característica “persuasão e rede de contatos”, segundo Dornelas (2008), auxilia o empreendedor no ambiente externo de seu negócio, principalmente a rede de contatos, junto a fornecedores, clientes e entidades de classe. Para Lenzi (2009), a rede de contatos do empreendedor é desenvolvida durante toda a sua vida, não em um único momento. Desta forma, pode-se dizer que poucos respondentes possuem rede de contatos (*networking*), de forma a auxiliá-los nos momentos de adversidades do ambiente externo. Isto talvez possa ser explicado através da idade média dos respondentes (26 anos), e também pelo exposto por Lenzi (2009).

4.4 A formação dos graduandos do Curso de Administração como empreendedores

De forma a atender ao terceiro objetivo específico, foram realizadas três afirmações quanto à formação do administrador como empreendedor (Tabela 1). Os respondentes opinaram, por meio da Escala Likert, quanto ao Curso de Graduação em Administração da UNIPAMPA fornecer ferramentas e conhecimentos gerais, técnicos e de gestão para que empreendam em um negócio próprio.

Tabela 1 – Avaliação da formação pelos graduandos

AFIRMAÇÕES	MÉDIA
1. O Curso de Graduação em Administração da UNIPAMPA fornece as ferramentas e conhecimentos necessários para que eu empreenda em um negócio próprio.	4
2. O Curso de Graduação em Administração da UNIPAMPA fornece os conhecimentos técnicos necessários para que eu empreenda em um negócio próprio.	3,77
3. O Curso de Graduação em Administração da UNIPAMPA fornece conhecimentos de gestão necessários para que eu empreenda em um negócio próprio.	3,71

Fonte: Elaborado pelos autores de acordo com dados da pesquisa

Em relação à primeira afirmação, a média obtida na resposta foi 4, que na Escala Likert significa “concordo”. Percebe-se que os respondentes concordam que o Curso de Graduação em Administração da UNIPAMPA fornece as ferramentas e conhecimentos necessários para que empreendam em um negócio próprio. Neste ponto, Drucker (2008) corrobora relatando que a Administração dever ser aplicada a novos empreendimentos, em qualquer ramo, atingindo também os pequenos empreendimentos e não somente as grandes corporações.

Quanto à segunda afirmação, a média obtida na resposta foi 3,77, que na Escala Likert significa “indiferente”. Os respondentes mostraram-se indiferentes sobre o Curso de Graduação em Administração da UNIPAMPA fornecer conhecimentos técnicos necessários para que empreendam em um negócio próprio. Contudo, destaca-se a tendência a uma concordância parcial, pois se aproxima do número 4 (concordo) da escala utilizada.

Por fim, no que diz respeito à terceira afirmação, a média obtida na resposta foi 3,71, que na Escala Likert significa “indiferente”. Os respondentes também se mostraram indiferentes sobre o Curso de Graduação em Administração da UNIPAMPA fornecer

conhecimentos de gestão necessários para que empreendam em um negócio próprio; se aproximando, como na afirmação anterior, do número 4 (concordo) da escala utilizada.

Realizando uma relação com a terceira afirmação, Lenzi (2009) define que o conhecimento é representado pelo nível de informação que se tem em relação a um negócio, seja empresa ou carreira, e ao nível gerencial que o empreendedor deseja atingir. Para o autor, esse conhecimento é fundamental e deve ser perseguido através de uma capacitação constante e busca de informações. A seguir são apresentadas as considerações finais da presente pesquisa.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa buscou identificar como se caracteriza a motivação dos alunos do Curso de Graduação em Administração da UNIPAMPA, Campus Santana do Livramento, RS, em empreender no seu próprio negócio. Como forma de atingir o objetivo geral, três objetivos específicos foram elaborados.

O primeiro objetivo específico foi verificar o empreendedorismo como forma de acesso ao mercado de trabalho dos alunos do Curso de Graduação em Administração da UNIPAMPA, Campus Santana do Livramento, RS. Percebeu-se que a maioria dos respondentes tem ou já teve alguma atividade profissional remunerada, possui algum familiar próximo que seja empresário e pretende trabalhar por conta própria.

Mesmo possuindo, em algum momento, uma atividade remunerada e considerando o perfil jovem dos graduandos, vê-se uma tendência ao empreendedorismo, o que se considera um ponto positivo. Isto pode ser explicado pelo fato de que o jovem possui o desejo de ser dono do seu próprio destino e ter sua independência sem relação de subordinação.

O segundo objetivo específico foi identificar a capacidade empreendedora dos alunos do Curso de Graduação em Administração da UNIPAMPA, Campus Santana do Livramento, RS. Notou-se que a maioria dos respondentes optou em empreender em um novo negócio e o ramo de atividade mais escolhido foi o de alimentação/gastronomia, seguido de comércio.

Observa-se que grande parte dos graduandos optou por empreender em um negócio novo, porém em ramos tradicionais. Fatores culturais, pessoais e/ou econômicos podem ter influenciado na escolha de empreender em determinado ramo de atividade. No ramo da alimentação, dependendo do tipo de negócio, alguns casos podem exigir um investimento inicial baixo. A fabricação de doces e salgados é um exemplo.

Ainda sobre o segundo objetivo específico, quanto às características do comportamento empreendedor, a que os respondentes mais julgaram possuir foi o “comprometimento”, e a que menos julgaram possuir foi a “persuasão e rede de contatos”. As características “busca de oportunidades e iniciativa”, “disposição para correr riscos” e “planejamento e monitoramento” também foram pouco mencionadas pelos graduandos. Pelo fato das características do comportamento empreendedor não apresentarem um grau hierárquico de importância, as mesmas devem ser equilibradas. Cabe ao empreendedor desenvolver as características que julga ainda não possuir em conjunto com o aprimoramento das demais, pois estas constituem a essência do empreendedor.

E o terceiro objetivo específico foi verificar a formação dos alunos do Curso de Graduação em Administração da UNIPAMPA, Campus Santana do Livramento, RS, como empreendedor. A presente pesquisa revelou que os respondentes concordam que o Curso de Graduação em Administração da UNIPAMPA fornece as ferramentas e conhecimentos necessários para que empreendam em um negócio próprio. Porém, sentem-se indiferentes quanto ao Curso de Graduação em Administração da UNIPAMPA fornecer conhecimentos técnicos e de gestão necessários para que empreendam em um negócio próprio.

De forma geral, os graduandos concordam quando se fala em conhecimentos necessários para empreender. Porém, quando questionados sobre a especificidade, de conhecimento técnico e de gestão, os mesmos se mostram indiferentes a estes serem suficientes. Mesmo observando a presença das disciplinas relacionadas ao enfoque técnico e de gestão na Estrutura Curricular do Curso de Graduação em Administração, ao que parece os graduandos não conseguem visualizar a aplicabilidade das ferramentas e conhecimentos, aprendidos em sala de aula, no mercado. Este resultado mostra-se preocupante por se tratar de graduandos dos últimos semestres do Curso.

Com a presente pesquisa foi possível concluir que pelo fato dos graduandos mostrarem-se indiferentes quanto aos conhecimentos técnicos e de gestão aprendidos, é possível que haja uma tendência, particular do Campus Santana do Livramento, à formação de alunos mais voltados para a área acadêmica do que para a área profissional. Este fato apresenta-se, de certa forma, conflitante com o objetivo da criação da Universidade, que é o de contribuir para o desenvolvimento econômico da Região em que está inserida.

Como já comprovado por renomados estudiosos e pesquisadores e também visto na presente pesquisa, o Empreendedorismo é uma alavanca importante para a retomada do crescimento econômico de países e regiões estagnadas. Sendo assim, é relevante que a Universidade atente para uma formação alinhada com o perfil do egresso estabelecido pela própria, onde constam competências e habilidades fundamentais voltadas para a formação do Administrador/Empreendedor.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACEVEDO, C. R.; NOHARA, J. J. **Monografia no curso de Administração**: guia completo de conteúdo e forma. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

ANDERSON, D. R.; SWEENEY, D. J.; WILLIAMS, T. A. **Estatística Aplicada à Administração e Economia**. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2007.

BARBETTA, P. A. **Estatística Aplicada às Ciências Sociais**. Florianópolis: Editora UFSC, 1994.

BORGES, C.; FILION, L. J.; SIMARD, G. Jovens Empreendedores e o Processo de Criação de Empresas. **RAM – Revista de Administração Mackenzie**, v. 9, n. 8, Edição Especial, nov./dez., 2008.

BRASIL. Conselho Nacional de Educação. Câmara de Educação Superior. **Resolução n. 4, de 13 de julho de 2005**. Institui as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Administração, bacharelado, e dá outras providências.

_____. **Lei n. 11.640, de 11 de janeiro de 2008**. Institui a Fundação Universidade Federal do Pampa – UNIPAMPA e dá outras providências. Diário Oficial da União. Brasília, DF.

DIEHL, A. A.; TATIM, D. C. **Pesquisa em Ciências Sociais Aplicadas: Métodos e Técnicas**. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

DOLABELA, F. **Oficina do Empreendedor**: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso**. 7. reimpr. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

_____. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios**. [Tradução de Carlos Malferrari]. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

ESCARLATE, L. F. **Aprender a Empreender**. Brasília: Fundação Roberto Marinho, SEBRAE, 2010.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **GEM 1999 Executive Report**. Disponível em: <www.gemconsortium.org/report>. Acesso em: 29 de mai. de 2016.

_____. **Empreendedorismo no Brasil**. Relatório Executivo 2007. Disponível em: <www.gemconsortium.org/report>. Acesso em: 20 de jun. de 2016.

_____. **GEM 2015/2016 Global Report**. Disponível em: <<http://www.gemconsortium.org/report>>. Acesso em: 20 de jun. de 2016.

_____. **Global Entrepreneurship Monitor**. Disponível em: <<http://www.gemconsortium.org>>. Acesso em: 29 de mai. de 2016.

HAIR JR., J. F. *et al.* **Fundamentos de Métodos de Pesquisa em Administração**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

HASHIMOTO, M. **Espírito empreendedor nas organizações: aumentando a competitividade através do intra-empreendedorismo**. São Paulo: Saraiva, 2006.

HISRIC, R. D.; PETER, M. P. **Entrepreneurship**. 4. ed. Boston: Irwin McGraw-Hill, 1998.

LENZI, F. C. **A nova Geração de Empreendedores: guia para elaboração de um plano de negócios**. São Paulo: Atlas, 2009.

MARTINS, G. A.; THEÓFILO, C. R. **Metodologia da Investigação Científica para Ciências Sociais Aplicadas**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

ROSÁRIO, A. E. M. **Propensão ao empreendedorismo dos alunos finalistas da Universidade do Porto**. 116 f. Dissertação de Mestrado, Universidade do Porto, Faculdade de Engenharia, 2007.

SAY, J. B. *A Treatise on Political Economy: Or The Production, Distribution and Consumption of Wealth*. Nova York: Kelley, 1964.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Sobrevivência das Empresas no Brasil**. [Coleção Estudos e Pesquisas]. Brasília, DF, 2013.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico**. (Coleção os Economistas). São Paulo: Nova Cultural, 1997.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA (UNIPAMPA). **Estrutura Curricular Curso de Administração**. Coordenação Acadêmica, 2012. Disponível em: <http://porteiros.unipampa.edu.br/livramento/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=126&Itemid=73>. Acesso em: 11 de jun. de 2016.

_____. **Informações:** Curso de Administração. Disponível em: <<http://cursos.unipampa.edu.br/cursos/administracao/informacoes-2/>>. Acesso em 10 de jun. de 2016a.

_____. **Projeto Político-Pedagógico:** Matriz 2009. Disponível em: <http://porteiros.unipampa.edu.br/livramento/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=75&Itemid=73>. Acesso em: 8 de jun. de 2016b.

_____. **Projeto Político-Pedagógico:** Matriz 2014. Disponível em: <http://cursos.unipampa.edu.br/cursos/administracao/files/2012/04/PPC-ADM2014_24.10.142.pdf>. Acesso em: 8 de jun. de 2016c.

WALTER *et al.* Empreendedor start-up X empreendedor corporativo: um enfoque na literatura sobre suas semelhanças e diferenças. In: MACHADO, D. D. P. N; HOELTGEBAUM, M. (orgs.). **Gestão em Empreendedorismo**, Blumenau, Nova Letra, 2005.

ZEN; A. C.; FRACASSO, E. M. Quem é o Empreendedor? As implicações de três revoluções tecnológicas na construção do termo empreendedor. **RAM – Revista de Administração Mackenzie**, v. 9, n. 8, Edição Especial, nov./dez., 2008.