

Preditores do Perfil Empreendedor dos Discentes dos Cursos de Administração

Autoria: Emanuela Sousa Ferreira Gomes, Joana Ancila Pessoa Forte, Gustavo Henrique de Oliveira Melo, Raimundo Eduardo Silveira Fontenele

Resumo

O empreendedorismo vem se tornando, cada vez mais, foco de estudo das universidades e centros de pesquisa. Um dos campos de pesquisa que tem tido um crescente interesse é o desenvolvimento de metodologias capazes de mensurar quantitativamente o perfil empreendedor. Contrariamente aos que postulam a existência do empreendedor nato, alguns estudiosos da área defendem que este perfil pode ser trabalhado, sendo a formação acadêmica um dos caminhos mais palpáveis para tal fim. Assim, o presente estudo buscou identificar as principais variáveis discriminatórias do perfil empreendedor dos discentes dos cursos de Administração das IES de Fortaleza no Estado do Ceará, bem como determinar a função discriminante dos tipos de perfis empreendedores, tomando como base teórica o trabalho realizado por David McClelland (1961). Esta pesquisa desenvolveu uma *survey* com uma amostra de 358 casos. Os dados foram tratados por meio da análise discriminante múltipla *stepwise*, que identificou três dos vinte e dois fatores que mais influenciam a percepção da qualidade. Foram eles: o fato do aluno ter ou estar cursando uma pós-graduação, ter cursos na área de empreendedorismo e o turno em que estuda. Esse resultado auxilia as organizações a investirem em tais características para um resultado mais eficaz.

Introdução

No atual contexto de desafios e incertezas, o desenvolvimento das organizações depende, em grande parte, de indivíduos que conseguem identificar novas oportunidades de negócio através de um processo visionário, bem como combinar recursos e habilidades de forma inovadora para a concretização da idéia e conduzir de forma eficaz o empreendimento, objetivando o relacionamento amistoso entre a empresa, seus membros e o mercado.

O empreendedor precisa ter competências que possibilitem, não só inserir uma empresa no mundo dos negócios, como também manter sua sobrevivência. Ele deve estar capacitado para criar e, também, para conduzir sustentavelmente o processo criativo, elaborando estratégias que permitam o desenvolvimento da sua organização. O empreendedor é caracterizado como um indivíduo que possui altos níveis de energia e altos graus de perseverança e imaginação que, combinados com a disposição para correr riscos moderados, o capacita a transformar o que freqüentemente começa como uma idéia simples e mal definida em algo concreto (KETS DE VRIES, 2001).

O empreendedor é uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém um alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-o para detectar oportunidades de negócio (FILION, 1991). Por ser uma pessoa visionária e orientada para a realização, se dispõe a assumir riscos e é responsável por suas decisões. São inúmeros os traços que caracterizam o empreendedor, como a iniciativa, independência, autoconhecimento, autoconfiança, auto-motivação, criatividade, flexibilidade, energia, integridade, perseverança, otimismo, convencimento, planejamento, sensibilidade, resistência à frustração, relacionamento interpessoal, comunicação, organização, conhecimento de mercado, capacidade de identificar oportunidades e disposição para assumir riscos, aptidões empresariais, liderança, capacidade de negociação, entre muitos outros, que em conjunto, formam o perfil do empreendedor, determinando sua maneira de pensar e agir no propósito de criação de algo inesperado (BERNARDI, 2003; DOLABELA, 1999).

Ainda existe hoje a crença que o empreendedor é nato e que muito pouco se pode fazer por aqueles que nascem sem os atributos necessários. Segundo Aidar (2007) e Dolabela

(1999) o ensino nas áreas de Administração ou Negócios enfocam a formação de executivos para grandes empresas, sendo dada pouca atenção ao empreendedorismo como carreira. As pessoas têm a capacidade de serem treinadas, podendo ser empregadas ou empreendedoras, tudo depende de sua formação. A razão para existirem mais empregados é que nossas escolas treinam os jovens para serem empregados (KIYOSAKI E LECHTER, 2006). Os autores ainda reforçam afirmando que tudo começa com uma mudança de filosofia: mudando da segurança para a liberdade.

Estudos mostram que a formação de novas empresas tem uma forte relação com o mundo educacional, onde as Universidades devem investir no ensino do empreendedorismo como ferramenta para manutenção da empregabilidade de seus alunos, com o intuito de apresentar aos estudantes aptidões que tornem possível não só a sua inserção, mas a sobrevivência no mercado de trabalho, ou melhor, em uma sociedade altamente competitiva (BATISTA, 2004; SOUZA, 2001).

Para Souza (2001), algumas atividades desenvolvidas no âmbito da universidade contribuem positivamente para a formação empreendedora, entre as quais o autor destaca a realização de seminários com empresários de sucesso e o exame de estudo de casos em sala de aula.

Martens e Freitas (2008) verificaram a influência da disciplina de empreendedorismo nas intenções de direcionamento profissional dos estudantes de ensino superior, a partir da percepção dos que cursaram a disciplina. A pesquisa teve caráter descritivo, sendo que os dados foram coletados em dois momentos, no primeiro dia de aula e no último. Neste estudo, ficou evidenciada a contribuição da disciplina na intenção empreendedora, como também sua importância na formação profissional, facilitando e estimulando o comportamento empreendedor do grupo.

Contrariamente, Vianna (2004) propôs um estudo quantitativo não-experimental comparando o perfil empreendedor dos alunos do primeiro semestre com os do último semestre do curso de administração de empresas. Nesse estudo, não ficaram evidenciadas as contribuições da instituição para a formação empreendedora de seus alunos.

Em uma pesquisa mais recente desenvolvida por Ghobril et al. (2006), que objetivou avaliar a propensão a empreender de alunos do último ano de graduação em administração de empresas de uma universidade de São Paulo, dois fatores foram identificados como determinantes do interesse para empreender: 1) gênero: homens têm maior propensão a empreender do que mulheres, e 2) criatividade e inovação: alunos que se vêem como criativos e inovadores demonstraram maior propensão a iniciativas empreendedoras.

Neste aspecto, pressupõe-se que o início da construção de um empreendedor é de responsabilidade de sua formação acadêmica, devido ao seu poder de transformar o empreendedorismo em conteúdo de conhecimento.

Assim, esta pesquisa buscou identificar principais variáveis discriminatórias do perfil empreendedor dos egressos dos cursos de Administração das IES de Fortaleza no Estado do Ceará, a partir do modelo proposto por McClelland (1961), que define o perfil empreendedor baseado em dez características, bem como determinar a função discriminante dos tipos de perfis empreendedores.

O presente estudo trata inicialmente da diversidade do conceito de empreendedorismo e das características do perfil empreendedor, estudadas com base nas correntes de pensamento das áreas existentes. A estrutura do artigo segue com a metodologia empregada na investigação, análise dos dados e discussão dos resultados e, por fim, as considerações finais acerca dos achados empíricos.

Empreendedorismo

Na literatura sobre empreendedorismo, há muita confusão a respeito da definição do termo (FILION, 1999). Segundo Danjou (2002) um sentimento de grande complexidade acompanha o exame da literatura sobre empreendedorismo. O autor deixa claro em sua obra que se opõe a qualquer forma de simplificação ou reducionismo. Busca ao contrário, integrar e superar qualquer visão unilateral presente no campo. Embora não exista um consenso absoluto sobre o conceito de empreendedorismo, autores como Churchill e Muzyka (1996) observam que, de uma maneira geral, a imagem do empreendedor está associada à identificação de oportunidades e convertimento em valores econômicos. A participação de pesquisadores de diferentes áreas, principalmente de ciências humanas e gerenciais, empresta ao empreendedorismo, enquanto campo de estudo, um caráter singular em relação às outras ciências. Isto pode explicar porque as definições sobre o que seja empreendedorismo são tão diferentes, de acordo com a origem de quem as faz. (Dolabela, 1999).

É possível perceber dois enfoques dominantes no estudo sobre empreendedorismo: o econômico, representado por pensadores como Schumpeter (1985) e o comportamental, liderados por McClelland (1961). A partir de meados da década de 80 do século XX surgem outras correntes de abordagem sobre o tema, tais como o empreendedorismo corporativo como um meio de crescimento e renovação para grandes empresas (SCHOLLHAMMER, 1982; GUTH & GINSBERG, 1990; GAUTMAN & VERMA, 1997), teorias sobre empreendedorismo internacional (OVIATT e MCDUGALL, 2003; KARRA e PHILIPS, 2004; WRIGHT E RICKS, 1994; ANDERSSON, 2000) e empreendedorismo social (DEES, 2002; THALHUBER, 2002; OLIVEIRA, 2004; MELO NETO e FROES, 2002).

A Escola dos Economistas tende a associar empreendedores com inovação, ao risco calculado e ao desenvolvimento. A corrente dos economistas se iniciou com os trabalhos de Cantillon (1979) e Say (1971) desenvolvidos, respectivamente, nos séculos XVIII e XIX. Todavia, a literatura destaca em Schumpeter (1942) como um dos pensadores que associou empreendedor a utilidade de desenvolvimento econômico. O autor buscou compreender o papel do empreendedor como motor da economia, como sujeito que cria oportunidades de negócios utilizando recursos disponíveis de maneira inovadora. A partir dessas concepções, os economistas passaram a ver os empreendedores como detectores de oportunidades de negócios, criadores de empresas e corredores de risco.

Schumpeter (1942) postulava que o desequilíbrio dinâmico provocado pelo empreendedor inovador é a “norma” de uma economia sadia e a realidade central para a teoria e a prática econômica. Ele introduziu a noção de “destruição criativa”. Este é o motor que mantém o capitalismo em movimento para frente e quem dirige esse motor é o empreendedor. Para Schumpeter, o empreendedor não é necessariamente alguém que investe o capital inicial ou inventa o novo produto, mas sim a pessoa com a idéia do negócio. Na sua visão, “novas combinações”, inclusive “fazer coisas novas ou coisas que já são feitas de uma nova maneira” era vital. O capitalista arcava com o risco. Além disso, embora um “fundador” possa permanecer no comando de sua organização, na visão de Schumpeter essa pessoa deixa de desempenhar uma função empreendedora tão logo pare de inovar.

Na visão comportamentalista ou behaviorista os trabalhos se concentraram nas características criativas e intuitivas dos empreendedores. Os comportamentalistas dominaram o campo do empreendedorismo até o início dos anos 1980, procurando definir o que eram os empreendedores e quais suas características. Pesquisadores dessa linha buscaram traçar um perfil da personalidade do empreendedor. Weber foi um dos primeiros autores a interessar-se pelo assunto, por volta de 1930, ao procurar identificar o sistema de valores dos empreendedores como elemento fundamental para a explicação de seus comportamentos.

Todavia, foram os trabalhos de McClelland quem realmente contribuíram para o estudo do comportamento no ramo do empreendedorismo.

McClelland (1961) destaca a realização como característica elementar do empreendedor. Essa necessidade de realização dirige a atenção do indivíduo, para que execute, da melhor maneira possível, suas tarefas atingindo seus objetivos de forma eficaz. O autor ainda enfatiza em sua obra as atitudes como criatividade e intuição. Nessa mesma linha, pessoas movidas pela necessidade de realização acumulam energia para o aperfeiçoamento e progresso constantes em seus desempenhos e realizações e buscam resolver problemas que signifiquem desafio para as suas próprias capacidades e cuja resolução produza sentimento de competência pessoal (SILVA, 1991).

De acordo com McClelland (1961), o sucesso empresarial não consiste apenas no desenvolvimento de habilidades específicas, tais como finanças, marketing, produção, pelos incentivos creditícios e ou fiscais, mas também das habilidades atitudinais empreendedoras, através do aperfeiçoamento de tais características. Segundo o autor, o indivíduo empreendedor tem uma estrutura motivacional diferenciada pela presença marcante de uma necessidade específica: a de realização. A necessidade de realização leva o indivíduo a buscar objetivos que envolvem atividades desafiantes, com uma acentuada preocupação em fazer bem e melhor, e que não é motivado apenas pelas possíveis recompensas em prestígio e dinheiro.

McClelland (1961) alicerça sua obra na hipótese que existe correlação positiva entre a ciência do comportamento e o progresso econômico e social. O autor formulou o conceito “necessidade de realização”, derivada da motivação da realização que norteou suas produções, a partir de conceitos básicos da psicologia comportamental, visto que, segundo ele, as grandes realizações humanas derivam da motivação seriam “fortes desejos intrínsecos de realizar”.

Por meio de estudos nos quais pretendia identificar o motivo da realização, McClelland detectou que a motivação aumenta os pensamentos de bom desempenho. O autor postula que o indivíduo busca um padrão de realização perfeita, procura superar obstáculos à tentativa de realizar, procura diversos meios para a realização de seus pensamentos e reage, de forma alegre ou triste, diante dos resultados alcançados. Com isso, McClelland fez um contraste entre o comportamento de sujeitos com altas e baixas intensidades de necessidade de realização, demonstrando que os sujeitos com elevada necessidade de realização, desempenham de forma satisfatória suas tarefas quanto estão em situação de trabalho, destacando-se pelo melhor desempenho. As contribuições de McClelland proporcionaram a convicção de que o motivo de realização é um fator capaz de afetar o desenvolvimento econômico.

Perfil do Empreendedor

Em meio a essa diversidade de pesquisas os estudos sobre o perfil empreendedor passam tanto pela descrição dos antecedentes atitudinais (GATEWOOD; SHAVER et al., 2002; SEGAL; BORGIA et al., 2005), como pela análise de programas de educação empreendedora (HINDLE; CUTTING, 2002; PETERMAN; KENNEDY, 2003), pela avaliação da instituição de ensino em geral (CUNHA, 2004; PERERA; NASSIF et al., 2004), além de iniciativas práticas como a utilização do plano de negócios (GREATTI, 2004).

Dentro da perspectiva de desenvolver medidas de perfil empreendedor destaque-se o trabalho de Carvalho, Zerbini e Abbad (2005), que desenvolveram e testaram uma escala para mensuração de competências empreendedoras de pequenos empresários denominada “Medida do Perfil do Empreendedor”, construído com base em cinco dimensões: ações de gestão de

pessoal; relacionamento com clientes e fornecedores; auto-desenvolvimento; controle jurídico e financeiro; e marketing e ambiente.

Outro estudo, proposto por Nascimento, Dantas e Santos (2005), é a escala de prospecção de potencial empreendedor, que considera seis fatores como explicativos do potencial empreendedor: capacidade de decisão, capacidade de planejamento, iniciativa, criatividade, tenacidade e autoconfiança. Essas dimensões comportamentais teóricas foram confirmadas em um teste realizado com uma amostra de empresários participantes de um programa de desenvolvimento de comportamento empreendedor. Segundo os autores, as dimensões da escala estão relacionadas com os traços de personalidade que são usualmente citados como próprios de empreendedores.

Dutra (2002) enfatiza que a diversidade de características observadas por autores dificulta a descrição do perfil exato do empreendedor ou o estudo de suas atitudes com base na literatura existente. O autor percebeu que é possível categorizar essas características em fatores psicológicos e sociológicos, e fatores ambientais ou econômicos, determinantes das ações empreendedoras. Como resultado elaborou a síntese dos principais fatores destacados pela literatura, citados no Quadro 1.

Quadro 1 - Fatores psico-sociais, ambientais e econômicos da atitude empreendedora de sucesso

FATORES PSICO-SOCIAIS	FATORES AMBIENTAIS E ECONÔMICOS
- Iniciativa e independência	- Capacidade de trabalhar grupos de apoio
- Criatividade	- Capacidade de buscar investidores
-Persistência	- Capacidade de superar obstáculos pela conjuntura econômica
-Visão de longo prazo	- Capacidade de trabalhar com escassez financeira
-Auto-confiança e otimismo	- Capacidade de superar obstáculos burocráticos do meios externos
- Comprometimento	- Capacidade para boa escolha da localização
-Padrão de excelência	- Maior utilização da tecnologia
-Persuasão	- Conhecimento do mercado e capacidade de utilizá-lo
-Necessidade de realização	- Construção de redes de informação e capacidade de utilizá-la
-Coletividade	
-Formação	

Fonte: Dutra (2002)

Pode-se perceber que alguns fatores estão interconectados e sobrepostos, demonstrando a complexidade do tema. Por isso, este quadro tem somente uma finalidade didática, com vistas a facilitar a análise do estudo em questão. Tais fatores são presumíveis para empreender o sucesso e destacam este indivíduo como um elemento importante para a sociedade e para as organizações.

Para De Klerk e Kruger (2000), esses conceitos destacam características que consideram estarem na essência de muitas definições. São elas: Prontidão, visão de futuro, capacidade de assumir riscos, capital suficiente, discernimento, criatividade, inovação, ambição, visão, firmeza, determinação, dedicação, valor(es), adaptabilidade e recompensa.

Entretanto, as pesquisas que tiveram maior repercussão na literatura foram àquelas desenvolvidas, em 1961, por McClelland, que iniciou seus estudos sobre o tema do empreendedorismo, sendo ampliadas em 1982, por meio de um *survey* com empreendedores de 32 países e corroborados por muitas pesquisas e experimentos posteriores. McClelland utilizou um teste de avaliação motivacional - o T.A.T - *Thematic Aperception Test* e testes de resolução de problemas, cujos resultados demonstraram que o indivíduo empreendedor possui uma estrutura motivacional diferenciada pela presença marcante de uma necessidade específica: a necessidade de realização. Segundo o autor, a motivação pela realização conjugada com as dez características do comportamento empreendedor – CCE's são os fatores essenciais para o crescimento econômico dos indivíduos e contribuem para explicar a

aparente indiferença de muitos e a sensibilidade de poucos para oportunidades econômicas que se apresentam no ambiente. (McCLELLAND, 1961).

A definição usada como referência para a presente pesquisa foi a proposta por McClelland (1961), uma vez que esta se encaixa aos objetivos desse estudo. Este autor aponta que os empreendedores dispõem de muita motivação e suas características fundamentais são: traçar objetivos e buscar alcançá-los, analisar os fatores de risco dos negócios e verificar o êxito de sua *performace*, a persistência e a inovação. O Quadro 2 destaca as características do comportamento do empreendedor, segundo o autor.

Metodologia

O presente estudo sobre preditores do perfil empreendedor dos egressos dos cursos de Administração busca identificar as principais variáveis discriminatórias do perfil empreendedor dos egressos dos cursos de Administração das IES de Fortaleza no Estado do Ceará, bem como determinar a função discriminante dos tipos de perfis empreendedores.

Segundo Hair et al (2005), a análise discriminante é uma técnica estatística multivariada utilizada quando se quer estabelecer relações entre uma variável dependente não métrica e variáveis independentes métricas. Tal técnica tem sua aplicação principal onde se quer identificar a que grupo um objeto (pessoa, empresa, produto) pertence. Envolve a obtenção de uma função, que é a combinação linear de duas ou mais variáveis independentes, e que discriminará melhor entre os grupos definidos a priori. A discriminação é conseguida pela ponderação das variáveis de forma a maximizar a variância entre os grupos e minimizar a variância intra-grupos.

A amostra da pesquisa conta com 358 alunos de IES particulares da cidade de Fortaleza no Estado do Ceará; que tem a disciplina de Empreendedorismo como obrigatória em sua grade curricular e usando uma amostra não-probabilística por acessibilidade, selecionou-se as instituições Universidade de Fortaleza - UNIFOR, Faculdades Integradas do Ceará- FIC, Faculdade 7 de Setembro - F7, Faculdade Christus, Faculdades Nordeste – Fanor e Faculdade Farias Brito. A coleta deu-se no período de Agosto a Outubro de 2007. Dentre o total de alunos selecionou-se para amostra de análise no desenvolvimento da função discriminante 258 alunos, e para amostra de teste da função foram utilizados os outros 100 alunos.

Através da teoria proposta por McClelland (1961), a partir da pontuação média obtida pelos indivíduos, classificou-se e distribuiu-se cada um em três grupos que determinavam seu perfil como, “muito empreendedor”, “empreendedor mediano” e “pouco empreendedor”, numerados de 1 a 3, respectivamente, e este perfil foi selecionado como variável dependente no processo de análise discriminante.

A classificação das variáveis independentes do processo deu-se a partir do modelo proposto por McClelland (1961), composto por dez características comportamentais empreendedoras - busca de oportunidades e iniciativa, exigência de qualidade e eficiência, independência/auto-confiança, busca informações, estabelecimento de metas, planejamento/monitoramento sistemáticos, comprometimento, persuasão/rede de contato, persistência e correr riscos calculados - e foi acrescentado ainda outras 12 variáveis relacionadas com universidade, turno, idade, sexo, graduação, pós graduação, empresa própria, empresa familiar, empresas publica ou particular, cursos de empreendedorismo e desejo de montar um negocio próprio.

Quadro 2 – Perfil empreendedor segundo McClelland.

<p>CCE: Busca de oportunidades e iniciativa – comportamentos manifestados:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Faz as coisas antes de solicitar, ou antes de ser forçado pelas circunstancia; - Age para expandir o negócio a novas áreas, produtos ou serviços; - Aproveita oportunidades fora do comum para começar um negócio, obter financiamentos, equipamentos, terrenos, local de trabalho ou assistência.
<p>CCE: Exigência de qualidade e eficiência- comportamento manifestado:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Encontra maneiras de fazer as coisas melhor, mais rápido ou mais barato; - Age repetidamente ou muda de estratégia, afim de enfrentar o desafio ou superar obstáculos; - Faz um sacrificio pessoal ou desenvolve um esforço extraordinário para completar uma tarefa.
<p>CCE: Independência e auto confiança- Comportamentos manifestados:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Buscar autonomia em relação a normas e controles de outros; - age para reduzir os riscos ou controlar os resultados; Coloca-se em situação que implica desafios ou riscos moderados.
<p>CCE: Busca informações- comportamentos manifestados:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estabelece metas e objetivos que são desafiantes e que tem significado pessoal; - Define metas de longo prazo, claras e específicas; - Estabelece objetivos mensuráveis e de curto prazo.
<p>CCE: Estabelecimento de metas – Comportamentos manifestados:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estabelecer metas e objetivos que são desafiantes e que tem significado pessoal; - Define metas de longo prazo, claras e específicas; Estabelece objetivos mensuráveis e de curto prazo.
<p>CCE: Planejamento e monitoramento sistemáticos – comportamentos manifestados:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Planeja dividindo tarefas de grande porte em subtarefas com prazos definidos; - constantemente revisa seu plano, levando em conta os resultados obtidos e mudanças circunstanciais; -Mantém registros financeiros e utiliza-os para tomar decisões.
<p>CCE: Comprometimento – Comportamentos manifestados:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Assume responsabilidade pessoal pelo desempenho necessário ao atingi mento de metas e objetivos; - colabora com os empregados ou se coloca no lugar deles, se necessário, para terminar um trabalho; -Esmere-se em manter os clientes satisfeitos e coloca em primeiro lugar a boa vontade a longo prazo, acima do lucro a curto prazo.
<p>CCE: Persuasão e rede de contato – Comportamentos manifestados:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Utiliza estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir os outros; - Utiliza pessoas-chaves como agentes para atingir seus próprios objetivos; - Age para desenvolver e manter relações comerciais.
<p>CCE: Persistência – comportamentos manifestados:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Age diante de um obstáculo significativo; - Age repetidamente ou muda de estratégia, a fim de enfrentar um desafio ou superar os obstáculos; - Faz um sacrificio pessoal ou desenvolver em esforço extraordinário para completar uma tarefa.
<p>CCE: Correr riscos calculados:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Avalia alternativas e calcula riscos deliberadamente; - Age para reduzir riscos ou controlar os resultados; - Coloca-se em situações que implicam desafios ou riscos moderados.

Fonte: McClelland (1961)

Com o apoio do software SPSS, a análise discriminante usou o método *stepwise* para tratamento dos dados, onde as variáveis independentes são analisadas uma a uma, iniciando com a que melhor discrimina dentre todas as outras. Esta é então comparada com todas as outras variáveis, uma de cada vez, sendo que a variável capaz de melhorar o poder discriminante da função em combinação com a primeira variável será a escolhida. As demais variáveis são escolhidas da mesma maneira, até que não haja mais nenhuma capaz de contribuir para a melhora do poder discriminante da função, o que é mensurado pela estatística F. (HAIR et al, 2005).

Análise dos Resultados

Dos 358 alunos que responderam à pesquisa, 59% eram do sexo masculino e 41% do sexo feminino. A faixa etária predominante, que somou 58% do total, estava entre 18 e 25 anos. Já os respondentes entre 26 e 30 anos obtiveram o segundo maior percentual, com 24%. Foi identificado ainda que 78,7% dos respondentes estudam no turno da noite e 21,3% no turno matinal.

O primeiro momento da análise dos dados foi verificar a ausência de dados (*missing data*) nas variáveis consideradas. Das 22 variáveis do estudo, nenhuma delas apresentou mais do que 1% de dados ausentes, o que torna desnecessário analisar seus possíveis efeitos na pesquisa (GÜNTHER, 1999). De acordo com os valores achados na pesquisa, a presença dos *outliers* foi insignificante.

Como descrito durante a metodologia, o objetivo central da análise discriminante múltipla é identificar as variáveis independentes que mais contribuem para a diferença entre os grupos de uma variável dependente. Neste sentido, o presente estudo analisou todas as 22 variáveis e selecionou aquelas que realmente interferem na construção do perfil empreendedor dos respondentes. O primeiro resultado a este respeito foi sinalizado pelos dados constantes da tabela 1, que apresenta todas as variáveis analisadas com a estatística t discriminante, a qual mede se a relação entre as variáveis é estatisticamente significativa, antes da exclusão das variáveis menos discriminatórias.

A análise discriminante multivariada é uma técnica que objetiva originar funções preditoras usando variáveis que separam grupos distintos que, no caso do presente trabalho, são: muito empreendedor; empreendedor mediano e pouco empreendedor. Trata-se de um método de discriminante linear baseado no teste de Fisher (F test) para significância das variáveis. A cada etapa uma variável é selecionada baseada em sua significância e, após cada etapa, as variáveis mais significativas são extraídas formando o conjunto de dados para investigação (MARDIA, KENT, BIBBY, 1979).

Utilizou-se na pesquisa o método *stepwise*, o qual faz com que cada variável independente utilizada é acrescentada ao modelo, levando em consideração sua contribuição explicativa. Assim, se observa na tabela 2 as variáveis que restaram após a realização do método, com maior poder discriminatório dos tipos de perfil empreendedor.

Tabela 1: Variáveis Analisadas para Discriminação do Perfil Empreendedor

	Wilks' Lambda	F	SIG.
Busca de oportunidade e iniciativa	,566	97,755	,000
Persistência	,500	127,305	,000
Comprometimento	,613	80,504	,000
Exigência de qualidade e eficiência	,561	99,802	,000
Correr riscos calculados	,463	147,784	,000
Estabelecimento de metas	,525	115,217	,000
Busca informações	,446	158,302	,000
Planejamento e monitoramento sistemático	,505	124,883	,000
Persuasão e rede de contatos	,493	130,998	,000
Independência e auto confiança	,717	50,431	,000
Instituição de ensino	,966	4,513	,012
Turno	,971	3,779	,024
Idade	,985	1,953	,144
Sexo	,990	1,255	,287
Possui outra graduação	,989	1,420	,244
Possui pós graduação	,991	1,181	,309
Possui empresa	,971	3,796	,024
Trabalha em empresa familiar	,965	4,654	,010
Trabalha em empresa pública	,988	1,566	,211
Trabalha em empresa privada	,990	1,268	,283
Possui cursos na área de empreendedorismo	,973	3,579	,029
Têm planos para iniciar um negócio	,977	2,939	,055

Fonte: Dados da Pesquisa

No que se refere ao trabalho originado por McClelland (1961) percebe-se a partir da tabela 2, que a maioria de suas características aparece na construção das funções discriminantes, apenas as que dizem respeito ao estabelecimento de metas e ao planejamento e monitoramento sistemático não obtiveram destaque no público estudado. Isso pode ser justificado pelo fato de que nem sempre os egressos estão prontos para definir caminhos certos ou se sentem despreparados ou até mesmo desmotivados para estabelecer metas, construir e desenvolver planos. E sem metas estabelecidas ou pré-estabelecidas, há uma impossibilidade da existência de planejamento e de monitoramento sistemático Estabelecer metas muitas vezes é subjetivo e os resultados são discutíveis. Observou-se durante as entrevistas que alguns alunos se sentem despreparados, algumas vezes, não sabem avaliar em suas tomadas de decisão, se deram certo ou pelo menos o quanto deram certo. No que se refere a esta percepção subjetiva dos alunos, recomenda-se que a mesma seja tema de trabalhos futuros, para um aprofundamento, e uma melhor percepção da realidade da influência do ensino das IES na formação do perfil empreendedor dos futuros profissionais que estão sendo lançados no mercado de trabalho.

Tabela 2: Variáveis participantes da análise discriminante

	Tolerance	F to Remove	Wilks' Lambda
Busca informações	,809	18,245	,179
Persuasão e rede de contatos	,804	9,573	,168
Correr riscos calculados	,762	14,263	,174
Busca de oportunidade e iniciativa	,661	13,595	,173
Comprometimento	,892	11,019	,169
Independência e auto confiança	,552	9,100	,167
Persistência	,712	7,342	,165
Idade	,804	7,797	,165
Instituição de ensino	,909	5,146	,162
Exigência de qualidade e eficiência	,733	3,916	,160
Possui pós graduação	,712	8,226	,166
Turno	,748	6,129	,163
Possui cursos na área de empreendedorismo	,857	5,091	,162

Fonte: Dados da Pesquisa

A análise discriminante múltipla resultou em 2 (duas) funções, que podem ser utilizadas para prever o comportamento do perfil empreendedor dos alunos.

Tabela 3: Eigenvalues das Funções Discriminantes

Função	Eigenvalue	% of Variance	Cumulative %	Canonical Correlation
1	4,358(a)	95,6	95,6	,902
2	,202(a)	4,4	100,0	,410

Fonte: Dados da pesquisa

Através da tabela 3, pode-se observar a magnitude do *eigenvalue* de cada função. Este consiste na razão da soma dos quadrados entre os grupos pela soma dos quadrados dentro dos grupos. Em termos práticos, quanto maior o autovalor, maior é a capacidade discriminante da função canônica (TABACKINICK; FIDELL, 2001). Observa-se também que a primeira função tem um *eigenvalue* significativamente maior que a segunda. Este resultado é coerente com a segunda estatística exibida, que é a variância percentual. A primeira função responde por 95,6% da variância total, evidenciando que seu poder explicativo é bastante significativo. A segunda função detém apenas 4,4% da variância do modelo, o que é consistente com seu baixo *eigenvalue*. Ainda na tabela 3, observa-se também que a alta correlação canônica para a primeira função está de acordo com o seu autovalor e a sua variância percentual. O mesmo pode ser dito para a segunda função.

Um apoio a esta análise pode ser obtido através da observação do lambda de Wilks para cada função. Esta estatística testa a hipótese nula de que as centróides das funções canônicas são iguais para os grupos considerados, em um nível de 0,05. Portanto, se a significância for igual ou superior a este valor, a hipótese não será rejeitada, implicando uma baixa capacidade de discriminação das funções. (LEITE, LOPES, LEITE, 2006) Os resultados são apresentados a seguir na tabela 4.

Tabela 4: Teste das Funções Canônicas Discriminantes

Teste de Funções	Wilks' Lambda	Chi-square	DF	Sig.
1 até 2	,155	463,755	26	,000
2	,832	45,805	12	,000

Fonte: Dados da Pesquisa

Os dados da tabela 4 evidenciam a necessidade de se considerar as duas funções na pesquisa, pois, tomadas conjuntamente, elas apresentaram o menor lambda de Wilks, o que comprova sua capacidade de discriminação. A partir dessas funções canônicas discriminantes, torna-se necessário verificar o impacto que cada uma das variáveis anteriormente identificadas provoca em cada uma delas. Isso é feito por meio da análise dos coeficientes padronizados das funções, mostrados na tabela 5.

Na tabela 5 evidencia-se que na primeira função, justamente a que tem maior *eigenvalue* e variância, “pós-graduação” é a variável com maior impacto. Destacando-se também na segunda função. As variáveis “Turno” e “possui cursos na área de empreendedorismo” possuem os maiores pesos na função 2, não tendo um grande destaque na função anterior. O impacto dessas variáveis nas funções canônicas discriminantes determina a diferenciação entre os grupos considerados. Para que os resultados da pesquisa sejam válidos, é importante que essa diferenciação seja a maior possível.

Tabela 5: Coeficientes padronizados das funções canônicas discriminantes

	Function	
	1	2
Busca de oportunidade e iniciativa	,198	,113
Persistência	,148	,131
Comprometimento	,127	-,184
Exigência de qualidade e eficiência	,091	-,051
Correr riscos calculados	,202	,025
Busca informações	,190	,000
Persuasão e rede de contatos	,155	-,002
Independência e auto confiança	-,161	-,089
Instituição de ensino	-,155	,487
Turno	,100	1,507
Idade	-,155	-,479
Possui pós graduação	,655	-5,708
Possui cursos na área de empreendedorismo	,052	1,134
(Constant)	-17,141	8,127

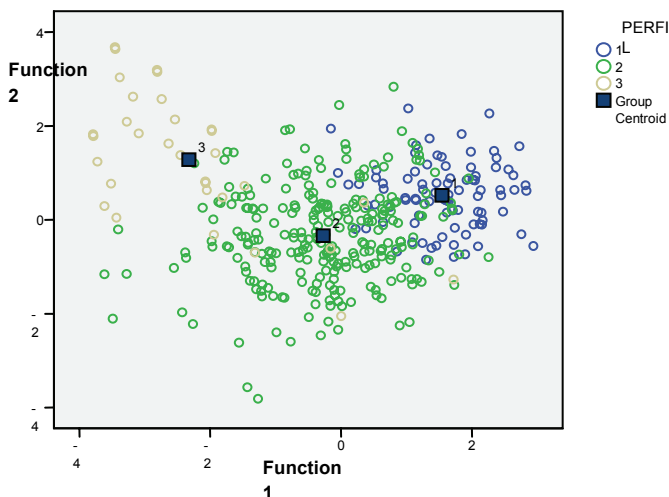
Fonte: Dados da Pesquisa

Durante a investigação, o conhecimento prévio acerca do assunto, já apontava o fato de que “pós-graduação” e “cursos na área de empreendedorismo” iriam se destacar das demais variáveis, já que significam um maior preparo e uma maturidade significativa na formação de um perfil empreendedor forte. A variável “turno” é justificada pelo fato de que a mesma diferencia o público em questão, pois a grande maioria, senão todos, os alunos que já são empresários e os que ainda não estão no mercado, estudam em turnos distintos.

Para o público em estudo, as características propostas por McClelland (1961) não obtiveram destaque na construção, ou melhor, na diferenciação entre muito, pouco ou médio empreendedor.

A figura a seguir mostra a distribuição dos centróides de cada grupo, a partir das 2 funções discriminantes geradas, mostrando o quão discriminados os grupos de perfis empreendedores estão.

Figura 1: Funções Canônicas Discriminantes



Para confirmação e validação da função discriminante é também analisada a porcentagem de acertos na classificação da validação cruzada da amostra de análise. A tabela 6 apresenta os resultados iniciais.

Tabela 6: Matriz de Confusão – Amostra de Análise da Função Discriminante

	Perfil empreendedor	Predicted group membership			Total
		Muito empreendedor	Empreendedor mediano	Pouco empreendedor	
Count	Muito empreendedor	64	0	0	64
	Empreendedor mediano	13	148	2	163
	Pouco empreendedor	0	0	31	31
%	Muito empreendedor	100,0	,0	,0	100,0
	Empreendedor mediano	8,0	90,8	1,2	100,0
	Pouco empreendedor	,0	,0	100,0	100,0

Fonte: Dados da Pesquisa

De acordo com a tabela 6, pode-se observar que a função discriminante gerada, classifica 96,7% dos casos corretamente, o que fornece evidências de que o ajuste do modelo discriminante está adequado. Essa porcentagem foi obtida por meio da média dos percentuais de acerto a partir dos valores da matriz de confusão.

Dos 358 casos em análise, 258 foram utilizados para a construção das funções, como dito anteriormente, e os 100 restantes foram utilizados para compor a amostra de validação, segundo sugestões de Malhotra (2001). A porcentagem de acertos pode ser obtida pela razão entre a soma dos dados na diagonal principal da tabela e os 100 casos considerados para validação. Por fim, a tabela 7 mostra os resultados da validação cruzada.

Tabela 7: Matriz de Confusão – Amostra de Teste da Função Discriminante

PERFIL		Previsto			Total
		Muito Empreendedor	Empreendedor Mediano	Pouco Empreendedor	
Count	Muito Empreendedor	25	0	0	25
	Empreendedor Mediano	4	56	3	63
	Pouco Empreendedor	0	1	11	12
%	Muito Empreendedor	100	,0	,0	100,0
	Empreendedor Mediano	6,3	88,9	4,8	100,0
	Pouco Empreendedor	0	8,0	92,0	100,0

Fonte: Dados da Pesquisa

Devido ao alto percentual de casos corretamente classificados na amostra de análise, a validação cruzada também apresentou uma porcentagem significativamente elevada de acertos (96,3%). Isso indica que, de fato, o ajuste do modelo discriminante estimado nesta pesquisa pode ser adequado.

Conclusão

Os resultados obtidos na pesquisa mostram que o perfil empreendedor dos alunos é construído mediante uma avaliação baseada em fatores e características relevantes. Como se observou na pesquisa, 13 variáveis foram utilizadas para a construção da função preditora do perfil dos estudantes, porém entre estes, três destacaram-se como variáveis com maior poder discriminatório entre os três perfis. A primeira diz respeito aos alunos que possuem pós-graduação, a segunda, refere-se ao turno em que o aluno está matriculado e a terceira trata de cursos na área de empreendedorismo.

Algumas considerações podem ser feitas a partir dos resultados. A primeira é que para um indivíduo esteja engajado em um curso de pós-graduação, o mesmo tem um nível de amadurecimento e de conhecimento elevado, o que também contribui para um perfil empreendedor de sucesso. Outra observação diz respeito ao turno, pois se observou que mais de 85% dos alunos que já possuem negócios próprios, e que possuem um perfil empreendedor significativo, estão no turno da noite. Quanto ao aluno já ter cursado ou não cursos na área de empreendedorismo, este já explica por si só seu poder em diferenciar os perfis empreendedores.

Este estudo apresenta uma implicação gerencial chave, e está relacionada à própria técnica utilizada para análise de dados. A análise discriminante múltipla *stepwise* fez com que os 22 indicadores originais do estudo fossem reduzidos a apenas 13, dos quais 3 foram considerados mais relevantes para a determinação do perfil empreendedor dos indivíduos. Outra conclusão que pode ser tirada a partir da análise dos dados, é o fato de que o empreendedorismo pode sim, ser ensinado, contradizendo alguns autores que consideram o empreendedorismo como um dom, que já se nasce assim. Esta afirmação se apóia na pesquisa desenvolvida por Martens e Freitas (2008), onde se verificou a influência do ensino de

empreendedorismo na formação do perfil empreendedor dos alunos evidenciando assim a contribuição da disciplina na intenção empreendedora e na construção do profissional.

Observou-se também que para a população em questão no estudo, as variáveis que mais se destacaram, não fizeram parte das características comportamentais propostas por McClelland (1961), base teórica metodológica escolhida, como se pensou no início do estudo.

Apesar dos resultados obtidos nesta pesquisa serem satisfatórios à primeira vista, não se podem negligenciar suas limitações. Primeiro sobre a violação da normalidade, mesmo que o fato não impeça a continuação de uma pesquisa, o mesmo pode levar a algumas distorções nos resultados. Segundo, que o pressuposto da igualdade da covariância entre os três grupos não foi atendido.

Recomenda-se que o estudo seja realizado em outras instituições e com tamanhos de amostras diferentes, tornando-se relevante verificar se pesquisas feitas com amostras diferentes chegariam às mesmas conclusões. Recomenda-se também que o estudo seja trabalhado com outras perspectivas, buscando o lado subjetivo percebido durante a aplicação dos questionários. Neste aspecto podem-se ajudar os pesquisadores na construção de uma teoria mais consistente a respeito do assunto.

Referências bibliográficas

ANDERSSON, S. **The internationalization of the firm from an entrepreneurial perspective**, *International Studies of Management & Organization*, Vol. 30, issue 1, pp.63-92, 2000.

AIDAR, M.M., **Empreendedorismo**. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

BATISTA, C. H. **Estudo comparativo do desenvolvimento das características comportamentais empreendedoras dos alunos da disciplina de empreendedorismo durante o primeiro semestre de 2004 nos cursos de Administração e Turismo e Lazer da FURB – Santa Catarina/Brasil**. Blumenau, 2004. Dissertação (Mestrado em Administração: Gestão Moderna de Negócios) Programa de Pós-Graduação em Administração, Centro de Ciências Sociais Aplicadas – PPGAd. Universidade Regional de Blumenau., 2004. Disponível em: <http://proxy.furb.br/tede//tde_arquivos/2/TDE-2005-05-06T124636Z8/Publico/Diss%2004%20Cristiane.pdf>. Acesso em 12/2/2008.

BERNARDI, Luiz Antônio. **Manual de empreendedorismo e Gestão**. São Paulo: Atlas, 2003.

CANTILLON, R.: **Essai sur la Nature du Commerce en Général**, in: Takumi, T.: (Ed.), Tokyo: Kinokuniya bookstore Co., 1979.

CARVALHO, Renata Silveira; ZERBINI, Thaís; ABBAD, Gardênia da Silva. Competências empreendedoras de pequenos empresários: construção e validação de uma escala. In: SOUZA, E. C. L. de; GUIMARÃES, T. de A. **Empreendedorismo Além do Plano de Negócio**. São Paulo: Atlas, 2005. p. 217-240.

CUNHA, R. D. A. N. **A Universidade na formação de empreendedores: a percepção prática dos alunos de graduação**. Encontro Nacional da ANPAD, 2004.

CHURCHIL, MUZYKA, D. **Defining and conceptualizing entrepreneurship: a process approach**. In: *Marketing/Entrepreneurship Interface*. University of Illinois at Chicago p.11-23, Chicago, 1996.

DANJOU, I., **L'entrepreneuriat: um champ fertile à la recherche de son unite**. *Revue française de gestion: Lavoisier*, v.28, n. 138, avril/juin 2002.

DE KLERK, G. J.; KRUGER, S. (2000), **The driving force behind entrepreneurship: An exploratory perspective**. Disponível em: [HTTP://www.kmu.unisg.ch/rencontres/band2002/F_04_deKlerk.pdf](http://www.kmu.unisg.ch/rencontres/band2002/F_04_deKlerk.pdf). Acesso em 21/1/2008.

- DOLABELA, Fernando. **Oficina do Empreendedor**: A Metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. São Paulo: Ed. de Cultura, 1999.
- DEES, G; GUCLU, A; ANDERSON, B., **The Process of Social Entrepreneurship: Creating Opportunities Worthy of Serious Pursuit**, Center for the Advancement of Social Entrepreneurship, Disponível em: http://www.fuqua.duke.edu/centers/case/documents/SEProcessDraft_FINAL.pdf. Acesso em 10/1/2008
- DUTRA, J.S. **Gestão de pessoas**: Modelo, processos, tendências e perspectivas. São Paulo: Atlas, 2002.
- FILION, Louis J. **O empreendedorismo como tema de estudos superiores**. Brasília: Seminário: A universidade formando empreendedores, 1999a.
- GAUTAM, Vinayshil & VERMA, Vinnie, **Corporate Entrepreneurship: Changing Perspectives**, The Journal of Entrepreneurship, 6, 2, 233-247, 1997.
- GATEWOOD, E. J.; SHAVER, K. G. *et al.* Entrepreneurial Expectancy, Task Effort and Performance. **Entrepreneurship Theory and Practice**. 2002.
- GHOBRIL, N.A. Propensão a empreender de estudantes universitários no Brasil, 2006 Disponível em: http://www.facef.br/rea/edicao08/ed08_art02.pdf. Acesso em 15/1/2008.
- GREATTI, L. **O Uso do Plano de Negócios como Instrumento de Análise Comparativa das Trajetórias de Sucesso e de Fracasso Empresarial**. Encontro Nacional da ANPAD, 2004.
- GÜNTHER, H, Como elaborar um questionário, In: PASQUALI, L, (org.), **Instrumentos psicológicos**: manual prático de elaboração, Brasília: LabPAM, 1999,
- GUTH, W. D., & GINSBERG, A. (1990). **Guest editor's introduction**: Corporate entrepreneurship. Strategic Management Journal [Special issue], 11: 5- 15
- HAIR, J.F. *et al.* **Análise Multivariada de dados**. 5ªed – Porto Alegre: Bookman, 2005.
- HINDLE, K.; CUTTING, N. **Can Applied Entrepreneurship Education Enhance Job Satisfaction and Financial Performance?** An Empirical Investigation in the Australian Pharmacy Profession. Journal of Small Business Management, v.40, n.2, 2002.
- KARRA, Neri e PHILIPS, Nelson. **Entrepreneurship Goes Global**. Ivey Business Journal. nov./dec., 2004.
- KETS DE VRIES, Manfred. **Rebeldes criativos com causa**. In: **Dominando os desafios do empreendedor** – o seu guia para se tornar um empreendedor. São Paulo: Makron Books, 2001. Cap. 1 p.4-17.
- KIYOSAKI, R.T., LECHTER, S.L. **Pai Rico, Pai Pobre – O que os Ricos Ensinam a seus filhos sobre dinheiro**, São Paulo, Campus, 2000.
- MALHOTRA, N. **Pesquisa de marketing**: uma orientação aplicada. 3ed. Porto Alegre:Bookman, 2001.
- MARDIA K.V., KENT, J.T., BIBBY J. M. **Multivariate Analysis**, Academic Press: New York.1979.
- MARTENS, C & FREITAS, H, **Influência do Ensino de Empreendedorismo nas Intenções de Direcionamento Profissional dos Estudantes**, Grupo de Pesquisa da Gestão do Impacto da Adoção de Novas Tecnologias de Informação do PPGA - Programa de Pós-Graduação em Administração - Escola de Administração - UFRGS 2008. Disponível em: http://www.ea.ufrgs.br/professores/hfreitas/files/artigos/2008/2008_227_CDPM_HF_Estudo_Debate.pdf. Acesso em 13/3/2008.

- McCLELLAND, D.C. **A sociedade competitiva: realização e progresso social**. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.
- McCLELLAND, D. C. **The Achieving Society**. New York: D. Van Nostrand, 1961.
- MELO NETO, Francisco Paulo de; FROES, César. **Empreendedorismo social: a transição para a sociedade sustentável**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.
- NASCIMENTO, Orlando; DANTAS, Anderson; SANTOS, Paulo. **Prospecção do Potencial Empreendedor: Validação de uma proposta Metodológica**. ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DO CURSOS DE PÓS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 2005. **Anais...** Brasília: Enanpad, 2005.
- OLIVEIRA, Edson Marques. **Empreendedorismo social no Brasil: fundamentos e estratégias**. 2004. Tese (Doutorado) - Universidade Estadual Paulista - Unesp, Franca, 2004.
- OVIATT, Benjamin M.; MCDUGALL Patricia P. **Toward a theory of international new ventures**. Journal of International Business Studies, 25/1, 45-64. 1994.
- PERERA, L. C. J.; NASSIF, V. M. J. *et al.* **Missão: Formar Empreendedores**. Encontro Nacional da ANPAD, 2004.
- PETERMAN, N. E.; KENNEDY, J. **Enterprise Education: Influencing Students' Perceptions of Entrepreneurship**. Entrepreneurship Theory and Practice. 2003.
- SCHOLLHAMMER, Hans. **Internal Corporate Entrepreneurship**, In C. Kent, D. Sexton and K. Vesper (eds.), Encyclopaedia of Entrepreneurship, Prentice Hall, Englewood Clipp, NJ, 1982.
- SILVA, Zita Gomes da. **O Perfil Psicológico do Empreendedor**. Belo Horizonte: Manual do Modelo CEFE- GTZ/LUSO CONSULT/CENTRO CAPE, 1991.
- SEGAL, G.; BORGIA, D. *et al.* **The motivation to become an entrepreneur**. International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, v.11, n.1, p.42-57, 2005.
- THALHUBER, Jim. **The national center social entrepreneurs**. Disponível em: <http://www.socialentrepreneurs.org>. Acesso em: 22/10/2007.
- VIANNA, F. K. **Análise da contribuição do curso de Administração de Empresas do Centro Universitário Feevale na formação empreendedora dos acadêmicos**. (Monografia de Graduação). Centro Universitário Feevale, 2004.
- WRIGHT, Richard W. & RICKS, David. A. **Trends in international business research: 25^o years later**. Journal of International Business Studies, v. 25, n. 4, p. 687-701, 1994.