

30 de setembro a 4 de outubro
Ponta Grossa - PR - Brasil

PERFIL E POTENCIAL EMPREENDEDOR DE ALUNOS INGRESSANTES DE UMA INSTITUIÇÃO FEDERAL

PROFILE AND ENTREPRENEURIAL POTENTIAL OF INCOMING STUDENTS FROM A FEDERAL INSTITUTION

ÁREA TEMÁTICA: INOVAÇÃO, TECNOLOGIA E EMPREENDEDORISMO

Fabiano Palhares Galão, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Brasil, fpgalao@gmail.com

Marcia Cristina Alves, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Brasil, marciaalves@utfpr.edu.br

Maria Gabriela Menezes, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Brasil, mariagabimenezes@hotmail.com

Rubem Gabriel M. da Costa, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Brasil,
rubemgabriel_gm@hotmail.com

João Luiz Dallamuta Lopes, UTFPR – Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Brasil, joaol@utfpr.edu.br

Resumo

Este estudo teve por objetivo identificar e discutir o perfil e o potencial empreendedor de alunos ingressantes de uma instituição federal. O estudo foi realizado com alunos ingressantes dos cursos de Engenharia da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). A pesquisa é caracterizada como descritiva de abordagem quantitativa. A amostra contemplou 155 alunos ingressantes dos quatro cursos de engenharia existentes na instituição. Os resultados apontaram que uma quantidade significativa de alunos possui alguém da família envolvido em atividades empreendedoras, fator que pode influenciar positivamente os alunos na opção em seguir o caminho de empreender. Para boa parte da amostra, a prática empreendedora seria uma opção satisfatória, entretanto, dada a pouca experiência em gestão de empresas e no mundo dos negócios, a maior parte acredita que ainda não é o momento certo para se pensar nisso. Percebeu-se que os alunos entrevistados possuem um alto grau de expectativa do curso e da instituição no que diz respeito ao inventivo à prática de empreender. Esse dado revela a responsabilidade que os dirigentes da instituição possuem em atender a essas expectativas por meio da realização das mais diversas atividades que cercam o tema empreendedorismo.

Palavras-chave: Empreendedorismo; perfil empreendedor; potencial empreendedor.

Abstract

This study aimed to identify and discuss the profile and entrepreneurial potential of incoming students from a federal institution. The study was carried out with students entering the Engineering courses of the Federal Technological University of Paraná (UTFPR). The research is characterized as descriptive of quantitative approach. The sample included 155 incoming students from the four engineering courses that exist in the institution. The results showed that a significant number of students have someone from the family involved in entrepreneurial activities, a factor that can positively influence students in choosing the path to be undertaken. For a good part of the sample, entrepreneurship practice would be a satisfactory option, however, given the limited experience in business management and business, most believe that the time is not yet right to think about it. It was noticed that the students interviewed have a high degree of expectation of the course and of the institution with respect to the inventiveness to the practice of undertaking. This data reveals the responsibility that the leaders of the institution have in meeting these expectations through the accomplishment of the most diverse activities that surround the theme of entrepreneurship.

Keywords: *Entrepreneurship; entrepreneurial profile; entrepreneurial potential.*

1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é caracterizado como uma atividade essencial para o desenvolvimento econômico e social de uma região, uma vez que a ação empreendedora desempenhada por aquele que a coloca em prática, ou seja, o empreendedor, propicia a geração de riquezas, emprego e renda e inúmeros benefícios para a sociedade.

Diante deste fato já consolidado e sendo o empreendedorismo amplamente discutido e incentivado, é natural que o tema faça parte do mundo dos negócios, mas também de outras organizações da sociedade, em especial das instituições de ensino, sejam elas públicas ou privadas, de nível básico, técnico, ou profissionalizante e, de modo acentuado, no ensino superior (ROCHA e FREITAS, 2014; DOLABELA, 2008).

O presente artigo focaliza o empreendedorismo nas instituições de ensino superior (IES) uma vez que este ambiente, segundo Fernandes, Moreira e Pereira (2015) e Santos, Pilatti e Vlastuin (2005) é um local adequado para despertar, desenvolver ou fomentar empreendedores. Nesse sentido, Masiero (2007) lembra que o ensino do empreendedorismo, durante a formação de um novo profissional, tem sido considerado vital para melhorar o desempenho das empresas e que diversas universidades brasileiras incluem nos seus currículos a disciplina de empreendedorismo, buscando estimular e favorecer a geração de novos empreendimentos. De modo geral, após um estudante cursar uma disciplina de empreendedorismo, é esperado que os seguintes aspectos sejam desenvolvidos: i) o interesse pelo tema; ii) o gosto pela ideia de empreender; iii) os caminhos para a prática do empreendedorismo e, iv) algum nível de interesse para empreender um negócio próprio. Athayde e Martins (2012) seguem nessa linha e apresentam preocupação com a forma pela qual o empreendedorismo deve ser estimulado, sobretudo entre os jovens, com o objetivo de estimular o empreendedorismo por vocação.

Já na perspectiva de Araújo (2014), por meio do ensino do empreendedorismo, os alunos são apresentados a uma alternativa de futuro profissional, além de desenvolver habilidades e competências que serão úteis em qualquer carreira.

Além de existir como um componente curricular, o empreendedorismo é incentivado por meio de seminários, cursos extras, debates e em muitos casos pela existência de espaços destinados ao estabelecimento e desenvolvimento de negócios, como as incubadoras tecnológicas (ROCHA e FREITAS, 2014)

Muito embora é perceptível a preocupação das IES no sentido de desenvolver habilidades, competências e uma cultura empreendedora em seus alunos, esse processo pode se tornar pouco eficaz se não houver um entendimento por parte das IES do perfil e do potencial empreendedor dos alunos, especialmente dos ingressantes, os quais estarão em contato com a universidade por vários anos. Este estudo defende que isso é um aspecto relevante para que as IES possam conhecer um pouco sobre as atividades desenvolvidas pelos alunos antes do ingresso na universidade, as influências empreendedoras existentes nas suas famílias e, especialmente, seus interesses em empreender um negócio próprio.

Além disso, conhecer as expectativas dos alunos em relação ao que ele espera da instituição enquanto agente de disseminação de conhecimento e desenvolvimento profissional também é um fator de análise interessante, pois, uma vez conhecidos os anseios dos jovens estudantes em relação ao papel da IES ao empreendedorismo, a instituição poderá desenvolver seus currículos e atividades de ensino direcionadas ao empreendedorismo com maior assertividade podendo, com isso, existir um melhor alinhamento daquilo que se propõe nos projetos pedagógicos dos cursos e das demais atividades relacionadas ao empreendedorismo com os anseios dos discentes. Iizuka e Moraes (2014) defendem que a compreensão do histórico, dos

interesses e das expectativas dos alunos é necessário para aqueles que atuam com empreendedorismo, em especial, no campo do ensino e aprendizagem.

Diante desse contexto, surge o problema central do presente estudo que é: *Qual o perfil e o potencial empreendedor dos alunos ingressantes de uma instituição federal?* A partir da formulação da questão que norteia o estudo, tem-se que seu objetivo central é identificar e discutir o perfil e o potencial empreendedor de alunos ingressantes de uma instituição federal.

O presente estudo possui relevância significativa na área que está inserido, pois, poderá gerar subsídios para que as instituições de ensino possam empregar novas práticas de ensino com o objetivo de aprimorar o estímulo à formação de uma postura empreendedora em seus alunos. O presente trabalho propõe-se ainda a servir de base científica para essa análise e contribuir para futuras discussões acerca de potencial empreendedor nos cursos de graduação.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Empreendedorismo

O empreendedorismo está cada vez mais em evidência em diversos países e contextos, sendo um tema amplamente discutido no meio empresarial, governamental, educacional e também por instituições de caráter não lucrativo que apoiam e disseminam a prática e a cultura empreendedora. É reconhecido como fundamental para o desenvolvimento de novos negócios, para a geração de renda e empregos, e por consequência, para a melhoria da qualidade de vida da sociedade. Para Masiero (2007), o empreendedorismo se estabelece como um fenômeno cultural, fortemente relacionado e embasado no processo educacional, o qual age como mola propulsora da criação de pequenas e médias empresas, muitas delas consideradas inovadoras de base tecnológica.

A origem do termo pode ser compreendida a partir dos escritos de Gomes (2005), a qual explica que empreendedorismo ou empreendedor são substantivos derivados do verbo empreender que, por sua vez, tem sua origem na forma verbal latina *imprehendo* ou *impraehendo* que significa “tentar executar uma tarefa”. A referida autora finaliza que a entrada desse termo no léxico português não se deu através do francês *entrepreneur* (como se encontra em diversas referências ao tema), mas sim diretamente do latim.

É comum encontrar na literatura autores que apresentam as raízes históricas do empreendedorismo, como Dornelas (2008) e Hisrich, Peters e Shepherd (2009), os quais trazem a contribuição de pensadores considerados pioneiros na disseminação do conceito de empreendedorismo e da figura do empreendedor, bem como as diferentes vertentes relacionadas ao tema, uma vez que parece não haver consenso sobre como de fato pode-se conceituar o termo. A respeito disso, Gomes (2005) explica que existem muitas definições sobre empreendedorismo advindas de estudiosos que utilizam princípios de suas respectivas áreas de conhecimento e interesse para elaborar o conceito.

No entanto, Fillion (1999) apresenta duas correntes de pensamento a respeito do que ele chama de “universo do empreendedor”: a primeira, oriunda dos pioneiros sobre a temática, que foram os economistas, e a segunda corrente, representada pelos comportamentalistas. No primeiro caso, o empreendedorismo é relacionado com a inovação e o empreendedor é visto como um agente de mudança capaz de identificar oportunidades de negócio. Nesta corrente é creditado a Schumpeter (1883-1950) como aquele que deu projeção ao tema, associando de forma definitiva o empreendedor ao conceito de inovação.

Na segunda visão, a dos comportamentalistas (psicólogos, sociólogos e especialistas em comportamento), o empreendedorismo é baseado em aspectos atitudinais, como a criatividade

e a intuição. Fillion (1999) atesta que nesta corrente o autor que iniciou a contribuição das ciências do comportamento para o empreendedorismo foi David C. McClelland (1917-1998).

Daft (2010) empreendedorismo é o processo de iniciar um negócio de risco, organizando os recursos necessários e assumindo os riscos e as recompensas associados. Um empreendedor reconhece uma ideia viável para ser transformada em um negócio, seja uma indústria ou uma prestadora de serviços e reúne os diferentes recursos para iniciar o negócio.

2.2 Potencial e Perfil Empreendedor

As mais diversas atividades realizadas pelos estudantes universitários antes do ingresso no curso superior, bem como as influências de amigos e, especialmente da família, são elementos que provavelmente podem influenciar no potencial empreendedor desses indivíduos (IIZUKA e MORAES, 2014; SANTOS, 2008). Nesse sentido, Daft (2010) assevera que os empreendedores possuem históricos de vida e características demográficas que os distinguem de outras pessoas e que o mais provável é que a maioria dos empreendedores sejam o primogênito em suas famílias e seus pais provavelmente foram empreendedores.

Sobre a influência da família, Silva et al (2013) mostram que existem evidências de que os empreendedores tendem a ter pais também empreendedores, pois, ter pais que trabalham por conta própria propicia uma inspiração para o empreendedor. Os resultados da pesquisa de Bohnenberger, Schmid e Freitas (2007) mostraram que o perfil empreendedor possui associação com o contexto familiar, corroborando o que foi encontrado na literatura. Já Almeida e Teixeira (2014) atestam que a família desempenha um papel importante na formação do comportamento empreendedor, pois as relações afetivas vividas na infância podem refletir em algumas das atitudes desenvolvidas nessas pessoas quando adultas.

Iizuka e Moraes (2014) destacam diferentes atividades que em algum momento e em maior ou menor grau, fizeram-se presentes na história dos estudantes e podem influenciar o potencial empreendedor, como por exemplo, a convivência com amigos, as experiências em diferentes ambientes, tais como igreja, clube, movimentos estudantis, políticos e sociais, trabalhos voluntários em ONGs, centros cívicos, entre outras.

Santos (2008), por sua vez, destaca a experiência profissional do empreendedor, a aquisição de conhecimento via capacitações formais e pela experiência vivenciada no dia-a-dia, como fatores que podem ampliar as possibilidades de sucesso na atividade empresarial. O estudo de Almeida et al (2008) buscou avaliar a influência do ensino do empreendedorismo no curso de Administração no potencial empreendedor dos alunos de duas universidades. Uma das conclusões foi a de que o ensino do empreendedorismo só despertou o desejo de empreender em quem já possuía condições sociais e culturais favoráveis para isso. Além disso, o fato de existir algum empreendedor próximo ao estudante também contribuiu para despertar o desejo de empreender.

Em relação ao perfil empreendedor é possível encontrar uma grande variedade de trabalhos acadêmicos, os quais buscam, segundo Rocha e Freitas (2014), identificar as características e competências comuns encontradas em indivíduos que atuam de acordo com as prerrogativas empreendedoras relatadas na literatura. Dentre essas iniciativas pode-se citar os estudos de Santos (2008), Rocha e Freitas (2014), Veiga e Parreira (2015), Hecke (2011) e Dias, Souza Neto e Boas (2010).

Bohnenberger, Schmidt e Freitas (2007) colaboram com este entendimento ao dizerem que o estudo do perfil empreendedor não é novidade, e que existem revistas acadêmicas internacionais, como *Entrepreneurship Theory and Practice* e *Entrepreneurship and Regional Development*, que são exclusivas para este fim.

O interesse pelo entendimento sobre quais as características que modelam o perfil empreendedor pode ser constatado pelos resultados do levantamento realizado por Silva et al (2013), o qual detectou que as características inerentes ao empreendedor foi o tema mais pesquisado nos estudos publicados nos anais do EnAnpad entre 2003 e 2012.

Araújo (2014) destaca a importância em se conhecer o perfil do jovem empreendedor, pois com isso, é possível formular e implantar novas políticas públicas e metodologias de ensino que fomentem e ampliem a educação empreendedora.

O estudo de Schmidt e Bohnenberger (2009) teve por objetivo a construção e validação de um instrumento de medição do perfil empreendedor e sua relação com o desempenho organizacional. Após pesquisa na literatura, os referidos autores definiram oito constructos das características do perfil empreendedor, as quais foram conceituadas para sustentar o processo de elaboração do instrumento de medição. O quadro 1 apresenta essas oito características e seus conceitos.

CARACTERÍSTICA	DESCRIÇÃO
Auto-eficaz	Refere-se à estimativa cognitiva que uma pessoa tem das suas capacidades de mobilizar motivação, recursos cognitivos e cursos de ação necessários para exercitar controle sobre eventos na sua vida.
Assume riscos	Pessoa que, diante de um projeto pessoal, relaciona e analisa as variáveis que podem influenciar o seu resultado, decidindo, a partir disso, a continuidade do projeto.
Planejador	Pessoa que se prepara para o futuro.
Detecta oportunidades	Habilidade de capturar, reconhecer e fazer uso efetivo de informações abstratas, implícitas e em constante mudança.
Persistente	Capacidade de trabalhar de forma intensiva, sujeitando-se até mesmo a privações sociais, em projetos de retorno incerto.
Sociável	Grau de utilização da rede social para suporte à atividade profissional.
Inovador	Pessoa que relaciona ideias, fatos, necessidades e demandas de mercado de forma criativa.
Líder	Pessoa que, a partir de um objetivo próprio, influencia outras pessoas a adotarem voluntariamente esse objetivo.

Quadro 1 - Características do perfil empreendedor
Fonte: Schmidt e Bohnenberger (2009)

3. METODOLOGIA

Para atingir o objetivo proposto nessa pesquisa realizou-se um estudo descritivo (MALHOTRA, 2006), com abordagem quantitativa (HAIR JUNIOR et al, 2005). Quanto ao tempo, o estudo é caracterizado como transversal, pois de acordo com Freitas et al. (2000) a coleta dos dados ocorre em um só momento, pretendendo descrever e analisar o estado de uma ou várias variáveis em um dado momento.

Por questões de conveniência dos pesquisadores optou-se por realizar o estudo com alunos da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR), Câmpus Apucarana-PR. Além disso, é oportuno registrar que neste câmpus o empreendedorismo é incentivado e institucionalizado no âmbito de atividades, como o Hotel Tecnológico, que funciona como uma pré-incubação de projetos de alunos e professores, por meio da realização de eventos e ações ligados ao tema e ainda, com a oferta da disciplina de empreendedorismo em praticamente todos os cursos de graduação.

A amostra pesquisada contemplou alunos ingressantes dos quatro cursos de engenharia existentes no câmpus no período da realização da coleta de dados: Engenharia Civil, Engenharia Elétrica, Engenharia Química e Engenharia Têxtil.

Foram aplicados 155 questionários em sala de aula durante a segunda semana do mês de novembro de 2018, o que correspondeu a 78% do total de ingressantes no segundo semestre do mesmo ano, que foi de 199 alunos. A tabela 1 apresenta quantidade de respondentes por curso e o percentual em relação ao total de ingressantes. A diferença se explica pelo fato de que nem todos os alunos matriculados no início do semestre estavam presentes no momento da aplicação do questionário.

CURSO	QUESTIONÁRIOS APLICADOS	% RELAÇÃO INGRESSANTES
Engenharia Civil	36	70%
Engenharia Elétrica	37	78%
Engenharia Química	40	78%
Engenharia Têxtil	42	84%
Total	155	78%

Tabela 1 - Distribuição dos questionários aplicados

O questionário foi dividido em duas partes, sendo que na primeira buscou-se coletar informações básicas de perfil do respondente, bem como identificar o potencial empreendedor por meio do levantamento das atividades que o aluno desenvolveu antes de ingressar na universidade e se o aluno possui ou não parentes com negócio próprio.

A segunda parte do questionário foi formada por quinze questões do tipo Likert de seis pontos, sendo que as doze primeiras buscaram identificar o perfil empreendedor dos alunos e as demais tiveram o objetivo de avaliar as expectativas deles em relação à universidade e ao curso no que diz respeito às atividades de empreendedorismo e a própria intenção do aluno em engajar-se em atividades extracurriculares.

As questões do tipo Likert foram baseadas no estudo de Iizuka & Moraes (2014), os quais desenvolveram um modelo de medição que analisou o potencial e perfil empreendedor do estudante de administração e o ambiente universitário a partir dos estudos de Hecke (2011) e de Bohnenberger, Schmidt & Freitas (2007). Os indicadores do perfil empreendedor utilizados nesta pesquisa foram: necessidade de realização, inovador, detecta oportunidades, sociável e rede de contatos, autoconfiança, auto-eficaz, liderança e persuasão, persistência, planejador e assume riscos calculados. Os conceitos de cada indicador encontram-se no quadro 2

CARACTERÍSTICA	DESCRIÇÃO
Ser um empreendedor implicaria grande satisfação para mim – Necessidade de Realização e Inovador	Quanto maior a satisfação do estudante em ser empreendedor, aumenta-se a tendência para que o aluno seja empreendedor
Creio que tenho uma boa habilidade em detectar oportunidades de negócio no mercado – Detecta Oportunidades	O fato de o aluno ter facilidade em detectar oportunidades de negócio as chances para que se torne empreendedor são maiores
Conheço várias pessoas que me poderiam auxiliar profissionalmente, caso eu precisasse – Sociável e Rede de Contatos	Quanto maior e melhor for a rede de contatos profissionais indicam que o estudante possui melhores chances para empreender
Iniciar uma empresa e mantê-la funcionando seria fácil para mim – Auto-eficaz e	A autoconfiança para iniciar um negócio e possuir os conhecimentos práticos para abrir e gerir uma empre-

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

Quadro 2 - Perfil e potencial empreendedor

Fonte: Iizuka & Moraes (2014)

Os indicadores utilizados para avaliar as expectativas dos alunos em relação à universidade e ao curso no que diz respeito às atividades de empreendedorismo e a própria intenção do aluno em engajar-se em atividades extracurriculares contemplou as seguintes questões: i) expectativa dos alunos em relação ao auxílio do curso em empreender, ii) expectativa dos alunos em relação ao ambiente da universidade em questões ligadas ao empreendedorismo e, iii) pretensão do aluno em participar de atividades extracurriculares.

A análise dos dados feita por meio de estatística descritiva e os resultados da pesquisa foram analisados com o auxílio do software SPSS versão 18.

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

Dos 155 alunos que responderam o questionário, 67,1% eram do sexo masculino e 32,9% do sexo feminino. Devido ao perfil da amostra, alunos ingressantes em uma universidade, a maior parte dos respondentes pertencia à faixa etária de 18 a 21 anos (61,9%).

Das atividades desenvolvidas antes do ingresso na universidade os destaques foram: grupos religiosos (52,3%), trabalho em empresas de terceiros (36,1%), trabalho voluntário (34,2%), trabalho em empresa familiar (29%) e participação em movimentos estudantis (26,5%). Para Iizuka & Moraes (2014) esses indicadores são relevantes para compreender o potencial empreendedor, na medida em que se trata de experiências e iniciativas concretas dos jovens anteriores ao período universitário.

Os resultados da questão que buscou identificar se os alunos possuíam ou não parentes com negócio próprio apontou que 74,8% da amostra possui parentes empreendedores, sendo que, deste total, a maior parte, 40,6%, correspondem aos pais (22,6%), mães (7,7%) e ao casal (10,3%) e o restante (34,2%) são outros parentes, como avós, tios ou irmãos. Esse resultado pode ser favorável no sentido de incentivar os alunos em optar por empreender um negócio próprio no futuro. Sobre a influência da família, Bohnenberger, Schmidt e Freitas (2007) destacam que pais que atuam por conta própria tendem a ser um fator de inspiração, pois aspectos como independência e flexibilidade no trabalho são absorvidos em idade precoce.

Esse fator de inspiração também foi comentado por Almeida e Teixeira (2014) no estudo de caso realizado pelos referidos autores. Ainda com relação a este estudo, vale destacar que, em todos os casos analisados, ficou constatada a influência da família, dos pais e parentes (por meio de auxílio moral e financeiro) no desenvolvimento das empresas que fizeram parte do estudo.

A respeito da análise dos resultados das questões que tratam do perfil empreendedor, em um primeiro momento apresenta-se o Alfa de Cronbach, que foi a medida usada para mensurar o coeficiente de confiabilidade de escalas. Em se tratando de pesquisas exploratórias, o valor mínimo sugerido para o alfa é de 0,60 (Hair Junior, et al, 2005). Os resultados obtidos nesta análise revelaram um alfa consistente de 0,738.

Parte-se agora para a análise das médias e o desvio padrão das respostas das questões likert. A frase que obteve a maior média foi aquela relacionada à satisfação que a atividade empreendedor pode trazer alcançando 4,26 numa escala de 1 a 5. As menores médias foram as questões ligadas ao conhecimento dos alunos sobre os detalhes práticos exigidos para a criação de uma empresa (2,67) e a frase que buscava identificar o quanto o aluno estaria disposto a assumir uma dívida de longo prazo em uma oportunidade de negócio (3,10). Estas questões, inclusive, foram as que apresentaram o maior desvio padrão, sugerindo que as opiniões dos estudantes nesse quesito não estão uniformes.

	MÉDIA	DESVIO
Ser um empreendedor implicaria grande satisfação para mim.	4,26	0,91
Creio que tenho uma boa habilidade em detectar oportunidades de negócio no mercado.	3,63	1,05
Conheço várias pessoas que poderiam me auxiliar profissionalmente, caso eu precisasse.	3,76	1,28
Iniciar uma empresa e mantê-la funcionando seria fácil para mim.	2,90	1,11
Eu conheço os detalhes práticos necessários para criar uma empresa.	2,67	1,40
Nas atividades que executo, normalmente influencio a opinião de outras pessoas a respeito de um determinado assunto.	3,78	1,04
Frequentemente as pessoas pedem minha opinião sobre os assuntos de trabalho.	3,39	1,33
Profissionalmente, me considero uma pessoa muito mais persistente do que as demais.	3,84	1,03
No meu trabalho e/ou estudo, sempre planejo muito bem tudo o que faço.	4,09	0,95
Eu assumiria uma dívida de longo prazo, acreditando nas vantagens que uma oportunidade de negócio me traria.	3,07	1,43
Me relaciono muito facilmente com outras pessoas.	4,10	1,14
Tenho a firme intenção em criar uma empresa em breve.	3,38	1,39

Quadro 3- Média das respostas do perfil empreendedor

Aprofundando a análise das respostas dos alunos parte-se agora para a discussão dos percentuais de concordância e discordância. Já ficou evidenciado (pela análise das médias), que a frase que obteve o maior percentual de concordância, resultante da soma entre as opções

de resposta “concordo parcialmente” e “concordo totalmente”, foi a relacionada com a satisfação que a atividade empreendedora poderia trazer aos estudantes (82,6%). Vale ressaltar que esta questão obteve o segundo maior percentual de “concordo totalmente” da pesquisa, alcançando 44,5% das respostas. Esse resultado pode indicar que os alunos ingressantes percebem os possíveis benefícios que a atividade empreendedora pode trazer, que é a satisfação pessoal, liberdade, autonomia, dentro outros aspectos constantemente referenciados na literatura e citados em relatos de vida de empreendedores.

As respostas indicaram que os alunos pesquisados têm a percepção de possuírem algumas características importantes encontradas nos empreendedores, pois as afirmativas relacionadas a estas questões alcançaram bons índices de concordância, como a capacidade de planejamento (78% de concordância), relacionamento (72%), de exercer influência sobre outras pessoas (69%), de possuir uma boa rede de contatos (68%) e de ser persistente (65,8%).

Por outro lado, como era de esperar levando em conta o perfil da amostra, algumas afirmativas de caráter mais prático e frequentemente relacionadas ao cotidiano dos empreendedores, alcançaram índices de concordância mais baixos. Os casos mais evidentes desta constatação foram as afirmativas “Iniciar uma empresa e mantê-la funcionando seria fácil para mim” e “Eu conheço os detalhes práticos necessários para criar uma empresa”, as quais alcançaram os índices mais baixos da pesquisa, 31,6% de concordância.

Foi possível constatar também que boa parte dos alunos ainda não pensa em criar uma empresa em breve (40% de concordância) e se mostram reticentes em assumir uma dívida de longo prazo apostando nas vantagens que uma possível oportunidade de negócio poderia trazer (40,6%). O quadro 4 apresenta os resultados detalhados das afirmativas e dos percentuais de discordância e concordância que foram comentados.

	DT	DP	NC	CP	CT
Ser um empreendedor implicaria grande satisfação para mim.	0%	3,9%	11,6%	38,1%	44,5%
Creio que tenho uma boa habilidade em detectar oportunidades de negócio no mercado.	3,9%	8,4%	26,5%	43,2%	16,8%
Conheço várias pessoas que poderiam me auxiliar profissionalmente, caso eu precisasse.	7,1%	8,4%	16,1%	32,3%	36,1%
Iniciar uma empresa e mantê-la funcionando seria fácil para mim.	12,9%	21,9%	32,9%	27,1%	4,5%
Eu conheço os detalhes práticos necessários para criar uma empresa.	27,1%	22,6%	16,1%	25,8%	5,8%
Nas atividades que executo, normalmente influencio a opinião de outras pessoas a respeito de um determinado assunto.	3,2%	10,3%	17,4%	43,2%	25,8%
Frequentemente as pessoas pedem minha opinião sobre os assuntos de trabalho.	13,5%	10,3%	21,9%	34,8%	16,1%
Profissionalmente, me considero uma pessoa muito mais persistente do que as demais.	1,3%	7,7%	23,9%	38,1%	27,7%
No meu trabalho e/ou estudo, sempre planejo muito bem tudo o que faço.	1,3%	6,5%	14,2%	37,4%	40,6%
Eu assumiria uma dívida de longo prazo, acreditando nas vantagens que uma oportunidade de negócio me traria.	16,8%	23,9%	17,4%	21,3%	18,7%
Me relaciono muito facilmente com outras pessoas.	3,9%	7,1%	15,5%	21,9%	51%
Tenho a firme intenção em criar uma empresa em breve.	12,3%	10,3%	32,3%	20%	20,6%

Quadro 4 - Perfil empreendedor

Os alunos entrevistados esperam que no decorrer da sua vida universitária tanto o curso escolhido como o ambiente da universidade, por meio das diversas atividades ofertadas, desempenhem um papel de auxílio ao empreendedorismo e favoreçam a cultura empreendedora no corpo discente. As afirmativas relacionadas a estes indicadores foram responsáveis pelas médias mais altas e, conseqüentemente, pelos mais altos índices de concordância do estudo (ver quadros 5 e 6). Além disso, há certo otimismo por parte dos alunos em participar das atividades extracurriculares que a instituição pode vir a ofertar durante a realização do curso, uma vez que o índice de concordância relativo a essa afirmação foi de 83,8%.

	MÉDIA	DESVIO
Espero que o curso de Engenharia me auxilie a empreender.	4,41	0,90
Espero que o ambiente da Universidade (eventos, palestras, atividades curriculares e extracurriculares) seja favorável ao empreendedorismo.	4,47	0,79
Pretendo participar de atividades extracurriculares oferecidas pela instituição (Diretório Acadêmico, Empresa Júnior, etc.).	4,42	0,91

Quadro 5 - Médias das expectativas em relação ao empreendedorismo na instituição

	DT	DP	NC	CP	CT	NA
Espero que o curso de Engenharia me auxilie a empreender.	0%	3,9%	10,3%	23,2%	62,6%	0%
Espero que o ambiente da Universidade (eventos, palestras, atividades curriculares e extracurriculares) seja favorável ao empreendedorismo.	0%	1,9%	6,5%	31%	60,6%	0%
Pretendo participar de atividades extracurriculares oferecidas pela instituição (Diretório Acadêmico, Empresa Júnior, etc.).	0,6%	5,2%	9,7%	20,6%	63,2%	0,6%

Quadro 6 - Expectativas em relação ao empreendedorismo na instituição

CONCLUSÃO

O estudo teve por objetivo identificar e discutir o perfil e o potencial empreendedor de alunos ingressantes de uma instituição federal. Os resultados apontaram que uma quantidade significativa da amostra pesquisada possui alguém da família envolvido em atividades empreendedoras e isso é um fator que pode influenciar positivamente os alunos na opção em seguir o caminho de empreender um negócio próprio. A amostra pesquisada acredita que esse caminho possa ser satisfatório, entretanto, dada a pouca experiência em gestão de empresas e no mundo dos negócios, a maior parte acredita que ainda não é o momento certo para se pensar nisso.

Percebeu-se que os alunos possuem um alto grau de expectativa do curso e da instituição no que diz respeito ao incentivo à prática de empreender. Esse dado revela a responsabilidade que os dirigentes da instituição possuem em atender a essas expectativas por meio da realização das mais diversas atividades que cercam o tema empreendedorismo.

Vale observar também que esse alto nível de expectativa pode estar relacionado com a necessidade que os alunos têm e desejam em preencher com as questões práticas que envolvem a gestão de uma empresa que eles ainda não dominam.

As limitações do estudo, como a escolha do instrumento de pesquisa e do método de seleção da amostra, por exemplo, fazem com que os resultados não possam ser generalizados. Como

proposta para estudos futuros sugere-se a realização de pesquisas similares em outros contextos (estudantes de instituições particulares e de outros cursos de graduação), na tentativa de se observar possíveis diferenças de perfil e do potencial empreendedor.

REFERÊNCIAS

- Almeida K., Souza Neto, S.P., Nunes, A.Q., Sttefanello, M. (2008). A influência do ensino do empreendedorismo no potencial empreendedor do aluno. *Revista de Negócios*, 13 (2), 67-76.
- Almeida, F. S., & Teixeira, R. M. (2014). Influência da família e das redes sociais na criação de negócios por jovens empreendedores. *Pretexto*, 15(2), 110-128.
- Araújo, L.M.B. *Intenção empreendedora dos alunos de graduação em Administração da UnB: Como a trajetória os afeta?* Monografia (bacharelado), Departamento de Administração, Universidade de Brasília, Brasília, DF, Brasil.
- Athayde, M., Martins, G. A. (2012). Educação Empreendedora em Contabilidade. *Revista Brasileira de Contabilidade*, 7(193), 41-64.
- Bohnenberger, M.C., Schimdt, S., Freitas, E.C. (2007). A influência da família na formação empreendedora, *Anais do XXXI Encontro da Anpad*, Rio de Janeiro, RJ, Brasil.
- Daft, R. L. (2010). *Administração*. São Paulo: Cengage Learning.
- Dias, T.R.F.V., Souza Neto, S.P., Boas, A.A.V. (2010). Características comportamentais empreendedoras relevantes: estudo de caso dos ganhadores do prêmio TOP empresarial 2007. *Anais do VI Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, Recife, PE, Brasil.
- Dolabela, F. (2008). *Oficina do empreendedor*. São Paulo: Ed. de Cultura.
- Dornelas, J.C.A. (2008). *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. Rio de Janeiro: Elsevier.
- Fernandes, C.M., Moreira, M.A., Pereira, J.V. (2015). Avaliação do potencial empreendedor de estudantes de ciências contábeis. *Anais do XVIII Seminários de Administração*, São Paulo, SP, Brasil.
- Filion, L. J. (1999). Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. *Revista de Administração*, 34 (2), 05-28.
- Freitas, Oliveira, M., Saccol, A.Z., Moscarola, J. (2000). O método de pesquisa survey. *Revista de Administração da USP*, 35 (3), 105-112
- Gomes, A. F. (2005). O empreendedorismo como uma alavanca para o desenvolvimento local. *Revista eletrônica de Administração, Bahia*, 4 (2).
- Hair Junior; J. F., Babin, B., Money, A. H.; Samouel, P. (2005). *Fundamentos de métodos de pesquisa em administração*. Porto Alegre: Bookman.
- Hecke, A.P. (2011). *A Intenção empreendedora dos alunos concluintes dos cursos de graduação em administração e ciências contábeis das instituições de ensino superior de Curitiba-PR*. 2011. 81f. Dissertação de mestrado, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, PR, Brasil.
- Hisrich, R., Peters, M., Shepherd, Dean A. (2009). *Empreendedorismo*. 7ª ed. Porto Alegre: Bookman.
- Iizuka, E. S., & Moraes, G. H. S. M. (2014). Análise do potencial e perfil empreendedor do estudante de Administração e o ambiente universitário: reflexões para instituições de ensino. *Administração: Ensino e Pesquisa*, São Paulo, 15 (3), 593-593.
- Malhotra, N. K. (2006). *Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada*. 4 ed. São Paulo: Bookman.

- Masiero, G. (2007). *Administração de empresas*. São Paulo: Saraiva.
- Rocha, E. L. C., & Freitas, A. A. F. (2014). Avaliação do ensino de empreendedorismo entre estudantes universitários por meio do perfil empreendedor. *Revista de Administração Contemporânea*, 18(4), 465-486.
- Santos, E. M. S., Pilatti, L. A., Vlastuin, J. (2005). O papel das universidades na formação do engenheiro de produção empreendedor. *Anais do Encontro Nacional de Engenharia de Produção*, Porto Alegre, RS, Brasil.
- Santos, P.C.F. (2008). *Uma escala para identificar potencial empreendedor*. Tese de Doutorado - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC, Brasil.
- Schmidt, S.; Bohnenberger, M. C. (2009). Perfil empreendedor e desempenho organizacional. *RAC*, 13 (3), 450-467.
- Silva, T.; Pereira, M. F., Costa, A. M., Hinterlang, C. (2013) Metodologia em voga no campo de empreendedorismo: emprego de métodos quantitativos para o estudo das características inerentes aos empreendedores. *Revista Ibero-Americana de Estratégia*, 12 (4), 181-209.
- Veiga, H.M.S., & Parreira, S.M. (2015) Perfil empreendedor: análise de suas relações com valores relativos ao trabalho e auto eficácia para criar. *Revista Gestão Organizacional*, 8 (3).