

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ – UFPI
CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS – CSHNB
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

LÍVIO DAS CHAGAS SILVA

**SABERES E PRÁTICAS EMPREENDEDORAS DISCENTES DO CURSO DE
ADMINISTRAÇÃO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ - CAMPUS PICOS**

PICOS – PI

2011

LÍVIO DAS CHAGAS SILVA

**SABERES E PRÁTICAS EMPREENDEDORAS DISCENTES DO CURSO DE
ADMINISTRAÇÃO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ - CAMPUS PICOS**

Monografia apresentada ao Curso de Bacharelado em Administração da Universidade Federal do Piauí – UFPI, em cumprimento parcial das exigências para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. José Ribamar Pereira, Mestre.

PICOS – PI

2011

PARECER DA COMISSÃO EXAMINADORA
DE DEFESA DE MONOGRAFIA DE GRADUAÇÃO
DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

LÍVIO DAS CHAGAS SILVA

**SABERES E PRÁTICAS EMPREENDEDORAS DISCENTES: UFPI - CAMPUS
PICOS**

A comissão examinadora, composta pelos professores abaixo, sob a presidência do primeiro, considera o discente LÍVIO DAS CHAGAS SILVA **APROVADO**.

Picos (PI), 27 de junho de 2011.

Prof. José Ribamar Pereira, Mestre (Orientador)

Prof. Cléverson Vasconcelos da Nobrega, Mestre (Membro)

Prof. Gustavo Picanço Dias, Mestre (membro)

Dedico este trabalho aos meus pais, Valdice e Chaguinha, fonte de inspiração dos meus pensamentos. Também dedico a todos os alunos que fazem parte do curso de administração, para que eles se sintam motivados e envolvidos para poder desempenhar ao máximo as práticas administrativas que são ensinadas durante sua vida acadêmica.

AGRADECIMENTOS

Quero expressar meus sinceros agradecimentos ao nosso pai DEUS, guia, fonte de força e coragem que nos acompanha a todo momento das nossas vidas!

Quero agradecer a minha mãe VALDICE e a meu pai FRANCISCO (CHAGUINHA), por serem o motivo de todo esforço e disposição para a concretização deste trabalho!

Agradecer também aos meus irmãos LUANA, LEONE e BRENO, alicerces e companheiros que sempre ajudaram quando precisei!

Aos meus amigos, pela paciência, palavras de força, companheirismo, carinho, atenção, alegrias compartilhadas e por perdoar os momentos de ausência!

Aos mestres, em especial o Prof. Msc. José Ribamar Pereira, mais que um professor, um amigo, tutor, mestre, que dedicou o seu tempo precioso, seus recursos que foram muito importantes, e principalmente a motivação que inspirou muitas pessoas que conviveram com ele!

A todos vocês meus eternos agradecimentos!

RESUMO

O presente trabalho consiste em um estudo descritivo da população do curso de Administração da Universidade Federal do Piauí, para identificar o grau de conhecimento e aplicação do empreendedorismo. Também está presente neste estudo a verificação da aplicação do ensino do empreendedorismo na instituição. Tudo isso foi realizado por meio de um estudo quantitativo-qualitativo com os alunos de todos os períodos do curso e do levantamento bibliográfico do tema. Apontou-se, através da pesquisa de campo, quais eram as características empreendedoras que mais se destacavam nos períodos, assim como os períodos que mais tinham proximidade com as práticas empreendedoras. Também foi verificado, de uma forma qualitativa, qual o direcionamento que o ambiente familiar e o próprio sonho pessoal têm em relação ao futuro econômico. A partir da análise dos dados realizados com base no referencial teórico, é possível afirmar que os alunos e o próprio curso de Administração da Universidade Federal do Piauí - Campus de Picos não estão focados nas práticas empreendedoras para o desenvolvimento da economia e da sociedade. As características presentes são apenas um pequeno amadurecimento desta visão por parte dos alunos. Espera-se que essa pesquisa possa ter contribuído para a ampliação da compreensão da importância do ensino do Empreendedorismo em seus aspectos conceituais, metodológicos e práticos. Espera-se também a contribuição para o debate e ampliação das discussões sobre as questões que permeiam o empreendedorismo na vida acadêmica com suas limitações e possibilidades.

Palavras-chave: Empreendedorismo, características empreendedoras, administração, ensino do empreendedorismo.

ABSTRACT

This work consists of a descriptive study of the population of the course of administration of the Federal University of Piauí, to identify the degree of knowledge and implementation of entrepreneurship. Is also present in this study the verification of the application of the teaching of entrepreneurship in the institution. All this was accomplished through a quantitative-qualitative study with students of all periods and of course bibliographical theme. Pointed-if, through field research, which were the most entrepreneurial characteristics included in the periods, as well as the periods that had proximity to entrepreneurial practices. It was also verified in a qualitative, which targeting the family environment and the own dream staff have in relation to the economic future. From the analysis of the data held on the basis of the theoretical reference, it is possible to say that the students and Administration course at University Federal do Piauí-Campus of Picos are not focused on entrepreneurial practices for the development of the economy and society. These characteristics are just a small mature this vision on the part of students. It is hoped that this research may have contributed to the expansion of the understanding of the importance of the teaching of entrepreneurship in their conceptual, methodological aspects and practical. Also the expected contribution to the debate and extension of the discussions on the issues that permeate the entrepreneurship in academic life with its limitations and possibilities.

Key words: Entrepreneurship, entrepreneurial characteristics, management, entrepreneurship education.

LISTA DE QUADROS, TABELAS E GRÁFICOS

| | |
|---|----|
| Quadro 01 – Mitos do empreendedor | 22 |
| Tabela 01 – Tamanho da Amostra segundo NBR 5426 | 29 |
| Tabela 02 – Amostra por período | 29 |
| Tabela 03 – Índice de correlação | 33 |
| Gráfico 01 – ÍNDICE DE CORRELAÇÃO DOS PERÍODOS | 34 |
| Gráfico 02 – COMPROMETIMENTO E DETERMINAÇÃO | 34 |
| Gráfico 03 – OBSESSÃO PELAS OPORTUNIDADES | 35 |
| Gráfico 04 – TOLERÂNCIA AO RISCO, AMBIGUIDADE E INCERTEZAS | 36 |
| Gráfico 05 – MOTIVAÇÃO E SUPERAÇÃO | 37 |
| Gráfico 06 – LIDERANÇA | 38 |
| Gráfico 07 – CARACTERÍSTICAS GERAIS DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO | 39 |
| Gráfico 08 – QUESTÕES DE ÂMBITO QUALITATIVO | 40 |

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas

NBR 5427 – Planos de amostragem e procedimentos na inspeção por atributos

UFPI – Universidade Federal do Piauí

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1 – INTRODUÇÃO

| | |
|-------------------------------------|----|
| 1.1 – Contextualização | 10 |
| 1.2 – Formulação do Problema | 10 |
| 1.3 Objetivos | |
| 1.3.1 – Objetivo Geral | 10 |
| 1.3.2 – Objetivos Específicos | 10 |
| 1.4 – Justificativa | 10 |
| 1.5 – Estrutura da Monografia | 12 |

CAPITULO 2 – REFERENCIAL TEÓRICO

| | |
|---|----|
| 2.1 – O Empreendedorismo | 14 |
| 2.1.1 – O Empreendedor..... | 17 |
| 2.1.2 – Características do Empreendedor | 18 |
| 2.2 – A Economia Regional | 23 |
| 2.3 – O Ensino do Empreendedorismo | 24 |

CAPITULO 3 – PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

| | |
|---|----|
| 3.1 – Tipos de Pesquisa | 27 |
| 3.1.2 – Amostragem | 28 |
| 3.1.3 – Plano de Coleta de Dados | 29 |
| 3.1.4 – Plano de Tratamento e Análise dos Dados | 30 |

CAPÍTULO 4 – ANÁLISE DOS DADOS

| | |
|--|----|
| 4.1 – Características Avaliadas | 33 |
| 4.2 – Índice de Correlação | 33 |
| 4.3 – Comprometimento e Determinação | 34 |
| 4.4 – Obsessão pelas Oportunidades | 35 |
| 4.5 – Tolerância ao Risco, Ambiguidade e Incertezas..... | 36 |
| 4.6 – Motivação e Superação | 37 |
| 4.7 – Liderança | 38 |
| 4.8 – Características Gerais do Curso de Administração | 39 |
| 4.9 – Análise das Questões de Âmbito Qualitativo | 40 |

CAPÍTULO 5 – CONSIDERAÇÕES FINAIS

| | |
|-----------------------------------|----|
| 5.1 – Conclusão e Sugestões | 42 |
|-----------------------------------|----|

| | |
|-------------------|----|
| REFERÊNCIAS | 45 |
|-------------------|----|

| | |
|--|----|
| APENDICE A – QUESTIONÁRIO ADAPTADO DE DORNELAS | 47 |
|--|----|

CAPÍTULO 1 – INTRODUÇÃO

1.1 Contextualização

No novo mundo dos negócios, a tecnologia, os sistemas, os processos, as pessoas estão sempre em constantes mudanças. O mundo globalizado, como um todo, vive em intensa transformação, trazendo novas idéias, quebrando paradigmas. E um dos principais responsáveis por estas mudanças é o empreendedorismo.

O empreendedorismo envolve as pessoas e os processos levando à uma transformação das idéias em oportunidades, e implementando essas oportunidades criam negócios de sucesso, novos processos, novos produtos, novos segmentos, enfim, mudando a visão dos negócios. Ele transforma a economia, molda empresas, desenvolve comunidades, gera empregos e traz uma mudança positiva das atitudes e das opiniões que as pessoas têm de como é o funcionamento da economia.

Vendo a importância deste tema para o desenvolvimento da economia, o ensino do empreendedorismo deve ser cada vez mais trabalhado nas instituições de ensino técnico e superior que formam novos profissionais a cada semestre. Ele deve ser levado mais a sério, incorporando práticas, técnicas e exemplos de atitudes empreendedoras para que seja transmitido este espírito para os alunos. Esta transmissão do conhecimento do empreendedorismo para os alunos vai ter como consequência uma mudança nas características empreendedoras individuais, fazendo com que muitos sintam a necessidade de inovar e por em prática as idéias geradas a partir das oportunidades identificadas pelo espírito empreendedor.

1.2 Formulação do Problema

O tema escolhido para a elaboração do trabalho de conclusão do curso foi o empreendedorismo. Partindo do tema proposto e vendo as possibilidades de estudos que a mesma oferece, surgiu a idéia de um possível título, denominado: “SABERES E PRÁTICAS EMPREENDEDORAS DISCENTES DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA UFPI - CAMPUS PICOS”.

Para determinar a investigação sobre o tema empreendedorismo, e mais precisamente enfocando a visão dos alunos, foi estabelecido como problema de pesquisa: como é a visão dos alunos de administração da UFPI campus de picos com relação ao empreendedorismo, analisando seu grau de importância e aplicação do empreendedorismo durante o curso?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo Geral

Foi estabelecido como objetivo geral da pesquisa o fato de “Analisar a visão dos alunos do curso de administração da UFPI Campus de Picos com vista ao empreendedorismo, identificando o grau de importância em suas vidas, suas características empreendedoras e de como é a aplicação do ensino empreendedorismo durante o curso”.

1.3.2 Objetivos Específicos

Para conseguir atingir o objetivo geral proposto, a pesquisa toma por base alguns desdobramentos (objetivos específicos) que darão suporte ao objetivo geral. Estes estão enumerados na seguinte ordem:

- a) Fazer uma pesquisa entre os alunos de administração da UFPI para saber o grau de conhecimento sobre o empreendedorismo;
- b) Identificar as características empreendedoras de cada período do curso;
- c) Verificar se o ensino do empreendedorismo na UFPI está sendo eficaz.

1.4 Justificativa

O tema empreendedorismo é um assunto que se torna essencial para a vida dos alunos universitários e principalmente para aqueles que estão no curso de administração, pois terão que conviver com estas práticas cotidianamente.

O empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de idéias em oportunidades, e conseqüentemente, a perfeita implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso. Visto que nesta área possui poucas pesquisas relacionadas à forma como o empreendedorismo é tratado com direção à visão dos alunos, torna-se necessária a realização de estudos para poder identificar a visão que os alunos universitários que fazem parte do curso de Administração da UFPI do campus de Picos possuem sobre o tema, e indo mais além, procurar saber o grau de importância que eles atribuem o empreendedorismo às suas vidas além da sua aplicação no seu desenvolvimento acadêmico. Vale ressaltar que este estudo será considerado como inédito para a comunidade acadêmica da UFPI, visto que não há um levantamento mais detalhado sobre o assunto.

Assim, vale entender, inicialmente, que na sala de aula, elementos como atitude, comportamento, emoção, sonho, individualidade, ganham vaga antes ocupada somente pelo saber. De acordo com os estudos do professor Dolabela, pesquisas já realizada no Brasil junto

aos alunos demonstram, surpreendentemente, que eles consideram este ensino fundamental mesmo para aqueles que não pretendem abrir empresas, e cuja vocação é, por exemplo, para a área acadêmica. Tais resultados conduziram a indagações e análises sobre o conteúdo da formação profissional oferecido aos alunos, frente às exigências do mercado. De fato, a realidade conceitual trabalhada em sala de aula difere da sua aplicação no mundo não teórico.

Até alguns anos atrás, acreditava-se que o empreendedor era inato, que nascia com um diferencial e era predestinado ao sucesso nos negócios. Hoje em dia, esse discurso mudou e, cada vez mais, acredita-se que o processo empreendedor pode ser ensinado e entendido por qualquer pessoa e que o sucesso é decorrente de uma gama de fatores externos e internos ao negócio, do perfil do empreendedor e de como ele administra as adversidades que encontra no dia-a-dia de seu empreendimento. No entanto, com certeza o ensino de empreendedorismo ajudará na formação de melhores empresários, melhores empresas e maior geração de riqueza ao país.

Ser empreendedor não é uma opção de vida, mas uma missão de vida. O empreendedor não arrisca apenas o seu futuro, mas também o de todos aqueles que estão a sua volta, que trabalham para o seu sucesso e dependem de suas atitudes e decisões. Empreendedores são responsáveis pelo desenvolvimento de uma empresa, de uma cidade, de uma região, enfim, pela construção de uma nação. O papel social talvez seja o mais importante que o empreendedor assume em toda a sua vida.

1.5 Estrutura da Monografia

A estrutura deste trabalho está feito na seguinte seqüência: no Capítulo 1, a introdução apresenta a formulação do problema; os objetivos, geral e específicos; a justificativa e a estrutura das partes do trabalho.

No Capítulo 2, o referencial teórico da pesquisa aborda inicialmente o empreendedorismo, mostrando seu conceito na visão de diversos autores importantes no assunto. Ainda neste capítulo, é abordado subitens como o empreendedor, características empreendedoras, e o ensino do empreendedorismo. Todos esses itens e subitens tem por base autores de renome para o estudo do empreendedorismo.

Fundamentaram este estudo os seguintes autores: Brazeal e Herbert (2000); Dornelas, Timmons e Spinelli (2010); Dornelas (2001); Souza e Guimarães (2006); Dornelas (2005); Drucker (2005); Dolabela (2009); Kirzner (1973); Lynn (1969); Diniz (2010); Michel (2010); Dornelas (2007); Fillion (1991).

O Capítulo 3 expõe a metodologia utilizada para a pesquisa, a fundamentação metodológica, os passos para o desenvolvimento do trabalho e forma como foi analisados os dados. A apresentação e análise dos dados foram expostas no Capítulo 4, constando gráficos, tabelas e dados importantes para a contextualização do objeto em estudo.

A conclusão foi exposta no último e quinto capítulo apresentando as reflexões e considerações finais.

CAPITULO 2 – REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 O Empreendedorismo

Após a década de 1970, o campo de estudos de empreendedorismo passou por considerável expansão em diferentes áreas, como a social, a econômica, a política, a educacional e a comportamental. Por outro lado, as inúmeras pesquisas realizadas sobre o tema apresentam não só descontinuidade, como também falta de unidade com trabalhos anteriores. Segundo Brazeal e Herbert (2000), isso tem cooperado para a complexidade desses estudos e, possivelmente, é causado por questões básicas, como a de articular a definição do fenômeno do empreendedorismo relacionando-o com mudança, inovação, aprendizagem, criatividade, entre outros fatores. Com isso, a generalidade e a unidade de análise tornam mais complexos os estudos sobre o tema.

Vale ressaltar que o impacto do empreendedorismo como campo acadêmico em desenvolvimento e como opção de vida – muito admirado, respeitado e almejado principalmente pelos jovens de todo o mundo – foi profundo e continua a se expandir pelo mundo todo em locais difíceis de se imaginar há apenas alguns anos atrás, quebrando as barreiras da subestimação da capacidade humana. China, Índia, Vietnã, países do antigo bloco oriental e o Oriente Médio, a Igreja Católica, nas faculdades e nas universidades, são alguns exemplos no qual o empreendedorismo vem tendo destaque nos últimos anos.

Segundo os estudos de Dornelas, Timmons e Spinelli (2010), durante os últimos quarenta anos, as provas e as tendências apontam pelo menos quatro transformações empreendedoras que impactaram profundamente o modo como o mundo vive, trabalha, aprende e aproveita o tempo de lazer. Eles consideraram os seguintes fatos:

1. O empreendedorismo é o novo paradigma administrativo: O pensamento e o raciocínio empreendedor – tão comum em empresas novas e em desenvolvimento dinâmicas, com alto potencial e robustas – agora estão se tornando infundidas e inseridas nas estratégias e práticas das corporações em todo o mundo;
2. O empreendedorismo semeou um novo paradigma educacional para o aprendizado e o ensino;

3. O empreendedorismo está se tornando um modelo administrativo dominante para as empresas sem fins lucrativos e no campo em desenvolvimento dos empreendedores sociais;
4. O empreendedorismo está transcendendo rapidamente as faculdades de administração: engenharia, ciências biológicas, arquitetura, medicina, música, artes liberais e o ensino do pré-escolar ao ensino médio são novos solos acadêmicos que estão explorando e adotando o empreendedorismo em seus currículos.

Mas afinal, qual seria a melhor definição para empreendedorismo?

Buscando as raízes do empreendedorismo, Dornelas (2001) afirma que a palavra empreendedor (*entrepreneur*) tem origem francesa e quer dizer aquele que assume riscos e começa algo novo. Ele ainda faz um resgate histórico e identifica que a primeira definição de empreendedorismo é creditada a Marco Polo, sendo o empreendedor aquele que assume os riscos de forma ativa, físicos e emocionais, e o capitalista assume os riscos de forma passiva. Na Idade Média, o empreendedor deixa de assumir riscos e passa a gerenciar grandes projetos de produção principalmente com financiamento governamental. E no século XVII, surge a relação entre assumir riscos e o empreendedorismo. Bem como a criação do próprio termo empreendedorismo que diferencia o fornecedor do capital, capitalista, daquele que assume riscos, empreendedor. Mas somente no século XVIII, que capitalista e empreendedor foram complementemente diferenciados, certamente em função do início da industrialização.

No final do século XIX e início do século XX, os empreendedores foram freqüentemente confundidos com os gerentes ou administradores (o que ocorre até os dias atuais), sendo analisados meramente de um ponto de vista econômico, como aqueles que organizam a empresa, pagam os empregados, planejam, dirigem e controlam as ações desenvolvidas na organização, mas sempre a serviço do capitalista. Na visão de Dornelas (2001, p.88), “todo empreendedor necessariamente deve ser um bom administrador para obter o sucesso, no entanto, nem todo bom administrador é um empreendedor”. O empreendedor tem algo mais, algumas características e atitudes que o diferenciam do administrador tradicional.

Saindo da evolução histórica e partindo para conceitos propriamente ditos, seguindo com o pensamento de Dornelas (2005, p.39-40), “o empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de idéias em oportunidades, e a perfeita implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso”. Este

sentido que o autor defende refere-se à concepção do empreendedorismo na sua essência empresarial, envolvendo as pessoas e os processos para a construção de mudanças organizacionais que afeta diretamente nos negócios.

Já na visão de Schumpeter *apud* Souza e Guimarães (2006) refere-se à essência do empreendedorismo como sendo a percepção e a exploração de novas oportunidades, no âmbito dos negócios, utilizando recursos disponíveis de maneira inovadora. Para este autor, empreendedorismo e inovação são conceitos interdependentes. A partir desta concepção, os economistas passaram a ver os empreendedores como indivíduos capazes de detectar oportunidades de negócios, de criar empresas e dispostos a assumir riscos.

No pensamento dos autores Dornelas, Timmons e Spinelli (2010, p.55), eles expressam sua visão sobre o empreendedorismo em duas frases que contêm um significado objetivo para a literatura:

Pode-se definir mais simplesmente empreendedorismo como a apropriação e a gestão dos recursos humanos e materiais dentro de uma visão de criar, de desenvolver e de implantar resoluções permanentes, de atender às necessidades dos indivíduos.

O espírito empresarial se traduz por uma vontade constante de tomar as iniciativas e de organizar os recursos disponíveis para alcançar resultados concretos.

Para Drucker (2005) a essência do empreendedorismo consiste na transformação de idéias inovadoras em ações lucrativas, já que o empreendedor vê nas mudanças as oportunidades de negócios. Mas, essa transformação de idéias deve ser realizada com muito cuidado para que a inovação seja uma necessidade presente e não uma possibilidade futura. Peter Drucker, por sua vez, é considerado um dos maiores estudiosos sobre o tema em todo mundo, dedicando grandes esforços na construção de idéias sobre o empreendedorismo.

Já a visão definida por Dolabela (2009, p. 49) evoluiu o significado de empreendedorismo em seu pensamento, de uma visão mais comportamentalista para uma abordagem cognitiva de política, visão e significado, afirmando que:

O empreendedorismo aborda a relação de oportunidade entre o indivíduo e o seu sonho, a sua visão, a sua idéia. Uma idéia, para ser viável, além de sua coerência com o ambiente externo, deve ser congruente com o indivíduo empreendedor; Ao relacionar o resultado da atividade empreendedora aos sonhos, visões e desejos da sociedade e do empreendedor, o empreendedorismo pode ser visto como um instrumento auxiliar na construção da liberdade...

Apesar de todos estes conceitos forem elaborados por grandes pesquisadores, o que mais veio em destaque, foi uma frase que o grande autor Peter Drucker disse em entrevista a uma revista de negócios dos Estados Unidos, onde afirmava que: “Empreendedorismo não é

nem ciência, nem arte. É uma prática”. Pegando esta citação de Drucker juntamente com a explicação de Schumpeter, Dornelas, Timmons e Spinelli sobre o empreendedorismo, podemos elaborar uma explicação para o empreendedorismo como sendo a transformação das oportunidades, dos sonhos, das idéias em realidade, através do envolvimento de pessoas e processo trabalho para o mesmo fim, visando procurar atender as necessidades da sociedade.

2.1.1 O Empreendedor

Mesmo existindo muitas definições para o termo “empreendedor”, uma das mais antigas e talvez a que melhor reflita o espírito empreendedor seja a de Joseph Schumpeter *apud* Dornelas (2005, p.39), onde afirma que: “O empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos materiais”.

Kirzner (1973) tem uma abordagem diferente. Para esse autor, o empreendedor é aquele que cria um equilíbrio, encontrando uma posição clara e positiva em um ambiente de caos e turbulência, ou seja, identifica as oportunidades na ordem presente. Ambos, porém, são enfáticos em afirmar que o empreendedor é um exímio identificador de oportunidades, sendo um indivíduo curioso e atento às informações, pois sabe que suas chances melhoram quando seu conhecimento aumenta.

Seguindo o pensamento de Schumpeter, pode-se ver que o empreendedor é mais conhecido como aquele que cria novos negócios, mas pode também inovar dentro de negócios já existentes, ou seja, é possível também ser empreendedor em empresas já constituídas. (configurando um tipo de empreendedor, o empreendedor corporativo)

Nesta concepção, os indivíduos empreendedores, além de inovadores, são pessoas criativas, que “imaginam a situação e o cenário na qual trabalharão e um número significativo de alternativas para a forma como irão organizar e fazer as coisas para transformar suas visões em realidade” (LYNN, 1969, p.151-152).

Segundo Baumol *apud* Diniz (2010), o empreendedor (queira ou não de fato, também exerce a função de gerente) tem uma função diferente. É seu trabalho localizar novas idéias e colocá-las em prática. Ele deve liderar, talvez ainda inspirar; ele não pode deixar que as coisas se tornem rotineiras e, para ele, a prática de hoje jamais será suficientemente boa para amanhã. Em resumo, ele é inovador e algo mais. Ele é o indivíduo que exercita o que na literatura da administração é chamado de “liderança”. E é ele quem está virtualmente ausente. Ou seja, mesmo não estando, ele é percebido como se estivesse.

Assim como Lynn, Dornelas (2005) define o empreendedor como aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados. Apesar destes conceitos sobre o espírito empreendedor, em qualquer definição de empreendedorismo encontram-se, pelo menos, os seguintes aspectos referentes ao empreendedor:

1. Iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz;
2. Utiliza os recursos disponíveis de forma criativa transformando o ambiente social e econômico onde vive;
3. Aceita assumir os riscos calculados e a possibilidade de fracassar.

O processo empreendedor envolve todas as funções, atividades e ações associadas com a criação de novas empresas ou oportunidades de negócios. Em primeiro lugar, o empreendedorismo envolve o processo de criação de algo novo, de valor. Em segundo, requer devoção, dedicação e comprometimento de tempo e esforço necessário para fazer a empresa crescer. E em terceiro, é preciso ter ousadia para que riscos calculados sejam assumidos e decisões críticas tomadas, apesar de todas as falhas e erros que este processo pode resultar.

Deve-se observar que a maioria dos empreendedores cria negócios em mercados já existentes. Isso faz com que aumente consideravelmente os fatores de risco para os implementos empreendedores que serão impostos neste negócio. No entanto, isso não quer dizer que deixará de ser bem-sucedido.

Mas é preciso deixar bem claro que os empreendedores não são pessoas do outro mundo, como muitas pessoas acham. São pessoas simples que tem muita coragem e determinação. Os empreendedores nascem com o espírito empreendedor como também podem ser formados a terem esta característica. São reconhecidos pela sua capacidade, pela sua ousadia, pelas suas quedas e principalmente pelo seu recomeço. São guiados pelo sucesso do negócio e também por seu insucesso. São pessoas pró-ativas. São influenciados em parte pela genética, em parte pela formação familiar, pelas experiências profissionais e também pelo ambiente econômico.

2.1.2 Características do Empreendedor

De acordo com Michel (2010, p.7), existem várias características que definem como é a maneira de agir de uma pessoa empreendedora, dentre elas pode-se citar:

- **O estabelecimento de metas:** onde as metas devem ser específicas – bem definidas, mensuráveis – capazes de se estabelecer um levantamento de conquista, alcançável –

algo que seja possível, relevante – que traga satisfação pessoal, temporal – a partir de um prazo pré-estabelecido;

- **O fator “CONHECIMENTO”:** a busca pelo conhecimento, a obtenção de informações de clientes, fornecedores e concorrentes deve ser constante e precisa. Estudos de como fabricar um produto ou fornecer um serviço é essencial para saber todas as fases do processo produtivo e ter uma maior eficiência nas tomadas de decisão. Consultas especializadas para obter assessoria técnica ou comercial podem ser necessárias para iniciar um novo negócio;
- **Planejamento e monitoramento sistemáticos:** refere-se ao fato de estabelecer um planejamento dividindo tarefas de grande porte em subtarefas, com prazos definidos e periodicamente fazer uma revisão dos planos levando em conta os resultados obtidos e as mudanças circunstanciais que tenham ocorrido;
- **A busca de oportunidades e a iniciativa própria:** a busca de oportunidades e a iniciativa própria é uma das características que fazem parte da essência do empreendedor. Refere-se à questão da expansão dos negócios, aproveitando oportunidades que podem passar por despercebidas por muitos. Significa também fazer as coisas antes do solicitado ou forçado pelas circunstâncias, de modo eficaz e objetivo;
- **A exigência de qualidade, da eficiência e da inovação:** Significa encontrar maneiras de fazer as coisas da melhor forma possível, mais rápido e mais barato. Agir de maneira a fazer coisas que satisfazem ou excedam padrões de excelência, desenvolvendo ou utilizando procedimentos para assegurar que o trabalho seja terminado a tempo e atenda os padrões de qualidade previamente combinados;
- **A capacidade de correr riscos calculados:** Uma das características mais comuns entre os empreendedores e também uma das mais importantes para o contexto empresarial, onde se concentra a avaliação de alternativas e o cálculo riscos em que o empreendedor pode assumir, agindo para reduzir os riscos ou controlar os resultados. Só age com desafios e riscos somente quando o considera moderado;
- **O fator “PERSISTÊNCIA”:** È agir diante de um obstáculo, repetindo ou mudando de estratégia a fim de enfrentar ou superá-lo, assumindo responsabilidade pessoal em atingir as metas e objetivos. Deve-se atentar ao fato de jamais confundir persistência e teimosia – dentro de um estudo pode-se persistir em busca de objetivos, o teimoso mesmo com informações desfavoráveis continua a insistir em sua atitude imprudente;

- **O fator “COMPROMETIMENTO”:** Fazer sacrifício para cumprir tarefas, esmerar-se em manter clientes satisfeitos e passar noites e dias empenhando-se para obter sucesso nos seus empreendimentos é essencial para uma característica empreendedora;
- **A persuasão e a rede de contatos:** O empreendedor é alguém capaz de desenvolver uma visão. Deve saber persuadir terceiros, sócios, colaboradores, investidores, convencê-los de que sua visão poderá levar todos a uma situação confortável no futuro. Utiliza-se de estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir os outros, desenvolvendo e mantendo uma rede de contatos que auxiliará no desenvolver de seu empreendimento;
- **Independência e Autoconfiança:** Configura-se na busca pela autonomia, o caminhar com as próprias pernas, mantendo o ponto de vista mesmo diante de resultados inicialmente desanimadores, acreditando na própria capacidade e se empenhando em desenvolvê-las. Deve-se atentar ao fato de que a autoconfiança em excesso pode gerar pré-potência tornando-se prejudicial ao ato empreendedor.

Somando a essas características que foram definidas por este autor, também é fundamental que um empreendedor tenha a capacidade de identificar, agarrar e buscar recursos para aproveitar uma oportunidade. Tenha também a coragem de assumir riscos, não tendo medo de transformar seus sonhos em realidade. Que seja auto-suficiente, identifique e aproveite oportunidades. Que seja competente ao ponto de poder ter a capacidade de se planejar e elaborar um plano de negócios que dê firmeza ao seu empreendimento, além de ter um grande senso de organização.

O empreendedor percebe o mercado de forma diferenciada, vê o que os outros não percebem, têm a motivação, e deve estar preparado e conhecer formas de análises do negócio, do mercado e de si mesmo para perseguir o sucesso com passos firmes e saber colocar a sorte a seu favor. Assim o seu empreendimento tem grandes chances de dar certo.

Dornelas (2007, p.99) em seu livro intitulado *Empreendedorismo na prática*, observando alguns empreendedores de sucesso, viu que existem alguns aspectos de comportamento e gestão que são bastante comuns neste grupo de pessoas especiais. São eles:

- **Manter o foco.** É essencial manter o foco no início do negócio, não dispersar e identificar um nicho de mercado para atuar. Muitos empreendedores, como são ótimos identificadores de oportunidades, acabam querendo fazer tudo ao mesmo tempo e atuar em várias frentes diferentes, desde o início. Isso pode comprometer o

desenvolvimento da empresa, já que no início os recursos são poucos, a equipe é pequena e não se consegue escalabilidade facilmente.

- **Montar uma equipe complementar e comprometida com o negócio.** Empreendedorismo antes de qualquer coisa, está relacionado com a realização e com o trabalho de equipe. Engana-se o empreendedor que acredita que vai crescer rapidamente sem sócios ou parceiros. A dica é identificar nas pessoas parceiras e/ou sócios habilidades que você não tem e que são essenciais para o seu negócio.
- **Saber a hora de profissionalizar e delegar.** Existe um ditado que diz que empreendedores não ganham escala, ou seja, concentram demais as decisões em si mesmos e controlam todas as ações da empresa. No momento do crescimento da empresa isso pode prejudicar em demasia e até levar ao fechamento do negócio. É superimportante saber o momento de trazer pessoas/executivos de mercado que entendam de administração de negócios e que ajudarão na expansão do negócio.
- **Otimizar os recursos disponíveis.** É raro um negócio começar com todos os recursos que um empreendedor deseja em mãos. Assim sendo, desde o início, deve-se negociar de tudo com todos, otimizar o máximo possível os recursos e evitar imobilizar o capital financeiro da empresa. O empreendedor tem de resistir à tentação de construir rapidamente a sede própria, comprar carros zero da empresa etc., pois isso imobiliza o capital e diminui o capital de giro.
- **Identificar boas fontes de investimentos e financiamento.** É sempre importante monitorar o que acontece no mercado em termos de oportunidades de acesso a capital, mesmo que você não esteja precisando no momento. Bancos comerciais, investidores e agências públicas de fomento sempre estão lançando novos programas e editais, principalmente voltados para negócios inovadores. Através destes editais consegue-se inclusive investimento de risco e não-reembolsável...
- **Participar das entidades de classe e tornar-se conhecido em seu setor.** *Networking* é essencial, e, se o empreendedor não se mostrar, ninguém vai conhecê-lo. Muitos negócios/contratos são iniciados em feiras, eventos, seminários etc. O empreendedor não pode se esconder achando que o cliente chegará até ele...

Quando se fala das características do empreendedor, não se pode deixar de explicar alguns mitos que mistificam a atitude empreendedora. O quadro a seguir lista, segundo o *site Inovates* – Incubadora Tecnológica, quinze mitos relacionados ao empreendedor:

Quadro 01 – Mitos do empreendedor

| |
|--|
| Mito 01 - empreendedores não são feitos, nascem? |
| A capacidade criativa de identificar e aproveitar uma oportunidade vem depois de dez anos de experiência, o que conduz a um reconhecimento de padrões. O empreendedor é feito pela acumulação das habilidades, <i>know-how</i> , experiência e contatos em um período de anos. |
| Mito 02 - qualquer um pode começar um negócio? |
| Os empreendedores que reconhecem a diferença entre idéia e oportunidade e pensam grande o suficiente têm mais chances de sucesso. A parte mais fácil é começar. Difícil é sobreviver. Talvez somente 1 entre 10 a 20 novas empresas que sobrevivem 5 anos ou mais consigam obter ganhos de capital. |
| Mito 03 - empreendedores são jogadores? |
| Empreendedores de sucesso assumem riscos calculados, minimizam riscos, tentam influenciar a sorte. |
| Mito 04 - empreendedores querem o espetáculo só para si? |
| O empreendedor individual geralmente ganha a vida. É difícil ter um negócio de alto potencial sozinho. Os empreendedores de sucesso constroem uma equipe. Acham que 100% de nada é nada. Eles trabalham para aumentar o bolo, ao invés de tirar a maior parte dele. |
| Mito 05 - empreendedores são os seus próprios chefes e completamente independentes? |
| Está longe de ser independente e serve muitos senhores (sócios, investidores, clientes, fornecedores, empregados, credores, família). |
| Mito 06 - empreendedores trabalham mais tempo e mais duro do que gerentes em grandes empresas? |
| Não há evidências nas pesquisas, pois os resultados ora endossam a afirmativa e ora repelem. |
| Mito 07 - empreendedores têm grande estresse e pagam alto preço? |
| É verdade, mas não mais que em outras profissões. Mas eles consideram o seu trabalho mais gratificante. São mais ricos e não querem aposentar-se (Os empreendedores preferem não se aposentar em uma razão de 3 por 1 com os empregados). |
| Mito 08 - começar um negócio é arriscado e freqüentemente acaba em falência? |
| Os empreendedores talentosos e experientes (que sabem identificar e agarrar oportunidades e atrair os recursos financeiros e outros) freqüentemente alcançam o sucesso. Além disso, a empresa entra em falência, mas o empreendedor não. A falência é, muitas vezes, o fogo que tempera o aço da experiência de aprendizado do empreendedor. |
| Mito 09 - dinheiro é o mais importante ingrediente para começar o negócio? |
| Se as outras partes e talentos existirem, o dinheiro virá. Não quer dizer que se o empreendedor tem dinheiro vá ter sucesso. O dinheiro é um dos ingredientes menos importantes. É para o empreendedor o que o pincel e a tinta são para o pintor: ferramenta inerte que, nas mãos certas, pode criar maravilhas. Mesmo depois de ter feito alguns milhões de dólares, um empreendedor irá trabalhar incessantemente em uma nova visão para construir outra empresa. |
| Mito 10 - empreendedores devem ser novos e com energia? |
| Idade não é barreira. A idade média de empreendedores de sucesso (Higher potential business) é perto dos 35, mas há numerosos exemplos de empreendedores de 60 anos de idade. O que é importante: <i>know-how</i> , experiência e relações. |
| Mito 11 - empreendedores são motivados pela busca do dólar? |

| |
|--|
| Empreendedores de sucesso buscam construir empresas em que possam realizar ganhos de capital a longo prazo. Não procuram satisfação imediata de grandes salários e aparência. Buscam realização pessoal, controle dos seus próprios destinos e realização dos seus sonhos. Dinheiro é visto como uma ferramenta. |
| Mito 12 - empreendedores buscam poder e controle sobre terceiros? |
| O poder é antes um subproduto do que uma força motivadora. O empreendedor busca responsabilidade, realização e resultados. |
| Mito 13 - se o empreendedor é talentoso, o sucesso vai acontecer em um ou dois anos? |
| Raramente um negócio tem solidez em menos de 3 ou 4 anos. Máxima entre os capitalistas de risco: “o limão amadurece em 2,5 anos, mas as pérolas levam 7 ou 8”. |
| Mito 14 - qualquer empreendedor com boa idéia pode obter capital? |
| Nos USA somente de 1 a 3 em cada 100 conseguem capital. |
| Mito 15 - empreendedor com capital inicial suficiente não pode perder a chance? |
| O oposto é frequentemente verdade, isto é, muito dinheiro no princípio cria euforia e a “síndrome de criança estragada”. |

Fonte: adaptado de www.inovates.com.br/empreendedorismo/mitosRealidades.php

O empreendedor deve focar nas suas habilidades para poder realizar seus sonhos, não pode se atrelar a mistificações que possam vir a derrubar idéias ou princípios. Deve também ser orientado pela ferramenta mais comum entre os empreendedores, a inovação, pois é nela que vai fornecer a capacidade dos recursos criarem novas riquezas.

2.2 A Economia Regional

A cidade de Picos é a principal cidade de uma macrorregião que fica localizada no meio-leste do estado do Piauí. A região do Vale do Guaribas, como é conhecida, é composta por 39 municípios e Picos é a o centro da economia destas cidades. Grande pólo comercial e um celeiro para o empreendedorismo regional.

Segundo o *site* da Prefeitura Municipal de Picos (2011) Picos além de ser conhecida como cidade do alho, da cebola e da comercialização da castanha, hoje é conhecida em todo o Brasil por sua importância na produção de mel. Além disso, o número de empresas atuando informalmente é crescente e estimulado pelas linhas de financiamentos disponíveis para pessoas físicas, através do FAT, FNE/PRO-RENDA, PROGER. Durante décadas, o município de Picos tem sido a segunda maior cidade do Piauí a recolher Impostos Sobre Circulação de Mercadorias e Serviços- ICMS, para o Governo do Estado.

Segundo dados do *site* da Sefaz- PI, Secretária da Fazenda do Estado do Piauí (2011) o número de microempresas atuando na área do comércio de Picos corresponde a 1.002, já as

empresas de pequeno porte somam-se 177, as de grande porte 319 empresas e um total de 142 micro empreendedores individuais.

2.3 O Ensino do Empreendedorismo

Segundo pesquisas do *site* administradores.com.br (acesso 2010), o Brasil tem um enorme problema de natureza cultural com relação ao empreendedorismo. Por anos, nossos pais nos educaram para buscarmos um bom e estável emprego em uma grande multinacional, de preferência pública ou estrangeira. Este paradigma levou a uma percepção injusta de que aqueles que tivessem escolhido a carreira empreendedora eram os “vagabundos que não queriam estudar” ou não tinham dado certo na carreira executiva. Esta visão diminui a receptividade dos jovens quanto à carreira empreendedora.

Este mesmo *site* ainda explica que “o empreendedorismo não é considerado uma área de conhecimento científico”. Embora o tema seja explorado em vários congressos acadêmicos no mundo e várias revistas científicas de renome se dedicam a publicações nesta área, ainda há muito preconceito por parte das ciências sociais aplicadas contra os pesquisadores de empreendedorismo. Por outro lado, empreendedores querem distância do meio acadêmico. Seu preconceito advém da idéia de que empreendedorismo não se ensina, se faz. Histórias de empreendedores que abandonaram a escola para empreender ganharam notoriedade com muita rapidez, enaltecendo a enorme distância entre estes dois mundos. A consequência direta é que os que querem empreender não vão buscar na escola a sua formação e sim nas histórias de outros empreendedores.

Os professores de empreendedorismo não foram formados em empreendedorismo. Por não ter um histórico estabelecido de geração de conhecimento científico, só recentemente o empreendedorismo vem sendo escolhido como tema de dissertação de mestrado ou tese de doutorado, o que faz com que sejam ainda raros os professores com esta qualificação acadêmica específica.

Não existe uma definição objetiva sobre o conceito de empreendedorismo. Cada professor tem sua própria definição do termo, muitas vezes com aspectos contraditórios uns dos outros. Mesmo entre autores de livros e acadêmicos não há uma unicidade nas definições conceituais. Esta variação de conceitos dificulta o aprendizado do aluno, uma vez que o aluno pode ter um conceito errado sobre o tema.

Mas a questão central é se o empreendedorismo pode ser ensinado. Para Dornelas (2005, p.39):

Acredita-se que o processo empreendedor pode ser ensinado e entendido por qualquer pessoa e que o sucesso é decorrente de uma gama de fatores internos e externos ao negócio, do perfil do empreendedor e de como ele administra as adversidades que encontra no dia-a-dia de seu empreendimento.

Para ele significa dizer que os empreendedores inatos continuam existindo, e continuam sendo referências de sucesso, mas muitos outros podem ser capacitados para a criação de empresas duradouras. Com certeza o ensino do empreendedorismo ajudará na formação na formação de melhores empresários, melhores empresas e na maior geração de riqueza para o país.

Na visão de Filion (1991), que tem dedicado grande parte do seu trabalho para a educação empreendedora, ele afirma que o empreendedor possui um processo de aprendizagem próprio e utiliza a imaginação, a criatividade e a intuição como elementos fundamentais para chegar à “visão do negócio”. Dessa forma, o professor precisa rever os seus métodos de ensino e aprendizagem e a própria maneira de ensinar que propicie ao aluno condições de questionar, refletir e relativizar ao invés de fornecer respostas prontas. Aprender não é a recepção passiva das informações que são transmitidas, mas sim um processo ativo onde o aluno investiga, reflete, incorpora e muda sua visão de mundo à medida que aprende.

Então, seguindo neste pensamento, os educadores devem primeiramente entender quais são os objetivos do ensino de empreendedorismo, pois os cursos podem diferir de universidade para universidade ou de escola técnica. O ideal, de acordo com Dornelas (2005), é que qualquer curso de empreendedorismo deveria focar: na identificação e no entendimento das habilidades do empreendedor; na identificação e análise das oportunidades; em como ocorre a inovação e o processo empreendedor; na importância do empreendedorismo para o desenvolvimento econômico; em como preparar e utilizar um plano de negócios; em como identificar fontes e obter financiamento para o novo negócio; e em como gerenciar e fazer a empresa crescer.

Na Universidade Federal do Piauí – Campus de Picos, o ensino do empreendedorismo ainda precisa obter um amadurecimento para que chegue a um nível que gere bons resultados. Se tomarmos como exemplo o Instituto Federal Tecnológico (IFPI) da mesma cidade (Picos), a UFPI está realmente atrasada quanto ao ensino das práticas empreendedoras. O IFPI, em apenas dois anos de existência na cidade, já realiza no seu curso técnico de administração um ensino de qualidade e eficaz do empreendedorismo.

Além das aulas teóricas eles realizam uma série de *workshops* que fazem com que os alunos estejam em contato direto com o empreendedorismo, criando produtos e serviços que agreguem valor ao comércio local. Também possuem eventos que ajudam na formação do aluno empreendedor, como por exemplo o “Papo empreendedor”, que trás depoimentos de empreendedores da região que repassam suas histórias de sucesso, ou então o “Programa Gerenciando Idéias”, onde tem como objetivo difundir o espírito empreendedor por meio do método aprender-fazendo.

Diante destes fatos a UFPI – Campus de Picos deve estimular seus alunos nas práticas empreendedoras para conseguir um eficaz desempenho entre seus discentes. Algumas dessas práticas foram sugeridas na conclusão deste trabalho.

CAPÍTULO 3 - PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

3.1 Tipos de Pesquisa

De acordo com a problemática delimitada para o estudo, a pesquisa tem um caráter qualitativo-quantitativo buscando uma compreensão detalhada das características, atitudes e pensamentos referentes ao empreendedorismo do aluno de administração que estuda na UFPI campus de Picos. Quanto aos objetivos, correlaciona ao de uma pesquisa descritiva onde, segundo Gil (2006, p. 46), “têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis”.

Para a obtenção dos dados foi utilizado como técnica, a documentação direta, onde, segundo Lakatos (2006, p.88), “o levantamento dos dados serão no próprio local onde os fenômenos ocorrem”. Esses dados podem ser obtidos de duas maneiras: por meio da pesquisa de campo ou da pesquisa de laboratório. Sendo assim, foi adotada a pesquisa de campo com aplicação de questionários como forma de obtenção de dados. A pesquisa de campo, segundo Lakatos (2007, p.188), é definida como:

Aquela utilizada com o objetivo de conseguir informações e/ou conhecimentos acerca de um problema, para o qual se procura uma resposta, ou de uma hipótese, que se queira comprovar, ou, ainda, descobrir novos fenômenos ou as relações entre eles.

Então a pesquisa de campo veio a ser a mais apropriada, pois para se conseguir alcançar os objetivos da pesquisa será preciso observar os fatos e os fenômenos tal como ocorrem espontaneamente, obter coleta de dados a eles referentes e registrar variáveis que se presumem relevantes, usando os dados qualitativos e os quantitativos obtidos para explicar os objetivos deste trabalho. A pesquisa de campo, de acordo com Trujillo (1974, p.89), “não pode ser confundida com a simples coleta de dados, ela é algo mais que isso, pois exige contar com controles adequados e com objetivos preestabelecidos que discriminam suficientemente o que deve ser coletado”.

De acordo com os estudos de Lakatos (2007), as pesquisas de campo dividem-se em três grandes grupos: quantitativo-descritivos, exploratórios e experimentais. Pelo motivo dos estudos estarem sendo direcionados ao modelo de descrição da população universitária do curso de administração da UFPI campus de Picos, foi utilizada a pesquisa quantitativo-

descritivo com estudos de descrição da população onde, conforme Lakatos (2007, p.191) “são estudos quantitativo-descritivos que possuem como função primordial, a exata descrição de certas características quantitativas de população como um todo, organizações e outras coletividades específicas”.

Foi adotado este método por a pesquisa conter um relativo número de variáveis e utilizar de técnicas de amostragem para que apresentem caráter representativo. Também pelo fato de que a pesquisa possui aspectos qualitativos como atitudes e opiniões, fazendo com que esse tipo de modelo possa empregar escalas que permitem a quantificação.

3.1.2 Amostragem

Desta forma se fez necessário a utilização de técnicas de amostragem para a realização da pesquisa. A amostra, segundo Lakatos (2007, p.165) “é uma parcela convenientemente selecionada do universo (população), ou seja, um subconjunto do universo”.

A população envolvida consiste em todos os alunos do curso de administração que compõem a Universidade Federal do Piauí, ou seja, está contido neste universo os alunos do curso de administração que fazem o 1º período, 2º período, 3º período, 5º período, 6º período, 7º período, 8º período e 9º período, totalizando 393 alunos. Vale ressaltar que esta população compreende os alunos efetivamente matriculados, já retirados os alunos que solicitaram o trancamento da matrícula.

O tamanho da amostra foi determinado de acordo com norma da NBR 5426, que define os planos de amostragem e procedimentos na inspeção por atributos – Procedimento. Esta Norma estabelece planos de amostragem e procedimentos para inspeção por atributos. Os planos de amostragem previstos na presente norma podem ser utilizados, além de outros, para inspeção de produtos terminados, componentes e matéria-prima, operações, materiais em processamento, materiais estocados, operações de manutenção, procedimentos administrativos, relatórios e dados.

A tabela 01 localizada na página seguinte define o tamanho da amostra da população pesquisada. Ela tem um nível de confiança de 95% e uma variação de 2 pontos percentuais para mais ou para menos.

Como a população tem um total de 393 alunos, a amostra utilizada foi de 50 pessoas. Esta amostra foi dividida proporcionalmente entre os oito períodos do curso de administração, de acordo com a quantidade de alunos de cada período, conforme mostra tabela 02 a seguir.

Tabela 01 – Tamanho da Amostra segundo NBR 5426

| Tamanho do Lote | Tamanho da Amostra |
|-----------------|--------------------|
| 2 a 15 | 3 |
| 16 a 25 | 5 |
| 26 a 50 | 8 |
| 51 a 90 | 13 |
| 91 a 150 | 20 |
| 151 a 280 | 32 |
| 281 a 500 | 50 |
| 501 a 1200 | 80 |
| Mais de 1200 | Ver NBR 5426 |

Fonte: adaptado de http://www.joinville.udesc.br/portal/professores/silvano/materiais/NBR_5426_Nb_309_01_Planos_De_Amostragem_E_Procedimentos_Na_Inspcao_Por_Atributos.pdf

Tabela 02 – Amostra por período

| Períodos | 1° | 2° | 3° | 5° | 6° | 7° | 8° | 9° | Total |
|----------|----|----|----|----|----|----|----|----|-------|
| Amostra | 5 | 8 | 5 | 8 | 7 | 7 | 5 | 5 | 50 |

Fonte: dados da pesquisa realizada entre os dias 23 à 27 de maio.

A escolha desses alunos que fizeram parte da pesquisa foi feito por meio da amostra probabilística aleatória simples, onde segundo Lakatos (2006, p. 42) “a escolha de cada indivíduo, entre a população, é ao acaso (aleatória), quando cada membro da população tem a mesma probabilidade de ser escolhido”. A partir deste tipo de amostragem, foi realizado um sorteio entre os alunos de cada período para saber quem iria responder o questionário, seguindo a quantidade determinada pela tabela 02.

3.1.3 Plano de Coleta dos Dados

São vários os procedimentos para a realização da coleta de dados, que variam de acordo com as circunstâncias ou com o tipo de investigação. O mais adequado para a pesquisa em questão é o questionário. Este, de acordo com Gil (2006, p.116) “consiste basicamente os

objetivos específicos da pesquisa em itens bem redigidos”. É composto de questões de múltipla escolha e questões abertas para posterior análise qualitativa, na qual atenderá aos objetivos pré-estabelecidos, totalizando trinta questões objetivas com cinco alternativas, conforme a escala de Lickert, e duas questões qualitativas, com espaços para argumentos pessoais. Segue uma cópia no apêndice.

Para ajudar na mediação das atitudes e opiniões das perguntas contidas no questionário, foi utilizado a ajuda da *Escala de Lickert*. Segundo Lakatos (2006, p.121-122), a *Escala de Lickert* apresenta os seguintes passos:

1. Elaboração de um grande número de proposições consideradas importantes em relação á atitudes ou opiniões, que tenha relação direta ou indireta com o objetivo a ser estudado;
2. Estas proposições são apresentadas a certo número de pessoas que indicarão suas reações, anotando os valores 5, 4, 3, 2, 1, que corresponderão à: completa aprovação, aprovação, neutralidade, desaprovação incompleta, desaprovação;
3. Cada pessoas recebe uma nota global, que é o resultado da soma dos pontos individuais obtidos.

Dessa maneira obtém-se uma graduação quantificada das proposições, que são distribuídas entre os indivíduos a serem pesquisados, calculando uma nota pra cada período, assim como uma nota geral pra o curso.

3.1.4 Plano de Tratamento e Análise dos Dados

Para o tratamento dos dados obtidos com a aplicação dos questionários, foi empregado a utilização de tabelas e gráficos para melhor demonstrar as análises quantitativas. As tabelas, segundo Lakatos (2006), são construídas a partir de dados obtidos pelo próprio pesquisador em números absolutos e/ou porcentagens.

Já os gráficos são figuras que servem para a representação dos dados. Os gráficos, de acordo com Lakatos (2006, p.38), “podem evidenciar aspectos visuais dos dados, de forma clara e de fácil compreensão”. Na verdade, ele é mais empregado por dar destaque a certas relações estatísticas, que por sua vez, permite uma descrição imediata dos fatos.

Tanto as tabelas como os gráficos foram elaborados com a ajuda do programa Excel, que possui funções e atributos que auxiliaram na interpretação dos dados. Também por este mesmo programa foi realizado os cálculos de Média, Moda, Desvio Padrão e Índice de Correlação das Variáveis.

Lapponi (2005, p. 83) afirma que a média “é o resultado da divisão da soma dos valores das observações ou dados $A_1, A_2, A_3, \dots, A_n$ da amostra A pela quantidade de dados N ”. Ela é representada pela seguinte fórmula:

$$\left(\prod_{i=1}^n a_i \right)^{1/n} = (a_1 \cdot a_2 \cdot \dots \cdot a_n)^{1/n} = \sqrt[n]{a_1 \cdot a_2 \cdot \dots \cdot a_n}$$

A Moda também é importante para a análise das questões qualitativas. Segundo Lapponi (2006, p. 81), “a *Moda* é o valor da amostra ou variável que mais se repete, ou o valor com mais frequência”. Ela é necessária para se identificar quais foram as maiores respostas obtidas na opinião qualitativa.

O índice de correlação das variáveis também é importante para a análise do estudo, pois vai identificar qual período está mais próximo da perfeição das características empreendedoras, mostrando a veracidade dos dados. Ela é representada pela fórmula:

$$r = \frac{\sum (x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{\sqrt{(\sum (x_i - \bar{x})^2)(\sum (y_i - \bar{y})^2)}}$$

Lapponi (2006, p. 179) afirma que quando o valor obtido r for igual ou próximo a 1 significa dizer que existe uma correlação positiva entre as duas variáveis. Se o valor obtido r for igual ou próximo a -1, significa dizer que há uma correlação negativa perfeita entre as duas variáveis, isto é, se uma aumenta, a outra sempre diminui.

O procedimento de análise de conteúdo é sustentado em Bardin (1977, p.42):

Um conjunto de técnicas de análises das comunicações visando a obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição dos conteúdos das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens.

A análise, segundo Lakatos (2006, p. 35), “é a tentativa de evidenciar as relações existentes entre fenômeno estudado e outros fatores”. Em síntese, a elaboração da análise, propriamente dita, é realizada em três níveis:

- a) Interpretação:** Verificação das relações entre as variáveis independente e dependente e da variável interveniente (comprometimento e determinação; obsessão pelas oportunidades; tolerância ao risco, ambigüidade e incertezas; motivação e superação; liderança), a fim de ampliar os conhecimentos sobre o fato estudado (empendedorismo);

- b) **Explicação:** Esclarecimento das variáveis pesquisadas, principalmente das questões subjetivas;
- c) **Especificação:** Explicação sobre até que ponto as relações entre as variáveis são válidas.

Na interpretação dos dados, foi exposto o verdadeiro significado da pesquisa em si, em relação aos objetivos propostos e ao tema. As duas questões qualitativas foram analisadas individualmente por questionário, demonstrando resultados surpreendentes. Com isso procurou-se ao máximo fazer um elo entre os dados e a teoria, para assim poder dar alternativas disponíveis de interpretação da realidade social apresentada.

CAPÍTULO 4 – APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

4.1 Características Avaliadas

O presente estudo focou a avaliação de cinco características que correspondem à características gerais presentes em um comportamento empreendedor. Essas, segundo Michel (2010, p.7), “define como é a maneira de agir de uma pessoa empreendedora”. São elas: 4.2 Índice de correlação; 4.3 Comprometimento e determinação; 4.4 Obsessão pelas oportunidades; 4.5 Tolerância ao risco, ambigüidade e incertezas; 4.6 Motivação e superação; 4.7 Liderança.

A partir destas características, foram identificados e avaliados as ações empreendedoras constantes em cada período do curso de administração, comparando e inferindo as informações com suas relações com as referências científicas do referencial teórico do estudo.

4.2 Índice de Correlação

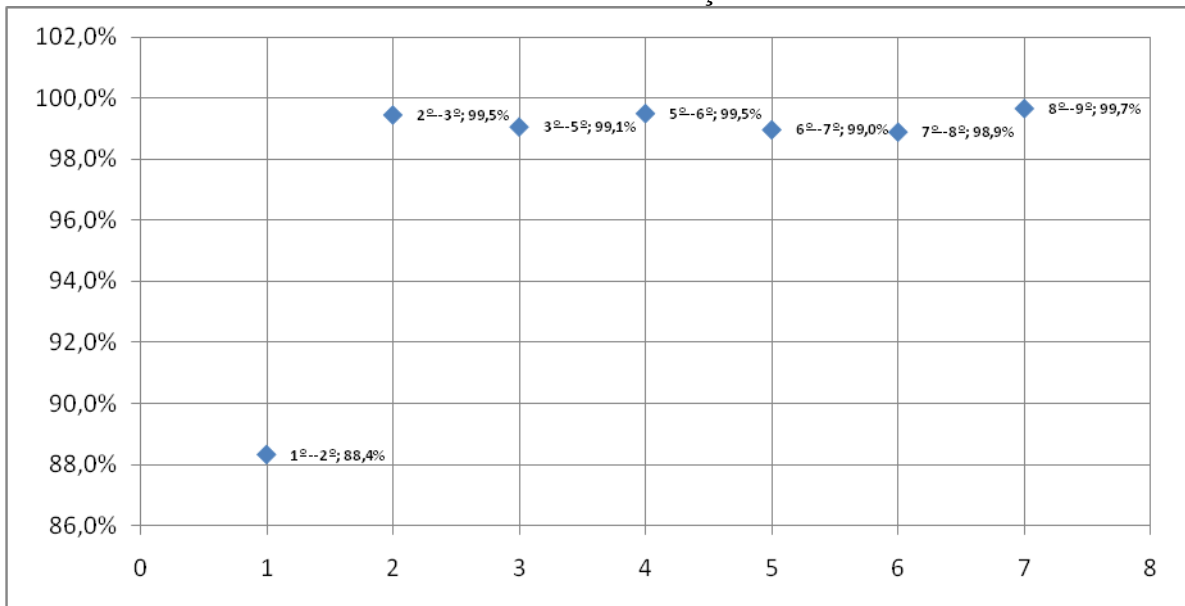
O índice de correlação obtido através dos dados coletados demonstra que, no geral, há uma proximidade dos valores obtidos para as características do curso, com exceção da correlação do primeiro e segundo períodos que houve uma diferença um pouco maior, visto que já era esperado por serem os primeiros períodos do curso e assim não haverem suas características empreendedoras tão desenvolvidas em relação aos outros períodos. A tabela abaixo mostra os índices obtidos, assim como o gráfico.

Tabela 03 – Índice de correlação

| | |
|------------------------------------|-------|
| Índice de correlação do 1º e do 2º | 88,3% |
| Índice de correlação do 2º e do 3º | 99,5% |
| Índice de correlação do 3º e do 5º | 99,1% |
| Índice de correlação do 5º e do 6º | 99,5% |
| Índice de correlação do 6º e do 7º | 99,0% |
| Índice de correlação do 7º e do 8º | 98,9% |
| Índice de correlação do 8º e do 9º | 99,7% |

Fonte: dados da pesquisa realizada entre os dias 23 à 27 de maio.

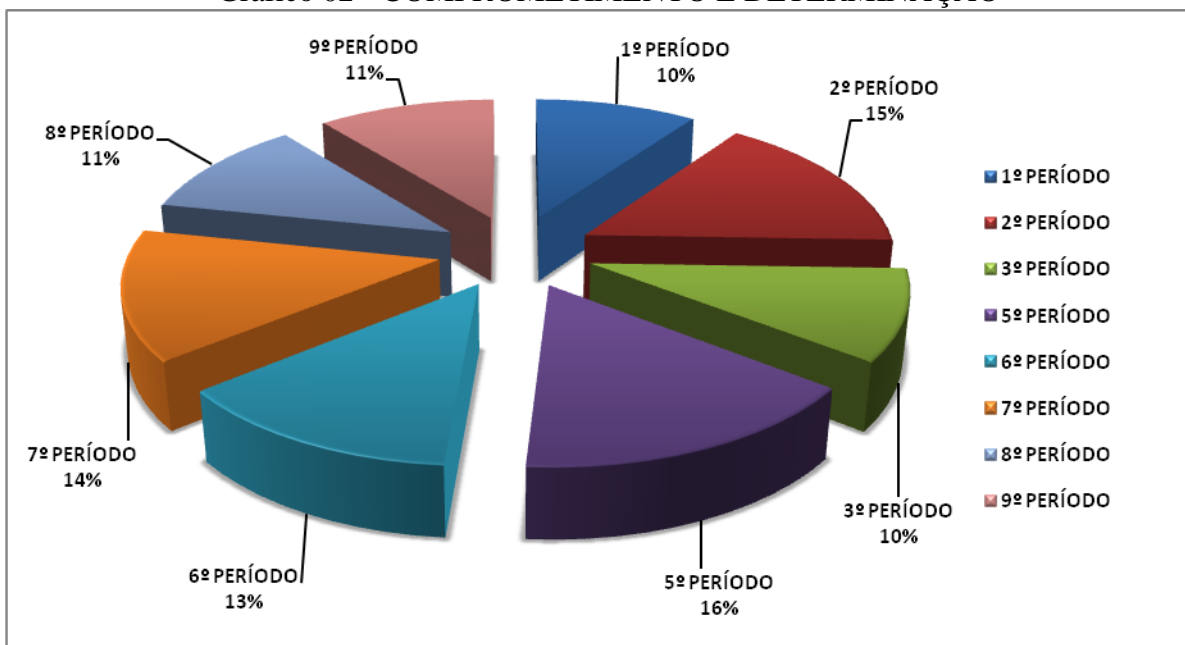
Gráfico 01 - ÍNDICE DE CORRELAÇÃO DOS PERÍODOS



Fonte: dados da pesquisa realizada entre os dias 23 à 27 de maio.

4.3 Comprometimento e Determinação

Gráfico 02 - COMPROMETIMENTO E DETERMINAÇÃO



Fonte: dados da pesquisa realizada entre os dias 23 à 27 de maio.

Comprometimento e determinação são características essenciais para haver um espírito empreendedor. Segundo Dolabela (2009, p. 148), o empreendedor deve ter:

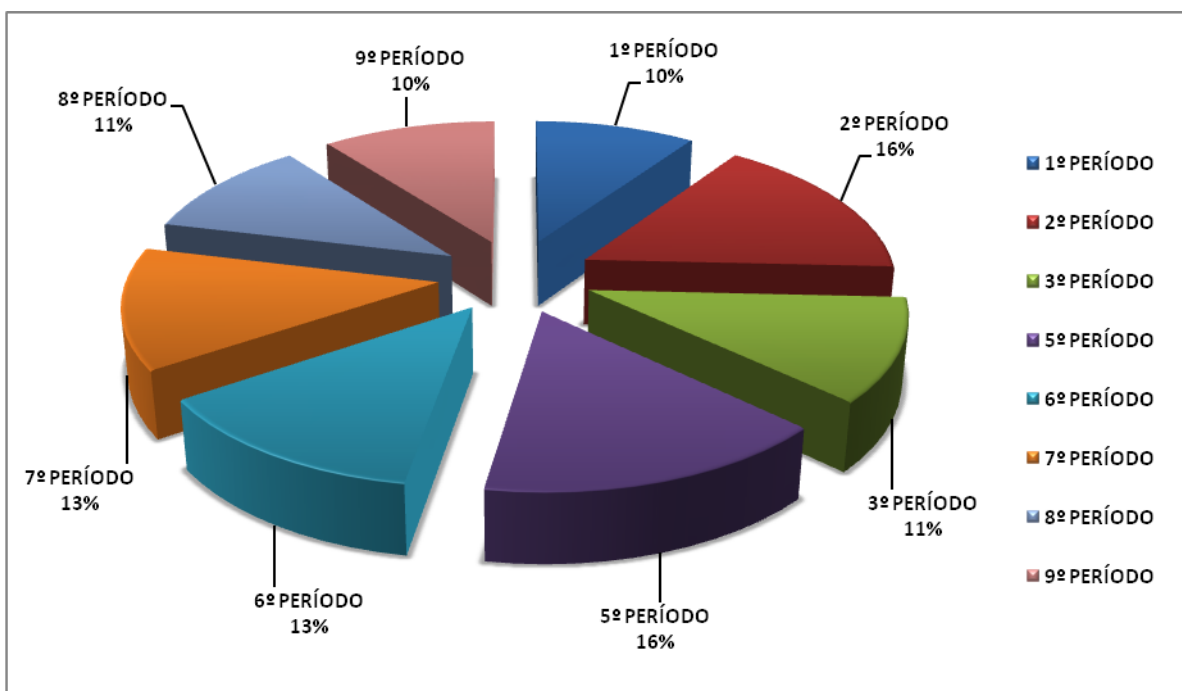
Perseverança e tenacidade que surgem da paixão pelo sonho. Os caminhos percorridos pelo empreendedor são difíceis e cheios de obstáculos. Tem que ter

muita energia. É um trabalhador incansável, capaz de se dedicar intensamente ao trabalho, e sabe concentrar seus esforços para alcançar resultados.

Como é perceptível no gráfico, o segundo período, o quinto período e o sétimo período destacam-se mais, pois ganham os percentuais de 15%, 16% e 14% das maiores notas obtidas para esta característica. Isso quer dizer que estes períodos são os que mais estão comprometidos e dispostos a desenvolverem qualquer tipo de atividades, inclusive as que envolvem o empreendedorismo.

4.4 Obsessão pelas Oportunidades

Gráfico 03- OBSESSÃO PELAS OPORTUNIDADES



Fonte: dados da pesquisa realizada entre os dias 23 à 27 de maio.

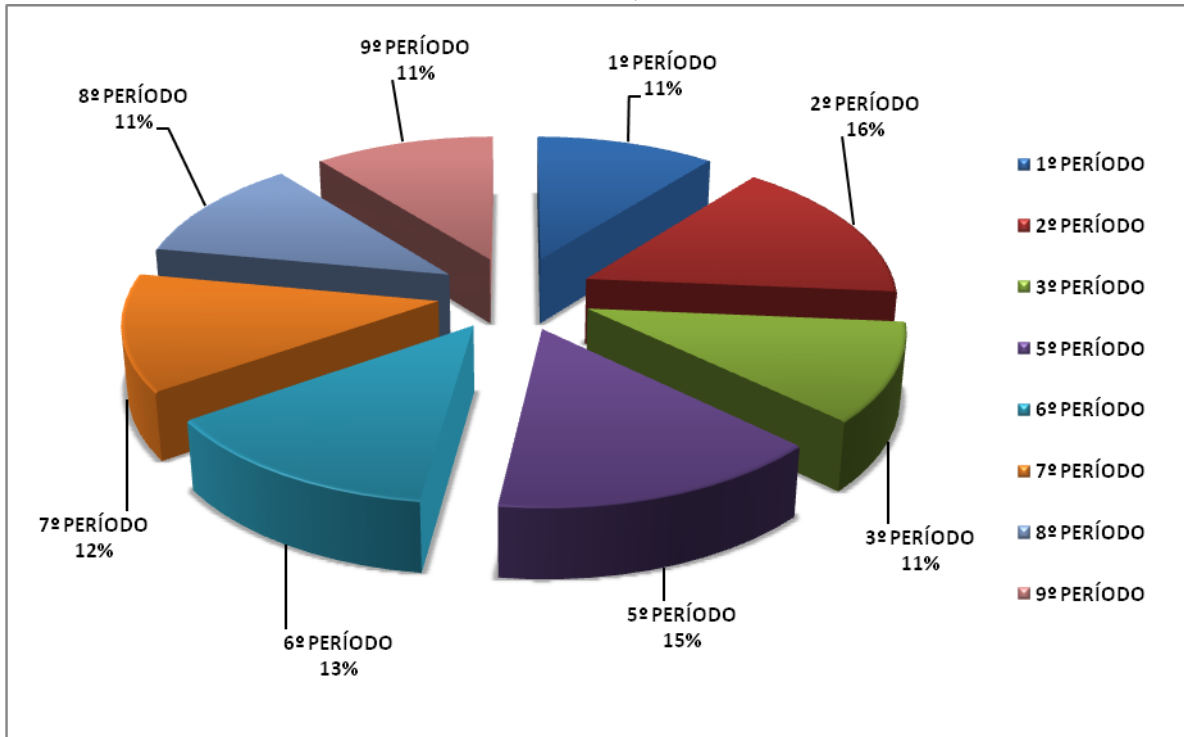
Há uma grande diferença entre uma idéia e uma oportunidade. Atrás de uma oportunidade sempre existe uma idéia, mas nem toda idéia gera um negócio de sucesso. Ter boas idéias não é difícil e muitas pessoas pensam que uma boa idéia é suficiente. Mas não: empreender em qualquer área é a capacidade de transformar idéias em negócios de sucesso.

A obsessão pelas oportunidades representa a capacidade de gerir uma idéia, uma inovação. De acordo com Drucker (2005, p. 189), “a inovação deliberada e sistemática começa com a análise das oportunidades. Começa com a cogitação das fontes de oportunidades inovadoras”.

No curso de administração, o segundo, o quinto, o sexto e o sétimo período tiveram destaque nesta característica, o que implica dizer que eles estão mais desenvolvidos à elaborar uma nova idéia ou uma inovação empreendedora.

4.5 Tolerância ao Risco, Ambiguidade e Incertezas

Gráfico 04 - TOLERÂNCIA AO RISCO, AMBIGUIDADE E INCERTEZAS



Fonte: dados da pesquisa realizada entre os dias 23 à 27 de maio

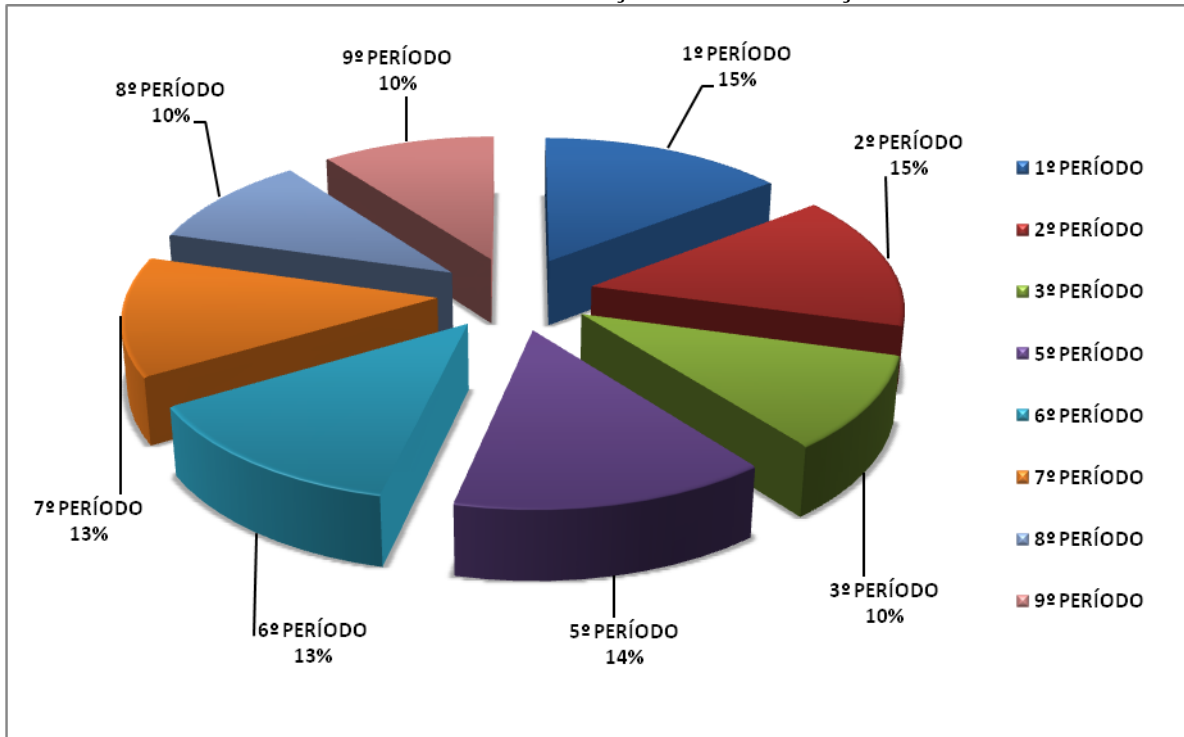
Esta característica diz respeito ao fato de os empreendedores saberem lidar com as contingências e riscos que ocorrem a todo momento no mercado. Na verdade ninguém gosta de correr riscos, muito menos um empreendedor. Mas, de acordo com Dornelas (2009, p. 69), uma cultura que aceita a incerteza é mais favorável ao empreendedorismo dos seus membros porque os prepara para aceitar com naturalidade os fatores comuns ao ambiente empreendedor: ambigüidade, incerteza, rebeldia a padrões impostos, riscos. O empreendedor nem sempre tem diante de si, de forma clara, opções a, b ou c sugeridas pelas contingências do meio como caminhos predefinidos. Pelo contrario, muitas vezes ele deve criar essas opções. Dornelas (2009, p.70) ainda afirma que o empreendedor “não age baseado somente em dados e fatos, porque esses nunca abrangem todas as variáveis envolvidas. Ele define o que vai fazer utilizando o seu melhor capital: a sua percepção do ambiente do sonho”.

Então o empreendedor deve tentar minimizar os riscos pelo profundo conhecimento do ambiente do seu sonho (e de si mesmo) e utilizar de ferramentas de planejamento, Plano de

negócios, que o ajude a analisar os riscos e reduzi-los. No gráfico acima, o segundo período, o quinto período e o sexto período estão teoricamente mais preparados para enfrentar os riscos e as incertezas inerentes às práticas empreendedoras.

4.6 Motivação e Superação

Gráfico 05 - MOTIVAÇÃO E SUPERAÇÃO



Fonte: dados da pesquisa realizada entre os dias 23 à 27 de maio

A motivação é a força que move as organizações, as pessoas, os empreendimentos, a vida pessoal, ou seja, ela está presente em todas as fases da nossa vida. Na visão do empreendedorismo, a motivação tem um papel de vital importância. De cara o empreendedor é obrigado a fazer a seguinte pergunta: “O que vai fazer para transformar o seu sonho em realidade?”, isso diz respeito à capacidade do empreendedor de construir os próprios caminhos para alcançar o futuro que deseja, algo que ninguém pode fazer por ele. E também fazer com que analise e avalie o que deve aprender tendo em vista o que deseja pra si mesmo.

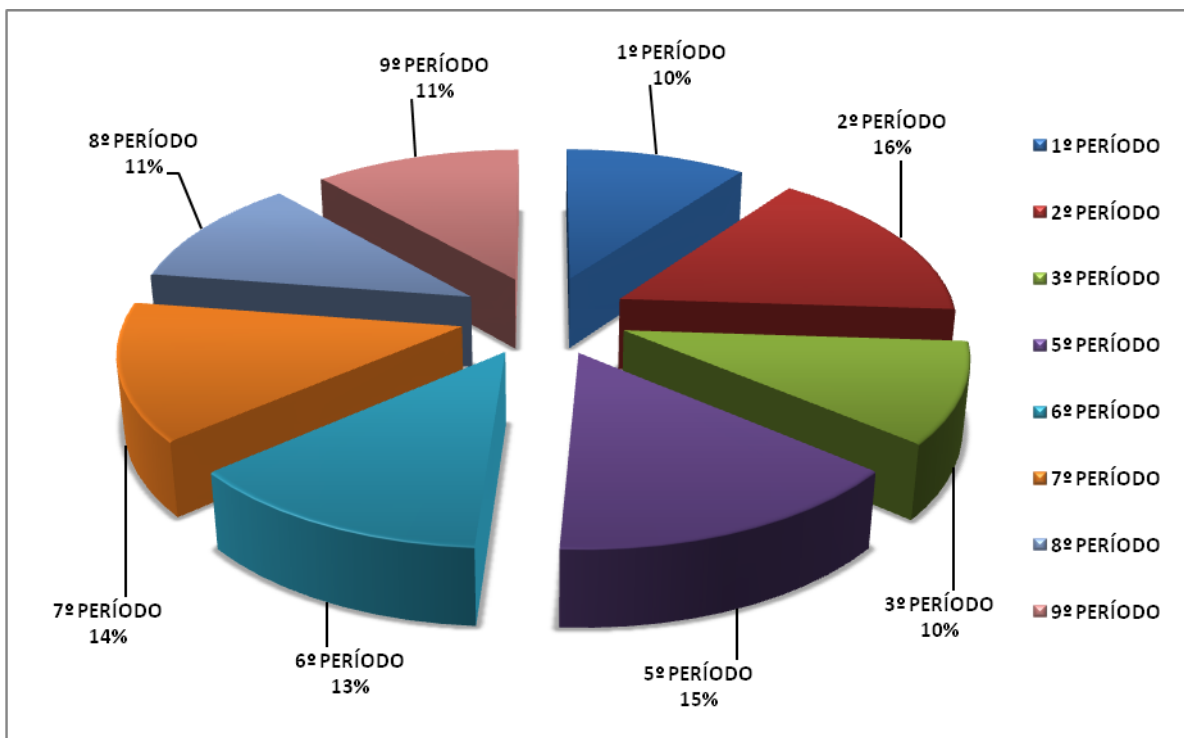
Dornelas (2009, p. 61) diz que “a conquista do saber é estimulada pela emoção produzida pela busca da realização do sonho. Assim, saber construir os próprios caminhos representa o principal conhecimento a ser desenvolvido”. Assim o empreendedor se sente com o poder de fazer o que deseja, tendo como consequência disso, uma elevada auto-estima.

Depois de realizada a pesquisa e tabulados os dados, foi verificado que o primeiro período, o segundo período, quinto período, o sexto período e o sétimo período possuem uma

motivação muito elevada para desenvolver práticas empreendedoras, um bom sinal para o curso de administração como um todo.

4.7 Liderança

Gráfico 06- LIDERANÇA



Fonte: dados da pesquisa realizada entre os dias 23 à 27 de maio

A liderança é objeto de estudo de especialistas de diversas áreas. No processo empreendedor pode-se dizer que líder é alguém capaz de comunicar o seu sonho e convencer pessoas a lhe fornecer ajuda. Ele deve demonstrar que tem condições de conduzi-las a um ponto no futuro favorável para todos porque ele conhece os meios para isso. A liderança é exercida junto a colaboradores, sócios, investidores, financiadores, fornecedores, clientes, órgãos governamentais, ou seja, todos os *stakeholders*.

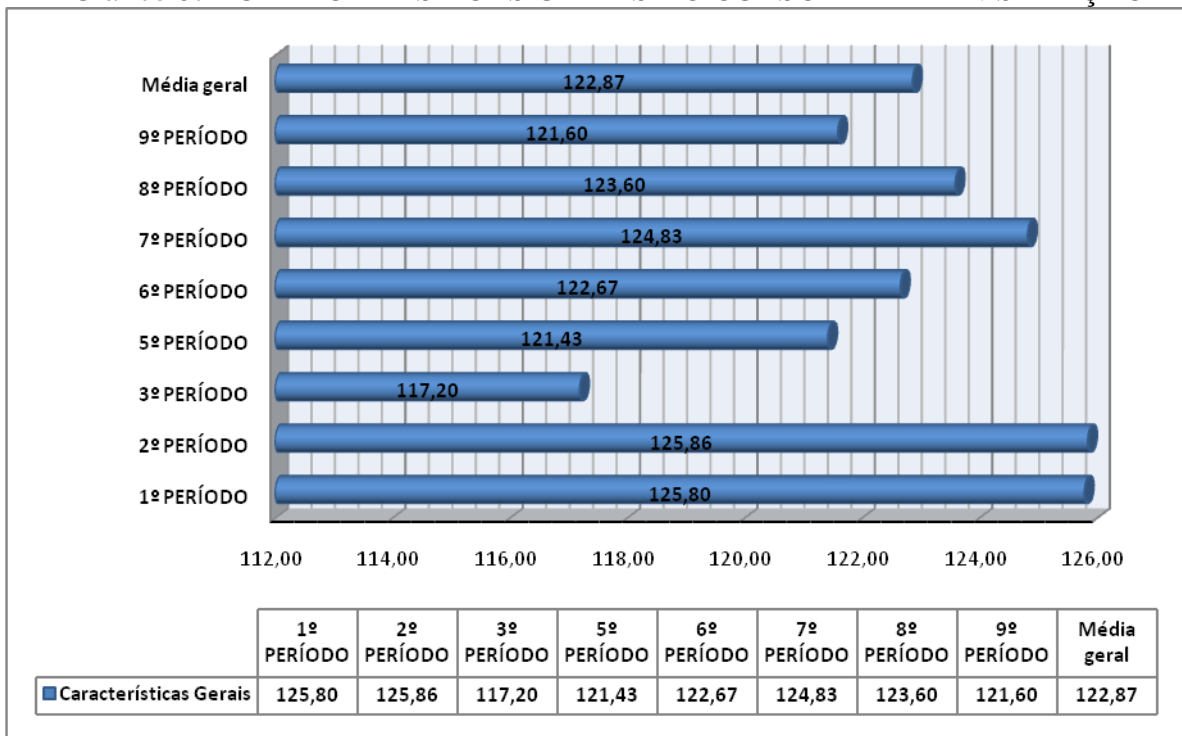
Dornelas (2009, p. 108) afirma que:

[...] a liderança do empreendedor provém de um sonho bem formulado e fundamentado no profundo conhecimento do setor em que vai atuar, em uma rede de relações adequada, na qualidade de energia empregada e nas competências desenvolvidas. A liderança exercerá um grande impacto sobre a amplitude do que o empreendedor quer realizar. É um processo contínuo, realimentado, mutável e depende da evolução do próprio empreendedor e de seu empreendimento.

A partir da análise do gráfico acima, é perceptível que o segundo período, quinto período, sexto período e o sétimo período possuem as características de liderança mais bem desenvolvidas dentre todos os períodos do curso de administração.

4.8 Características Gerais do Curso de Administração

Gráfico 07 - CARACTERÍSTICAS GERAIS DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO



Fonte: dados da pesquisa realizada entre os dias 23 à 27 de maio

Depois de somados os pontos obtidos das características (comprometimento e determinação; obsessão pelas oportunidades; tolerância ao risco, incerteza e ambigüidade; motivação e superação; liderança) foi estabelecido uma média para o curso em geral, na qual ficou em 122,87 pontos.

Comparando esta média com os períodos estudados, os únicos períodos que estão abaixo da média das características são o terceiro período, o quinto período, o sexto período e nono período. Esses períodos correspondem a 50% de todo o curso de administração, indicando que precisa ser melhor avaliado a maneira como essas características estão sendo transmitidas aos alunos, se quisermos transformar o curso em realmente empreendedor.

Mais detalhadamente, é preciso ter uma atenção especial ao terceiro período onde, de acordo com o gráfico acima, é o período que tem a menor nota entre todos, com mais de cinco pontos a menos que a média. Lembrando que este período representa uma fase crítica no curso, pois é justamente nele que ocorrem os maiores índices de trancamento do curso, segundo a coordenação.

Numa visão geral, comparando o primeiro período com o último período, há uma baixa nas notas que avaliam as características empreendedoras, o que indica que a forma como o empreendedorismo está sendo repassada aos alunos não está sendo eficaz, visto que cinquenta por cento do curso está abaixo da média.

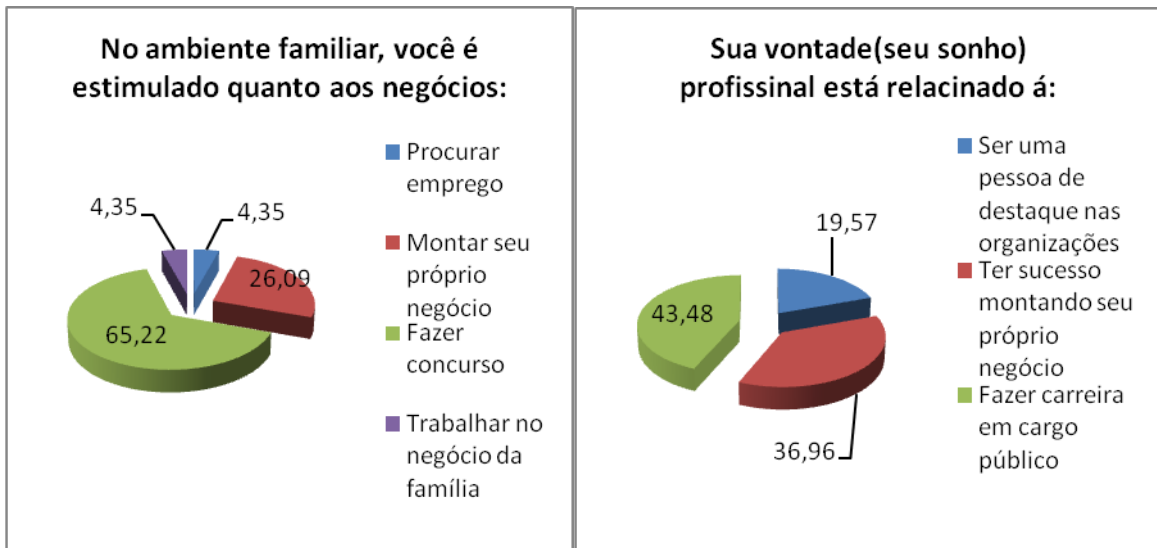
4.9 Análise das Questões de Âmbito Qualitativo

As questões de âmbito qualitativo concentram-se em duas questões na qual questionava como no ambiente familiar os negócios eram estimulados e qual era o sonho pessoal de cada um dos entrevistados. No ambiente familiar, a pergunta tinha as seguintes alternativas: procurar emprego; montar seu próprio negócio; fazer concurso; trabalhar no negócio da família. A pergunta relacionada ao sonho profissional de cada indivíduo tinha como alternativas: ser uma pessoa de destaque nas organizações; ter sucesso montando seu próprio negócio; fazer carreira em cargo público.

Estas análises destas questões foram as que mais chamaram a atenção, pois demonstram uma realidade na qual estes alunos convivem e com isso acabam por inibir, em partes, o processo empreendedor que deveria ocorrer naturalmente no decorrer do curso de administração.

Os resultados obtidos foram os seguintes:

Gráfico 08 – QUESTÕES DE ÂMBITO QUALITATIVO



Fonte: dados da pesquisa realizada entre os dias 23 à 27 de maio

Como foi mencionado mais acima, estes gráficos chamaram mais atenção porque, apesar de estarem fazendo o curso de administração de empresas, os dados afirmam que a visão dos alunos quanto ao futuro é de estarem relacionados à carreira pública e não envolvidos diretamente com o empreendedorismo ou organizações privadas. O concurso público ficou explícito em primeiro lugar tanto no estímulo do ambiente familiar quanto no sonho profissional da maioria dos alunos pesquisados.

Isso se dá pelo fato de haver uma cultura familiar que afirma, erroneamente, de que apenas os concursos públicos podem fazer com que sejam bem sucedidos profissionalmente. Este fato todos sabemos que não é bem a verdade, pois principalmente o empreendedorismo é uma oportunidade de gerar renda e desenvolvimento profissional e pessoal das pessoas envolvidas. O próprio empreendedorismo, em tempos de estagnação financeira ou até mesmo de crise, é visto como uma alternativa de alavancagem da economia e de ascensão social, pois faz com que grandes idéias virem inovações e negócios de sucesso.

Mas também é importante observar que em segundo lugar, não muito distante da opção de fazer concurso público, destaca-se a opção de montar seu próprio negócio e ter sucesso nele. Isso indica que aspectos do empreendedorismo começam a despertar nos alunos e apenas necessitam ser amadurecidos para que a visão da carreira pública seja apenas colocada em segundo plano, o que realmente deveria acontecer.

CAPÍTULO 5 – CONSIDERAÇÕES FINAIS

5.1 Conclusão e Sugestões

Este estudo foi realizado com base na definição de uma situação problema, para responder “qual é a visão dos alunos de Administração da UFPI campus de Picos com relação ao empreendedorismo, analisando seu grau de importância e aplicação do empreendedorismo durante o curso”. O objetivo geral do estudo foi analisar a visão dos alunos do curso de Administração da UFPI Campus de Picos com vista ao empreendedorismo, identificando o grau de importância em suas vidas, suas características empreendedoras e de como é a aplicação do ensino empreendedorismo durante o curso.

A partir da análise dos dados realizados com base no referencial teórico, é possível afirmar que os alunos e o próprio curso de Administração da Universidade Federal do Piauí - Campus de Picos não estão focados nas práticas empreendedoras para o desenvolvimento da economia e da sociedade.

As características presentes são apenas um pequeno amadurecimento desta visão por parte dos alunos, visto que a própria disciplina de empreendedorismo foi vista pelos mesmos apenas a partir do oitavo período e se resume apenas a uma matéria. E então surge uma pergunta: se o empreendedorismo é tão importante para o desenvolvimento das práticas administrativas, da economia e da sociedade em geral, porque ela resume-se apenas a uma cadeira em nove períodos? E porque ela é apresentada aos alunos apenas nos últimos períodos, visto que a evolução dos pensamentos administrativos é notável com a presença desta matéria?

Souza e Guimarães (2006, p. 258-259) propõem algumas medidas para aumentar a eficácia e eficiência do ensino do empreendedorismo nas instituições de ensino superior, onde é perfeitamente aplicável à qualquer curso de Administração. Recomendam-se as seguintes ações:

- a) **Criação de um portal sobre o empreendedorismo** que contenham informações, como: atividades e programas de empreendedorismo na universidade, instituições de apoio (como incubadoras), empresas juniores, biblioteca multimídia com materiais e recursos de apoio ao ensino, eventos de interesse, programas de fomento, produção científica e tecnológica na área, *links* nacionais e internacionais de interesse, relatórios de pesquisa, entre outros. A partir deste portal, poderiam ser

organizados fóruns de debate, *chats*, cursos de complementação e formação de professores e alunos na área;

- b) **Organização de encontros** de professores, alunos e demais agentes de disseminação da cultura empreendedora para o intercâmbio de experiências, para a criação e fortalecimento de redes de apoio interinstitucionais, bem como a divulgação de pesquisas e estudos sobre o empreendedorismo no Brasil. Esses encontros poderiam acontecer periodicamente;
- c) **Promoção e organização de eventos de complementação do ensino:** programação de seminários, feiras e minicursos semestrais e palestras visando aproximar alunos e professores aos setores produtivos do mercado e complementar as atividades de ensino;
- d) **Organização de simpósios regionais e locais** periódicos entre instituições de ensino superior, ensino técnico, SEBRAE e comunidade em geral, para o alinhamento das ações e estreitamento dos vínculos de cooperação entre as instituições e planejamento de ações conjuntas;
- e) **Fomento à produção de estudos e pesquisa na área:** oferta de bolsa de auxílio aos alunos engajados em estudos sobre o empreendedorismo; apoio financeiro aos docentes para que participem de encontros, simpósios e eventos ligados ao tema; premiação de trabalhos, programas e melhores práticas; apoio financeiro à produção de materiais de apoio didático; suporte financeiro para a aquisição de equipamentos e materiais necessários à execução de projetos, estudos e ensino deste tema, mediante avaliação de mérito acadêmico dos trabalhos e perfil dos docentes envolvidos;
- f) **Aperfeiçoamento dos eventos de formação de docentes** para o ensino de empreendedorismo, visando ao aumento da eficácia dos mesmos. Recomenda-se aumentar a carga horária das oficinas, a inclusão de novos temas (elaboração de plano de negócios, oportunidades de negócios e cadeias produtivas importantes na região, dificuldades para aumentar e manutenção de negócios), o aprofundamento teórico em assuntos relacionados ao tema e oportunidade para discussão da aplicabilidade e necessidade de melhoria nas técnicas, recursos e métodos de ensino;
- g) **Aproximação dos agentes de disseminação** por meio de convênios e de acordos de parcerias interinstitucionais. Esses convênios e acordos poderiam servir para apoiar a criação de incubadoras de empresas, e ao mesmo tempo, apoiar estágios e

bolsas de estudos para professores e alunos de graduação envolvidos com empreendedorismo;

- h) **Pesquisas sobre a eficácia dos métodos e técnicas de ensino:** realizar pesquisas sobre a eficácia do ensino de empreendedorismo e da evolução dos cursos e programas de empreendedorismo.

Seguindo essas ações as instituições, inclusive a UFPI, podem agregar valor ao ensino do empreendedorismo tornando-a realmente eficaz o seu aprendizado. Deixo aqui clara as minhas sugestões para a melhoria da forma do processo de aprendizagem do empreendedorismo nas instituições de ensino, em especial a UFPI.

Admite-se como limitações desta pesquisa o fato de tratar-se de uma pesquisa pioneira na instituição, o que restringe algumas análises de cunho temporal que grande relevância. Tais limitações, no entanto, podem servir de motivação para posteriores pesquisas sobre o assunto. Uma sugestão seria o emprego desta mesma pesquisa a cada seis meses, porque com isso seria possível identificar a evolução do ensino do empreendedorismo e também identificar os pontos fortes e pontos fracos existentes nesta disciplina. Assim os responsáveis pelo curso podem tomar medidas a fim de evoluir o processo de aprendizagem tornando o curso realmente empreendedor.

Espera-se que essa pesquisa possa ter contribuído para a ampliação da compreensão da importância do ensino do Empreendedorismo em seus aspectos conceituais, metodológicos e práticos. Espera-se também a contribuição para o debate e ampliação das discussões sobre as questões que permeiam o empreendedorismo na vida acadêmica com suas limitações e possibilidades.

REFERÊNCIAS

ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas: **NBR 5426-Plano de amostragem e procedimentos na inspeção de produtos.**

ADMINISTRADORES.COM.BR: O PORTAL DO ADMINISTRADOR. <http://www.administradores.com.br/>. Acesso dezembro de 2010.

BAUMOL, N. *apud* DINIZ, Marcos. **Conceito de empreendedorismo.** Disponível em <http://www.webartigos.com/articles/31549/1/Conceito-de-Empreendedorismo/pagina1.html>. Acesso em 05 de novembro de 2010.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo.** Lisboa: Edições 70, 1977.

BRAZEAL, Deborah V. & HERBET, Theodore T. **A Gênese do Empreendedorismo: Mudança, Inovação e Criatividade.** Disponível em <http://www.uesb.br/sheng/2.pdf>. Acesso em 12. out. 2010.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades de empreendedor de sucesso.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2007. P. 99-102

DORNELAS, Jose Carlos Assis. **Transformando idéias em negócios – 2º ed. –** Rio de Janeiro: Elsevier, 2005. P. 39-40

DORNELAS, Jose Carlos Assis; TIMMONS, Jeffrey A.; SPINELLI, Stephen. **Criação de novos negócios: Empreendedorismo para o século 21.** São Paulo: Elsevier, 2010.

DOLABELA, F. **A Evolução do conceito Empreendedorismo: da empresa para uma forma de ser. Uma proposta Conceitual: A pedagogia Empreendedora.** Disponível em: <http://www.starta.com.br/#/items/20090204150157375>. Acesso em: março de 2011.

DOLABELA, Fernando. **Quero construir a minha história.** Rio de Janeiro: Sextante, 2009.

DOLABELA, Fernando. **Empreendedorismo: a viagem do sonho.** AED, Brasília, 2002.

DRUCKER, Peter. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): Prática e princípios.** São Paulo: Pioneira Thompson Learnnig, 2005.

FIELD, Andy. **Descobrendo a Estatística usando o SPSS.** 2ª Ed. Porto Alegre: Artmed, 2009. P. 33

FILION, Louis Jacques. **O planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: Identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações –** Revista de Administração de Empresas, FGV, São Paulo, nº 3.vol. 31, Jul/Set, 1991.

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa.** 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2006. P. 116

INOVATES INCUBADORA. **Quinze mitos relacionados ao empreendedor.** <http://www.inovates.com.br/empreendedorismo/mitosRealidades.php>. Acesso em dezembro de 2010.

KIZNER, I.M. **Competição e empreendedorismo.** Chicago: Chicago Univesity Press, 1973.

LAPPONI, Juan Carlos. **Estatística usando o Excel.** 3ª Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005. P. 81-179.

LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica.** 6ª ed. 4ª reimpr. São Paulo: Atlas, 2007. P. 165-216.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Técnicas de Pesquisa.** 6ª Ed. São Paulo: Atlas, 2006. P. 121-122

LYNN, R. **Características de personalidade de um grupo de empresários: Psicologia Ocupacional.** v. 43, p. 151-152, 1969.

MICHEL, Murillo. **Empreendedorismo: uma ferramenta para a prática da administração e sua utilização em discentes dos de Graduação em administração.** <http://www.revista.inf.br/adm10/pages/artigos/ADM-edic11-anovi-art02.pdf>. Acesso em abril de 2011.

SOUZA, Eda Castro Lucas de; GUIMARÃES, Tomás de Aquino. **Empreendedorismo além do plano de negócios.** São Paulo: Atlas, 2006. 2º reimpressão.

SCHUMPETER, J. **A teoria do desenvolvimento da economia.** Harvard University Press, 2006, p.42-80.

SCHUMPETER, J. **Capítulo 5.** Apud DORNELAS, Jose Carlos Assis. **Transformando idéias em negócios.** 2º ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005. – 9º reimpressão II.

SCHUMPETER, J. **Capítulo 8.** Apud SOUZA, Eda Castro Lucas de; GUIMARÃES, Tomás de Aquino. **Empreendedorismo além do plano de negócios.** São Paulo: Atlas, 2006. 1ª ed. 2º reimpressão.

TRUJILLO, Alonso Ferrari. **Metodologia da ciência.** 3. ed. Rio de Janeiro: Kennedy, 1974. P. 88-95.

TELECENTROS DE INFORMAÇÃO E NEGÓCIOS. **Capacitação empresarial.** Disponível em: [http://www.telecentros.desenvolvimento.gov.br/arquivos/capacitacao-empresarial/Como elaborar uma Pesquisa Mercado.PDF](http://www.telecentros.desenvolvimento.gov.br/arquivos/capacitacao-empresarial/Como%20elaborar%20uma%20Pesquisa%20Mercado.PDF). Acesso em: 27 de nov. 2010.

UNIVERSIDADE DO ESTADO DE SANTA CATARINA. **Plano de amostragem e procedimentos de acordo com a norma NBR 5426.** http://www.joinville.udesc.br/portal/professores/silvano/materiais/NBR_5426_Nb_309_01_Planos_De_Amostragem_E_Procedimentos_Na_Inspecao_Por_Atributos.pdf. Acesso maio de 2011.

APENDICE A – QUESTIONÁRIO ADAPTADO DE DORNELAS

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ-CAMPUS DE PICOS
QUESTIONÁRIO PARA FINS DE PESQUISA PARA O TRABALHO DE CONCLUSÃO
DO CURSO

Obs:

- Assinale a alternativa referente as suas atitudes com relação as características apresentadas.
- O aluno pode optar por não responder à qualquer questão constante no questionário, seguindo os preceitos éticos.

Idade: () 17-20 anos () 21-24 anos () 25-28 anos () 29 ou mais

Sexo: () Masculino () Feminino

Período que está cursando: _____

CARACTERÍSTICAS

| | Desaprovo totalmente | Desaprovo em certos aspectos | Indeciso | Aprovo em certos aspectos | Aprovo totalmene |
|---|----------------------|------------------------------|----------|---------------------------|------------------|
| Você é proativo na tomada de decisão | | | | | |
| Você é apegado à uma idéia, obstinação | | | | | |
| Você tem disciplina, dedicação pelo que faz | | | | | |
| Você tem persistência em resolver problemas | | | | | |
| Você tem disposição ao sacrifício para atingir metas | | | | | |
| Você se envolve totalmente nas atividades que desenvolve | | | | | |
| Procura ter conhecimento profundo nas necessidades das disciplinas | | | | | |
| Você acompanha a universidade nas atividades desenvolvidas por ela | | | | | |
| Você tem obsessão em criar valor para o curso ou a universidade | | | | | |
| Toma riscos calculados (analisa tudo antes de agir) | | | | | |
| Procura minimizar os riscos | | | | | |
| Você tem tolerância às incertezas e a falta de estrutura | | | | | |

| | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|
| Você tem tolerância ao estresse e conflitos | | | | | |
| Você é hábil em resolver problemas e integrar soluções | | | | | |
| Você é não-convencional, cabeça aberta, pensador | | | | | |
| Você não se conforma com o <i>status quo</i> (conformidade da situação) | | | | | |
| Você é hábil em se adaptar a novas situações | | | | | |
| Você não tem medo de falhar | | | | | |
| Você é hábil em definir conceitos e detalhar idéias | | | | | |

| | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|
| Você é orientado para metas e resultados | | | | | |
| Você é dirigido pela necessidade de crescer e atingir melhores resultados | | | | | |
| Você não se preocupa com status e poder | | | | | |
| Você tem autoconfiança | | | | | |
| Você é ciente de suas fraquezas e forças | | | | | |
| Você tem senso de humor e procura ser animado | | | | | |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| Tem iniciativa | | | | | |
| Poder de autocontrole | | | | | |
| Transmite integridade e confiabilidade | | | | | |
| É paciente e sabe ouvir | | | | | |
| Sabe construir times e trabalhar em equipe | | | | | |

No ambiente familiar, você é estimulado quanto aos negócios:

- () Procurar emprego
- () Montar seu próprio negócio
- () Fazer concurso
- () Trabalhar no negócio da família
- () Outros. Explique: _____

Sua vontade (seu sonho) profissional está relacionado á:

- () Ser uma pessoa de destaque nas organizações
- () Ter sucesso montando seu próprio negócio
- () Fazer carreira em cargo público
- () Outros. Explique: _____