

**Intenção empreendedora e formação acadêmica: um estudo com acadêmicos de administração em uma instituição pública**

**Entrepreneurial intention and academic training: a study with academics of administration in a public institution**

**Intención empresarial y formación académica: un estudio con académicos de administracion en una institución pública**

Recebido: 25/09/2019 | Revisado: 26/09/2019 | Aceito: 09/10/2019 | Publicado: 25/10/2019

**Maria Milleyde Limeira Monteiro**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5488-6853>

Universidade Estadual da Paraíba, Brasil

E-mail: milleyde.adm@gmail.com

**Geymeesson Brito da Silva**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5645-7067>

Universidade Estadual da Paraíba, Brasil

E-mail: geimerson18@hotmail.com

**Francisca Rozângela Lopes de Sousa**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2770-7666>

Universidade Estadual da Paraíba, Brasil

E-mail: rhozeadm@hotmail.com

**Catarinne Xavier de Melo**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0847-0915>

Universidade Estadual da Paraíba, Brasil

E-mail: catarinnex@gmail.com

## **Resumo**

Desenvolve-se o presente estudo com o objetivo investigar a influência da formação acadêmica na intenção empreendedora dos estudantes do curso de Administração da Universidade Estadual da Paraíba, no Campus de Patos-PB. Se caracterizando como uma pesquisa de abordagens qualitativa, participante e descritiva, a presente investigação teve sua coleta de dados conduzida por um protocolo de entrevista semiestruturado junto a 21 (vinte e um) alunos do curso. A análise dos resultados se deu a partir do levantamento de quatro categorias, das quais se pode considerar que os referidos alunos possuem características

empreendedoras, porém, mesmo possuindo esse perfil, alguns preferem não seguir nesta área de atuação, outros já são empreendedores e outros têm a vontade. No que diz respeito à influência da formação acadêmica em relação à intenção empreendedora, a pesquisa apresentou um resultado positivo, pois o curso exerce influência para a intenção empreendedora, porém, para aqueles que possuem o espírito empreendedor e a preparação que o curso oferece para empreender não obteve um resultado relevante, pois deixou a desejar no sentido de relacionar a teoria com a prática.

**Palavras-chave:** Perfil empreendedor; Formação acadêmica; Intenção empreendedora.

### **Abstract**

The purpose of this study is to investigate the influence of academic training on the entrepreneurial intention of the administration students from UEPB of Patos-PB. Characterized as a qualitative, participatory and descriptive research, the present investigation had its data collection conducted by a semistructured interview protocol with 21 (twenty one) administration students. The analysis of the results was based on an analysis of the content from which four categories emerged, from which it can be concluded that the administration students have entrepreneurial characteristics, but even with this entrepreneurial profile, some prefer not to follow in the area, others are already entrepreneurs and others have the will. Regarding the influence of the academic formation in relation to the entrepreneurial intention, the research presented a positive result, since the course exerts influence for the entrepreneurial intention, however, for those who have the entrepreneurial spirit and the preparation that the course offers to undertake did not obtain a relevant result, since it left to be desired in the feeling of relating the theory with the practice.

**Keywords:** Entrepreneurial profile; Academic education; Entrepreneurial Intent.

### **Resumen**

Este estudio tiene como objetivo investigar la influencia de la educación académica en la intención empresarial de los estudiantes de Administración de Empresas en la Universidad Estatal de Paraíba, en el Campus Patos-PB. Caracterizándose se como una investigación de enfoque cualitativo, participativo y descriptivo, la presente investigación tuvo su recolección de datos realizada por un protocolo de entrevista semiestructurada con 21 (veintiún) estudiantes del curso. El análisis de los resultados se basó en la encuesta de cuatro categorías, que se puede considerar que estos estudiantes tienen características empresariales, pero incluso teniendo este perfil, algunos prefieren no seguir en esta área, otros son empresarios y

otros tienen la voluntad. En cuanto a la influencia de la formación académica en relación con la intención emprendedora, la investigación mostró un resultado positivo, porque el curso influye en la intención emprendedora, pero para aquellos que tienen el espíritu emprendedor y la preparación que el curso ofrece para emprender. no obtuvo un resultado relevante, ya que dejaba algo que desear en el sentido de relacionar la teoría con la práctica.

**Palabras clave:** Perfil emprendedor; Formación académica; Intención emprendedora.

## 1. Introdução

O desenvolvimento econômico e a geração de empregos tem ligação direta à força das atividades empreendedoras de um país ou região. Dornelas (2005) menciona que a existência de apoio e incentivo aos novos empreendimentos é um caminho para erguer o crescimento econômico. Desse modo, é necessário que o empreendedor conheça formas de análise do negócio, do mercado e de si mesmo para perseguir o sucesso com passos firmes e saber colocar a sorte a seu favor (Dolabela, 2003).

Assim, o empreendedorismo pode ser percebido enquanto o estudo de como, por quem e com que efeitos as oportunidades são descobertas, avaliadas e exploradas (Shane & Venkataraman, 2000). Percebe-se a necessidade de identificar o novo perfil profissional, destinado a preencher um espaço capaz de encaminhar este desejo empreendedor dos brasileiros, cabendo às instituições educadoras e, principalmente, aos educadores, contribuir para o desenvolvimento de uma educação empreendedora, incentivando os alunos a explorarem o espaço potencial para o empreendedorismo (Júnior *et al.* 2006).

Noel (1998) acrescenta que a educação empreendedora está fortemente relacionada a intenções empreendedoras, ou seja, os alunos que tiveram um desenvolvimento prévio ao ensino do empreendedorismo mostram uma intenção positiva em relação à atividade empreendedora. Nesse contexto, o universitário é o melhor empreendedor e a universidade é o momento de ser criativo, manifestar essa criatividade, defender que o empreendedorismo seja estudado na Instituição de Ensino Superior, aproveitar ao máximo o ambiente acadêmico e estar sempre disposto a novas ideias (Degen, 2009).

No Estado da Paraíba, o processo de expansão do ensino superior ocorreu a partir do ano de 2002, e no caso específico do curso de Administração existiam apenas 5 (cinco) cursos no ano de 1996 (INEP, 1996). Uma década depois, foi criado um *campus* da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB) no município de Patos, levando em consideração a importância socioeconômica e cultural do sertão paraibano criando novas vagas em instituições públicas para a formação em ensino superior, em especial, a criação do curso de Administração.

Atualmente, no ano de 2018, são ofertados 52 cursos de administração, na modalidade presencial e a distância, oferecidos por 38 IES, sendo públicas e privadas, das quais 4 instituições são públicas (UFPB, UFCG, UEPB e IFPB).

Desse modo, o presente trabalho tem como problemática a seguinte questão: Qual a influência da formação acadêmica na intenção empreendedora dos estudantes de administração da UEPB?

O presente trabalho tem como objetivo geral investigar a influência da formação acadêmica na intenção empreendedora dos estudantes do curso de administração da UEPB Campus de Patos-PB. E os seguintes objetivos específicos: a) Verificar o perfil empreendedor dos alunos; b) Identificar o compromisso dos alunos em abrir um empreendimento próprio e; c) Avaliar o impacto da formação acadêmica na intenção empreendedora.

## **2. Referencial Teórico**

### **2.1 Empreendedorismo e Perfil empreendedor**

Um dos principais marcos teóricos sobre o empreendedorismo foi no século XX, através de Shumpeter, que apresentou a importância do empreendedor no desenvolvimento econômico e na continuação do capitalismo. Portanto, sua teoria estabeleceu o conceito ao tema: “atitudes que estão presentes em apenas uma pequena fração da população é que definem o tipo empreendedor e também a função empresarial. Essa função não consiste essencialmente em inventar nada ou criar as condições para serem exploradas por uma empresa. Consiste em fazer as coisas acontecerem” (Schumpeter, 1984, p. 132).

Para esse autor, o empreendedor é responsável por fazer as coisas acontecerem, colocando em prática a ideia e a inovação, sendo de grande importância para o crescimento econômico. Vale notar também que, além do viés econômico de Shumpeter, outras ciências sociais têm contribuído para a compreensão do empreendedorismo: a sociologia, a psicologia e a antropologia e a história econômica (Chiavenato, 2008). Não obstante, este é um tema que tem recebido um amplo aprofundamento teórico nos últimos anos.

Segundo Araújo (2014, p. 17, *apud* Hirsch & Peters, 2004) uma das definições mais aceitas descreve o empreendedorismo como o processo de criar algo diferente e valioso, dedicando tempo e esforço necessários, assumindo riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação econômica e pessoal.

Essa definição colabora com o raciocínio de Dolabela (2008) e Baggio (2014) que empreender tem o significado de identificar as oportunidades continuamente, inovar e mudar sempre. O empreendedorismo é o nascer do indivíduo para desfrutar plenamente de suas potencialidades entre raciocínio e intuição, é a busca de autoconhecimento em processo de aprendizado contínuo, e estar aberto para novas experiências e quebra de paradigmas por meio de suas atitudes.

O termo empreendedor - do francês *entrepreneur* - significa aquele que assume riscos e começa algo novo. O empreendedor pode ser definido como aquele que inicia e/ou opera um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente (Chiavenato, 2008).

Degen (2009) declara que o perfil do empreendedor de sucesso é quase uma caricatura. O autor ressalta duas características primordiais ao futuro empreendedor: em primeiro momento ele fala que não se deve conformar com o mundo e tentar adaptá-lo a si; segundo, é preciso ter grande necessidade de realizar e estar disposto a assumir riscos e fazer sacrifícios pessoais muitas vezes necessários para se alcançar sucesso.

Então surgem novas pesquisas sobre o perfil do empreendedor, posto que esse perfil difere em suas habilidades, na busca de oportunidades, motivações, e também, em educação, envolvimento social entre outros (Chiavenato, 2008). Fillion (1999) expõe em suas inúmeras citações que os termos mais comuns para identificar indivíduos com perfil empreendedor estão: assumir riscos, necessidade de realização, desejo de independência, inovadores, criadores, organizados sonhadores e visionários.

Uma pesquisa bastante completa que levantou características do perfil empreendedor entre os anos 1800 até os dias atuais, mostra de forma explicativa as características mais utilizadas por diversos autores, para melhor entendimento de seus significados (Filardi *et al.* 2014) conforme Quadro 1.

**Quadro 1** – Quadro das características empreendedoras e significados

<b>TRADICIONAL</b>	<b>CONTEMPORÂNEO</b>
Assume risco, Tomador de risco, Preferência pelo risco, Assume risco moderado, Tomador de risco moderado, Tendência a assumir risco.	Disposto a assumir riscos.
Fonte de Autoridade Formal, Líder.	Líder.
Inovação, Inovador, Aberto a inovações.	Inovador.
Iniciativa, Proativo.	Proativo.
Procura desafios, Aceita desafios.	Corajoso.
Ambicioso, Motivado pelo poder, Poder, Precisa de Poder.	Ambicioso.
Procura ser independente, Orientado para independência.	Independente.
Habilidade de se comunicar.	Comunicativo.

Fonte: Adaptado de Filardi, Delarissa e Fischmann (2014).

No Quadro 1, apresenta-se uma comparação das características empreendedoras tradicionais e contemporâneas. Alguns jovens, denominados de Geração Y, possuem características de criatividade, inovação e liderança, enxergam oportunidades, coletam informações precisas por meio da tecnologia e do alto nível de escolaridade, e mesmo diante das incertezas e riscos, procuram a satisfação contínua de seus sonhos (Oliveira, 2010). Dessa forma, consegue apresentar uma forte intenção empreendedora e ao mesmo tempo, reúne características individuais para a execução da função empresarial.

## **2.2 Intenção e formação empreendedora**

A definição de intenção empreendedora, segundo Mueller, Zapkau e Schwens (2014), tem origem do comportamento empreendedor do indivíduo e está ligada à intenção ou compromisso do mesmo em abrir uma empresa. De acordo com Chiavenato (2008) a decisão de tocar seu próprio negócio deve ser muito objetiva e clara. Deve ter uma decisão principal de início e estar profundamente comprometido com ela, para seguir em frente, encarar todas as dificuldades que normalmente aparecem e estar preparado para derrubar os obstáculos que provavelmente não deixarão de aparecer.

É de total importância conhecer o perfil do jovem empreendedor para desenvolver e implantar novas políticas públicas e metodologias de ensino que auxiliem e ampliem a educação empreendedora. Por meio do ensino do empreendedorismo, os alunos são apresentados a uma opção de futuro profissional, podendo desenvolver habilidades e competências que serão de tamanha utilidade em qualquer carreira.

De acordo com Filion (2000), em condições de igualdade, quanto mais empreendedores existir em uma sociedade e quanto mais esses empreendedores se destaquem de forma positiva, maior será o número de jovens que escolherão a atividade empreendedora como profissão. Isso acontece, pois, a figura do empreendedor bem-sucedido serve como inspiração a jovens que possuem intenções empreendedoras.

A formação da identidade profissional serve de complemento para a identidade pessoal e colabora para a construção da personalidade, sendo que é avaliada suas escolhas e pela forma a qual elas são tomadas e quais as consequências e entendimento elas trarão. A escolha envolve perdas, mudanças, desvalorização e medo do fracasso (Veinstein, 1994).

Segundo Dolabela (2008) educar na área de empreendedorismo ou disseminar uma cultura empreendedora significa preparar pessoas capazes de criar empresas. A quantidade de empresas que fecham precocemente está em um nível elevado em todo o mundo. Mesmo que o empreendedor esteja fechando uma empresa para abrir outra, não há como negar que uma descomunal energia e incalculáveis recursos são desperdiçados por novos empreendedores. O aprendizado na área tem o objetivo de reduzir esses índices, dar elementos ao empreendedor sobre sua empresa antes de abri-la.

Nesse contexto, o empreendedorismo está gradativamente se inserindo de forma definitiva nos currículos das escolas de administração. Assim, os estudantes começaram a ver o empreendedorismo como uma opção real de carreira (Neto, 2013). Os empreendedores que já nascem com esse perfil continuam existindo e sendo referências de sucesso, contudo, outras pessoas podem ser capacitadas para a criação de empresas com longo tempo de vida (Dornelas, 2001).

De acordo com Dolabela (1999, p. 23), “ainda não existe resposta científica sobre se é possível ensinar alguém a ser empreendedor. Mas sabe-se que é possível aprender a sê-lo”. Desse modo, destrói a temática de que empreendedorismo é ganho de herança genética, ou seja, é possível que as pessoas aprendam a serem empreendedoras (Filion, 1991).

É possível ainda apontar alguns métodos de ensino mais utilizados para o desenvolvimento do empreendedor, entre eles podemos destacar, os estudos de caso, desenvolvimento de projetos e o plano de negócios. Nesse contexto, o ensino de empreendedorismo é inserido na formação do administrador, contribuindo significativamente para a geração de novos empreendedores.

### **2.3 A formação do administrador**

As mudanças no ambiente da formação de administradores no Brasil nos últimos 20 anos têm originado reflexões sobre a aprendizagem dos alunos e o desenvolvimento de competências para o mundo do trabalho. A Educação em administração corresponde à formação de um profissional para estar preparado para o mercado de trabalho, seja na gestão das organizações, no empreendedorismo individual ou coletivo, no ensino, no planejamento, na busca de solução dos problemas entre outros.

Para que isso ocorra é necessário um conjunto de processos de aprendizagem, que no caso da administração devem ser mediados pela ação e vivenciados na prática, a partir de um conjunto de atividades organizadas no contexto dos cursos pelos gestores acadêmicos e pelos docentes, para atingir objetivos educacionais definidos no projeto pedagógico do curso, nos



planos de ensino das disciplinas e nas ações extracurriculares em prol do desenvolvimento das competências dos alunos (Santos 2013).

Acredita-se que a aprendizagem profissional docente acontece ao compartilhar experiências, conhecimentos e estratégias solucionadoras de problemas (Isaia & Maciel, 2011). O CONSELHO NACIONAL DE EDUCAÇÃO (2004, p.2) diz que: “o curso de Graduação em Administração deve ensejar, como perfil desejado do formando, Capacitação e aptidão para compreender as questões científicas, técnicas, sociais e econômicas da produção e de seu gerenciamento, observados níveis graduais do processo de tomada de decisão, bem como para desenvolver gerenciamento qualitativo e adequado, revelando a assimilação de novas informações e apresentando flexibilidade intelectual e adaptabilidade contextualizada no trato de situações diversas, presentes ou emergentes, nos vários segmentos do campo de atuação do administrador”.

Nessa concepção, torna-se um imperativo repensar e reorganizar o processo de formação de profissionais de Administração desenvolvido pelas instituições brasileiras, orientando-o para o desenvolvimento de competências de gestão consideravelmente diferentes daquelas que, supostamente, os cursos de Administração do Brasil, tradicionalmente, vêm dotando. Desse modo, esse ensaio procura contribuir para uma reflexão a respeito das bases da formação desse profissional (Lopes, 2006). O curso de Administração é sempre muito procurado nos vestibulares em todo o país. O principal motivo para isso é uma busca constante das empresas por bons profissionais desta área.

### **3. Metodologia**

A metodologia utiliza-se de técnicas operacionais que adicionam e aperfeiçoam as condições de observação, de experimentação e de mensuração, procedimentos que precisem ser realizados de forma objetiva, sem influências decorrentes de nossa opinião (Severino, 2010).

Visando alcançar os objetivos propostos, essa pesquisa se caracteriza como qualitativa, que por sua vez não se preocupa com representatividade numérica, mas com o aprofundamento do entendimento a partir de um grupo social, de uma organização entre outros. Desse modo, os pesquisadores apoiados em métodos qualitativos declinam o modelo positivista aplicado ao estudo da vida social, uma vez que não pode fazer julgamentos, nem permitir que seus preconceitos e crenças influenciem os resultados da pesquisa (Goldenberg, 2004).



Buscando atingir os objetivos desse estudo, se deu um plano de pesquisa de caráter descritivo. Segundo Gil (2002), a pesquisa descritiva tem por objetivo relatar as características de determinada população ou fenômeno e o estabelecimento de relações entre as variáveis, abrangendo a utilização de técnicas igualitárias de coleta de dados, técnicas diferentes das utilizadas. A população ou público-alvo de uma pesquisa equivale à coleta de elementos que possuem a informação procurada pelo pesquisador e sobre os quais devem ser feitas as conclusões (Malhotra, 2006).

Para a presente pesquisa, tomaram-se como população-alvo, acadêmicos do Curso Superior em Administração do *campus* da Universidade Estadual da Paraíba – UEPB, localizado na cidade de Patos-PB, matriculados no 9º período noturno com 34 alunos matriculados, onde 21 participaram da pesquisa. O Instrumento para a realização deste estudo foi entrevista semiestruturada composta por oito perguntas abertas que procuraram responder os objetivos dessa pesquisa, conforme mostra o Quadro 2.

Quadro 2 – Suporte de conteúdo para Entrevista

<b>Objetivos Específicos</b>	<b>Questionamentos</b>	<b>Autores</b>
Verificar o perfil empreendedor dos alunos;	Segundo a teoria de vários autores, as principais características do perfil empreendedor são: tolerância a risco, liderança, proativo, corajoso, ambicioso, independente, comunicativo, tem necessidade de realização.	Chiavenato (2008); Degen (2009); Fillion (1999); Filardi <i>et al.</i> (2014); Oliveira (2010); Carvalho & González (2006);
Identificar o compromisso dos alunos de administração da UEPB em abrir uma empresa;	Quais dessas características mais se aproximam do seu perfil? Quais atitudes e comportamentos seus confirmam isso? Entre as características empreendedoras que você identificou, de que forma o curso de administração ajudou a desenvolvê-las? Você pensava em empreender antes da formação em administração?	Dolabela (2003); Schumpeter (1984); Araújo (2014); Hisrich; Peters (2004); Chiavenato (2008).

Avaliar o impacto da formação acadêmica na intenção empreendedora	E hoje, de 0 a 10, o quanto que você sente que o curso de administração lhe influenciou a querer ter seu próprio negócio? Por quê?  Se você pensa hoje em empreender o que lhe motiva? E o que mais? E o que mais?  E de uma forma geral, você acredita que o curso de administração pode influenciar os alunos a seguirem carreira empreendedora? Por quê?  Na sua opinião o curso superior de administração prepara os alunos para empreender?	Mueller <i>et al.</i> (2014), Fillion (2000), Dolabela (2008), Neto <i>et al.</i> (2013), Dolabela (1999), Dornelas (2001), Fillion (1991), Santos (2013)
---	--	---

Fonte: Elaborado pelo autor

Como pode-se observar no Quadro 2, foram elaboradas perguntas para o suporte de entrevistas, também foi realizado um pré-teste do roteiro de entrevistas com 4 (quatro) pessoas que tiveram disponibilidade de tempo e que não fazem parte do público-alvo desse estudo, no período de 09 a 11 de outubro do ano de 2018, para poder analisar se era necessário fazer alguma alteração para a compreensão das perguntas, ou algum tipo de melhoramento. Mas não se fez necessário, o questionamento elaborado foi compreendido por quem participou da pesquisa como teste.

A partir do pré-teste deu-se início à realização das entrevistas no período de 16 a 23 de outubro de 2018 com 21 (vinte e um) alunos do 9º período do turno da noite do curso de Administração e a quantidade da amostra se deu através da disponibilidade dos participantes. As entrevistas foram realizadas presencialmente, sendo gravadas as falas dos participantes.

Os entrevistados se identificaram com nome e sobrenome, porém foi utilizado para a organização dos dados e da Quadro 3 o codinome de cada um, com a primeira letra do nome e sobrenome, o sexo, idade, estado civil, se já empreende e a duração do tempo de cada entrevista, com tempo médio de cada uma de 00:06:17 (seis minutos e dezessete segundos), com tempo total de entrevistas de 02:11:33 (duas horas onze minutos e trinta e três segundos).

Quadro 3 – Primeiros dados referentes aos participantes das entrevistas semiestruturadas.

Codinome	Sexo	Idade	Estado civil	Já empreende	Tempo de duração
D.F	M	47	Casado	Sim	00:04:28
G.B	M	23	Solteiro	Não	00:04:42
A.L	F	42	Solteiro	Não	00:07:30
L.R	F	22	Solteiro	Não	00:07:23
G.P	F	21	Solteiro	Não	00:08:03

J.F	F	24	Solteiro	Não	00:07:35
E.A	F	22	Solteiro	Não	00:05:18
D.L	F	21	Solteiro	Não	00:05:12
J.F	F	39	Casado	Não	00:04:36
T.A	M	25	Solteiro	Não	00:02:49
F.M	F	28	Casado	Não	00:05:22
G.G	M	23	Solteiro	Sim	00:02:47
H.G	M	31	Casado	Sim	00:03:09
J.M	M	26	Solteiro	Não	00:05:20
R.D	M	27	Solteiro	Sim	00:03:48
R.S	M	21	Solteiro	Não	00:06:38
J.M	F	25	Solteiro	Não	00:05:04
W.R	M	22	Solteiro	Não	00:05:38
L.G	M	22	Solteiro	Não	00:13:03
T.M	F	35	Solteiro	Sim	00:07:51
J.T	M	24	Solteiro	Não	00:05:17
Média de minutos por entrevista					00:06:17
<b>Tempo total registrado</b>					<b>02:01:33</b>

Fonte: Dados da pesquisa

Conforme o Quadro 3, cada entrevista foi escutada pelo menos três vezes, a primeira vez para ter uma compreensão geral do assunto, a segunda com pausas consecutivas para a transcrição do conteúdo gravado e a terceira para conferência de tudo aquilo que foi digitado. O conteúdo foi digitado com apoio do *Microsoft Word 2010*, totalizando 30 (trinta) páginas em formato *doc* dispostas em uma arquivo ocupando 2/3 (dois terços) de cada página deixando 1/3 (um terço) para a codificação e categorização dos resultados da pesquisa.

A partir disso foi utilizado o processo de explosão de protocolos e feita análise do conteúdo na qual, se desenvolveu uma redução do texto utilizado para a construção de um segundo documento em forma de tabela, que por sua vez foi dividida em: quatro categorias, principais falas dos participantes e comentários, depois foi organizado em outro documento as respostas dos participantes com as páginas numeradas.

#### 4. Análise e Discursão dos resultados

Nesta etapa serão interpretados e analisados os dados que foram tabulados e organizados na etapa anterior, levando em consideração as quatro categorias que foram identificadas com o auxílio de alguns exemplos e discutidos em relação ao que se avançou no conhecimento do problema.

#### 4.1 O perfil empreendedor dos estudantes

Conforme o levantamento das entrevistas pode-se identificar que todos os estudantes que participaram da pesquisa possuem duas ou mais características empreendedoras, ou seja, os alunos de administração entrevistados apresentam perfil empreendedor, respondendo ao primeiro objetivo específico desse estudo.

Assume risco, liderança, aberto a inovações, iniciativa e proativo, aceita desafios, ambicioso, procura ser independente, tem habilidade em se comunicar e tem necessidade de realização, quem possui essas características e comportamentos, pode-se dizer que têm perfil empreendedor (Filardi, Delarissa & Fischmann, 2014). Segue algumas citações dos participantes sobre suas características empreendedoras:

Sou corajosa, pago para ver. (A.L; P1, p1).

Eu gosto de estar à frente em todo trabalho que realizo, é, gosto de estimular as pessoas, não tenho medo do novo. (H.G; P2, p.6).

Bom, a liderança pelo fato de eu tomar a frente de algumas coisas que estou fazendo (G.B; P2, p.4).

As características que mais se destacaram entre os participantes foram a coragem, a liderança e disposto assumir riscos. Degen (2009) destaca duas características fundamentais ao futuro empreendedor que são: não se conformar com o mundo e tentar adaptá-lo a si, e disposição de assumir riscos e se necessário fazer sacrifícios pessoais para obter o sucesso.

#### 4.2 A intenção empreendedora

Esta categoria diz respeito à intenção empreendedora dos alunos concluintes de administração, foi percebido que nem todos os entrevistados tem intenção empreendedora, visto que cinco pessoas já trabalham por conta própria e são empreendedores, nove pensam e tem a vontade em empreender, e sete mesmo possuindo características empreendedoras, não se veem trabalhando na área do empreendedorismo, seja pelo conforto financeiro, seja por não se identificarem na área ou até mesmo pelo risco.

Eu já sou empreendedor. (D.F; P2, p.4).

Sim, desde de criança eu tinha a vontade de ter um próprio negócio. (J.T; P4, p. 14).

Para Chiavenato (2008) pode ser definido como empreendedor aquele que inicia ou opera um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal e profissional assumindo riscos e responsabilidades e inovando constantemente. De acordo com Mueller, Zapkau e Schwens

(2014), a intenção empreendedora tem origem do comportamento empreendedor do indivíduo e está relacionada à intenção ou compromisso do mesmo em abrir uma empresa.

Mas talvez pela minha situação hoje como funcionária eu não vejo a necessidade de empreender. (J.F; P5, p.16).

Pode-se perceber que há pessoas que apresentam características empreendedoras, porém, não estão dispostas a enfrentarem um negócio, pois já possuem um emprego. Vale ressaltar nesse contexto o empreendedor por necessidade, que muitas vezes seguem por esse caminho justamente por não terem uma estabilidade financeira e se encontram sem opção de trabalho (Global Entrepreneurship Monitor, 2011).

E dependentemente do nível de risco, sim e não, mas é muito mais propenso em de não. (L.R; P4, p.13).

Os principais motivos pelos quais alguns participantes da pesquisa não querem empreender são: medo de investir um capital e não ter o retorno esperado, levando em consideração a atual realidade do país, alguns pretendem seguir carreira acadêmica, outros têm a pretensão de trabalharem em uma empresa privada exercendo cargos de liderança e terem estabilidade financeira.

“A motivação empreendedora é a motivação para correr o risco de realizar uma ação de empreender associada a uma recompensa, segundo a percepção de sucesso do empreendedor” (Ribas 2012, p. 12). Todavia, para aqueles que já empreendem ou pretendem empreender, as principais motivações consistem em: retorno financeiro, necessidade de realização pessoal e profissional, ser dono do próprio negócio, acompanhar a inovação, trabalhar com o que gosta, geração de empregos e fazer a diferença no mercado em relação a atendimento.

#### **4.3 A influência do curso de administração na intenção empreendedora**

O centro desse estudo é a intenção empreendedora e se o curso de administração influenciou de alguma forma. De acordo com as respostas apresentadas, os entrevistados em sua maioria mencionaram que o curso de administração influencia sim os alunos a terem intenção de empreender, porém, os influenciados seriam aqueles que já possuem o espírito empreendedor dentro deles e o curso serve para motivá-los ainda mais.

Sim, claro. É a partir dele que esses alunos que já tem esses sonhos dentro deles, já tem essa vontade adormecida dentro deles, que vão impulsioná-los, que vão motivá-los, é, instiga-los a ir a frente desse sonho. (R.S; P7, p.24).

Pode totalmente, a influência é muito grande. (J.F; P7, p.23).

É, ele pode influenciar assim, ele pode despertar naquele que já tem o espírito empreendedor e também pode ajudar aquelas pessoas que talvez nem soubessem que tinha o espírito empreendedor dentro delas. (A.L; P7, p.22).

Sim, acredito que pode influenciar, mas para aqueles que já têm o perfil empreendedor. (L.R; P7, p.22).

Segundo Veinstein (1994) a formação da identidade profissional serve de complemento para a identidade pessoal e colabora para a construção da personalidade. Dolabela (2003) acrescenta que o espírito empreendedor é um potencial existente em qualquer ser humano que precisa ser desenvolvido e instigado para que possa causar efeitos. Para quem não se ver como empreendedor o curso de administração não o instigou a empreender. Educar na área de empreendedorismo ou disseminar uma cultura empreendedora significa preparar pessoas capazes de criar empresas (Dolabela, 2008).

O curso, ele não te prepara pra assumir um negócio de ponta, mas por outro lado ele te ensina a ser organizado, a estudar o mercado e tentar aplicar as teorias. (G.G, P5, p. 17).

É necessário que o aluno conheça suas intenções e pretensões de futuro, para que ele possa se sentir motivado diante dos assuntos apresentados na universidade, pois poderá tirar bastante proveito para enriquecer o seu conhecimento no trajeto que pretende seguir. Como mostra o Quadro 4, a seguir.

**Quadro 4** - Fatores influenciadores na pretensão do seu próprio negócio

A importância do empreendedorismo na economia;	Na atualidade os empreendedores são reconhecidos como integrantes essenciais para mobilizar capital, agregar valor aos recursos, produzir bens e administrar o comércio (SEBRAE, 2007).
Entendimento sobre mercado;	As bases da segmentação de mercado estão divididas em características dos consumidores e suas atitudes, pertencente em variáveis geográficas, demográficas, psicográficas e comportamentais (Alves, 2006).
Visão de negócio e estar aberto para inovação;	De acordo com Dornelas (2003), empreendedorismo significa fazer algo novo, diferente, mudar a situação atual e procurar, de forma incansável, novas oportunidades de negócio, tendo como centro a inovação e a criação de valor.
Trabalhar com o que gosta;	Segundo Menezes (2003) o empreendedor é o indivíduo de iniciativa que executa o empreendimento a partir da criatividade e inovação, que sabe estimular a colaboração, criar relacionamentos pessoais, gerar resultados, fazendo o que gosta de fazer, com entusiasmo, dedicação, autoconfiança, otimismo e necessidade de realização.
Identificar o momento certo de iniciar um negócio.	O empreendedor deve ter percepção para identificar as oportunidades, pois suas atitudes empreendedoras devem focar as pessoas e não somente as empresas, atitudes estas que são fundamentais para o sucesso ou o fracasso da empresa (Custódio, 2011).

Fonte: Elaborado pelo autor

Dentre os fatores identificados que influenciaram os alunos de administração que querem ou já tem seu próprio negócio, foram encontrados: a) a importância do empreendedorismo na economia; b) entendimento sobre mercado; c) visão de negócio e estar aberto para inovação; d) trabalhar com o que gosta e; e) identificar o momento certo de iniciar um negócio.

#### **4.4 O curso de administração prepara para empreender?**

Em relação à preparação para empreender que o curso oferece, segundo a pesquisa, foi percebido que os alunos se sentem insatisfeitos. Eles relataram que o curso de administração deixa a desejar, pois, ele auxilia mostrando as teorias e faltam mais trabalhos relacionados com a prática, onde na opinião deles é o que realmente prepara.

[...] Preparar, eu acho que ainda deixa a desejar, acho que a gente ver muita teoria, muita teoria e às vezes na prática, é, não vemos tanta coisa. (E.A; P8, p. 27).

[...] Eu acho que essa questão em sair preparado depende mais do aluno em procurar saber mais sobre empreender. (L.G; P8, p. 29).

De acordo com Santos (2013) é necessário um conjunto de processos de aprendizagem, que no caso da administração devem ser mediados pela ação e vivenciados na prática, a partir de um conjunto de atividades organizadas no contexto dos cursos pelos gestores acadêmicos e pelos docentes, para atingir objetivos educacionais definidos no projeto pedagógico do curso.

Também foi exposto o fato de que, essa preparação depende também do interesse do aluno, pois, são trabalhadas as teorias, mas cabe a ele saber usá-las na prática, como também buscar complementos extras na área.

De certa forma sim, mas o que vai fazer com o que o aluno empreenda de verdade é a prática, ele dá mais um embasamento teórico de como. (G.P; P8, 27).

Prepara, mas a gente sabe que a prática é diferente da teoria, né? (D.L, P8, 27).

É possível que as pessoas aprendam a serem empreendedoras (Filion, 1991). O curso prepara mostrando as teorias, a parte prática, contudo, ficou a desejar. É possível que o aluno aprenda a ser empreendedor, mas de certa forma, a pessoa se torna a única responsável por seu autodesenvolvimento e a universidade, no que tange ao empreendedorismo tem interesses muito mais teóricos e puramente acadêmico.



## 5. Considerações finais

Esse estudo teve como fundamento investigar a influência da formação acadêmica na intenção empreendedora dos estudantes de administração da UEPB de Patos-PB. Nesse sentido, buscou-se verificar o perfil empreendedor dos alunos, identificar o compromisso dos alunos em abrir uma empresa e avaliar o impacto da formação acadêmica na intenção empreendedora.

Para tal, foi conveniente a utilização da pesquisa qualitativa e participante, por meio de entrevistas semiestruturadas para coleta dos dados. Este método mostrou bastante satisfatório quanto aos resultados, pois permitiu alcançar precisão e qualidade das respostas.

A partir das análises foram identificadas quatro categorias que buscaram responder os objetivos desse estudo, através delas foi possível obter um entendimento dos resultados, ficando evidente que os alunos do curso de administração da UEPB de Patos-PB apresentam características de perfil empreendedor. Alguns já são empreendedores, outros têm a vontade de empreender, porém existem outros que embora possuam características empreendedoras não pensam em possuir seu próprio negócio.

No que se refere à influência do curso superior de Administração na intenção empreendedora, percebeu-se que o resultado foi favorável, pois a pesquisa revelou que o curso influencia sim os alunos a empreenderem, entretanto, a influência se dá para aqueles que já tem predisposição de seguir nessa área e que já possuem o espírito empreendedor, o curso vai aprimorar ainda mais a ideia de ter seu próprio negócio, mostrando os caminhos a serem seguidos. Com relação à preparação que o curso oferece para empreender, conforme a pesquisa, ele deixa a desejar, precisando ainda equilibrar a teoria com a prática.

Este trabalho ainda tratou de atentar os interessados no tema, quanto às abordagens de aprendizagem da formação em administração, permitindo reflexões sobre as concepções do ensino superior em administração, na tentativa de contribuir para ampliar a compreensão da necessidade de estimular ações no processo de formação que possibilitem ajustar a relação teoria-prática, não de forma rasa, mas de uma maneira que os alunos possam viver experiências consideráveis e empreendedoras.

Não obstante, não foram encontradas grandes dificuldades na realização deste trabalho. Sendo fundamental que os envolvidos na formação do administrador levem em consideração que o processo de aprendizagem por meio das experiências práticas, de certa forma, irão estimular ainda mais a capacidade do aluno em desenvolver as suas habilidades.

Para aprofundamento deste estudo, sugere-se a aplicação dessa pesquisa em outras instituições de ensino superior públicas e/ou privadas, gerando dados relevantes com o intuito

de aprofundar a temática apresentada e com o objetivo de comparar a intenção e o potencial empreendedor dos acadêmicos de administração.

## Referências

Alves, L. A. X. (2006). *Segmentação de mercado como estratégia de marketing: caso gvt*. Centro Universitário de Brasília. Brasília/DF, 2006.

Baggio, A. F., & Baggio, D. K. (2014). Empreendedorismo; Conceitos e Definições. *Rev. De Empreendedorismo Inovação e tecnologia*, 1(1): 25-38. IMED.

Chiavenato, I. (2008). *Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor*. 2.ed. rev. e atualizada. - São Paulo: Saraiva.

CONSELHO NACIONAL DE EDUCAÇÃO (2014), Câmara da Educação Superior, Resolução N 01 de 02 de fevereiro de 2004.

Custódio, T. P. (2011). A importância do empreendedorismo como estratégia de negócio fênix locações e eventos Guaíçara-SP. Lins – SP.

Dolabela, F. (1999). *Oficina do Empreendedor*. 6. ed. São Paulo: Cultura.

Dolabela, F. (2003). *Pedagogia Empreendedora*. 1. ed. São Paulo: Editora de Cultura.

Dolabela, F. (2008). *Oficina do empreendedor*. Rio de Janeiro: Sextante.

Dornelas, J. C. A (2001). *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. 2ª Ed. Rio de Janeiro: Campos.

Dornelas, J. C. A (2005). *Empreendedorismo*. Rio de Janeiro: Elsevier.

Degen, R. J. (2009). *O Empreendedor: Empreender como opção de carreira*. São Paulo: Pearson Prentice-Hall.

MEC - Ministério da Educação (2018). Disponível em: < <http://emec.mec.gov.br/>> Acesso em: 1 jun. 2018.

Filion, L. J. (1991). O planejamento do seu sistema de aprendizado empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações. *Revista de Administração de Empresas, FGV*, São Paulo, julho/setembro.

Filion, L. J (1999). Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. *Revista de Administração*, São Paulo, v. 34, n. 2, pp. 05-28, Abr./Jun.

Filion, L. J (2000). O empreendedorismo como tema de estudos superiores. In: Instituto Euvaldo Lodi. Empreendedorismo: ciência, técnica e arte. Brasília: CNI. IEL Nacional.

Gil, A. C. (2002). Como Elaborar Projetos de Pesquisa. 4ª edição. São Paulo - SP: Editora Atlas

Filardi, F., Delarissa Barros, F., Fischmann., & A. Américo (2014). Do homo empreendedor ao empreendedor contemporâneo: evolução das características empreendedoras de 1848 a 2014. *Revista Ibero Americana de Estratégia*, vol. 13, núm. 3, julio-septiembre. Universidade Nove de Julho São Paulo, Brasil.

Freitas, H. (2000). Análise de dados qualitativos: aplicações e as tendências mundiais em Sistemas de Informação. São Paulo/SP: *Revista de Administração da USP, RAUSP*, v. 35, nr. 4, Out-Dez. pp.84-102

Global Entrepreneurship Monitor (2011). Empreendedorismo no Brasil. Disponível em: <<http://gestaportal.sebrae.com.br/customizado/estudosepesquisas/temasestrategicos/empreendedorismo/Livro%20GEM%20Brasil%202011.pdf>>. Acesso em: 14 set. 2018.

Goldenberg, M. (2004). A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais. 8a ed. Rio de Janeiro: Record.

Hisrich, R, D. (2009). Empreendedorismo. Porto Alegre: Brookman.

INEP - Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (1996). Sinopse Estatística da Educação Superior 1996. Brasília: Inep. Disponível em: <<http://portal.inep.gov.br/basica-censo-escolar-sinopse-sinopse>>. Acesso em: 14 set. 2018.

Isaia, S. M., & Maciel, A. M. R. (2011). Comunidades de práticas pedagógicas universitárias em ação: construindo a aprendizagem docente. *Imagens da Educação*, v. 1, n. 1, p. 37-47.

Júnior, J. B. C., Araújo, P. C., Wolf, S. M., & Ribeiro, T. V. A. (2006). Empreendedorismo e educação empreendedora: confrontação entre a teoria e prática. *Revista de Ciências da Administração* – v.8, n.15, jan/jun 2006.

Lakatos, E. M., & Marconi, M. A. (2003). Fundamentos de metodologia científica. 5. ed. São Paulo: Atlas.

Lopes, P. C. (2006). A formação do administrador no ensino de graduação: uma reflexão. *Ciências Sociais e Humanas*, Londrina, v. 27, n.2, p. 187-201, jul./dez. 2006.

Menezes, L. C. M. (2013). Gestão de Projetos. 2ed. São Paulo: Atlas.

Mueller, J., Zapkau, F.B. & Schwens, C. (2014). Impact of prior entrepreneurial exposure on entrepreneurial intention - cross-cultural evidence. *Journal of Enterprising Culture*, 22(3): 251–282.

Neto, A. A. (2013). Empreendedorismo e desenvolvimento de novos negócios. In: ALMEIDA, A.; SOUSA, C.P.; ANDREASSI, T. Rio de Janeiro: FGV.

Noel, T (1988). Effects of entrepreneurial education on intent to open a business: Anexploratory study. *Journal of Entrepreneurship Education*, v. 5, p. 3-13.

Oliveira, S. (2010). Geração Y: o nascimento de uma nova geração de líderes, São Paulo: Integrare.

Ribas, R. (2012). A motivação empreendedora e as teorias clássicas da Motivação.

Santos, G. T. (2013). Aprendizagem Experiencial: um estudo com acadêmicos dos cursos de administração do Estado da Paraíba. Dissertação de mestrado. Programa de pós-graduação em Administração. Universidade Federal da Paraíba. João Pessoa.

Schumpeter, J. A. (1984). Capitalism, socialism and democracy. New York: Harper.

SEBRAE - Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (2007). Disciplina de empreendedorismo. São Paulo: Manual do aluno.

Severino, A. J. (2010). Metodologia do Trabalho Científico. 23ª ed. Revista e atualizada. Cortez Editora. São Paulo.

Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research, Academy of Management. The Academy of Management Review.

Silva, E. L., & Menezes, E. M. (2005). Metodologia da Pesquisa e Elaboração de Dissertação. 4ª ed. Revisada e atualizada. Florianópolis.

Veinstein, S. B. G. (1994). La elección vocacional ocupacional: Estrategias – técnicas. 2ª ed. Buenos Aires: Mary.

#### **Porcentagem de contribuição de cada autor no manuscrito**

Maria Milleyde Limeira Monteiro – 40%

Geymeesson Brito da Silva – 30%

Francisca Rozângela Lopes de Sousa – 15%

Catarinne Xavier de Melo – 15%