

ANÁLISE DO POTENCIAL EMPREENDEDOR: PRÁTICAS DE APRENDIZAGEM NO ENSINO SUPERIOR

Omar Jorge Sabbag¹

Resumo

A busca de novas perspectivas de geração de emprego e renda aumentou o estudo do empreendedorismo no Brasil. Os trabalhos na universidade não se restringem às atividades de extensão, mas também ao ensino de graduação, inferindo que a cultura empreendedora também é tarefa essencial ao profissional docente-pesquisador. Nesse sentido, este trabalho objetivou analisar o potencial empreendedor existente entre os discentes do curso de Zootecnia da Unesp (campus de Dracena e Ilha Solteira-disciplina de Empreendedorismo), bem como identificar as melhores práticas pedagógicas que possam estimular a aquisição de conhecimentos. A coleta de dados foi realizada, inicialmente, por meio de um questionário CEI (*Carland Entrepreneurship Index*), refletindo que as escolhas feitas indicariam maior ou menor grau de empreendedorismo. Sequencialmente, foi realizado um levantamento das principais práticas de ensino aplicadas que pudessem despertar interesse ao aprendiz, dentro de uma escala do tipo “likert”. Os resultados apontaram que grande parte dos discentes possui perfil empreendedor, destacando a propensão ao risco e inovação como principais características empreendedoras. Ainda assim, as técnicas pedagógicas mais relevantes foram visita, palestra, *brainstorming* e plano de negócios. Diante do exposto, ressalta-se que os resultados da pesquisa mostram a relevância da disciplina para o curso de Zootecnia. Em razão disso, sugere-se a formalização do Empreendedorismo como disciplina obrigatória, haja vista a representatividade para a prática de negócios voltada ao agronegócio.

¹ Professor Doutor da Faculdade de Zootecnia da UNESP – campus de Dracena. E-mail: sabbag@dracena.unesp.br

Palavras-chave: características empreendedoras, comportamento, educação empreendedora

ANALYSIS OF POTENTIAL ENTREPRENEUR: PRACTICE LEARNING IN HIGHER EDUCATION

Abstract

The search for new prospects for employment and income generation increased the study of entrepreneurship in Brazil. The work at the university is not restricted to extension activities, but also to undergraduate teaching, inferring that the entrepreneurial culture is also essential task to professional teacher-researcher. This study aimed to analyze the potential entrepreneurial insight among students from the Animal Science course at Unesp (campus Dracena and Ilha Solteira-discipline of entrepreneurship), as well as identify best teaching practices which encourage the acquisition of knowledge. Data collection was performed initially by means of a questionnaire CEI (Carland Entrepreneurship Index), reflecting the choices that indicate greater or lesser degree of entrepreneurship. Sequentially, a survey of the main teaching practices that could apply to arouse interest learning within a range such as "Likert." The results showed that most students have entrepreneurial profile, highlighting the risk propensity and entrepreneurial innovation as key features. Still, the more relevant pedagogical techniques were visiting, lecture, brainstorming and business plan. Given the above, it is emphasized that the survey results show the relevance of the Animal Science course. For this reason, it is suggested formalization of Entrepreneurship as a compulsory discipline, considering the representativeness for the business practice focused on agribusiness.

Key-words: behavior, entrepreneurial characteristics, entrepreneurial education

1. INTRODUÇÃO

A busca de novas perspectivas de geração de emprego e renda aumentou o estudo do empreendedorismo em nosso país. Segundo Britto e Wever (2003), o empreendedorismo é considerado um fenômeno global, no qual as instituições públicas e privadas têm investido em pesquisas e incentivos, reinvestidos em novos empreendimentos e nas próprias comunidades por meio da melhoria da qualidade de vida da população.

O Brasil ocupou a 13^a posição no ranking mundial de empreendedorismo realizado pelo *Global Entrepreneurship Monitor* em 2011, alcançando ainda o 10^o lugar entre os 24 países impulsionados pela eficiência. A taxa de empreendedores iniciais (nascentes ou novos, com predominância de até 42 meses de existência no negócio) foi de 14,89, representando que de cada 100 brasileiros 15 realizavam alguma atividade empreendedora (Greco et al., 2011).

Atualmente há um aumento significativo de jovens entrando para o mercado de trabalho, que não apresentam as habilidades exigidas pelas grandes empresas. Essa tendência permanecerá nos próximos 30 anos, em que desde 2000, o Brasil alcançou a conhecida janela de oportunidade demográfica² (Zouain et al., 2007).

O empreendedorismo na universidade – em específico na Unesp - não se restringe às atividades de extensão universitária, mas também ao ensino de graduação. Desde 2007, todos os cursos da universidade, em suas 33 unidades, oferecem a disciplina de Empreendedorismo como opção para seus alunos, de forma a prospectar para novas oportunidades de trabalho e mostrar aos jovens como é possível se tornar um empreendedor.

Promover e incentivar a cultura do empreendedorismo é tarefa essencial do docente-pesquisador. Nesse sentido, é fundamental dedicar parte de seu trabalho para elaborar diferentes metodologias de ensino, que estimule a percepção dos alunos para este novo campo acadêmico, voltado à formação do profissional empreendedor.

Diante dos fatos, esta pesquisa analisa o potencial empreendedor existente entre os discentes de um curso de ciências agrárias, buscando detectar se o estudante possui características

² Estrutura demográfica com características específicas, como: população encontra-se na faixa etária entre 15 e 64 anos (PEA); há uma maior população apta à atividade economicamente ativa, ou seja, ao trabalho e, então, há um maior potencial de geração de riqueza e renda per capita; aumenta a taxa de expectativa de vida e caem as taxas de fecundidade e mortalidade.

potenciais e fatores que fazem um empreendedor na área de ciências agrárias, bem como caracterizar as melhores práticas pedagógicas que possam estimular a aquisição de conhecimentos da cultura empreendedora. Desta forma, o objetivo geral deste trabalho foi avaliar o potencial empreendedor de alunos do curso de Zootecnia da Unesp – campus de Dracena e Ilha Solteira³, bem como o estímulo no processo ensino-aprendizagem, por meio das principais práticas pedagógicas.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

O termo empreendedor (*entrepreneur*) tem origem francesa e significa aquele que assume risco e começa algo novo. Foi utilizado pela primeira vez por volta de 1800 por Jean Baptiste Say, um economista francês, com o intuito de distinguir o indivíduo que consegue transferir recursos econômicos de um setor com baixa produtividade para um setor com produtividade elevada e com maiores rendimentos (Drucker, 1987).

Conforme destaca Schumpeter (1982), o empreendedor é alguém que faz novas combinações de elementos. Neste sentido, é o ator principal na inovação e no processo produtivo, favorecendo novos processos ou até mesmo novos produtos, identificando novas posições no mercado, ou criando novos tipos de organizações e desorganizava, em outras palavras, deixando velhos processos para trás e criando novos.

Na competição global, os desafios são crescentes e complexos, razão pela qual instituições de ensino necessitam desenvolver critérios para avaliar em que medida estas organizações estão preparadas para responder a esses desafios (Tachizawa e Andrade, 2002). Como retrata Dornelas (2001), uma vez que os empreendedores estão revolucionando o mundo, seu comportamento e o próprio processo empreendedor devem ser estudados e entendidos.

Para a formação do empreendedor, nos cursos de graduação, é necessária a adoção de atitudes pró-ativas na aprendizagem e na construção do conhecimento organizacional, por meio de uma visão de futuro, que envolve planejamento de cenários e desenvolvimento de habilidades e competências arrojadas. Desse modo, o modelo universitário, voltado para a conquista de empregos, cumpriu a sua missão. Todavia, esgotou-se, diante das profundas

³ Resultados do projeto de extensão desenvolvido com auxílio de recursos da UNESP no programa "Primeiros Projetos" em 2011/2012.

alterações que sofrera nas relações de trabalho e produção. Assim, surgem várias indagações, tais como: o que ensinar? É possível ensinar alguém a se tornar empreendedor? Como fazê-lo? O empreendedor nasce pronto, é resultado de genes favoráveis?

Neste contexto, pressupõe-se que uma instituição com cursos voltados somente às ciências agrárias – ou outra escola de qualquer curso – não forma empreendedores. Entretanto, mediante o estudo e a averiguação de diversas situações e realidades, pode-se gerar condições de formação e repassar técnicas aos acadêmicos, que detém o "espírito empreendedor", para que implementem seus negócios com maiores possibilidades de sucesso.

Conforme retrata Filion (1999), não se pode ensinar empreendedorismo como outras disciplinas, sendo possível conceber técnicas como sistemas de aprendizado adaptados à lógica deste campo de estudo. Em outras palavras, um programa de empreendedorismo deve concentrar-se mais no desenvolvimento do conceito de si (autoconhecimento) e na aquisição de *know-how*, do que na simples transmissão de conhecimento. Não se deve esperar que ao final da disciplina os alunos estejam prontos para montar seu negócio, mas que possuam o instrumental para se auto-desenvolver como futuros empreendedores.

Desta forma, os futuros empreendedores criam algo novo, diferente, mudam valores, exploram mudanças, vislumbrando oportunidades e desenvolvimento tecnológico, que fornecem o estímulo para criação do espírito empreendedor e a inovação da sociedade (Drucker, 1987). Haja vista que, o Brasil, é um dos países mais empreendedores do mundo, cuja motivação requer entender melhor o perfil deste potencial empreendedor. Desta forma, a Unesp em seu curso de Zootecnia foi escolhida por exatamente focar seus trabalhos recentes em prol de pessoas que possam iniciar seus negócios pela necessidade de gerar seu próprio emprego e renda, sobretudo no segmento agropecuário, detentor de aproximadamente 30% do PIB nacional, conforme apontam dados do MAPA (2006).

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este estudo, de natureza quantitativa, classificou-se como *exploratório*, proporcionando maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito, visando ao aprimoramento de idéias e *descritivo*, no sentido de observar, registrar analisar e correlacionar fenômenos ou fatos, sem interferir no ambiente analisado. Ainda assim, qualificou-se como *bibliográfico*, na procura de referências teóricas publicadas em documentos e analisando

concomitantemente às contribuições científicas ao assunto em questão.

Ainda assim, houve uma abordagem qualitativa, em que o pesquisador procurou aprofundar-se na compreensão dos fenômenos que estuda – ações dos indivíduos, grupos ou organizações em seu ambiente e contexto social – interpretando-os segundo a perspectiva dos participantes da situação enfocada. Richardson (1999) propõe que a pesquisa quantitativa é também qualitativa, pois não importa como foram efetuadas as medidas, pois o que é medido continua a ser uma qualidade.

A pesquisa foi realizada na Unesp – Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, nos campus de Ilha Solteira e Dracena, especificamente para discentes do curso de Zootecnia. Desta forma, a pesquisa proferida neste projeto, para alcançar os objetivos, sistematizou as principais características da população amostral, bem como de levantamento de campo, de forma a questionar diretamente as pessoas envolvidas cujo comportamento se deseja conhecer. Para coletar dados, foram utilizadas fontes primárias e secundárias (dados de literatura técnica e científica).

A amostra envolveu uma população de 39 pessoas, considerando 24 acadêmicos de Ilha Solteira e 15 de Dracena durante o 2º semestre de 2011 na disciplina de “Empreendedorismo” ministrada na graduação, de caráter optativo. Como instrumento de coleta de dados, esta foi realizada de duas formas. Inicialmente, por meio de um questionário (versão traduzida) formulado por Carland e Carland (1996), denominado questionário CEI (*Carland Entrepreneurship Index*), em que o respondente escolheu, para cada uma das 33 alternativas, uma das duas opções disponíveis, refletindo em si que o resultado final das escolhas feitas indica maior ou menor grau de empreendedorismo na personalidade do respondente. Em outras palavras, o resultado do questionário apontou o quão empreendedor é o respondente (sujeito), conforme retratado por Kornijezuk (2004) na Tabela 1 a seguir.

Tabela 1 - Classificação do CEI.

Categoria	Pontos	Características
MICRO EMPREENDEDOR	0 - 15	Esse tipo de empreendedor vê seu negócio como a fonte primária para a renda familiar ou para estabelecer emprego familiar.
EMPREENDEDOR	16 - 25	Seus objetivos são mais ousados que os do micro empreendedor, mas ao atingir o seu padrão desejado de sucesso, possivelmente o seu foco também mudará para outros interesses externos ao seu negócio. Esse tipo busca a inovação, normalmente procurando melhorias para os produtos, serviços e procedimentos já estabelecidos, ao invés de engendram algo totalmente novo.
MACRO EMPREENDEDOR	26 - 33	Acredita que o seu próprio envolvimento com seu negócio é o caminho para a auto-realização. Costuma associar o seu sucesso ao crescimento e lucro de seu negócio, mas o seu interesse não é monetário, mas sim, como um placar, para medir o seu sucesso pessoal, pois o que realmente deseja é dominar o seu mercado. Esse tipo é considerado inovador e criativo e está constantemente em busca de novos caminhos.

Fonte: adaptado de Kornijezuk (2004).

Vale ressaltar que este instrumento de pesquisa levou em consideração as quatro principais funções que melhor descrevem o empreendedor, que são: traços de personalidade, propensão ao risco, propensão à inovação e postura estratégica, distribuídas entre as questões abordadas (Tabela 2).

Tabela 2 - Características do empreendedor relacionadas às questões CEI.

Características	Questões do CEI
Traços de personalidade	2, 3, 6, 7, 10, 13, 14, 15, 16, 18, 29 e 32
Propensão ao risco	17, 19, 22, 25 e 33
Propensão à inovação	26, 30, 31
Postura estratégica	1, 4, 5, 8, 9, 11, 12, 20, 21, 23, 24, 27 e 28

Fonte: adaptado de Inácio Junior (2002).

Seqüencialmente, foi realizado um levantamento das principais práticas de ensino aplicadas ao decorrer do semestre, que

podessem ser de maior interesse ao aprendiz e capacitação dentro da temática acadêmica-profissional, sendo propostas nove metodologias de trabalho que foram trabalhadas efetivamente no curso, dentre as quais: 1) Estudo de caso empresarial; 2) Análise de artigo; 3) Visita técnica a empreendedores do setor agropecuário; 4) Técnica de “*brainstorming*” para desenvolver a ideia de negócio; 5) Palestra com empreendedores do setor; 6) Elaboração, desenvolvimento e apresentação de um plano de negócio; 7) Análise de documentários, como DVD e vídeos; 8) Pesquisa sobre as principais linhas de financiamento destinadas ao agronegócio e 9) Produção de cenário real, abordando a relação empreendedor *versus* negócio. Ressalta-se que estas práticas foram propostas por estarem inseridas como principais atividades abordadas no cronograma de ensino da disciplina oferecida para ambas as unidades.

Desta forma, foi elaborado um questionário fechado em termos de satisfação, definindo-se quatro das principais técnicas em nível de importância, dentro de uma escala do tipo “*likert*” (1-maior à 9-menor importância). As escalas de *Likert* requerem que os entrevistados indiquem seu grau de concordância ou discordância com declarações relativas à atitude que está sendo medida. Atribuiu-se valores numéricos e/ou sinais às respostas para refletir a força e a direção da reação do entrevistado à declaração. As declarações de concordância receberam valores positivos ou altos enquanto as declarações das quais discordam devem receber valores negativos ou baixos (Baker, 2005). Ainda assim, as principais vantagens das Escalas *Likert* em relação às outras, segundo Mattar (2001) são a simplicidade de construção e o uso de afirmações que não estão explicitamente ligadas à atitude estudada, permitindo a inclusão de qualquer item que se verifique, empiricamente, ser coerente com o resultado final. A amplitude de respostas permitidas apresentou informação mais precisa da opinião do respondente em relação à seguinte afirmação: “*A utilização desta técnica seria... para aprofundar os conhecimentos teórico-práticos*”, considerando dentre as principais técnicas escolhidas.

Para reforçar os resultados aferidos em função do diagnóstico, atribuiu-se, como forma complementar, a aplicação de simulações em uma análise conjuntural sobre os conceitos atribuídos em cada atividade pedagógica, por meio da técnica de Monte Carlo. Esta técnica consiste no fato de que a frequência relativa de ocorrência do acontecimento de certo valor tende a aproximar-se da probabilidade de ocorrência desse mesmo valor, quando a experiência é repetida várias vezes, considerando a geração de

números aleatórios (Hertz, 1964 *apud* Ponciano *et al.*, 2004). Em outras palavras, esta técnica ou simulação é utilizada para a avaliação de fenômenos que se podem caracterizar um comportamento probabilístico, por meio da geração de números aleatórios. Desta forma, permitem resolver uma quantidade de problemas com a simulação de cenários e o posterior cálculo de um valor esperado; neste caso, diante das possíveis escolhas acerca das metodologias aplicadas em sala.

Assim, para descrever a variação de sensibilidade, com relação aos impactos das escolhas atribuídas entre as metodologias expostas na disciplina, considerou-se as que possuíram maior relevância, por meio de variáveis aleatórias, permitindo analisar por meio de uma distribuição triangular. Esta foi identificada a partir de três de seus valores: um máximo (maior pontuação obtida para cada metodologia), um mínimo (menor pontuação para cada metodologia) e um mais provável (média) entre o número de escolhas para cada atividade (metodologia) aplicada em sala, para a geração de números aleatórios.

Desta forma, conforme Botteon (2009), algumas etapas foram identificadas para aplicação desta técnica, dentre as quais: a) Identificação da variável dependente - neste caso, as diferentes técnicas pedagógicas (metodologias) para a disciplina; b) Identificação das variáveis independentes (n° escolhas atribuídas entre muito bom, bom e regular) que influenciam sobre a dependente; c) Para cada variável aleatória, foi definida a distribuição triangular (como já citado anteriormente); d) Geração de uma determinada quantidade de números aleatórios (no caso inicialmente foi de 39, considerando o total de discentes participantes nos dois *campi*), determinando-se ainda a média, desvio padrão e coeficiente de variação, relacionados à distribuição identificada; e) Para cada variável dependente, recorreu-se à geração de 1000 números aleatórios (em plataforma Excel), para dar correspondência à uma distribuição de probabilidades; f) Construção de um histograma e gráfico em radar, representando as melhores técnicas, dada as notas atribuídas pelo conjunto de variáveis.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Apesar da maioria dos discentes terem alcançado valores entre 16 e 25 pontos (classificação “empreendedora”), correspondente a aproximadamente 84,3% dos participantes, existiram algumas diferenças notadas entre os dois *campi* observados, correspondendo às demais classificações (“micro” e

“macro”). Estas poucas diferenças, mais notadamente para a classificação “micro” em Dracena, procederam-se essencialmente a negócios oriundos de emprego familiar, sem objetivos mais ousados, como inovação e melhoria contínua nos produtos, serviços e processos oriundos destes.

Neste sentido, é muito comum haver uma variação entre os resultados observados, mesmo porque para os 12,5% obtidos na classificação “micro”, sugere para um comportamento ainda inseguro (não suficiente) para o potencial empreendedor, o que em muitas vezes o sujeito limita-se a uma zona de conforto, muito embora percebeu-se que foi um valor não relevante para o público em questão. Por outro lado, apenas um discente correspondeu à pontuação “macro” na classificação CEI, o que denotou de forma coincidente, com os negócios que a própria família já administra e que, por conseguinte, denotou um perfil diferenciado em relação aos demais.

Ainda assim, além de determinar o grau de empreendedorismo, considerando os pontos obtidos pelos discentes, foram levantadas outras informações pelas respostas das questões do CEI, em que cada conjunto de afirmações faz referência a uma das características empreendedoras do conceito de Carland e Carland (1996), mostrando as características mais relevantes de cada campus observado entre os discentes do curso de Zootecnia. Observou-se que os atributos “propensão ao risco” e “inovação” foram os mais relevantes para os discentes de Ilha Solteira e para Dracena (embora esta última unidade apresentando valores inferiores a 60%), considerando a importância destas características como essenciais aos empreendedores.

Considerando o grupo de questões relacionadas a estes atributos, as questões 17 (“Eu sempre procuro por novas maneiras de se fazer as coisas”), 30 (“Se você quer que este negócio cresça, você tem que assumir novos riscos”) e 33 (“É mais importante ver possibilidades nas situações”) foram as mais escolhidas, considerando um perfil desafiador e ao mesmo tempo, inovador diante das possíveis situações adversas. Mesmo porque, o simples fato de querer montar um negócio agropecuário, por exemplo, já pressupõe riscos e possibilidades de mudança diante da concorrência de mercado atuante no segmento.

Para as questões relacionadas ao atributo “personalidade” (83,3% e 26,9% respectivamente para Ilha Solteira e Dracena), questões como a 2 (“Eu gosto de pensar em mim mesmo como uma pessoa criativa”) e a 29 (“As pessoas pensam em mim como um trabalhador esforçado”) relevam sobretudo, características

marcantes, como a arte de criar e o esforço contínuo e persistente, o que reflete também em alguns dos resultados apontados por Meira *et al.* (2009). Ressalta-se que estes valores assumem de maneira contraditória a aceitação e o comodismo, entendendo que o negócio já existente, sobrevive por si só, como citado na questão 7, em que o “empreendedor” acomodado é retratado de forma negativa: “Meu objetivo primário neste negócio é sobreviver”.

Finalmente, a “postura estratégica” destacou-se com um maior número de respostas assinaladas para as questões 1 (“Objetivos por escrito para esta negócio são cruciais”), 5 (“A coisa mais importante que eu faço para este negócio é planejar”) e 28 (“Qualidade e serviços não são suficientes; você tem que possuir boa imagem”). Estas afirmações refletem em si algumas combinações estratégicas de maior representatividade, como foco, planejamento e marketing – termos estes que perfazem um ganho diferencial diante da concorrência.

Com relação às ferramentas aplicadas em sala de aula (abordagem metodológica), observa-se, segundo Morris e Morris (1997), respectivamente algumas breves diferenças entre a abordagem tradicional e a da educação empreendedora, dentre as quais: 1) foco primário no conteúdo X foco no processo de ensino; 2) professor é o “*expert*” X o estudante é responsável pelo aprendizado; 3) participação passiva do estudante X parceria de trabalho entre professor (facilitador) e aluno (aprendiz); 4) Não poder errar X Erros como fonte de aprendizado e 5) ênfase em teorias/conceitos X ênfase em aplicações práticas.

Situando-se nestas contradições, observa-se que a disciplina de “empreendedorismo” inserida na universidade pode-se tornar como ponto de apoio para reforçar a participação cada vez mais dos discentes em propostas inovadoras de conteúdo, estimulando-os ao processo de aprendizado, incluindo-se as limitações impostas (possíveis erros) ao longo das atividades práticas de ensino, como a elaboração de um plano de negócio (projeto), podendo assim contribuir até mesmo para a concepção de novas práticas pedagógicas de outras disciplinas, ou até em última instância, torná-la supostamente como obrigatória (disciplina específica) nas matrizes curriculares de ensino dos diferentes cursos de agrárias e correlatas, havendo para tal, a formalização do estímulo à cultura empreendedora. Neste contexto, para reforçar a importância da disciplina aplicada, com relação às principais práticas pedagógicas abordadas, alguns comentários abstraídos dos resultados pontuais e determinísticos são discutidos em sequência.

Em Dracena/SP, o pior resultado foi em artigos, representado por 80% de notas com escala 9 (menor prioridade – numa escala invertida⁴ de 1 a 9), seguido de documentários, com 60% de notas atribuídas em 8. Visita técnica, *brainstorming* e plano de negócio (PN) foram as técnicas que mais destacaram (ambas com 60% de notas entre 1 e 3). Destaca-se que o plano de negócio (Figura 1) é o instrumento ideal para traçar um retrato fiel do mercado, do produto e das atitudes do empreendedor, o que propicia segurança para quem quer iniciar uma empresa com maiores condições de êxito ou mesmo ampliar ou promover inovações em seu negócio (Rosa, 2007).



Figura 1. Apresentação de um plano de negócio – Dracena (Unesp).

Já para Ilha Solteira/SP, artigos e documentários foram as metodologias de menor interesse, com 76,2% de notas entre 7 e 9 (42,9% somente com 9); por outro lado, *brainstorming*, plano de negócios e visita técnica ficaram respectivamente com 57,1%; 61,9% e 57,1%, numa escala de notas entre 1 e 3. Esta breve análise, pressupõe-se que as técnicas de maior prioridade (numa escala de valores) foram semelhantes para ambas as unidades da Unesp, o

⁴ Menores valores são tidos como prioridades, como em uma ordem de preferência de valores, de 1 a 10.

que reforça a praticidade do ensino aprendizagem por meio da disciplina em questão.

Vale destacar que a técnica de *brainstorming* (Figura 2) reflete no desenvolvimento de ideias para um grupo, a princípio quantitativas; nesse caso, a seleção destas ainda sugere a priorização de qualidade sobre as ideias originais. Nesta atividade acadêmica, os discentes responderam por meio de figuras as questões: o que é oportunidade e empreendedorismo? Esta atividade reproduziu o potencial de criatividade e compreensão dos principais tópicos ministrados na disciplina.



Figura 2. Atividade de *brainstorming* – Ilha Solteira (Unesp).

Diante dos resultados observados, torna-se possível a identificação de soluções práticas para a educação empreendedora, por meio da implementação de programas de educação empreendedora estabelecidos, tendo como premissa a diversidade de exemplos factíveis, que devem ser reforçados por toda a instituição, com um propósito de horizonte de médio a longo prazo. Assim, como retrata Andrade (2003), a exposição do tema na comunidade acadêmica poderá causar até rejeição ou euforia, considerando que a referida temática seja tida como modismo passageiro, quando mal compreendidos pelas universidades.

Para reforçar a análise das principais técnicas desenvolvidas em sala, sob a condição de avaliar as possíveis incertezas de medição (escolhas), aplicou-se a simulação por meio

da técnica de Monte Carlo. A Tabela 3 identifica as variáveis independentes (nº escolhas atribuídas entre muito bom, bom e regular) que influenciam sobre a dependente (metodologias aplicadas em sala).

Tabela 3 - Variáveis Independentes X Número de Escolhas (Ilha Solteira e Dracena).

Variáveis Independentes	Muito Bom	Bom	Regular
1-Estudo de caso	6	4	1
2-Artigo	0	1	1
3-Visita	15	6	0
4- <i>Braisntorming</i>	11	10	2
5-Palestra	11	6	1
6-Plano de Negócio	11	6	1
7-Documentários (DVD)	1	2	3
8-Linhas de Financiamento	3	7	1
9-Cenário-Empreend vs. Negócio	4	6	4

Fonte: dados da pesquisa.

Por meio dos resultados obtidos na técnica de Monte Carlo, considerando as probabilidades obtidas, para a variável “Estudo de Caso”, observa-se que em função das notas atribuídas, possui uma probabilidade mínima de 35% para o conceito bom (para um número de quatro escolhas em um total de 11), o que supostamente poderá representar uma técnica de expressividade no processo ensino-aprendizagem. No caso de “artigo”, praticamente 99% das escolhas limitam-se a 1, não sendo atrativa esta atividade para a concepção prática da disciplina; situação semelhante à variável “Documentários/DVD”, com probabilidade ao redor de apenas 3% ser maior do que três escolhas entre bom e muito bom, o que refletiu na maioria das escolhas desta variável em conceito tido como regular.

Já para a variável “visitas”, ao mínimo 81% foram atribuídas ao número total de escolhas com o conceito bom; ainda assim, valores superiores a 70% representaram escolhas em número de 9, perfazendo grande parte das escolhas para o conceito muito bom, sendo mais bem visualizada por meio da Figura 3. Corroborando com as escolhas de maior influência, a variável “*brainstorming*” obteve ao mínimo 58% de escolhas entre o conceito bom e muito bom; situação semelhante às variáveis “palestra” e “plano de negócio”, respectivamente com 62% e 55% para o conceito bom.

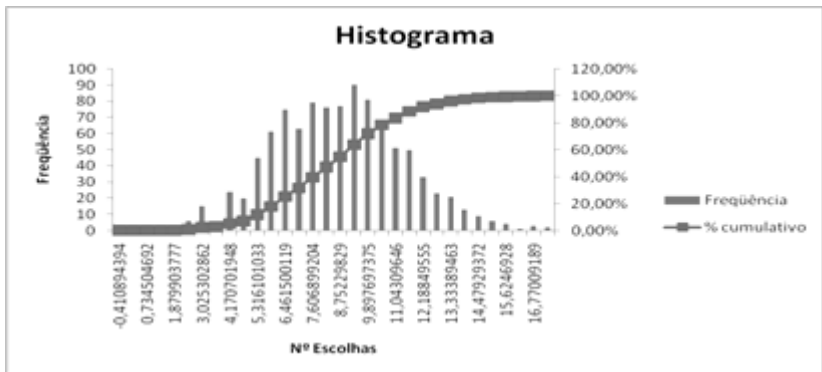


Figura 3 - Probabilidades do número de escolhas para a variável “visitas” (Dracena e Ilha Solteira).

Para as demais variáveis, como “Linhas de Financiamento” e “Cenário-Empreendedor *versus* Negócio”, com valores esperados entre 4 e 5, foram obtidas probabilidades com valores inferiores a 50%, consideradas estas medianas, como forma de melhor determinar as escolhas entre as variáveis independentes estudadas. Assim, para um conjunto de metodologias com maior probabilidade de ocorrência (ao mínimo de 55% para um número de escolhas superior a 6 entre os conceitos bom e muito bom), consideradas estas as mais escolhidas nos dois *campi*, verifica-se na Figura 4 as que superaram entre as demais, de acordo com uma ordem decrescente de escala, que foram: Visita, Palestra, *Brainstorming* e Plano de Negócio.

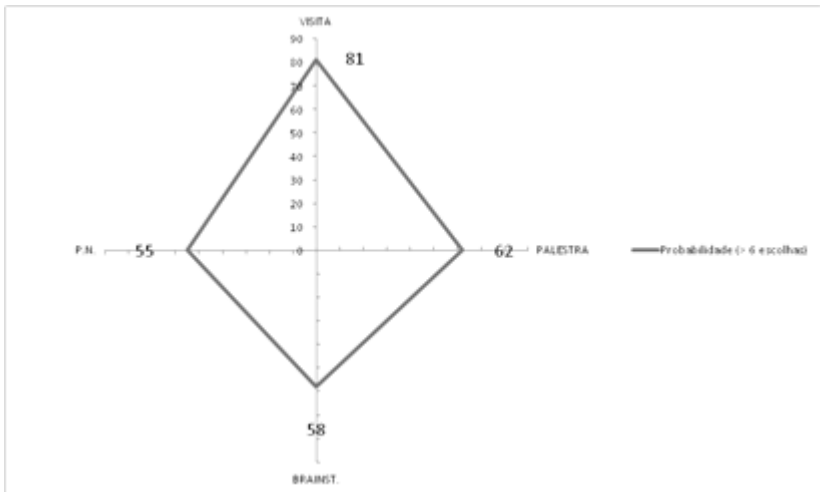


Figura 4 - Metodologias com maior prioridade de realização para a disciplina.

A maior parte dos estudantes universitários brasileiros não está preparada para empreender, por inúmeras razões, dentre elas a de que as universidades do país ainda carecem de cursos nessa área, resultando, por conseguinte, na falta de preparo aos discentes para serem futuros empreendedores e enfrentar o mundo dos negócios (Pires, 2012). Por conseguinte, há uma lacuna entre instituições e empresas, conforme aponta Saes e Pita (2007), em que o ideal seria uma sintonia fina entre ambas as partes, de forma a preparar os futuros profissionais, não somente na teoria, mas, principalmente, na prática, para que possam constituir empresas que desenvolvam produtos e serviços e contribuam para o crescimento da economia.

Assim, cursos como o de Zootecnia, não preparam o aluno para gerenciar a propriedade, além do elenco de disciplinas que versam sobre a área animal, dentre as quais nutrição e melhoramento. Como resultado disso, restringe-se a fatores que possam favorecer a multiplicação de sua própria renda ou proveniente de algum desenvolvimento de produto ou serviço zootécnico, assuntos dos quais poderão já ser trabalhados ao longo da graduação, com futuras perspectivas de um potencial empreendedor para o agronegócio.

Por outro lado, segundo Pertschy e Laux (2003), não é raro encontrar docentes distanciados da realidade factual, atentos apenas à teoria, desconhecendo a realidade brasileira. Tais profissionais são pouco efetivos em sua função docente, não corroborando para inovar o aprendizado dos discentes, gerando, dessa forma, desinteresse na ação empreendedora que prospera cada vez mais em nosso país. Considera-se que, empreender é um termo pautado por três variáveis básicas de humanização, que são: a relação docente x discente; a preponderância da prática sobre a teoria e por último, uma nova ordem social, por meio dos grandes paradigmas (globalização e conhecimento na era da informação) atuais na sociedade.

Nesse sentido, estudos de caso relatados por Saes e Pita (2007) mostram que professores tentam transformar a sala de aula em um universo de negócios. Em razão disso, os alunos visualizam e compreendem, por meio de metodologias de trabalho, uma nova forma de aproximar o ambiente acadêmico à realidade profissional; assim, terão maiores chances de enfrentar o mercado de trabalho quando egressos.

Em suma, considerando os resultados observados ao longo deste trabalho, reforçado por outros estudos de caso existentes, alguns objetivos poderiam ser propostos, no sentido de valorizar a disciplina, bem como formalizá-la em um futuro próximo como uma disciplina de caráter obrigatório na Zootecnia, bem como qualquer outro curso de graduação, dentre os quais adaptados de Ferreira et al. (2011):

- ✓ Disseminar a cultura empreendedora em caráter inter e multidisciplinar;
- ✓ Democratizar o acesso à captação de recursos para trabalhos oriundos desta temática;
- ✓ Realizar consultorias para abertura e gerenciamento de negócio (formação de núcleos empreendedores universitários);
- ✓ Promover cursos de temas de interesse do micro e pequeno empresário formal e/ou informal (fortalecer o processo de extensão nas pesquisas) e
- ✓ Estimular os futuros profissionais (discentes) a conduzirem o processo de desenvolvimento dos negócios sob a ótica da sustentabilidade, uma vez que organizados e comprometidos com um objetivo comum, tornam-se responsáveis por implementar as ações planejadas, além de monitorá-las, e ainda pela avaliação de todo o processo.

5. CONCLUSÕES

Os resultados mencionados revelam que grande parte dos discentes em Zootecnia possui perfil empreendedor, ou seja, um potencial para o desenvolvimento de atividades, que visam futuras oportunidades no mercado de trabalho, relacionadas à sua área de formação, destacando-se como principais características empreendedoras a propensão ao risco e inovação.

A personalidade também mostrou expressividade como característica empreendedora, no que se refere à forma de criação e ao esforço contínuo das atividades, uma vez que se apresenta como condição singular e necessária para sobreviver diante do mercado dinâmico. A postura no ato de empreender também foi significativa com a introdução de conceitos da administração estratégica, como foco, planejamento e marketing.

Observou-se também que as atividades mais relevantes - em ordem de prioridade - foram visita, palestra, *brainstorming* e plano de negócios. Estas técnicas apresentaram-se relevantes para o processo teórico-prático de aprendizagem, comprovadas por meio de simulações de Monte Carlo.

Dessa forma, a disciplina mostrou-se como “estimuladora” na participação dos discentes, corroborando com o aprendizado de conceitos e situações práticas, despertando a criatividade para os negócios. Assim, desperta-se a proposição de poder contribuir, em caráter inter e multidisciplinar com outras disciplinas correlatas, como um dos objetivos das instituições de ensino superior, bem como a prospecção de criar núcleos empreendedores nas IES.

Finalmente, essa pesquisa ressalta a importância do Empreendedorismo para curso de Zootecnia. Em razão disso, sugere-se que disciplina seja incluída na matriz curricular como obrigatória, haja vista a representatividade para a prática de negócios, voltada para o agribusiness. Nesse sentido, auxiliará àqueles futuros empreendedores, que desejam abrir o seu próprio negócio, fomentando planejamentos de empreendimentos arrojados e criativos.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRADE, R. F. **Empreendedorismo em instituições de ensino superior**: a concepção de docente e alunos do Departamento de Engenharia de Produção da Universidade Federal de São Carlos. São Carlos, 2003. 164 p. (Dissertação de Mestrado).

BACKER, P. **Gestão ambiental**: a administração verde. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1995.

BOTTEON, C. **Consideração do risco na avaliação de projetos**. Brasília, 2009. Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão - Secretaria de Planejamento e Investimentos Estratégicos. Disponível em <<http://www.eclac.org/ilpes/noticias/paginas/0/35920/indicadores-portugues.pdf>>. Acesso em: 28 Jun 2012.

BRASIL. **MAPA - Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento**. Secretaria de Relações Internacionais do Agronegócio. 2 edição. Brasília: MAPA/SRIA/DPIA/CGOE, 2006. 116p.
BRITTO, F.; WEVER, L. **Empreendedores brasileiros**: vivendo e aprendendo com grandes nomes. 2.ed. Rio de Janeiro : Campus, 2003. p. 17-24.

CARLAND, J.A.; CARLAND, J.W. **The Theoretical Bases and Dimensionality of the Carland Entrepreneurship Index**. In: PROCEEDINGS OF THE RISE CONFERENCE, 1996, University of Jyväskylä, Finlândia, p.1-24.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DRUCKER, P. **Inovação e espírito empreendedor**: prática e princípios. São Paulo: Pioneira, 1987.

FERREIRA, D.A.A; FREIRE, D.A.L; PORTES, M.R. **A Prática do Empreendedorismo no Ensino Superior e a Aproximação da Universidade com o Mundo do Trabalho**: o caso Oriente. Agência de Orientação Empresarial da Metodista de Minas, 2011. Disponível em <www.convibra.com.br/dwp.asp?id=814&ev=5>. Acesso em: 11 Jun. 2012.

FILION, L. J. Visão e relações: elementos para um metamodelo empreendedor. **Rev. Adm. Empresa – FGV**, v. 33, p. 50-61. Nov/Dez. 1993.

_____. **O empreendedorismo como tema de estudos superiores**. Brasília: Seminário “A universidade formando empreendedores”, 1999.

GRECO, S. M. S. S. et al **Empreendedorismo no Brasil** : 2011. Curitiba : IBQP; 2011. 118 p. Disponível em

<<http://www.gemconsortium.org/docs/download/2406>>. Acesso em 10 Set 2012.

INÁCIO JUNIOR, E. **Empreendedorismo e liderança criativa**: um estudo com os proprietários-gerentes de empresas incubadas no Estado do Paraná. Maringá, 2002. 136 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Departamento de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Estadual do Maringá/PR. Disponível em <<http://www.ppa.uem.br/defesas/>>. Acesso em 03 Mar 2011.

KORNIJEZUK, F.B.S. **Características Empreendedoras de Pequenos Empresários de Brasília**. 2004. Dissertação (Mestrado em Administração) - Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Ciência da Informação e Documentação – FACE, Programa de Pós Graduação em Administração – PPGA, Universidade de Brasília, Brasília, 2004. Disponível em <[http://201.2.114.147/bds/BDS.nsf/0D4FDFC048EF441A03256FA500452BF0/\\$File/NT000A3AFE.pdf](http://201.2.114.147/bds/BDS.nsf/0D4FDFC048EF441A03256FA500452BF0/$File/NT000A3AFE.pdf)>. Acesso em 03 Mar 2011.

MATTAR, F. **Pesquisa de marketing**. Edição Compacta. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2001.

MEIRA, A.E.C.P; ROCHA, F.B; COSTA, L.S; SILVA, W.V. Avaliação do grau de empreendedorismo de empreendedores por necessidade. **Diálogo e interação**. Vol. 2 (2009). Disponível em <<http://www.faccrei.edu.br/dialogointeracao>>. Acesso em: 12 Jun 2012.

MORRIS, R; MORRIS,S. **Entreprise education**: an important lesson to learn. In: CONFERENCE INTERNATIONALIZING ENTREPRENEURSHIP EDUCATION AND TRAINING, 1997. Monterey-Bay. **Anais eletrônicos...** Monterey-Bay, 1997. Disponível em: <<http://www.intent-conference.de/downloadas/97/morris.pdf>>. Acesso em 12 Jun 2012.

PERTSCHY, G.L; LAUX, R.O. Políticas e incentivos ao empreendedorismo em instituições de ensino superior (IES): uma nova abordagem para a gestão educacional. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa (RECADM)**, v. 2, n. 1, maio/2003. Disponível em <<http://revistas.facecla.com.br/index.php/recadm/>> Acesso em 13 Jul 2012.

PIRES, F. Universidades não preparam alunos para empreender. **Época-Negócios**. Jan. 2012. Disponível em <<http://epocanegocios.globo.com/Revista/Common/0,,EMI289142->

16354,00-
UNIVERSIDADES+NAO+PREPARAM+ALUNOS+PARA+EMPREENDE
R.html>. Acesso em 05 Set. 2012.

PONCIANO, N.J; SOUZA,P.M;MATA,H.T.C; VIEIRA,J.R;
MORGADO,I.F. Análise de Viabilidade Econômica e de Risco da
Fruticultura na Região Norte Fluminense. **RER**, Rio de Janeiro, vol. 42,
nº 04, p. 615-635.

ROSA, C. A. **Como elaborar um plano de negócio**. Brasília: SEBRAE,
2007. 120 p. Disponível em
<[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/797332C6209B4B1283257368006FF4BA/\\$File/NT000361B2.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/797332C6209B4B1283257368006FF4BA/$File/NT000361B2.pdf)>. Acesso em: 27 Jun 2012.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social**: métodos e técnicas (3a ed.). São
Paulo: Atlas, 1999.

SAES, D.X; PITA, F.H.S. Empreendedorismo no ensino superior: uma
abordagem teórica. Maringá Management: **Revista de Ciências
Empresariais**, v. 4, n.2, - p.33-41, jul./dez. 2007.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico**. São
Paulo: Abril Cultural, 1982.

TACHIZAWA, K; ANDRADE, R. O. B. **Gestão de instituições de
ensino**. E Ed. Rio de Janeiro: FGV, 2002.

THE CARLAND ENTREPRENEURSHIP INDEX: for prospective
entrepreneurs. 1996. Disponível em
<http://www.thedrscarland.com/Research/CEI_with_scoring.pdf>.
Acesso em 01 Fev 2011.

ZOUAIN, D. M.; OLIVEIRA, F. B.; BARONE, F. M. Construindo o perfil
do jovem empreendedor brasileiro: relevância para a formulação e
implementação de políticas de estímulo ao empreendedorismo. **Rev.
Adm. Pública** [online]. 2007, vol.41, n.4, pp. 797-807.

Trabalho recebido em 1 de agosto de 2012;
Trabalho aprovado em 19 de setembro de 2012;

