

Considerações sobre a formação da cultura empreendedora dentro da universidade

Considerations about the formation of the enterprising culture inside of the University

Roberto de Araújo Nascimento Cunha¹ e Pedro José Steiner Neto²

Resumo

A lógica do raciocínio educacional permite adotar prerrogativa do potencial formador da postura empreendedora por parte da universidade, uma vez que a disposição para empreender pode ser substancialmente alterada pelo meio ambiente (Cohen, 2000). Torna-se, portanto, vital identificar quais os aspectos ou características ambientais da universidade são catalisadores do processo de formação de empreendedores, através de apoio estrutural e suporte pedagógico ao perfil empreendedor dos estudantes. Sob essa ótica, este artigo relaciona como os projetos pedagógicos, as percepções dos coordenadores, professores e alunos estão relacionados à formação da cultura empreendedora dentro da Universidade. Em pesquisa *survey* conduzida entre 279 alunos do curso de Administração e Ciências Contábeis de quatro diferentes faculdades, em Curitiba, no ano de 2004, identificou-se até que ponto, na percepção dos alunos, as estratégias de ensino-aprendizagem influenciam a formação do caráter empreendedor e como as características do perfil empreendedor são exercitadas no curso do qual fazem parte. Os resultados sugerem, apesar de um similar direcionamento teórico dos projetos pedagógicos, que os alunos têm percepções diferentes, especialmente no tocante à formação empreendedora.

Palavras-chave: Cultura empreendedora. Universidade. Formação empreendedora.

Abstract

The logic of the education reasoning allows to adopt prerogative of the potential entrepreneur of the enterprising posture on the part of the university, once the disposition to undertake can be substantially altered by the environment (Cohen, 2000). It becomes therefore, vital to identify which aspects or environmental characteristics of the university are catalytic of the process of entrepreneurs' formation through structural support and pedagogic support to the students' enterprising profile. Under that optics, this article, relates as the pedagogic projects, the coordinators' perceptions, teachers and students are related to the formation of the enterprising culture inside of the University. In research survey driven between 279 students of the course of Administration and Accounting Sciences of four different universities, in Curitiba, in the year of 2004, he/she identified to what extent, in the students' perception, the teaching-learning strategies influence the formation of the enterprising character and as the characteristics of the enterprising profile they are exercised in the course of which you/they are part. The results suggest in spite of a similar theoretical direction of the pedagogic projects, the students have different perceptions, especially concerning the enterprising formation.

Keywords: Entrepreneurial cultura. University. Entrepreneurial formation.

1 Introdução

Dentro de um cenário de grandes transformações econômicas, políticas e tecnológicas e, conseqüentemente, do mercado de trabalho, vem-se consolidando no Brasil a necessidade de empreender. No contexto de um ambiente dinâmico, coloca-se, claramente, um desafio relativo à qualificação das pessoas para atuarem de forma efetiva na sociedade, como agentes de mudanças e como parceiros na criação de novas possibilidades.

Inseridas no contexto de necessidades constantes de mudança na sociedade, estão presentes as Universidades, posicionando-se e buscando novas respostas e orientações frente às posturas estabelecidas pelos pilares da educação

¹ roberto.cunha@terra.com.br - Universidade Federal do Paraná

² pedrosteiner@ufpr.br - Professor adjunto da Universidade Federal do Paraná.

(Thornburg, 1997). O papel da universidade como catalisadora para a formação do empreendedorismo ganha, atualmente, cada vez mais relevância por acreditar ser possível desenvolver espírito empreendedor nos indivíduos, os quais necessitam de certas condições de aprimorar suas novas habilidades e potencializar as pré-existentes (Stevenson, 2001).

A caracterização do perfil do empreendedor a ser trabalhado é de suma importância, uma vez que são a elas que buscamos potencializar, suportar e desenvolver, através das estruturas pedagógicas da instituição Universidade.

2 Base Teórica

A contextualização do presente trabalho se dá a partir da discussão de pontos fundamentais para a compreensão da formação do caráter empreendedor dos alunos de graduação do curso de Administração e Ciências Contábeis. Dessa forma, serão apresentadas algumas concepções do perfil empreendedor. E, a seguir, serão descritos alguns aspectos de como o Empreendedorismo está sendo tratado pelas Universidades.

2.1 Definição do perfil empreendedor

Empreendedorismo é definido como um processo complexo e multifacetado, no qual as variáveis sociais, como mobilidade social, cultura, sociedade; econômicas, como incentivos de mercado, políticas públicas, capital de risco e psicológicas, influenciam o ato de empreender (Gimenez e Júnior, 2002). Ainda segundo os autores, dentre as diversas características do empreendedorismo, algumas das mais citadas são: necessidade de realização, propensão ao risco, criatividade, visão, alta energia, postura estratégica e autoconfiança.

A concepção inicial do termo empreendedorismo data da segunda metade do século XVIII e do início do século XIX, com os economistas Richard Cantillon e Jean-Baptiste Say, cujas preocupações com economia, geração de novos empreendimentos e gerenciamento de negócios permitiam definir os empreendedores como pessoas que corriam riscos, pois investiam seu próprio dinheiro.

No entanto, o conceito adquiriu novo significado em 1911, com Schumpeter, conectando de maneira explícita o conceito de inovação. Schumpeter (1978) define a essência do empreendedorismo como a percepção e o aprimoramento de novas oportunidades no âmbito dos negócios, possuindo conexões com criações de novas formas de utilização de recursos nacionais deslocados do emprego tradicional e sujeitos a novas combinações.

Para Fillion (1999), empreendedorismo é o resultado tangível ou intangível de uma pessoa com habilidades criativas, sendo uma complexa função de experiências de vida, oportunidades e capacidades individuais que, durante seu exercício, está inerente à variável risco, tanto na vida como na carreira do empreendedor. Ainda segundo o autor, o empreendedor é tido como:

(...) um indivíduo criativo, marcado pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos, possuindo um alto nível de consciência do contexto de referência para detectar oportunidades de negócios, buscando uma aprendizagem continuada a respeito de oportunidades de negócios e revelando um processo de tomada de decisões com risco moderado visando à inovação (Fillion, 1999).

Dolabela (1999) e Fillion (1999) apontam na discussão do conceito de empreendedorismo que o ponto central não é considerar ser ou não ser empreendedor; considera-se que este é situado em um *continuum* de pessoas com diferentes graduações no nível de empreendedorismo.

Desta forma, estudos buscando a mensuração deste conceito subjetivo, identificando os atributos que contribuem para a formação do perfil empreendedor, são cada vez mais relevantes. Uma adequada mensuração do perfil empreendedor exige uma precisa definição das características que compõem este perfil. Diversos autores (Pylro, 2002; Schumpeter, 1978; Fillion, 1999) ilustram a dificuldade de definir as características do empreendedor. Existe um confronto de idéias entre economistas neo-schumpeterianos e comportamentalistas. Os neo-schumpeterianos consideram o desenvolvimento econômico como consequência do resultado da criação de novos negócios. Os empreendedores são detectores de oportunidades, correndo riscos inerentes e buscando retorno nos lucros obteníveis. Já na visão dos comportamentalistas, os empreendedores são como pessoas inovadoras e criativas, cuja liderança nata estimula outras a compartilharem seu ideal.

Carland, Carland e Hoy (1998) caracterizam o *Carland Entrepreneurship Index* – CEI como um dos mais conhecidos instrumentos de mensuração do perfil empreendedor aceitos academicamente e empresarialmente nos EUA. O CEI utiliza por base a personalidade e as preferências do indivíduo para determinação de fatores que representam características do perfil empreendedor, tais como: traços de personalidade (necessidade de realização e criatividade); tendência à inovação; propensão ao risco e postura estratégica.

Por sua vez, Fillion (1999) destaca algumas características comportamentais do perfil empreendedor, conforme quadro 01.

1. Inovação	11. Habilidade para conduzir situações
2. Otimismo	12. Criatividade
3. Liderança	13. Necessidade de realização
4. Iniciativa	14. Sensibilidade a outros
5. Flexibilidade	15. Autoconsciência
6. Independência	16. Agressividade
7. Tolerância à ambigüidade e à incerteza	17. Confiança
8. Orientação para resultado	18. Originalidade
9. Tendência a risco	19. Envolvimento em longo prazo
10. Capacidade de aprendizagem	20. Dinheiro como medida de desempenho

Quadro 1: características comportamentais do perfil empreendedor

Fonte: Fillion (1999)

2.2 Ensino do Empreendedorismo na Universidade e no Brasil

Historicamente, as instituições de ensino sempre estiveram preocupadas em formar excelentes profissionais voltados para a grande empresa. No Brasil, a partir da década de 80, com a crise dos empregos, foi que se iniciou um movimento em torno do empreendedorismo, uma vez que os pesquisadores perceberam que seria necessário formar um profissional que fosse capaz não só de dar conta da sua área específica de atuação, mas que soubesse também como gerar seu próprio trabalho. Era preciso transformar o conhecimento que está na universidade em produto ou serviço.

O mercado é cada vez mais receptivo para pessoas que tentam transformar em produto ou serviço as idéias que são concebidas na academia. Mas para isso, mais do que o conhecimento técnico-científico, é preciso capacidade empreendedora na implementação das “boas idéias”.

Segundo Dornelas (2002), proporcionar aos indivíduos educação específica voltada para o empreendedorismo já vem sendo realizado por entidades, escolas e universidades brasileiras, no que se refere à compreensão do perfil empreendedor; quem é esse indivíduo e como ele se comporta. Em relação ao acesso ao empreendedorismo, Dornelas (2002) defende que qualquer indivíduo pode aprender o que é ser um empreendedor de sucesso; o que já vem sendo uma realidade em muitas universidades que possuem cursos de extensão, pós-graduação e MBA's com ênfase específica em empreendedorismo.

Os cursos voltados para a formação empreendedora surgiram a partir de 1947, nos EUA, idealizados pela escola de Administração de Harvard, com o objetivo de qualificar ex-combatentes da Segunda Guerra Mundial para o mercado de trabalho, mas principalmente para a geração do auto-emprego (Guimarães, 2002).

No contexto das universidades brasileiras, conforme o Sebrae (2003), o mais novo desafio dos centros acadêmicos é inserir o ensino do empreendedorismo como parte de praticamente todos os cursos superiores oferecidos. Isto mostra uma aparente universalização do ensinar do empreendedorismo, não se restringindo a cursos específicos de gestão.

Nas universidades, este fenômeno decorre, sobretudo, de uma necessidade cada vez maior de preparar os alunos para enfrentar um mercado de trabalho onde não há mais garantias de emprego ou de estabilidade, numa economia de mudanças provocadas, principalmente, pela globalização do mercado.

Neste contexto, faz-se necessário estudar os procedimentos utilizados para a valorização da formação da cultura empreendedora no sistema educativo.

Os desafios das instituições referem-se às mudanças, não só no ensino, mas, também, na visão de mundo da sociedade. Segundo Dolabela (1999), o ensino pode ser o agente de mudança cultural mais efetivo, mas que se processa no ritmo em que as gerações se substituem. Logo, para obtermos a consolidação da cultura empreendedora, seria necessário que o discurso dos professores universitários ultrapassasse os limites da Universidade e atingisse o consciente coletivo de toda a sociedade.

2.2.2 A importância do Projeto Pedagógico e as estratégias para o ensino do Empreendedorismo.

O Projeto Pedagógico (PP) é definido como instrumento balizador para o fazer universitário e, por consequência, expressa em seu conteúdo a prática pedagógica das instituições e dos cursos, dando direção à gestão e às atividades educacionais (Baffi, 2003). O termo designa *pro-jetar*, lançar, orientar e dar direção a uma idéia, a um processo pedagógico intencional alicerçado nas reflexões e ações do presente. O PP tem a dupla dimensão de ser orientador e condutor do presente e do futuro, sendo voltado para uma ação transformadora.

A nova função designada à Universidade, a de formar empreendedores, pode ser operacionalizada de forma mais consistente não só a partir da inclusão nos Projetos Pedagógicos dos cursos de graduação de disciplinas, com conteúdos programáticos relacionados à temática, mas da confirmação da missão e objetivos ditados pelas IES. Os trechos a seguir demonstram que, nas IES pesquisadas neste estudo, os projetos pedagógicos atentam à formação da cultura empreendedora:

O objetivo do curso é enfatizar o desenvolvimento de elevado potencial de inserção no mercado de trabalho e de atitudes, comportamentos, e habilidades que permitam a formação de um profissional empreendedor, flexível e capaz de se adaptar as mudanças (Projeto Pedagógico do Curso de Administração da IES do tipo B).

A graduação de Ciências Contábeis deve contemplar conhecimentos técnicos, habilidades e valores profissionais que levem o estudante à criatividade, seja investigativo, comunicativo, participativo, eclético, ético, versátil às mudanças, tenha visão sistêmica e holística, capacidade de liderar equipes e um bom comportamento humanístico e empresarial (Projeto Pedagógico do Curso de Ciências Contábeis da IES do tipo A).

A universidade pode atuar no desenvolvimento da postura empreendedora numa fase em que, segundo Guimarães (2002), os componentes substantivos do projeto pedagógico e programa das disciplinas devem privilegiar a reunião de informações sobre o processo, desenvolvimento de atitudes e valores, adequação entre características pessoais e empreendedoras, e análise de oportunidades e de viabilidade de negócios.

Este enfoque exige que o corpo docente empregue variadas metodologias de ensino. Quando o objetivo é proporcionar aos alunos informações sobre processo de criação de empresas e valores e atitudes que precisam permear a prática empresarial, as aulas expositivas e as leituras obrigatórias são as mais recomendadas. Se o foco está em desenvolver comportamentos empreendedores, as estratégias que permitam reflexão sobre o próprio comportamento são as mais adequadas; e, ainda, para identificar e avaliar oportunidades, a metodologia de desenvolvimento de projetos é a técnica de ensino que pode vir a surtir maior efeito. A escolha entre as opções de técnicas pedagógicas deve ser feita sob baliza do pressuposto de que educação empreendedora deve se centrar no desenvolvimento de habilidades que facilitem a tomada de decisões, as quais englobariam capacidade de inovar, assumir riscos e resolver problemas (Guimarães, 2002).

Com estas informações, constatamos que os programas precisariam privilegiar atividades que demandem muita participação por parte dos alunos, que coloquem o professor em um papel secundário no processo, agindo como mediador e orientador da aprendizagem.

Conseqüentemente, o conteúdo e as técnicas pedagógicas devem priorizar as disciplinas voltadas para desenvolvimento da postura empreendedora, revelando uma necessidade de utilização de estratégias que possibilitem e estimulem a participação do aluno no processo, que o transforme em ator principal e o torne capaz de definir e administrar, de maneira pró-ativa, não só um empreendimento, mas seu próprio destino profissional.

Guimarães (2002) identifica, em pesquisa realizada, algumas metodologias de ensino mais comumente utilizadas em cursos voltados para o empreendedorismo. O autor verifica que são quatro as metodologias mais utilizadas: **depoimentos de empreendedores, estudos de caso, desenvolvimento de projetos e desenvolvimento de planos de negócios.**

Buscar constatar se estas metodologias estão presentes, ou seja, identificar de que forma são contempladas nas atividades pedagógicas de ensino nos cursos de graduação, é um dos focos deste estudo. Esta análise possibilita de certa forma mensurar o grau de otimização da estrutura da universidade ao apoio/desenvolvimento da postura empreendedora.

3 Metodologia

3.1 Delineamento da Pesquisa e População

Visto que a escolha do método adequado à pesquisa em ciências sociais depende da natureza do problema estudado (Creswell, 1994), e que o pesquisador não tem uma única abordagem ideal a utilizar, empregou-se, neste estudo, tanto uma abordagem quantitativa como qualitativa em duas fases distintas. Com base na metodologia da triangulação, foram usadas múltiplas técnicas de coleta de dados: questionário, entrevistas, análise de documentos e observação.

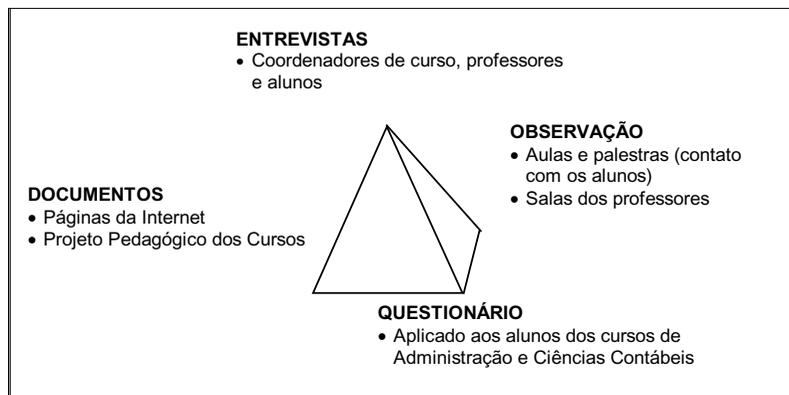


Figura 1: Triangulação de técnicas de coleta de dados.

Na primeira fase, foi realizada uma pesquisa qualitativa, tendo como objetivo principal levantar subsídios para o questionário, de forma que este seja o mais estruturado possível, contando com entrevistas em profundidade, roteiro de entrevista não estruturado e análise de discurso. E, na segunda fase, foi realizada uma pesquisa quantitativa com o uso de questionário estruturado, com uma análise feita mediante técnicas quantitativas.

A seleção dos integrantes na primeira fase – qualitativa – contou com 9 entrevistas em profundidade, sendo as entrevistas com coordenadores, professores e alunos dos cursos de Administração e Ciências Contábeis das faculdades pesquisadas.

A amostra da segunda fase – quantitativa – foi caracterizada como um delineamento do tipo levantamento (survey), com uma amostragem não-probabilística por conveniência com 279 alunos de cursos de Administração e Ciências Contábeis de quatro faculdades, no ano de 2004. A amostra determinada foi entrevistada em quatro faculdades, em diferentes bairros da cidade de Curitiba, preocupando-se com aspecto do porte e tempo de existência de cada uma delas. Todos os estudantes responderam ao questionário na própria sala de aula da faculdade, contando com a presença do pesquisador para dirimir quaisquer dúvidas que viessem a ocorrer na interpretação das questões.

A população do presente estudo restringiu-se a estudantes do curso de Administração e Ciências Contábeis, matriculados no último ano letivo. Esta restrição objetivou reduzir os possíveis vieses da pesquisa quanto ao conhecimento e à familiaridade dos alunos a respeito das atividades de ensino-aprendizagem que influenciam a formação do caráter empreendedor; e à existência de disciplina(s) que trate(m) do perfil empreendedor.

Acredita-se que o aluno que percorreu todos os anos da faculdade tem mais chance e confiabilidade de responder quais atividades de ensino-aprendizagem e características do perfil empreendedor são estimuladas durante o curso.

3.2 Hipóteses

Esta pesquisa baseou-se nas seguintes hipóteses de pesquisa:

- **H1** = A visão que cada aluno tem do nível de influência das atividades de Ensino-Aprendizagem na formação do caráter empreendedor não difere a depender do curso do qual ele faz parte atualmente.
- **H2** = A visão que cada aluno tem da frequência com que as características do perfil empreendedor são exercitadas não difere a depender do curso do qual ele faz parte atualmente.

4 Análise dos Resultados

4.1 Fase Qualitativa

Na primeira etapa desta pesquisa, realizou-se uma fase qualitativa com 9 entrevistas em profundidade, sendo as entrevistas com coordenadores, professores e alunos dos cursos de Administração e Ciências Contábeis das faculdades pesquisadas.

A análise das entrevistas realizadas com coordenadores, professores e alunos teve como principal objetivo **avaliar a formação da orientação empreendedora dos alunos, tendo como principal catalisador a universidade.**

Segundo o coordenador do curso de Administração da Instituição de Ensino Superior (IES) do tipo A, a preocupação com o empreendedorismo surgiu no momento em que o emprego escasseou. *Atualmente a propensão de crescimento do empreendedorismo é dada pela ausência de oportunidades de trabalho. Se a pessoa [aluno] não tem oportunidade, se não consegue trânsito no mercado de trabalho, então ele se volta ao empreendedorismo.*

Durante a realização do curso na IES do tipo A, a disciplina de empreendedorismo é ofertada logo no primeiro ano de ingresso dos alunos, para fazer com que estes *fujam da idéia preconcebida de que estão fazendo um curso de administração para assumir um emprego*. (coordenador de Administração, IES tipo A). Desta maneira, segundo o professor de Administração da IES tipo A, o aluno de Administração já tem a oportunidade de ser induzido a pensar na alternativa do empreendedorismo e buscar um negócio ou atividade própria.

Para o coordenador de Administração da IES tipo B, o curso de Administração não é voltado, tão somente, para desenvolver empreendedores. Mas, ao longo do curso, o aluno acabada desenvolvendo habilidades e competências empreendedoras.

O trecho a seguir ilustra a consideração feita pelo coordenador:

A universidade tem uma tendência a formar empreendedores. Em relação a reduzir o ímpeto de empreendedorismo, isso é um problema saudável, porque a pessoa atirada, muito corajosa, reflete a falta de noção do que ele tem pela frente.

De uma maneira geral, o curso de administração faz com que o aluno possa se situar; colocar o pé no chão dentro dessa visão de mercado; ter uma visão de quais são suas reais chances de sucesso, os requisitos fundamentais do sucesso. Eu acho que de uma forma geral as escolas de administração suportam a atividade empreendedora. Talvez, menos do que seja necessário, (professor de Administração da IES do tipo B).

No curso de Ciências Contábeis, apesar da incipiente preocupação quanto à formação empreendedora dos alunos, comparativamente ao curso de Administração, a análise das respostas das entrevistas identifica avanços quanto a esta questão.

O professor do curso de Ciências Contábeis da IES do tipo C1 esclarece que, apesar de a proposta teórica do curso contemplar a questão do empreendedorismo, a prática deveria ser melhor adequada à realidade. Para o professor pesquisado, o curso não se volta, fundamentalmente, para desenvolver tais habilidades. As suas afirmativas a seguir demonstram a situação:

Pela concepção técnica do curso de Ciências Contábeis, o incentivo à formação de uma visão crítica, voltada para a inovação não é grande. O objetivo maior é construir executivos para trabalhar nas empresas.

Falta-lhes [aos alunos] uma disciplina específica da área, apesar de diversas tentativas existirem nas disciplinas de contabilidade gerencial, contabilidade internacional, controladoria e tópicos especiais de contabilidade (professor do curso de Ciências Contábeis da IES do tipo C1).

O coordenador da IES do tipo A acredita que o curso seja voltado para desenvolver habilidades e competências empreendedoras, apoiando-se à pró-atividade e ética. O trecho a seguir ilustra a consideração feita pelo coordenador:

O aluno de contábeis é trabalhado (e assim deve ser) nos dois primeiros anos do curso, no sentido de buscar informações focando o desenvolvimento da pró-atividade. A idéia é que ele [o aluno] busque informações para que, através desta busca de informações, forme-se o cidadão-contador, o profissional empreendedor. (coordenador do curso de Ciências Contábeis da IES do tipo A).

Para o coordenador do curso de Ciências Contábeis da IES do tipo B, ainda se necessita amadurecer muito a postura empreendedora do curso. Mas, de certa maneira, declara que o curso pode desenvolver competências empreendedoras: (...) *para mim o individuo já nasce empreendedor, só que a universidade pode ter a capacidade de potencializar seus traços de personalidade expondo-o à questão da inovação tecnológica e à postura estratégica*.

De forma conclusiva observa-se, na análise das respostas da fase qualitativa, que, apesar das peculiaridades da formação profissional dos cursos de Administração e Ciências Contábeis, ambos despertam inclinação para a formação empreendedora dos alunos, apoiadas tanto pelo projeto pedagógico do curso quanto pela necessidade de mercado.

Avaliando 23 grades curriculares de 26 Faculdades de Administração na cidade de Curitiba percebe-se que em 13 IES já existe a disciplina de **Empreendedorismo** agregada ao curso de Administração, sendo ela trabalhada desde o primeiro ao último ano letivo. Das grades curriculares dos cursos de Administração avaliadas, em somente 3 IES não existe disciplina que contemple o escopo do conteúdo programático de Empreendedorismo. Nas demais faculdades, a disciplina de Empreendedorismo pode ter sido substituída por disciplinas correlatas definidas como: Gestão de Micro e Pequenas Empresas; Elaboração e Análise de Projetos; Plano de Negócios; Criação e Desenvolvimento de Negócios e Elaboração e Análise de Projetos.

Quanto às grades curriculares dos cursos de Ciências Contábeis, de 14 Faculdades em Curitiba, somente uma tem a disciplina de Empreendedorismo na matriz curricular. Dentre as demais IES pesquisadas, 70% têm disciplinas, a exemplo de Teoria Geral da Administração e Planejamento Estratégico, que buscam se aproximar da temática sobre empreendedorismo.

Os resultados desta análise nos levam a considerar que o curso de Ciências Contábeis pelo próprio perfil conservador, focado em aspectos da legalidade e disciplina, teve apenas 10% da representação da amostra pesquisada a disciplina de Empreendedorismo. Diferentemente, pelo perfil do curso de Administração, 80% da representação da amostra pesquisada a disciplina de Empreendedorismo.

4.2 Fase Quantitativa

Com o objetivo de comparar as médias dos grupos quanto à influência das atividades de ensino-aprendizagem e grau de exercício das características do perfil empreendedor, foi utilizado o *Teste t*, para os critérios que possuem apenas dois grupos possíveis.

As variáveis **atividades de ensino-aprendizagem** e **características do perfil empreendedor** foram operacionalizadas por meio de escala de 5 pontos do tipo *Likert*, para identificar o nível de influência das atividades de ensino aprendizagem, variando de 1, para quando não influenciasse, e 5 para quando se influenciasse totalmente; e a frequência com que as características do perfil empreendedor são exercitadas no curso, variando de 1, para quando nunca, e 5 para quando sempre.

4.2.1 Percepção do Foco no Empreendedorismo

Quando os alunos dos cursos pesquisados foram questionados sobre de quem seria a função principal de determinar o foco do empreendedorismo nas universidades, 50% determinaram que seriam de todos; 22% do próprio aluno; 19% da instituição de ensino; 5% da sociedade e 4% do professor, conforme o gráfico 01 abaixo.

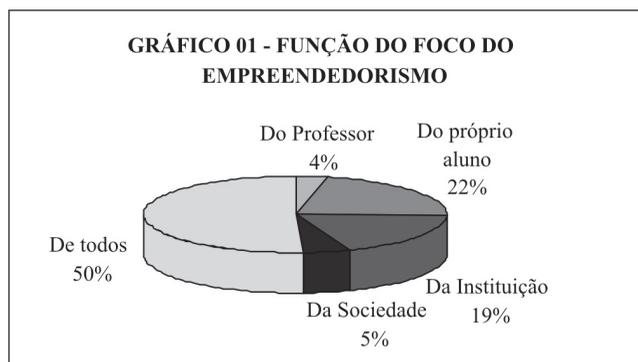


Gráfico 1: Função do foco do empreendedorismo

Avaliando questões sobre a importância que as IES têm dado ao foco do empreendedorismo em suas atividades, foram questionados aos alunos dos cursos de Administração e Ciências Contábeis a frequência com que observam: **o curso de graduação tem apontado preocupações para formação de habilidades e competências empreendedoras; o curso de graduação tem se proposto a contribuir na formação de uma visão que proporcione ao aluno nível crítico, inovação, ética e principalmente o “saber fazer”; as atividades curriculares do curso estão conectadas com uma proposta de empreendedorismo.**

Conforme os quadros 02 e 03, em ambos os cursos pesquisados todas as questões tiveram frequência acima da média. Quanto à questão sobre as preocupações da faculdade quanto à formação de habilidades e competências empreendedoras no curso de Administração, 42% dos alunos identificaram que o curso tem se preocupado muitas vezes ou sempre; para o curso de Ciências Contábeis, apenas 25% dos alunos observam esta preocupação muitas vezes ou sempre no curso que frequentam.

Questões	Frequência					Média	Intervalo de confiança de 95%	
	Nunca	Raramente	Algumas vezes	Muitas vezes	Sempre		Menor	Maior
O curso de graduação tem apontado preocupações para formação de habilidades e competências empreendedoras.	1,9	11,6	44,0	31,5	11,1	3,38	3,26	3,50
O curso de graduação tem se proposto a contribuir na formação de uma visão que proporcione ao aluno nível crítico, inovação, ética e principalmente o “saber fazer”.	0,5	10,1	38,5	41,3	9,6	3,50	3,39	3,61
As atividades curriculares do curso estão conectadas com uma proposta de empreendedorismo.	1,4	19,4	43,8	27,2	8,3	3,22	3,10	3,34

Quadro 2: Percepção dos alunos sobre a frequência de questões empreendedoras no curso de Administração (n=219)

Fonte: Dados de pesquisa

Questões	Frequência de utilização					Média	Intervalo de confiança de 95%	
	Nunca	Raramente	Algumas vezes	Muitas vezes	Sempre		Menor	Maior
O curso de graduação tem apontado preocupações para formação de habilidades e competências empreendedoras.		13,3	61,7	20,0	5,0	3,17	3,04	3,30
O curso de graduação tem se proposto a contribuir na formação de uma visão que proporcione ao aluno nível crítico, inovação, ética e principalmente o “saber fazer”.		16,7	30,0	33,3	20,0	3,57	3,39	3,75
As atividades curriculares do curso estão conectadas com uma proposta de empreendedorismo.	3,4	22,4	36,2	27,6	10,3	3,19	3,00	3,38

Quadro 3: Percepção dos alunos sobre a frequência de questões empreendedoras no curso de Ciências Contábeis (n=120)

Fonte: Dados de pesquisa

3.3.2 Estratégias de Ensino-Aprendizagem

A tabela 1 abaixo apresenta as médias do nível de influência de cada estratégia de ensino-aprendizagem dos alunos do curso de Administração e Ciências Contábeis. Objetivando analisar a existência de diferença no nível de influência de cada estratégia de ensino-aprendizagem na formação do caráter empreendedor dos alunos em função do curso do qual faz em parte, foram realizados os *Testes T*.

Tabela 1: Programas de ensino-aprendizagem por curso dos respondentes

QUESTÕES	Curso		Teste T	
	Administração	Ciências Contábeis	T	Valor p
<u>Atividades Curriculares</u>				
1. Disciplinas teóricas	3,26	3,22	,084	,773
2. Disciplinas práticas	4,28	4,37	,620	,432
3. Estudos de caso	3,95	4,15	2,723	,100
4. Semanas dos cursos	3,28	3,62	5,922	,016
5. Seminário de avaliação de estágio	3,05	3,12	,184	,668
6. Estágio supervisionado	3,12	3,41	2,659	,104
7. Tutoria ou monitoria	3,05	2,89	1,060	,304
8. Projeto final de curso	4,29	3,82	11,372	,001
<u>Atividades Extracurriculares</u>				
1. Visitas técnicas	3,97	3,47	11,521	,001
2. Entrevistas a empreendedores/empresários	4,08	3,93	1,279	,259
3. Exposição de trabalhos acadêmicos	3,59	3,17	8,763	,003
4. Projeto de iniciação científica	3,62	3,59	,037	,847
5. Minicursos, workshop	3,58	3,69	,548	,460
6. Empresa Júnior / Centro Acadêmico	3,67	3,73	,148	,701
<u>Atividades Extrainstitucionais</u>				
1. Atividade profissional como estágio	3,62	3,93	3,795	,052
2. Atividade profissional como efetivo	3,95	4,19	2,260	,134

Fonte: pesquisa direta

A análise dos resultados comprova que existe diferença estatística, ao nível de significância de 0,05, de estratégias de ensino-aprendizagem entre os cursos de Administração e Ciências Contábeis para os aspectos detalhados a seguir.

A média de influência das **Semanas dos cursos** para os alunos de Administração (média= 3,28) é inferior à verificada para os alunos do curso de Ciências Contábeis (média= 3,62). Esta inferência vem retratar até mesmo questões relacionadas à má gestão das semanas pedagógicas dos cursos realizadas pelas IES.

Com relação às atividades curriculares e extracurriculares, identificamos que existe diferença estatisticamente, ao nível de significância de 0,05, na percepção dos alunos dos cursos de Administração e Ciências Contábeis para **Projeto final de curso** (valor T = 11,372; $\alpha = 0,001$), **Visitas técnicas** (valor T = 11,521; $\alpha = 0,001$) e **Entrevistas a empreendedores/empresários** (valor T = 8,763; $\alpha = 0,003$). Esta conclusão estatística, além de rejeitar a **H1**, nos leva a considerar que, pela própria característica dos cursos em estudo, na Administração é mais valorizada a visita e contato com experiências externas bem-sucedidas e o projeto de conclusão de curso do que no curso de Ciências Contábeis.

3.3.3 Características do Perfil Empreendedor

A tabela 2 a seguir demonstra se na percepção dos alunos de Administração e Ciências Contábeis existe uma diferença estatística, ao nível de significância de 0,05, na média com que as características do perfil empreendedor são exercitadas em cada curso.

Tabela 2: Características do perfil empreendedor por curso dos respondentes

CARACTERÍSTICAS DO PERFIL EMPREENDEDOR	Curso		Teste T	
	Administração	Ciências Contábeis	T	Valor p
1. Inovação	3,40	3,10	6,646	0,010
2. Otimismo	3,32	3,32	0,002	0,962
3. Liderança	3,60	3,62	0,027	0,871
4. Iniciativa	3,67	3,48	2,564	0,110
5. Flexibilidade	3,49	3,28	2,793	0,096
6. Independência	3,17	3,42	2,917	0,089
7. Tolerância à ambigüidade e à incerteza	2,98	2,65	9,156	0,003
8. Orientação para resultado	3,56	3,47	0,585	0,445
9. Tendência a risco	3,36	3,07	5,848	0,016
10. Capacidade de aprendizagem	3,65	3,53	1,170	0,280
11. Habilidade para conduzir situações	3,54	3,25	5,749	0,017
12. Criatividade	3,60	3,30	5,005	0,026
13. Necessidade de realização	3,33	3,34	0,001	0,972
14. Sensibilidade a outros	3,04	2,83	3,136	0,078
15. Autoconsciência	3,27	3,42	1,362	0,244
16. Agressividade	2,70	2,61	0,463	0,497
17. Confiança	3,46	3,52	0,197	0,657
18. Originalidade	3,33	3,10	3,036	0,082
19. Envolvimento em longo prazo	3,39	3,23	1,578	0,210
20. Dinheiro como medida de desempenho	3,13	3,02	0,770	0,381

Fonte: Pesquisa Direta

Os resultados dos *Testes T* de cada característica do perfil empreendedor nos permitem afirmar que só existe diferença estatística, ao nível de significância de 0,05, na frequência com que são exercitadas as características de **Inovação** (valor T = 6,646; $\alpha = 0,01$), **Tolerância à ambigüidade e à incerteza** (valor T = 9,156; $\alpha = 0,003$), **Tendência a risco** (valor T = 5,848; $\alpha = 0,016$), **Habilidade para conduzir situações** (valor T = 5,749; $\alpha = 0,017$), **Criatividade** (valor T = 5,005; $\alpha = 0,026$) nos cursos pesquisados, rejeitando-se nestas a **H2**. Os resultados demonstram que nestas características citadas, em que existe diferença estatística, as médias do Curso de Administração são sempre superiores às do Curso de Ciências Contábeis.

Na seqüência do trabalho, foi realizado um cruzamento sobre a frequência das características do empreendedor observadas pelos alunos de Administração e a existência de disciplina(s) que tratassem da característica específica.

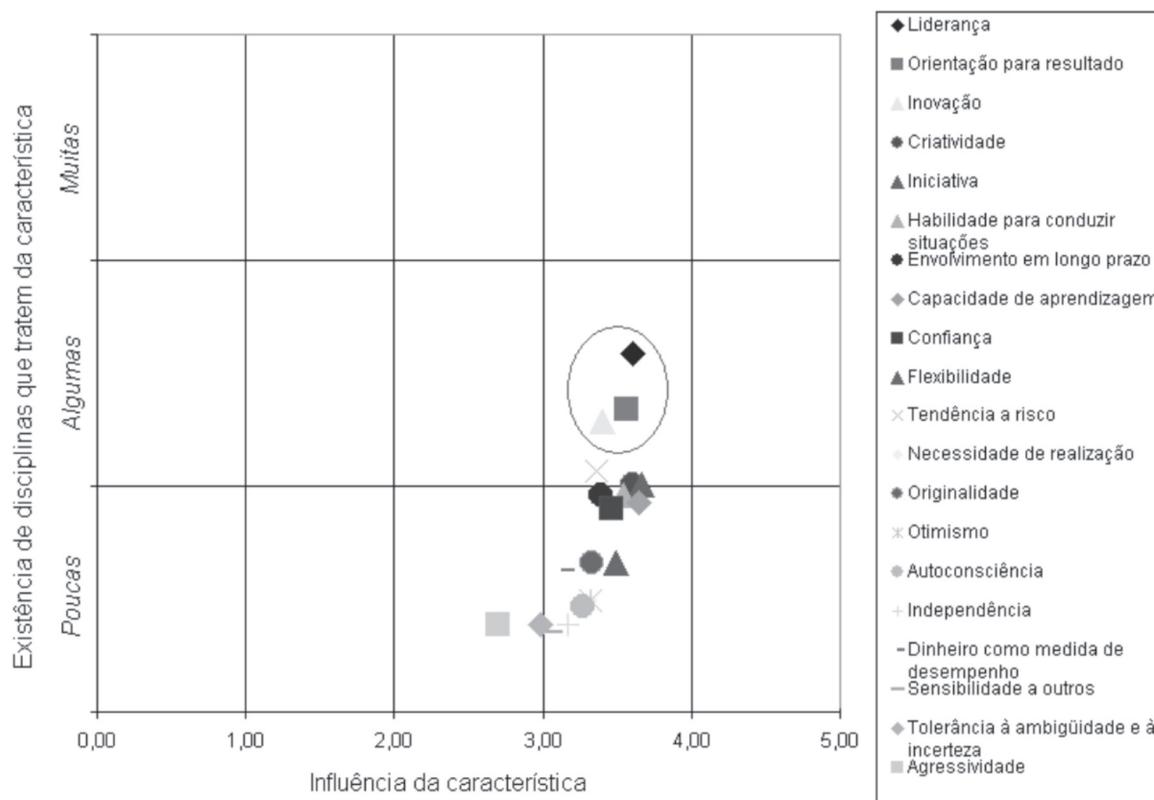


Gráfico 2: Característica do Empreendedor

O gráfico 02 ilustra o posicionamento das características do empreendedor na opinião dos alunos do curso de Administração. Em destaque [círculo vermelho], estão as três características apontadas pelos alunos com mais disciplinas correlacionadas às características de **Liderança**, **Orientação para Resultado** e **Inovação**. É importante salientar ainda que características como **Iniciativa**, **Capacidade de Aprendizagem** e **Habilidade para conduzir situações**, apesar de terem sido consideradas como importantes na influência da formação do perfil empreendedor, ainda são pouco exercitadas em disciplinas na graduação.

A partir do gráfico, podemos concluir que, apesar de todas as características do perfil do empreendedor pesquisadas tiverem tido média de influência superior a 2,50, muitas delas foram apontadas pelos alunos de Administração por terem poucas disciplinas relacionadas que tratassem da característica durante a realização do curso de Administração.

Conclusão

Na opinião dos alunos de Administração, algumas atividades pedagógicas têm nível de influência significativamente superior às atividades consideradas relevantes por especialistas em educação. Assim, o projeto final de curso e as disciplinas práticas apresentam influência significativamente superior na aprendizagem do que qualquer outra atividade. E as atividades de tutoria ou monitoria, seminário de avaliação de estágio e o próprio estágio supervisionado apresentam influência significativamente inferior às já citadas e também aos estudos de caso, semanas de curso e disciplinas teóricas.

Esta avaliação recomenda que sejam feitos estudos mais amplos sobre a real necessidade de programas de tutoria ou monitoria, com a devida ressalva para candidatos a pesquisadores, e estágios supervisionados, práticas enfatizadas em muitas instituições de ensino, visto não contribuírem de forma significativa para a aprendizagem, na avaliação dos alunos.

Quanto à comparação entre alunos dos cursos de Administração e Ciências Contábeis, as diferenças foram apontadas para os itens semanas dos cursos, com avaliação superior pelos alunos de Contábeis, e projeto de final de curso, visitas técnicas e exposição de trabalhos acadêmicos, nestes casos com avaliação superior pelos alunos de Administração. A análise destas respostas aponta que as peculiaridades profissionais de cada curso recomendam diferentes abordagens para estes cursos. A análise mais detalhada ainda pode apontar possíveis causas para estas diferenças, tais como: porte das empresas (maior em Administração), equipamentos utilizados (maior variedade em Administração), possibilidade de utilização de

modelos esquemáticos contrapondo a utilização preferencial de números, etc. A essência na questão é a necessidade de se ter uma abordagem compatível com as especificidades de cada curso.

Outro aspecto que deve ser considerado, corroborando os resultados da fase qualitativa que identificou tendência ao foco do empreendedorismo nos cursos de Administração e Ciências Contábeis, está no cruzamento do nível de frequência com que as características do perfil empreendedorismo são exercitadas e a existência de disciplinas que tratem da característica. O mais importante desta avaliação é que, apesar de muitas características influenciarem bastante o desenvolvimento do perfil empreendedor, elas ainda não são tão trabalhadas nos cursos pesquisados.

Referências

- BAFFI, M. A. T. Projeto pedagógico: um estudo introdutório. In: BELLO, J. L. P. *Pedagogia em foco*. Rio de Janeiro, 2002. Disponível em: <<http://www.pedagogiaemfoco.pro.br/gppp03.htm>>. Acesso em: 22 fev. 2003.
- CARLAND, J. W.; CARLAND, J. A.; HOY, F. S. Who is an entrepreneur? Is a question worth asking? *American Journal of Small Business*, Baltimore, p. 33-39, 1998.
- COHEN, D. Como se faz gente que faz. *Exame*. Edição Especial de 26 de Agosto de 2000. Disponível em: <<http://www.cin.ufpe.br/hermano/empreendimentos/material/empreendedorismo-revista-exame.doc>>. Acesso em: 20 fev. 2003.
- CRESWELL, J. *Research design: qualitative and quantitative approaches*. California: Sage, 1994.
- DOLABELA, F. *O segredo de Luisa*. São Paulo: Cultura, 1999.
- DORNELAS, J. C. A. Só coragem não basta: para buscar oportunidades as pessoas não precisam ter um dom especial. *Revista Forbes*, 26 de abril de 2002. Disponível em: <http://www.stratusbr.com/BR/empreendedor_artigo.asp>. Acesso em: 20 fev. 2003.
- FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. *Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, v. 34, n. 2, abr./jun. 1999.
- GIMENEZ F. A. P.; INÁCIO JÚNIOR, E. Potencial empreendedor: um instrumento para mensuração. In: SIMPÓSIO DA GESTÃO DA INOVAÇÃO TECNOLÓGICA, 22., 2002, Salvador. *Anais Eletrônicos...* Salvador, 2002.
- GUIMARÃES, L. O. Empreendedorismo no currículo dos cursos de graduação e pós-graduação em administração: análise da organização didático-pedagógica destas disciplinas em escolas de negócios norte-americanas. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 26., 2002, Salvador. *Anais Eletrônicos...* Salvador: ANPAD, 2002.
- PYLRO, I. F. C. V. O empreendedor de Vitória: um estudo exploratório. In: SIMPÓSIO DA GESTÃO DA INOVAÇÃO TECNOLÓGICA, 22., 2002, Salvador. *Anais Eletrônicos...* Salvador, 2002.
- SCHUMPETER, J. A. *The theory of economic development*. Oxford: Oxford University Press, 1978.
- SEBRAE. Empreendedorismo presente nas escolas. *Revista Sebrae*. Disponível em: <<http://200.252.248.103/sites/revistasebrae/01/tema.htm>>. Acesso em: 20 fev. 2003.
- STEVENSON, H. H. O compromisso é conseguir. *HSM Management*, São Paulo, ano 5, n. 25, p. 72-76, mar./abr. 2001.
- THORNBURG, D. *2020 visões para o futuro da educação*. 1997. Disponível em: <www.tepd.org.com.br>. Acesso em: 20 fev. 2003.

Recebido em: 07.11.2004

Aprovado em: 17.6.2005