

EMPREENDEDORISMO ACADÊMICO NO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA UNIR

ACADEMIC ENTREPRENEURSHIP IN THE UNIR COURSE OF ADMINISTRATION

*Jéssica Bulhosa Brants **

Universidade Federal de Rondônia – UNIR

Porto Velho, RO, Brasil

E-mail: jessica_brants@hotmail.com

Clésia Maria De Oliveira

Universidade Federal de Rondônia – UNIR

Porto Velho, RO, Brasil

E-mail: clesiamo@unir.br

Ítalo de Paula Casemiro

Universidade Federal de Rondônia – UNIR

Porto Velho, RO, Brasil

E-mail: itcasemiro@hotmail.com

Angelina Maria de Oliveira Licório

Universidade Federal de Rondônia – UNIR

Porto Velho, RO, Brasil

E-mail: clicorio@gmail.com

Rosigleide Cardoso Reboli

Universidade Federal de Rondônia – UNIR

Porto Velho, RO, Brasil

E-mail: gleidecardoso@bol.com.br

RESUMO

Este estudo aborda o perfil empreendedor de discentes e docentes do curso de Administração da Universidade Federal de Rondônia. A Teoria Comportamental, seguida das definições e contextos do empreendedorismo compõem a base teórica desta pesquisa. O estudo de natureza qualitativo-quantitativo, utiliza o método hipotético dedutivo a partir do levantamento survey na pesquisa de campo. Foram utilizados questionários via *web* e *in loco*, observando as recomendações do questionário de McClelland e utilizando técnicas de análises de conteúdo. Os resultados mostram que os discentes e docentes da IES possuem um perfil empreendedor, com práticas empreendedoras na metodologia de ensino-aprendizagem. Foram propostas novas práticas empreendedoras a serem executadas pelos docentes em suas aulas, o que promoverá melhor desenvolvimento das CCEs dos discentes e docentes. Busca-se pelo estudo contribuir para a disseminação da cultura empreendedora no meio acadêmico, a partir do desenvolvimento das habilidades e comportamento empreendedores dos docentes e discentes.

Palavras-chave: Perfil empreendedor. Docentes. Discentes. Práticas Empreendedoras. Curso de Administração.

ABSTRACT

This study is about the entrepreneur of students and teachers from the Federal University of Rondônia profile. A Behavioral Theory, then the definitions and contexts of entrepreneurship comprise the theoretical basis of this research. The study of qualitative and quantitative, nature uses the hypothetical deductive method from survey survey in field research. Questionnaires and web-site were used, noting the recommendations of the McClelland questionnaire, and using techniques of content analysis. The results show that the students and teachers of IES have an entrepreneurial profile, with entrepreneurial practices in the teaching-learning methodology. New entrepreneurial practices to be implemented by teachers in their classrooms, which promote better development of SCCs of the students and teachers were proposed. Search through study contribute to the spread of entrepreneurial culture in academia, from the development of entrepreneurial skills and behavior of teachers and students.

Keywords: *Entrepreneurial profile. Teachers. Learners. Entrepreneurial Practices. Course Directors.*

Data de submissão: 10 de agosto de 2014.

Data de aprovação: 8 de março de 2015.

INTRODUÇÃO

O empreendedorismo está sendo cada vez mais posto em prática em toda a sociedade, e hoje, o mercado está em busca de pessoas que possuam características empreendedoras. Pois, maiores serão as chances de êxito de uma organização que possuir em seu quadro de colaboradores pessoas que são criativas, autossuficientes, que possuam novas e modernas ideias possíveis de serem praticadas, proporcionando mudanças no meio em que estão inseridas (DOLABELA, 2003).

Frente a esta realidade, as universidades perceberam a importância de implantar no ensino superior disciplinas empreendedoras, ou inserir nas disciplinas já existentes metodologias empreendedoras de ensino que contribuam para o fomento de um ambiente favorável ao desenvolvimento das habilidades do empreendedor, pois se sabe que as pessoas podem aprender a ser empreendedoras desde que estejam inseridas em um sistema de aprendizagem diferenciado (DOLABELA, 1999a; VESPER, 1987, apud RAMOS E FERREIRA, 2004).

Para tanto, o empreendedorismo acadêmico é voltado para o desenvolvimento das características e habilidades empreendedoras de seus discentes e docentes, com foco na metodologia de ensino-aprendizagem utilizada pelos docentes, onde passa a ser importante criar um ambiente favorável ao empreendedorismo, no qual estejam incluídos espaços de discussão e reflexão e um sistema de suporte que incentive a disseminação da cultura empreendedora (SOUZA et al, 2004).

Dolabela (1999) e Dornelas (2001) alegam a existência de pessoas que já nascem com as características empreendedoras, e que essas já são predestinadas ao sucesso. No entanto, descobriu-se que todos podem ser empreendedores, desde que estimulados para isso. Ou seja, a partir da educação empreendedora, que proporcionará situações que estimularão o desenvolvimento das habilidades empreendedoras, como a autoconfiança, a persistência, a busca por informações, o conhecimento, a persuasão, o comprometimento, entre outras, que promoverão a geração de riqueza intelectual. Os empreendedores possuem informações e conhecimento que não estão disponíveis a todas as pessoas, eles enxergam a oportunidade onde nenhuma outra pessoa pode ver.

Pesquisas recentes realizadas no Brasil mostram que o empreendedorismo tem sido estudado sob vários enfoques. Peñaloza e Bastos (2005) estudaram o perfil empreendedor dos alunos do curso de Administração da Universidade Estadual do Ceará, onde identificaram que os alunos possuíam características empreendedoras, mas que, não se traduziam na criação de um novo negócio. Por esse motivo, as autoras ressaltaram a importância do ensino voltado para o empreendedorismo no desenvolvimento da autonomia, independência, capacidade de assumir riscos e crescer em ambientes instáveis.

Como aponta Fillion (2000), ainda existem muitos obstáculos a serem vencidos para o desenvolvimento do potencial empreendedor brasileiro, porém a educação superior é o principal meio para vencê-los, fomentando o desenvolvimento de uma cultura alicerçada no empreendedorismo. Dessa forma, as instituições de ensino superior devem fornecer condições necessárias para que o aluno possa aprender a ser empreendedor levando a uma propagação rápida dessa cultura por toda a sociedade.

David McClelland (1961) formulou um estudo sobre o perfil empreendedor a partir das características comportamentais, em relação à motivação de natureza psicológica das pessoas. Essas características foram divididas em três grupos: necessidade de realização, planejamento e poder. E dentro de cada grupo foram

determinadas as características que o empreendedor pode possuir, como: busca de oportunidade e iniciativa; persistência; comprometimento; exigência de qualidade e eficiência; correr riscos calculados; estabelecimento de metas; busca de informações; planejamento e monitoramento sistemático; persuasão e rede de contatos e, independência e autoconfiança.

De acordo com o contexto apresentado se propõe a seguinte problemática a ser respondida por este estudo: Os alunos e professores da Instituição de Ensino Superior pesquisada possuem perfil empreendedor, de acordo com o enquadramento das características comportamentais empreendedoras de David McClelland?

O presente estudo busca caracterizar o perfil empreendedor dos discentes e docentes do curso de Administração sob o enfoque das características comportamentais empreendedoras de David McClelland e das práticas empreendedoras no processo ensino-aprendizagem. Especificamente, o estudo pretende: 1) Identificar o perfil empreendedor dos discentes e docentes do curso de Administração de acordo com o enquadramento das características comportamentais empreendedoras de David McClelland; 2) Verificar quais são as práticas empreendedoras de ensino-aprendizagem utilizadas pelos docentes e, quais são as práticas empreendedoras percebidas pelos discentes e 3) Propor a introdução de novas práticas empreendedoras na metodologia de ensino-aprendizagem executada pelos docentes.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Empreendedorismo

O termo empreendedorismo surgiu na França, no século XII por volta de 1140, com a palavra *entrepreneur* e que significava alguém que fosse “atacar”, alguns anos mais tarde a palavra deriva para *entrepreneur* tendo sua origem no latim e que significava “aquele que provoca brigas” ou “aquele que carrega ou faz alguma coisa” (ALMEIDA, 2001). Exemplificam Hisrich e Peters (2004) quando nos remetem ao período da Idade Média, onde o empreendedor assinava um contrato com uma pessoa de recursos, o atual capitalista de risco, para vender suas mercadorias. Enquanto o capitalista assumia riscos passivamente, o intermediário assumia o papel ativo do negócio, tendo de suportar seus riscos físicos e emocionais.

De acordo com Filion (1999), apenas no final do século XII e início do século XIII que o termo foi usado para se referir à pessoa que criava e conduzia projetos ou empreendimentos. Ainda segundo o autor, foi Richard Cantillon considerado o primeiro economista teórico que, definiu o termo empreendedor à pessoa que comprava algo por um preço e o revendia por outro, arcando com o risco em busca de lucro. E a inovação estava em conseguir um lucro maior do que o esperado. Ainda segundo o autor, foi o economista Jean Baptiste Say, que iniciou seus estudos no empreendedorismo, criando o conceito de empreendedor como a pessoa capaz de transferir recursos econômicos de uma área instável e de baixa produtividade para outra de elevada produtividade e maior rendimento e, considerava que a criação de novos empreendimentos enfrentava riscos e desenvolvia a economia.

Segundo McClelland (1971b) o desenvolvimento socioeconômico de determinados países ao longo da história, tornou possível o rápido crescimento econômico não em virtude de um ambiente favorável e de recursos naturais privilegiados, mas, pelos valores humanos, que possibilitaram a identificação de oportunidades, apesar dos riscos.

O economista Kirzner (1976) sugeriu que o empreendedorismo é consequência de inovações realizadas pelas oportunidades oferecidas pelo desequilíbrio econômico de um mercado que nunca está em equilíbrio. Complementando este conceito Menger (1950) destaca o valor que possui uma pesquisa de mercado e que o empreendedor deve estar atento a isso (SCIACIA e VITA, 2004).

Uma nova perspectiva do empreendedorismo foi criada por Filion (1991) ao estabelecer a Teoria Visionária, na qual a visão de mundo e de si é a base sobre a qual se desenvolve o processo de estabelecimento da visão do empreendedor. Incluindo valores, atitudes, humor e intenções, que estabelecerão a forma de agir das pessoas. De acordo com Dolabela (2007, apud Filion, 1999, p. 19) a teoria visionária ampliou o campo da ação empreendedora quando disse que um empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões, além de ser uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos, mantendo um nível de consciência do ambiente em que vive e utilizando-o para detectar oportunidades de negócios.

A segunda perspectiva do empreendedorismo apontada por Filion (1999) é a comportamental, onde David McClelland (1951) deu início à contribuição das ciências do comportamento para o empreendedorismo. Tratando das responsabilidades individuais na criação e gestão de negócios, tendo como fundamento as características psicológicas e comportamentais dos empreendedores. Sua atenção é concentrada sobre o desejo de realização, controlada pela razão. Depois de McClelland, os comportamentalistas dominaram o campo do empreendedorismo, e entre as características atribuídas por eles aos empreendedores estão a inovação, liderança, criatividade, iniciativa, autoconfiança e necessidade de realização. Ainda em Ferreira, Ramos e Gimenez (2006) há uma terceira linha de estudo que se confunde muito com a segunda, que é a abordagem sociológica. Nesta, assim como nas anteriores, destaca-se o papel do empreendedor como inovador e criador de negócios, porém, as características sociais do grupo no qual o indivíduo está inserido também são consideradas.

Segundo Hisrich e Peters (2004) entre as atuais definições, o empreendedorismo pode ser entendido como o processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal.

Características Comportamentais Empreendedoras de McClelland

David McClelland (1961) entende que as pessoas são classificadas de acordo com seus comportamentos e dividem-se em dois grupos, sendo um deles composto por uma minoria que, quando desafiada por uma oportunidade, se dispõe a trabalhar duramente para conseguir realizar algo. No outro grupo está a maioria que, não se importa tanto em conseguir alcançar objetivos e não são movidas pela necessidade de realização. As pessoas que possuem essa necessidade se destacam independente de suas atividades, pois fazem com que as coisas realmente aconteçam.

Os estudos sobre as características empreendedoras, de forma geral, podem ser associadas à McClelland (1976). Até os anos 90 houve uma considerável ascensão das pesquisas sobre as características e traços de personalidade dos empreendedores. Muito embora os resultados tenham se mostrado surpreendentes durante cerca de 20 anos. A partir de características do comportamento empreendedor identificadas em empresários bem sucedidos de vários contextos culturais, McClelland desenvolveu um instrumento para medir o potencial empreendedor de cada uma destas características. Baseado na crença de que o estudo da motivação, além de levar em consideração a necessidade de realização dos empreendedores, deve também considerar que eles são motivados pelas suas necessidades de afiliação/planejamento e poder. E é a partir dessas necessidades que o autor identificou dez características comportamentais empreendedoras, sendo elas: busca de oportunidade e iniciativa; persistência; comprometimento; exigência de qualidade e eficiência; correr riscos calculados; estabelecimento de metas; busca de informações; planejamento e monitoramento sistemático; persuasão e rede de contatos e, independência e autoconfiança.

De acordo com McClelland (apud MACHADO; ESPINHA, 2007) empreendedores bem-sucedidos apresentam comportamento marcado pela pró-atividade, orientação para realização, compromisso com os outros, além da motivação para realizar, persistência na conquista dos objetivos, criatividade, autoconfiança, capacidade de assumir riscos, capacidade de delegar tarefas e decisões, capacidade para detectar tendências futuras e espírito de liderança.

Prática Empreendedora em Instituições de Ensino Superior e Empreendedorismo acadêmico

Desde os primórdios de sua criação, a universidade vem se desenvolvendo e se estabelecendo como geradora e disseminadora do conhecimento para a sociedade (MELO, 2002). A produção do conhecimento justifica a sua existência, a partir de pesquisas que auxiliarão no suprimento das necessidades humanas.

Segundo Etzkowitz e Spivack (2001) o papel da universidade evoluiu a partir de três revoluções acadêmicas. De acordo com eles, a primeira revolução aconteceu no início do século XIX, e fez com que a universidade não se limitasse apenas à conservação e transmissão do conhecimento, mas que também incentivasse a pesquisa. No início do século XX, houve a segunda revolução acadêmica, onde a universidade passa a ter a missão de promover o desenvolvimento econômico e social. E, portanto, a terceira revolução, é a que acontece nos dias atuais, com o novo conceito de universidade empreendedora. No entanto, a cultura empreendedora ainda encontra-se em um movimento introdutório nas universidades brasileiras.

De acordo com Dolabela (1999), foi apenas no final dos anos sessenta que as pequenas empresas começaram a surgir em grande número e com sucesso, o que forçou as universidades a se adaptarem e a iniciar seus estudos nessa nova realidade. Foi então que, em 1981 surgiu o primeiro curso de empreendedorismo na escola de Administração da Fundação Getúlio Vargas. No entanto, o curso não apresentava possuir muito futuro da maneira como estava sendo executado. E por esse motivo o curso passou a ser direcionado para o estudo da direção em grandes empresas.

Práticas Inovadoras na Metodologia de Ensino-Aprendizagem

De acordo com Perrenoud (2000), a universidade deve renovar seus eixos de ensino, individualizando e diversificando os percursos da formação, introduzindo ciclos de aprendizagem, tornando a pedagogia diferenciada, direcionando sua metodologia para uma avaliação mais formativa do que normativa, a partir do desenvolvimento de projetos, do trabalho em equipe dos docentes, da responsabilização pelos alunos, devendo recorrer por trabalhos de problemas abertos e por situações-problema, o que desenvolverá as competências e a transferência de conhecimentos.

O autor recomenda 10 (dez) novas competências para ensinar que, auxiliarão na introdução de novas práticas de ensino. Dentro de cada uma das 10 (dez) novas competências foram determinadas práticas a serem trabalhadas pelos docentes, para obtenção de uma formação contínua, assim como demonstra o Quadro 01.

Uma formação acadêmica que tem por objetivo desenvolver todas as características empreendedoras de seus discentes necessita adequar seus conteúdos e práticas didático-pedagógicas e, segundo Hynes (1996), deve incorporar métodos formais e informais. O aspecto formal tem a função de prover aos alunos teorias e conceitos que darão suporte ao campo do empreendedorismo, sendo ministradas por meio de palestras e sugestões de leituras, nos quais o professor age facilitando o processo de aprendizagem. O aspecto informal tem a função de combinar e integrar-se com os aspectos formais, na construção de habilidades, no desenvolvimento de atributos (qualidades) e mudança de comportamento. Para isso, devem-se adotar métodos didáticos mais apropriados, como: estudo de casos, visita a empresas, *brainstorming*, projetos desenvolvidos em grupos, simulações etc. Dessa maneira, os alunos tem a possibilidade de aplicar as teorias aprendidas na prática do mercado ou, pelo menos, visualizá-las na prática. Percebe-se que as características do ensino de empreendedorismo são diferentes das didáticas tradicionais de ensino, ou os adotam de forma complementar (HYNES, 1996).

Quadro 01 - Dez Competências Educacionais Para a Formação Contínua

COMPETÊNCIAS	PRÁTICAS A SEREM TRABALHADAS
1. Organizar e dirigir situações de aprendizagem.	1.1 Conhecer os conteúdos a serem ensinados e objetivos da aprendizagem; 1.2 Trabalhar a partir das representações dos alunos; 1.3 Trabalhar a partir dos erros e dos obstáculos à aprendizagem; 1.4 Construir e planejar dispositivos e sequências didáticas; 1.5 Envolver os alunos em atividades de pesquisa e projetos científicos.
2. Administrar a progressão do aprendizado.	2.1 Conceber situações-problema ajustadas ao nível dos alunos; 2.2 Adquirir uma visão longitudinal dos objetivos do ensino; 2.3 Estabelecer teorias subjacentes às atividades de aprendizagem; 2.4 Observar e avaliar de modo formativo os alunos; 2.5 Fazer balanços periódicos de competência e tomar decisões de progressão.
3. Conceber e fazer evoluir os dispositivos de diferenciação.	3.1 Administrar a heterogeneidade da turma; 3.2 Ampliar a gestão de classe para um espaço mais vasto; 3.3 Fornecer apoio integral; 3.4 Desenvolver o ensino mútuo entre os alunos.
4. Envolver os alunos em suas aprendizagens e em seu trabalho.	4.1 Suscitar o desejo de aprender e desenvolver no aluno a capacidade de auto-avaliação; 4.2 Oferecer atividades opcionais de formação; 4.3 Incentivar o aluno a definir um projeto pessoal.
5. Trabalhar em equipe.	5.1 Elaborar projetos em equipe; 5.2 Dirigir grupos de trabalho, conduzir encontros, debates e reuniões; 5.3 Formar uma equipe pedagógica; 5.4 Analisar em conjunto situações complexas, práticas e problemas profissionais; 5.5 Administrar conflitos interpessoais entre os alunos.
6. Participar da administração da instituição de ensino.	6.1 Elaborar projetos para a instituição de ensino; 6.2 Administrar os recursos da instituição de ensino; 6.3 Organizar e evoluir a participação dos alunos com a unidade.
7. Informar e envolver a instituição de ensino e a comunidade.	7.1 Dirigir palestras e, eventos; 7.2 Envolver toda a comunidade na construção de saberes.
8. Utilizar novas tecnologias.	8.1 Ter acesso a laboratórios modernos; 8.2 Utilizar <i>softwares</i> atuais; 8.3 Elaborar projetos, produtos e serviços inovadores.
9. Enfrentar os deveres e os dilemas da profissão.	9.1 Lutar contra o preconceito e a discriminação sexual, étnica e social; 9.2 Propor regras comuns a todos; 9.3 Desenvolver o senso de responsabilidade, solidariedade e, o sentimento de justiça.
10. Administrar sua própria formação contínua.	10.1 Saber explicitar as próprias práticas educacionais; 10.2 Estabelecer um programa de formação contínua; 10.3 Envolver-se em tarefas da instituição de ensino; 10.4 Acolher a formação dos outros professores e participar dela.

Fonte: Adaptado de Perrenoud (2000).

De acordo com Filion (1999), os métodos tradicionais de ensino não oferecem suporte ao aprendizado e, ao desenvolvimento das habilidades empreendedoras já que, conteúdos muito teóricos e limitados ao ambiente da sala de aula não permitem que a formação dos potenciais empreendedores aconteça alinhada à realidade do mercado. Pois, o desenvolvimento do empreendedorismo como disciplina não segue um padrão semelhante ao de outras disciplinas. Com isso, torna-se dificultoso adequar o ensino de empreendedorismo com o ensino de outras disciplinas da área de Administração.

Drucker (1987) afirmava que o empreendedorismo não é nem ciência e, nem arte. É uma prática. Para tanto, o conhecimento necessário para a criação de um empreendimento é definida pela prática e experiência. Segundo Dolabela (1999b) os alunos pré-empresendedores precisam ser submetidos a situações similares àquelas que encontrarão na prática.

Souza e Guimarães (2006) discorreram em seu estudo sobre os métodos e técnicas utilizados pelos professores que ensinam empreendedorismo, e afirmaram que os mesmos ainda são os tradicionais. Consideraram que esses profissionais não receberam capacitação específica para lidar com o tema, pois ainda reproduzem técnicas e métodos a que foram submetidos na condição de estudantes ou aprendidos no cotidiano diário em sala de aula.

Corroborando, Ramos e Ferreira (2004) identificaram que nas disciplinas de empreendedorismo já implantadas em IES ainda há falta da aplicação de metodologias que permitam a interação dos alunos entre o saber e o fazer, ou seja, entre a teoria e a prática. No entanto, Dolabela (2003) em sua obra Oficina do Empreendedor, contribui com instrumentos que podem ser utilizados, desenvolvidos e modificados em sala de aula para a construção de um ambiente favorável ao desenvolvimento das características comportamentais empresenedoras nos alunos, sendo eles:

- a) depoimentos e entrevistas com empresenedores de sucesso;
- b) incentivo a criação de um plano de negócio, a partir da inovação de um produto ou serviço com vantagens competitivas;
- c) utilização de filmes e textos no processo de análise de oportunidade;
- d) estabelecimento de uma rede de relações;
- e) ter um conselheiro (padrinho);
- f) testar ideias de empresas;
- g) demonstrar técnicas de negociação.

Para Ramos; Ferreira, 2004; Ferreira; Mattos, 2003; Souza et al., 2005, as práticas que se mostraram mais incentivadoras ao empreendedorismo foram as que estavam mais focadas em desenvolvimento de um produto ou empresa fictícia, na simulação de negócios, jogos, visitas a empresas e empresenedores. Observaram ainda as praticas de orientações ou aconselhamento individuais, grupos de discussões, trabalhos em grupo e treinamento prático em uma empresa real.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa de campo se deu no curso de graduação em Administração, o qual obteve um conceito nota 4 (quatro) na edição do ENADE de 2012, sendo considerado o melhor curso dentre as universidade federais da região Norte do país. O curso pertence ao Núcleo de Ciências Sociais Aplicadas – NUCSA da Fundação Universidade Federal de Rondônia - UNIR, localizada na cidade de Porto Velho, capital do Estado de Rondônia, Brasil. Para tanto, foram definidos como foco desta pesquisa os docentes e discentes do segundo, quarto, sexto e oitavo períodos de Administração.

Para obtenção da resposta ao problema proposto, o método de pesquisa se classifica como qualitativo-quantitativo. Quanto ao método de abordagem foi utilizado o hipotético dedutivo, onde são formuladas conjecturas ou hipóteses para tentar explicar o fenômeno (GIL, 2002). Como ferramenta na busca de informações foi utilizado o método de levantamento *survey* que, segundo Malhotra (2001, p.179):

[...] o método *survey* utiliza um questionário estruturado dado a uma amostra de uma população destinada a provocar informações específicas dos entrevistados [...] a coleta estruturada de dados utiliza um questionário formal que apresenta questões em uma ordem pré-determinada.

O levantamento pode ser classificado no delineamento de corte transversal, onde os dados são coletados em um ponto no tempo e servem para descrever uma população em determinado momento (SIENA, 2011).

Tomou-se como população desta pesquisa os docentes e discentes do curso de graduação em Administração de uma instituição de ensino superior pública em Porto Velho/RO, que totalizam uma população de 139 discentes, pertencentes aos 2º, 4º, 6º e 8º períodos e, uma população de 14 docentes do curso. A pesquisa foi realizada no período de janeiro a fevereiro de 2014, por meio informatizado disponível no site www.drive.google.com com o aplicativo *Google Docs* que permite a confecção de questionários de forma prática e inteligente, como também foram aplicados questionários *in loco*, para melhor alcance do público da pesquisa.

O questionário utilizado como instrumento de coleta de dados foi respondido por um total de 51 discentes, representando uma amostra de 37% da população, e por um total de 12 docentes, representando uma amostra de 86% da população. Para a análise quantitativa foi utilizado questionário de David McClelland (1972), composto por 55 (cinquenta e cinco) afirmativas para medir o perfil empreendedor dos indivíduos.

Para validação do instrumento de coleta, primeiramente o questionário foi aplicado a 5 (cinco) alunos como teste piloto, para verificação de alguma inconsistência. Como não foram identificados erros, o questionário foi disponibilizado a todos que compunham a população da pesquisa para obtenção da amostra necessária ao estudo. Posteriormente, os dados obtidos foram agrupados e tabulados de acordo com os objetivos da pesquisa.

. As respostas do questionário são baseadas em uma Escala social de *Likert* para determinar a concordância ou discordância dos enunciados. E respeitam uma escala de 5 (cinco) pontos, sendo eles: 1 = nunca; 2 = raramente; 3 = às vezes; 4 = frequentemente e, 5 = sempre; que verifica as Características Comportamentais Empreendedoras – CCEs de cada respondente.

Para facilitar a visualização das CCEs de McClelland (1961) em quadros, tabelas e gráficos, foi elaborado o Quadro 02 com a nomenclatura de cada uma das dez características e seu respectivo identificador.

Quadro 02 - Identificadores das CCEs

CCE	IDENTIFICADOR
Busca de oportunidade e iniciativa	Boport
Persistência	Pers
Comprometimento	Compro
Exigência de qualidade e eficiência	ExigQE
Correr riscos calculados	Riscalc
Estabelecimento de metas	EstMetas
Busca de informações	Binfor
Planejamento e monitoramento sistemático	PlanejMS
Persuasão e rede de contatos	PersRC
Independência e autoconfiança	IndepAC

Fonte: Adaptado de Bartel (2010)

Para a realização do tratamento dos dados a partir da aplicação dos questionários, foram utilizados quadros, tabelas e gráficos para demonstração das análises qualitativas e quantitativas.

Para obter o resultado da pontuação de cada CCE avaliada no questionário, McClelland (1961) foi proposto um quadro de avaliação, o qual realizará somas e subtrações para determinar o perfil empreendedor de cada respondente. Cada CCE representa cinco questões alternadas no questionário o que dá um total de 50 (cinquenta) questões, no entanto, para verificar o quanto o respondente se valorizou no teste são inclusas mais cinco questões para o fator de correção, totalizando as 55 (cinquenta e cinco) afirmativas contidas no questionário. Caso o total da equação das questões (11, 22, 33, 44, 55) do Fator de correção seja superior a 20 (vinte), deve-se realizar a correção da pontuação das 10 (dez) CCEs do respondente, conforme McClelland (1961).

Após a verificação da pontuação de correção, deve-se substituí-la nas demais CCE para obtenção do valor exato para se determinar o perfil empreendedor do respondente, utilizando-se da seguinte fórmula: Característica = Pontuação (-) Fator de Correção.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Perfil empreendedor dos discentes e docentes do curso de Administração de acordo com o enquadramento das Características Comportamentais Empreendedoras de David McClelland

Para identificação dos atores da pesquisa, no Quadro 03 são apresentadas informações do perfil sócio demográfico dos discentes e docentes participantes.

Quadro 03 - Perfil Sócio Demográfico dos Atores da Pesquisa

Atores	Amostra	Gênero		Faixa Etária					
		Masculino	Feminino	18-25	26-35	36-45	46-55	56-65	66-75
Discentes	51	24	27	34	09	07	01	-	-
Docentes	12	07	05	-	01	03	03	02	03

Fonte: Dados da pesquisa (2014)

Como observado, da amostra obtida verifica-se que 47% dos discentes são do gênero masculino e, 53% do gênero feminino, onde nota-se que há uma pequena predominância do gênero feminino nos discentes que cursam a graduação em Administração. Já em relação à amostra obtida com os docentes, nota-se que, 58% são do gênero masculino e, 42% pertencem ao gênero feminino, deflagrando-se a predominância de docentes do gênero masculino do curso.

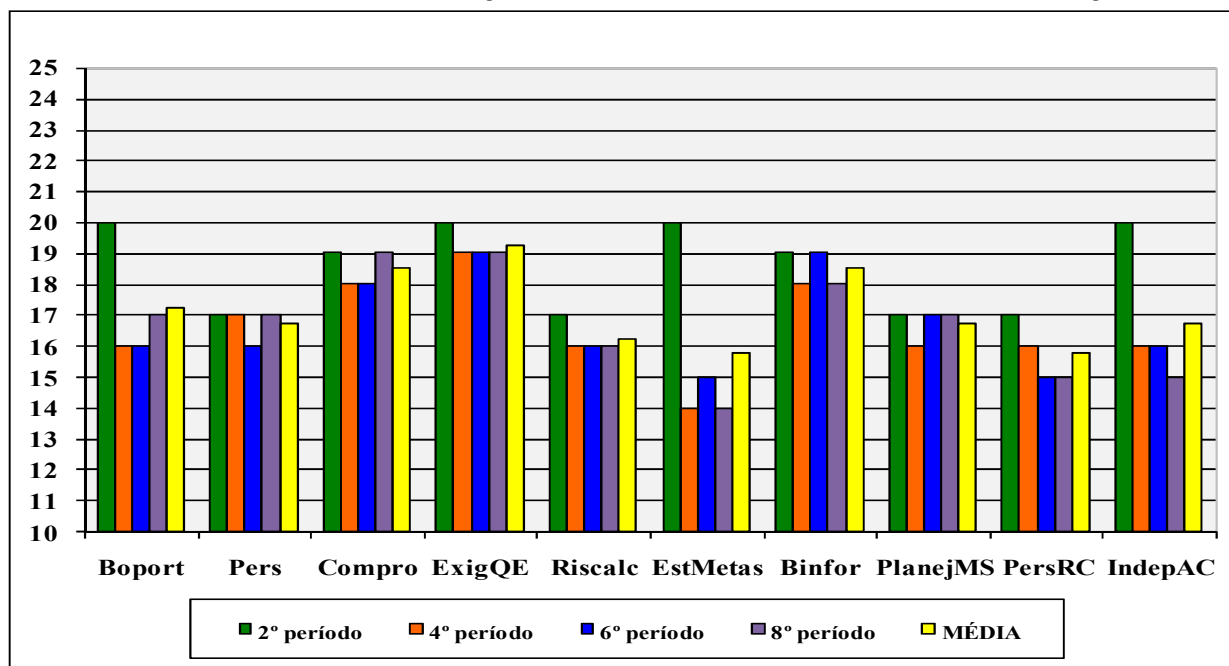
Perfil Empreendedor dos discentes da IES pesquisada

O conjunto das Dez CCEs medidas pelo Questionário de McClelland (1961) identifica o perfil empreendedor dos respondentes. O resultado foi calculado a partir da média corrigida da pontuação de cada CCE, onde só é considerada desenvolvida a CCE que obtiver pontuação igual ou superior a 15 (quinze) pontos, abaixo dessa pontuação é caracterizado por não possuir tal CCE.

De acordo com o resultado apresentado constatou-se que, de uma forma geral os discentes possuem um perfil empreendedor desenvolvido, levando-se em conta a pontuação mediana das CCEs. No entanto, verificou-se que, ainda há carência no desenvolvimento da CCE “Estabelecimentos de Metas” nos discentes do 4º e 8º períodos, pois não obtiveram a pontuação mínima exigida nesta CCE.

No Gráfico 01 pode ser observada a média da pontuação geral dos discentes do curso de Administração, de acordo com cada período para uma análise conclusiva das pontuações dos discentes nas suas CCEs.

Gráfico 01 - Média da Pontuação das Dez CCEs dos Discentes de Administração



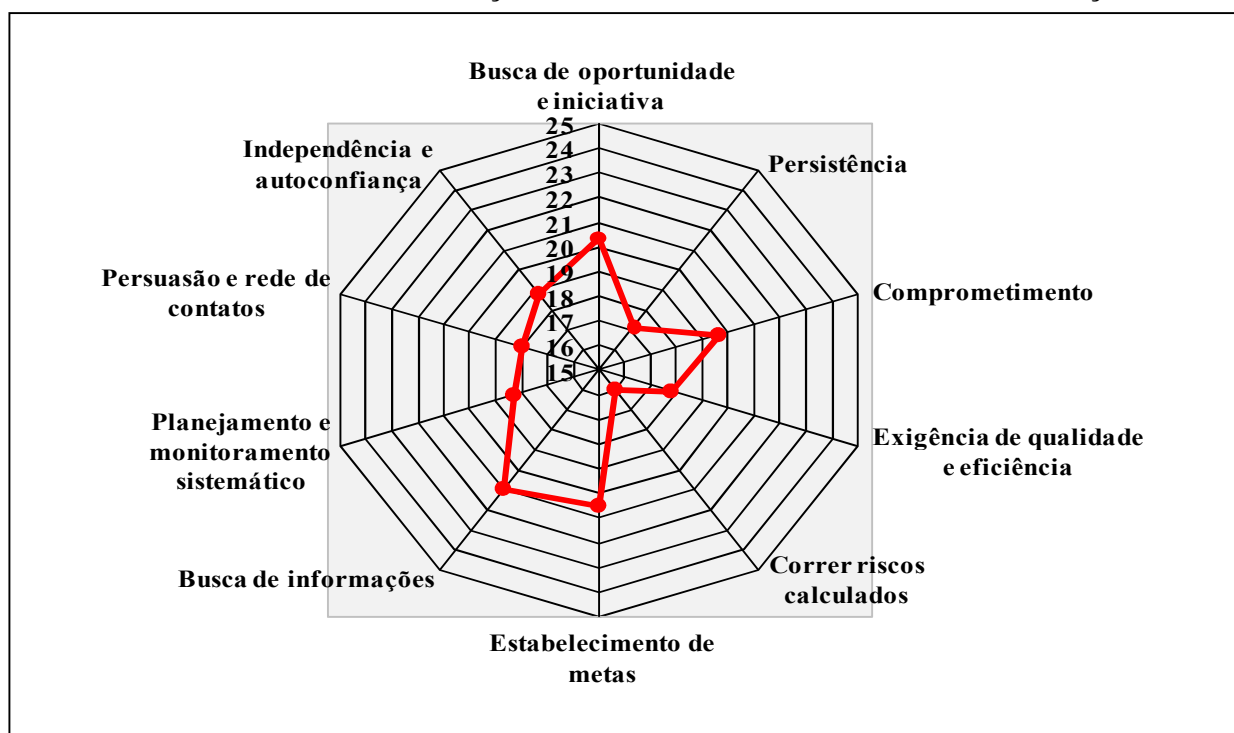
Fonte: Dados da Pesquisa (2014)

Por outro lado, chama a atenção os resultados positivos obtidos para as características “Exigência de qualidade e eficiência”, “Comprometimento” e “Busca de Informações”. Onde de acordo com a teoria, os discentes podem se mostrar exigentes na qualidade de suas ações e trabalhos, além de realizarem suas tarefas em tempo hábil com resultados de excelência, fazendo uso de procedimentos com altos padrões de qualidade.

Perfil Empreendedor dos docentes da IES pesquisada

Com o propósito de verificar se os docentes da IES possuem um perfil empreendedor, foi feita a análise das suas pontuações obtidas no Questionário de McClelland (1961), as quais podem ser vistas no Gráfico 02, que contém a média corrigida da pontuação de cada CCE dos docentes.

Gráfico 02 - Média da Pontuação das Dez CCEs dos Docentes de Administração



Fonte: Dados da Pesquisa (2014)

Verificou-se que, os docentes do curso de Administração possuem um perfil empreendedor bem desenvolvido. Pois, obtiveram pontuação acima da exigida em todas as CCEs, com destaque para a CCE Busca de Informações, onde alcançaram pontuação média de 21 pontos. Essa CCE é caracterizada pela busca pessoal de informações pertinentes à área de trabalho que, no caso dos docentes, buscam informações de teorias, fatos, acontecimentos, exemplos e casos atuais a respeito das disciplinas que ministram.

No entanto, obtiveram pontuações mais baixas nas CCEs “Correr riscos calculados” e “Persistência”. Conforme a teoria, possivelmente os docentes não desenvolveram tão bem suas capacidades de avaliar, calcular e reduzir riscos, nem sempre agem de forma a controlar os resultados ou não aceitam tantos desafios. Bem como, raramente não tomam atitudes necessárias a superarem obstáculos e algumas vezes não fazem sacrifícios pessoais quando preciso.

Práticas empreendedoras na metodologia de ensino-aprendizagem utilizadas pelos docentes e práticas empreendedoras percebidas pelos discentes

O instrumento aplicado aos docentes e discentes permitiu o estudo da atual situação do ensino da IES pesquisada, com foco na metodologia de ensino-aprendizagem praticada pelos docentes em suas disciplinas. O Quadro 04 demonstra quais são as práticas empreendedoras utilizadas pelos docentes e, quais são as práticas empreendedoras percebidas pelos discentes nas aulas.

Quadro 04 - Práticas Empreendedoras na Metodologia de Ensino-Aprendizagem

PRÁTICAS EMPREENDEDORAS NO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO			
Utilizada pelos Docentes	Incidência	Percebidas pelos Discentes	Incidência
Estudo de caso (Artigos científicos)	04	Estudo de caso (Artigos científicos)	06
Visita a empresas	02	Visita a empresas	05
Oficina de Vídeos	01	Oficina de Vídeos	05
Palestras	01	Palestras	03
Seminários/debates	02	Seminários/debates	06
Prestação de consultoria	02	Prestação de consultoria	04
Dinâmicas	01	Dinâmicas	09
Simulação de mercado	01	Simulação de mercado	03
Jogos estratégicos	03	Jogos estratégicos	07
Elaboração de Plano de negócio	01	Elaboração de Plano de negócio	06
Participação da Feira do Empreendedor	01	Participação da Feira do Empreendedor	03
Desenvolvimento de novos produtos	01	-	-
Bingo de autógrafos (revisão da literatura)	01	-	-
Elaboração de Plano de ação	02	-	-
Fóruns e Chats	01	-	-
Ludopedagogia	01	-	-
Resenhas/Mini-ensaios	01	-	-

Fonte: Dados da pesquisa (2014)

De acordo com os resultados mostrados no quadro 11, os docentes executam uma série de práticas empreendedoras na sua metodologia de ensino-aprendizagem, abandonando as suas antigas funções de apenas transmissores do conhecimento. Os docentes devem criar um ambiente favorável para que os alunos possam desenvolver e reforçar suas CCEs diferenciadas. Como visto, os docentes estão adotando outras maneiras de transmitir conhecimento e prática no ambiente acadêmico, estão trazendo novos instrumentos e métodos que melhoram o aprendizado, dando oportunidade aos discentes de obterem sucesso profissional e pessoal após a conclusão do curso. No entanto, recomenda-se a adoção de outras práticas empreendedoras na metodologia utilizada pelos docentes, para que as já utilizadas não se tornem demasiadas utilizadas e ultrapassadas.

Introdução de novas práticas empreendedoras na metodologia de ensino-aprendizagem executada pelos docentes

Após a verificação das práticas empreendedoras já executadas pelos docentes, foram formuladas no Quadro 05, propostas de outras novas práticas empreendedoras a serem introduzidas na metodologia de ensino-aprendizagem dos docentes do curso de Administração da IES pesquisada, com base nas recomendações da literatura e, também nas sugestões dos discentes abrangidos pela amostra da pesquisa.

Quadro 05 - Novas práticas empreendedoras na metodologia de ensino-aprendizagem

Novas práticas empreendedoras	Descritiva da Prática
Fazer uso de novas tecnologias	Utilizar microcomputadores modernos; Adquirir ferramentas multimídia.
Utilizar <i>Software</i> moderno	Adquirir softwares e programas simuladores atuais.
Realizar aconselhamentos individuais	Determinar um dia da semana para conversar com os discentes de forma individualizada.
Análise real do mercado	Trazer informações de empresas reais para serem analisadas pelos discentes.
Elaborar oficinas e Projetos	Cria situações onde o discente tenha que programar e realizar eventos.
Utilizar filmes, noticiários e internet	Trazer a sala notícias globais; filmes atuais que tratam do contexto empreendedor e empresarial; Elaborar questionários on-line com <i>feedback</i> .
Visitar organizações educacionais como: SEBRAE, IFRO, FIERO.	Levar os discentes a visitas a organizações que promovam o empreendedorismo.
Realizar pesquisas de mercado	Fazer com que os discentes analisem os nichos de mercado e a concorrência.
Realizar palestras com gerentes de empresas	Trazer exemplos de empresários bem sucedidos.
Realizar entrevistas e palestras com empreendedores locais	Mostra as vantagens de empreender na localidade.
Realizar palestras com alunos já formados	São modelos de referência aos que ainda estão estudando.
Criar Evento para semana do Empreendedor	Possibilita novas fontes de conhecimento sobre o assunto.
Criar produtos e/ou serviços inovadores	Estimula a criatividade e o senso de inovação nos discentes.
Incentivar programas de extensão	Envolve os discentes em pesquisas e grupos científicos.
Novas formas de avaliação	Não faz uso de provas escritas; torna a avaliação dinâmica e interativa.
Métodos de auto-aprendizado	Faz uso de novos métodos e, não apenas recomenda literaturas.

Fonte: Elaborado pelos autores (2014)

A introdução de novas práticas empreendedoras na metodologia de ensino-aprendizagem deve ser feita de forma frequente e intensa em todos os períodos do curso. Para que, desde o início os discentes já sejam expostos as práticas empreendedoras, fazendo com que desenvolvam mais e melhor suas habilidades e características comportamentais voltadas para o empreendedorismo. Os docentes devem desenvolver

quantas forem necessárias situações diferentes de ensino, pois diversos são os tipos de alunos e, cada um desenvolve suas CCEs de uma forma.

Com a introdução de novas práticas na metodologia de ensino-aprendizagem, os discentes poderão aplicar as teorias aprendidas na prática, ou pelo menos poderão visualizá-las na prática. Pois, o conhecimento necessário para se tornar empreendedor é obtido através da exposição a práticas diferenciadas e novas experiências. Assim, os docentes podem utilizar; desenvolver e modificar instrumentos para a construção de um ambiente propício ao desenvolvimento de novos empreendedores. E com isso, os discentes concluirão o curso superior aptos a serem empreendedores de seus próprios negócios, assim como empreenderem em qualquer organização voltada para o mercado ou sociedade.

DISCUSSÃO E CONCLUSÕES

O presente estudo teve como objetivo geral caracterizar o perfil empreendedor dos discentes e docentes de uma unidade acadêmica sob o enfoque das características comportamentais empreendedoras de David McClelland e das práticas empreendedoras no processo ensino-aprendizagem.

Como conclusão do primeiro objetivo específico de identificar o perfil empreendedor dos discentes e docentes do curso de Administração de acordo com o enquadramento das características comportamentais empreendedoras de David McClelland, verificou-se que de uma forma geral os discentes do curso de Administração da IES pesquisada possuem um perfil empreendedor de acordo com a classificação das dez CCEs de McClelland, onde a CCE Exigência de Qualidade e Eficiência foi a que obteve maior destaque. Já na análise do perfil dos docentes, pode-se concluir que os mesmos possuem um perfil bem desenvolvido voltado para o empreendedorismo, os quais se mostraram possuidores das dez Características Comportamentais Empreendedoras. Dentre elas a CCE Busca de Informações foi identificada como a mais desenvolvida e a CCE Correr Riscos Calculados como a menos observada.

Na verificação de quais são as práticas empreendedoras de ensino-aprendizagem utilizadas pelos docentes e, quais são as práticas empreendedoras percebidas pelos discentes, foi visto que os docentes fazem uso de uma série de práticas inovadoras aos ministrarem suas disciplinas no curso e, que, a maioria dessas práticas também foi identificada pelos discentes. Onde se conclui que, os docentes da IES já estão reformulando suas metodologias e, as pondo em prática.

No estudo foram apontadas foram apontadas novas práticas empreendedoras a serem introduzidas na metodologia de ensino-aprendizagem, com o objetivo de diversificar e enriquecer o ensino no curso.

Mesmo não fazendo parte dos objetivos iniciais desta pesquisa, foram verificadas informações de alta relevância no estudo. De acordo com a amostra cerca 49% dos discentes pretendem empreender seu próprio negócio, 35% almejam ser empreendedores no serviço público, 6% serão empreendedores no negócio da família, 2% empreenderão na iniciativa privada e, 8% não pretendem ser empreendedores. Nota-se que, a maioria já possui o desejo de ser empreendedor no negócio dos seus sonhos, o que leva a concluir que, eles já possuem planos e metas definidas para suas vidas pessoais e profissionais.

Por fim, considera-se relevante para complementação deste trabalho, a continuidade de estudos que podem trazer outras visões acerca do que foi aqui apresentado, bem como a realização de uma pesquisa de monitoramento do perfil empreendedor dos discentes do curso desde o primeiro período até a sua conclusão,

onde será verificado o perfil empreendedor desse acadêmico assim que ingressar na universidade e, ao final de cada período, levando em conta o valor que será agregado a este acadêmico a cada semestre e, no último período verificar a evolução das CCEs dos discentes, demonstrando qual é o perfil empreendedor do acadêmico concluinte do curso.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Flávio de. Como ser empreendedor de sucesso. Belo Horizonte: Ed Leitura, 2001.
- BARTEL, Gonter. Análise da Evolução das Características Comportamentais Empreendedoras dos Acadêmicos do Curso de Administração de uma IES Catarinense. Dissertação de Mestrado, 2010.
- DOLABELA, F. C. O empreendedorismo virou moda? Disponível em: <<http://www.starta.com.br/informe/13/artigodolabela.asp>>. Acesso em: 10 jan. 2014.
- DOLABELA, F. O segredo de Luiza: oficina do empreendedor. São Paulo: Cultura, 1999.
- DOLABELA, F. Oficina do empreendedor. 5ª reimpr. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999a.
- DOLABELA, F. O ensino de empreendedorismo: panorama brasileiro. In: INSTITUTO EUVALDO LODI. Empreendedorismo: ciência, técnica e arte. Brasília: CNI. IEL Nacional, 1999b.
- DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2001.
- DRUCKER, P. F. Inovação e espírito empreendedor. São Paulo: Pioneira, 1987.
- ETZKOWITZ, H.; SPIVACK, R. N. Networks of Innovation: Science, Technology and Development in the Triple Helix Era Technology Analysis & Strategic Management, Vol. 13 Issue 4, p507-521, Dec 2001.
- FERREIRA, P. G. G.; MATTOS, P. L. C. L. Empreendedorismo e práticas didáticas nos cursos de graduação em administração: os estudantes levantam o problema. In: Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, XXVII, 2003, Atibaia. Anais: Bourbon Atibaia Hotel, 2003.
- FERREIRA, Jane M.; RAMOS, Simone C.; GIMENEZ, Fernando A.. Estudo Comparativo das Práticas Didático-Pedagógicas do Ensino de Empreendedorismo em Universidades Brasileiras e Norte-Americanas. Revista Alcance, UNIVALI, v.13, n.2, p.207-225, mai./ago., 2006.
- FILLION, L. J. Empreendedorismo: Empreendedores e Proprietários-gerentes de Pequenos Negócios. HEC Paris, The University of Montreal Business School, 1991.
- FILLION, L. J. Entrepreneurship as a Subject of Higher Education, In: Seminário: A Universidade Formando Empreendedores. Brasília, 1999.
- FILLION, L. J. Empreendedorismo e gerenciamento: processos distintos, porém complementares. São Paulo: Revista de Administração de Empresas, v. 40, n. 3, jul./set.2000.
- GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- HYNES, B. Entrepreneurship education and training – introducing entrepreneurship into nonbusiness disciplines. Journal of European Industrial Training, v. 20, n. 8, p. 10-17, 1996.
- KIRZNER, I.M. The Economic Point of View: an Essay in the History of Economic Thought. Kansas City: Sheed and Ward, 1976.
- MACHADO, H. V.; ESPINHA, P. G. Considerações sobre a mortalidade de pequenas empresas. In: MACHADO, H. V. (org). Causa de mortalidade de pequenas empresas: coletânea de estudos. Maringá: Eduem, 2007.
- MALHOTRA, N. Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada. 3ª ed. (N. Montingelli Jr. & A. de Farias, Trads). Porto Alegre: Bookman, 2001.
- MCCLELLAND, D. C. The personaly. New York: William Sloane, 1951.
- MCCLELLAND, D. C. The Achieving Society. New York: Free press, 1961.
- MCCLELLAND, D. C.; WINTER, D. J. Motivating economic achievement. New York: Free Press, 1971.
- MCCLELLAND, D. C. A sociedade competitiva realização e progresso social. Rio de Janeiro: Expressão e cultura, 1972.
- MCCLELLAND, D. C.; BURNHAM, D. H. Power is the great motivator. Harvard Business Review, March-April, 100-110, 1976.

MELO Pedro A. A cooperação universidade/empresa nas universidades públicas brasileiras. 2002. 330f. Tese de Doutorado em Engenharia de Produção - Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2002.

PEÑALOZA, Verónica; BASTOS, Adriana T. O perfil dos alunos do curso de Administração, sob a perspectiva empreendedora. Artigo científico, 2005.

PERRENOUD, Philippe. Dez novas competências para ensinar. Porto Alegre: Artes Médicas Sul, 2000.

RAMOS, S.; FERREIRA, J. Levantamento das práticas e conteúdos do ensino de empreendedorismo nos cursos de graduação em administração da cidade de Curitiba – PR. In: Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, XXVIII. CD-ROM, Anais: Curitiba, 2004.

SCIACIA, Salvatore; VITA, Riccardo de. The development of entrepreneurship research. Série Economia Aziendale Liuc Papers. n. 146, 2004.

SIENA, Osmar. Metodologia da pesquisa científica: elementos para elaboração e apresentação de trabalhos acadêmicos. Porto Velho: [s.n.], 2007, 200 p. Revisado, 2011.

SOUZA, E. C. L. de; SOUZA, C. C. L. de; ASSIS, S. de A. G.; ZERBINI, T. Métodos e técnicas de ensino e recursos didáticos para o ensino do empreendedorismo em IES brasileiras. In: ENANPAD - Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós- Graduação em Administração, 28. Anais, Curitiba, PR, 2004.

SOUZA, E. C. L. et al. Métodos, técnicas e recursos didáticos de ensino de empreendedorismo em IES brasileiras. Empreendedorismo além do plano de negócio. São Paulo: Editora Atlas, 2005.

SOUZA, Eda Castro L. de; GUIMARÃES, Tomás de A. Empreendedorismo além do plano de negócio. São Paulo: Atlas, 2006.