

A EFETIVIDADE DAS AÇÕES PARA PROMOVER O EMPREENDEDORISMO: O CASO DA FEEVALE

Serje Schmidt

E-mail: serje@feevale.br

Centro Universitário FEEVALE – RS/Brasil

Maria Cristina Bohnenberger

E-mail: cristin@feevale.br

Centro Universitário FEEVALE – RS/Brasil

RESUMO

Há algum tempo, estudos apontam a contribuição do empreendedorismo para o desenvolvimento regional. Em virtude disso, instituições de ensino e órgãos governamentais, em especial, promovem ações para o desenvolvimento do perfil empreendedor e da intenção empreendedora dos indivíduos. No entanto, pesquisas divergem tanto sobre o conceito e as características do empreendedor, quanto sobre métodos diferentes para medir a efetividade das iniciativas que visam promovê-los, relegando a um segundo plano a influência familiar em seus modelos. Limitações metodológicas observadas nesses estudos, que abordam um problema tipicamente multicausal, impõem restrições à análise de seus resultados. O presente artigo tem como objetivo construir e validar um modelo para verificar o quanto as atividades realizadas na Feevale contribuem para o desenvolvimento do perfil empreendedor e das intenções empreendedoras dos alunos. Um modelo de medição foi construído e validado, e um modelo estrutural foi proposto para esta finalidade. As estimativas padronizadas do modelo indicaram uma relação mais forte entre a família e o perfil empreendedor do que as atividades da instituição de ensino que visam promovê-lo. Os resultados sugerem que o perfil empreendedor deve ser trabalhado desde o início das relações sociais na vida dos alunos, assim como a revisão das práticas de ensino e extensão da Feevale, no sentido de trabalhar de forma mais intensiva algumas características empreendedoras.

Palavras-chave: empreendedorismo, ensino superior, instrumento de medição, intenção empreendedora, família.

ABSTRACT

For some time, studies indicate the contribution of entrepreneurship to regional development. Based on this assumption, educational institutions and governments promote initiatives to the development of personal entrepreneurial characteristics. Nevertheless, researches disagree on the concept of entrepreneur and its characteristics, as well as on methods to measure the efficacy of initiatives to promote it, while ignoring the role of the family on their models.

A EFETIVIDADE DAS AÇÕES PARA PROMOVER O EMPREENDEDORISMO: O CASO DA FEEVALE

Methodological limitations observed on these studies, which approach a multi-causal problem, impose restrictions to its results analysis. The present article aims to build a measurement model for entrepreneurial characteristics and intentions that associates them with the initiatives actually performed by a superior education institution: Feevale. Familiar environment, age and number of financial dependents are also considered in this model. The measurement instrument was developed and validated; and a structural model was proposed to this objective. Standard estimates of the structural model indicate a stronger association between family and entrepreneurial characteristics than between educational activities and these characteristics. Results suggest that the entrepreneurial individual should be tailored since the beginning of its social relations, and that educational practices in Feevale should be reviewed with the objective of emphasizing entrepreneurship.

Key Words: entrepreneurship, university, measurement instrument, entrepreneurial intention, family.

1. Introdução

O estudo do empreendedorismo tem atraído maior interesse nacional e internacional nos últimos anos, principalmente, em virtude da sua forte relação com o desenvolvimento regional. Com intuito de promover o comportamento empreendedor, unem-se governos, instituições de ensino e afins, investindo esforços e recursos financeiros. Além do empenho no desenvolvimento do perfil empreendedor, com foco no indivíduo, mecanismos de suporte à empresa nascente são colocados à disposição de quem deseja abrir seu próprio negócio, abrangendo desde linhas de crédito e incubadoras tecnológicas até consultorias subsidiadas e eventos para promoção de redes de negócios.

Em razão da quantidade de recursos despendidos nesse sentido, alguns estudos – citados a seguir – visam mensurar o resultado das iniciativas e dos fatores que levam ao desenvolvimento do empreendedorismo. Apesar do crescente interesse no tema, pesquisas que se propõem a medir os resultados das atividades na formação empreendedora utilizam os mais distintos métodos, indicando a carência de um padrão metodológico para abordar o tema. Ainda, limitações metodológicas observadas nesses estudos impõem restrições à análise dos seus resultados.

O ensino, apesar de ter apresentado uma melhora significativa nos últimos anos, introduzindo disciplinas e conteúdos específicos sobre empreendedorismo, ainda é insuficiente na formação de profissionais e preparação dos estudantes (Sebrae, 2004). Talvez, pela subsequente falta de

clareza na efetividade das iniciativas para o desenvolvimento do perfil empreendedor, não são presenciados avanços mais efetivos no sentido de fomentá-las, principalmente no Brasil, se forem considerados outros países como referência.

O Centro Universitário Feevale tem como visão “consolidar-se como universidade inovadora que contribua para o desenvolvimento regional”. Nesse sentido, sendo o empreendedorismo um dos elementos que colaboram para o desenvolvimento regional, se torna importante para essa instituição conhecer o seu papel na formação empreendedora.

Na tentativa de ajudar a aprofundar e clarear o tema, o presente artigo tem como objetivo construir e validar um modelo para verificar o quanto as atividades realizadas na Feevale contribuem para o desenvolvimento do perfil empreendedor e das intenções empreendedoras dos alunos. Pretende-se, também, proporcionar uma ênfase suficientemente genérica ao instrumento para que possa ser aplicado em outras universidades, visando à troca de experiências e o crescimento conjunto no desenvolvimento do empreendedorismo.

Primeiramente, no capítulo a seguir, será abordado o referencial teórico sobre o perfil empreendedor e seus antecedentes, bem como estudos que objetivaram medir a efetividade das iniciativas para o desenvolvimento do perfil empreendedor. No capítulo três, referente ao método, é construído o modelo de medição com base nesse referencial e expostos os procedimentos adotados para validação e análise dos resultados. Após, no capítulo quatro, o modelo de medição é validado e o modelo estrutural é estimado, apontando o impacto dos antecedentes no perfil e na intenção empreendedora. As considerações finais estão expostas ao final do presente artigo.

2. Revisão da literatura

2.1. Perfil empreendedor

Antes de se iniciar a discussão sobre o tema é importante buscar sua origem e referencial ao longo da história. Segundo Cunha (2004, p.293), a palavra empreender, *imprehendere*, tem origem no latim por volta do século XV e significa tentar “empresa laboriosa e difícil”, ou, ainda, “pôr em execução”. Filion (1999) buscou a conceituação do termo ao longo da história das civilizações, verificando que, para cada século, o empreendedor é descrito de uma forma diferente. A palavra “empreendedor”, *entre-preneur*, tem origem francesa, no século XII, sendo definida como “aquele que incentivava brigas” (Vérin *apud* Filion, 1999, p.18). No século XVI, descrevia uma pessoa que tomava a responsabilidade e dirigia uma ação militar.

A EFETIVIDADE DAS AÇÕES PARA PROMOVER O EMPREENDEDORISMO: O CASO DA FEEVALE

Mas foi no final do século XVII e início do século XVIII que o termo foi utilizado para referir-se à pessoa que criava e conduzia projetos ou empreendimentos.

Percebe-se que há divergência quanto à época e origem em que foi mencionada pela primeira vez a palavra “empreendedor”. Contudo, no final do século XVIII, Cantillon conceituou *entre-preneur* como uma pessoa que comprava matéria-prima, processava-a e vendia-a para outra pessoa, aproximando-se da conceituação atual do termo (Cantillon *apud* Fillion, 1999). Schumpeter (1934 *apud* Dornelas, 2001) associou definitivamente ao termo “empreendedor” à idéia de inovação e deu projeção ao tema, apontando o empreendedor como elemento que catalisa o desenvolvimento econômico devido ao aproveitamento de oportunidades de negócios. Resumidamente, pode-se dizer que o *entre-preneur* identifica uma oportunidade de negócio assumindo o risco inerente à compra e comercialização do produto final.

O estudo do perfil empreendedor atrai o interesse científico em diversos países. Revistas acadêmicas internacionais como *Entrepreneurship Theory and Practice*, *Entrepreneurship and Regional Development*, *Journal of Developmental Entrepreneurship* e *Journal of International Entrepreneurship* se dedicam exclusivamente ao assunto. No Brasil, apesar de não existirem revistas específicas, estudos do empreendedorismo são frequentemente desenvolvidos naquelas sobre administração e desenvolvimento regional. Além disso, observa-se que livros sobre o assunto também são comuns e contêm a maioria das definições citadas neste trabalho.

Em relação à medição do empreendedorismo, foram observados desde instrumentos para medir o perfil empreendedor (Cunha, 2004; Perera *et al.*, 2004), passando por medições de intenção empreendedora, no caso a intenção de abrir um novo negócio (Gatewood *et al.*, 2002; Peterman e Kennedy, 2003; Wang e Wong, 2004; Segal, Borgia e Schoenfeld, 2005), até medições com foco nas questões da empresa, como a sua continuidade (Greatti, 2004) e desempenho financeiro (Hindle e Cutting, 2002).

Dentre os estudos encontrados sobre o tema, o de Lopes Jr e Souza (2005) objetivou especificamente a construção de um instrumento de medição para o perfil empreendedor. Os autores partiram de três fatores identificados pela literatura: Realização, Planejamento e Poder, e acrescentaram o fator Inovação. A análise fatorial, no entanto, apontou a existência de somente dois fatores: Prospecção e Inovação, e Gestão e Persistência. Segundo Lopes Jr e Souza (2005, p.17):

O motivo que justificou a escolha de trabalhar com os dois fatores identificados na análise foi especialmente o fato do conceito pesquisado ser empreendedorismo, onde muitas são as divergências e as dúvidas quanto ao seu significado e muitos são os enfoques que procuram explicá-lo.

No presente estudo, procurou-se trabalhar com uma ampla base conceitual sobre o perfil empreendedor, por meio das diversas definições encontradas na literatura. A partir dessas definições, foram extraídas características atitudinais citadas diretamente ou presentes indiretamente, na forma de pré-requisitos para sustentá-las. As características propostas para o perfil empreendedor foram conceituadas a fim de sustentar o processo de elaboração do instrumento de medição. Alguns conceitos foram encontrados na literatura e outros foram construídos com a participação de especialistas na área¹, conforme seguem:

1. Auto-eficaz: “é a estimativa cognitiva que uma pessoa tem das suas capacidades de mobilizar a motivação, recursos cognitivos e cursos de ação necessários para exercer controle sobre eventos na sua vida” (Chen, Greene e Crick, 1998);
2. Assume Riscos calculados: pessoa que, diante de um projeto pessoal, relaciona e analisa as variáveis que podem influenciar no seu resultado, decidindo a partir disso a continuidade do projeto;
3. Planejador: pessoa que se prepara para o futuro;
4. Detecta oportunidades: “é a habilidade de capturar, reconhecer e fazer uso efetivo de informações abstratas, implícitas e em constante mudança” (Markman e Baron, 2003, p.289)
5. Persistente: “capacidade de trabalhar de forma intensiva, sujeitando-se inclusive a privações sociais, em projetos de retorno incerto” (Markman e Baron, 2003, p.290);
6. Sociável: grau de utilização da rede social para suporte à atividade profissional;
7. Inovador: pessoa que relaciona idéias, fatos, necessidades e demandas de mercado de forma criativa;
8. Líder: pessoa que, a partir de um objetivo próprio, influencia outras pessoas a adotarem voluntariamente esse objetivo.

¹ Os especialistas consultados foram: Prof. José Airton Brutti, membro da CEFE (organismo internacional de fomento ao empreendedorismo, com sede na Alemanha), professor, pesquisador e autor de livros nesta área; Prof. Alexandre Zeni, autor de dissertação de mestrado sobre empreendedorismo, pesquisador e articulador de ações de fomento ao empreendedorismo; e Prof. Cleber Prodanov, doutor em história e pesquisador, pró-reitor de pesquisa, tecnologia e inovação da Feevale (currículo resumido).

A EFETIVIDADE DAS AÇÕES PARA PROMOVER O EMPREENDEDORISMO: O
CASO DA FEEVALE

Ainda com o envolvimento destes especialistas, as definições de empreendedor foram relacionadas às características de perfil, conforme expostas a seguir:

Tabela 1 - Definições de Empreendedor e Características de Perfil

Referência	Auto-eficaz	Assume Riscos	Planejador	Detecta oport.	Persistente	Sociável	Inovador	Líder
Empreendedor é aquele “que tem capacidade de identificar, explorar e capturar o valor das oportunidades de negócio.” (Birley e Muzyka, 2001, p.22)				X			X	
“Indivíduos que precisam contar com a certeza é de todo impossível que sejam bons empreendedores” (Drucker, 1986, p.33)		X			X			
Carland et al. (1988) concluem que o empreendedorismo é principalmente função de quatro elementos: traços de personalidade (necessidade de realização e criatividade), propensão à inovação, risco e postura estratégica.	X	X	X				X	
“O passaporte das empresas para o ano 2000 será a capacidade empreendedora - isto é, a capacidade de inovar, de tomar riscos inteligentemente, agir com rapidez e eficiência para se adaptar às contínuas mudanças do ambiente econômico” (Kaufman, 1991, p.3).	X	X	X	X			X	
“Os empreendedores (...) fornecem empregos, introduzem inovações e estimulam o crescimento econômico. Já não os vemos como provedores de mercadorias e autopeças nada interessantes. Em vez disso, eles são vistos como energizadores que assumem riscos necessários em uma economia em crescimento, produtiva.” (Longenecker, Moore e Petty, 1997, p.3)	X	X				X	X	X
O Empreendedor é caracterizado por “atuar de forma hábil, diante das circunstâncias desafiadoras nas quais um novo negócio é iniciado. Capacidade de trabalhar de forma intensiva, sujeitando-se inclusive a privações sociais, em projetos de retorno incerto. Habilidade de superar adversidades” (Markman e Baron, 2003, p.290)	X	X			X			
“Desenvolver o perfil empreendedor é capacitar o aluno para que crie, conduza e implemente o processo de elaborar novos planos de vida. (...) A formação empreendedora baseia-se no desenvolvimento do auto-conhecimento com ênfase na perseverança, na imaginação, na criatividade, associadas à inovação”. (Souza <i>et al.</i> , 2004, p.4)	X		X		X		X	
“Uma vez que os empreendedores reconhecem a importância do seu contato face a face com outras pessoas, eles rapidamente e vigorosamente procuram agir para isso” (Markman e Baron, 2003, p.114).	X				X	X		X
“A predisposição para identificar oportunidades é fundamental para quem deseja ser empreendedor e consiste em aproveitar todo e qualquer ensejo para observar negócios” (Degen, 1989, p.19).				X			X	
“Em quase todas as definições de empreendedorismo, há um consenso de que estamos falando de uma espécie de comportamento que inclui: (1) tomar iniciativa, (2) organizar e reorganizar mecanismos sociais e econômicos a fim de transformar recursos e situações para proveito prático, (3) aceitar o risco ou o fracasso.” (Hisrich e Peters, 2004, p.29)	X	X	X			X		X
“Os empreendedores não apenas definem situações, mas também imaginam visões sobre o que desejam alcançar. Sua tarefa principal parece ser a de imaginar e definir o que querem fazer e, quase sempre, como irão fazê-lo” (Filion, 2000, p.3)			X				X	X

Referência	Auto-eficaz	Assume Riscos	Planejador	Detecta oport.	Persistente	Sociável	Inovador	Líder
“O empreendedor é aquele que faz as coisas acontecerem, se antecipa aos fatos e tem uma visão futura da organização.” (Dornelas, 2001, p.15)	X		X					

Fonte: elaborado pelos autores.

Não é intenção de que este estudo seja definitivo em relação à classificação sugerida na tabela anterior, e futuras análises das mesmas ou outras proposições sobre o perfil empreendedor podem chegar a diferentes entendimentos e classificações. No entanto, pretende-se, com esta classificação, criar sustentação teórica que, interpretada sob a ótica de especialistas na área, possa servir de base para a construção do instrumento ora proposto.

2.2. Antecedentes do perfil e da intenção empreendedora

Em termos dos antecedentes do perfil empreendedor, puderam ser observadas na literatura variadas abordagens, desde a avaliação da instituição de ensino em geral (Cunha, 2004; Perera *et al.*, 2004), passando por programas de educação empreendedora (Hindle e Cutting, 2002; Peterman e Kennedy, 2003) e iniciativas mais específicas, como a utilização do plano de negócios (Greatti, 2004), até antecedentes atitudinais (Gatewood *et al.*, 2002; Segal, Borgia e Schoenfeld, 2005) e de personalidade (Wang e Wong, 2004).

Para Souza (2001), algumas atividades desenvolvidas no âmbito da universidade contribuem positivamente para a formação empreendedora. Apesar de não deixar claro o método utilizado para isolar estas variáveis, a autora destaca a realização de seminários com empresários de sucesso e o exame de estudo de casos em sala de aula como fortes influentes no perfil empreendedor dos alunos. Na Feevale, especificamente, 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.

A exposição dos alunos à influência empreendedora familiar também deve ser observada, a fim de considerar, no modelo proposto, outra possível causa para o seu perfil e intenção empreendedora. Hisrich e Peters (2004) destacam a ocupação dos pais como influenciadores do perfil empreendedor. Nesse sentido, pais que atuam por conta própria tendem a ser um

A EFETIVIDADE DAS AÇÕES PARA PROMOVER O EMPREENDEDORISMO: O CASO DA FEEVALE

fator de inspiração, pois aspectos como independência e flexibilidade no trabalho são absorvidos em idade precoce.

Outros antecedentes do perfil e da intenção empreendedora, como idade e número de dependentes financeiros, também necessitam ser considerados. Longenecker *et al.*(1997) e Vianna (2004) afirmam que o jovem é desencorajado a iniciar uma carreira empreendedora, pela sua falta de experiência e acesso a recursos financeiros. Em contrapartida, pessoas de mais idade não estariam dispostas a assumir o risco de abrir um negócio próprio e perder o patrimônio conquistado ao longo do tempo. Os autores sugerem que a idade ideal seria entre o final da faixa dos 20 e início dos 40 anos. Da mesma forma, um maior número de dependentes financeiros reforçaria a indisposição ao risco, uma vez que estaria em jogo o sustento de um maior número de pessoas.

2.3. Estudos que relacionam o perfil empreendedor a seus antecedentes

Entre os trabalhos encontrados, que medem a efetividade de iniciativas para desenvolver o perfil empreendedor, pode-se observar uma variedade de objetos de estudo, instrumentos de medição, abordagens metodológicas e técnicas estatísticas. Cada um destes tópicos será detalhado a seguir.

Em relação ao objeto de estudo, a maioria das pesquisas concentrou-se em alunos dos cursos de administração (Gatewood *et al.*, 2002; Cunha, 2004; Segal, Borgia e Schoenfeld, 2005). Outras pesquisas focaram também alunos de áreas técnicas (Wang e Wong, 2004); alunos de forma geral, sem especificação do seu curso (Peterman e Kennedy, 2003); ou profissionais atuantes no mercado (Hindle e Cutting, 2002).

O principal método utilizado foi o experimental com grupo de controle pós-teste (Hindle e Cutting, 2002; Greatti, 2004; Perera *et al.*, 2004; Wang e Wong, 2004; Segal, Borgia e Schoenfeld, 2005). Esse método é composto por duas amostras, sendo uma utilizada como experimental e outra como grupo de controle, com medições realizadas após o experimento. Conforme Mattar (1999), esta abordagem de projeto possui adequada validade interna, por oferecer a vantagem de minimizar variáveis estranhas, ou seja, variáveis que afetam os resultados da variável dependente, que não as variáveis dependentes consideradas no estudo. No entanto, a abordagem de grupo de controle pós-teste possui limitações relativas a não

medição das unidades de teste antes do experimento. Por isso, não se pode afirmar que antes do experimento as amostras se mostravam semelhantes em relação à variável dependente, ou seja, não se tem certeza sobre qual variável pode ser considerada independente e qual seria a variável dependente. Como não foi realizada uma medição anterior para verificar essa possibilidade, deve-se considerar o estudo limitado sob esse aspecto. Somente um dos estudos pesquisados (Peterman e Kennedy, 2003) utilizou-se de grupo de controle pré-teste e pós-teste, que consiste na mesma abordagem anterior só que com medições antes e depois do experimento.

Entre as técnicas estatísticas utilizadas para verificar o relacionamento entre as variáveis investigadas estão: Teste T (Cunha, 2004; Perera *et al.*, 2004), Teste U (Hindle e Cutting, 2002), ANOVA (Gatewood *et al.*, 2002; Perera *et al.*, 2004; Wang e Wong, 2004), correlação (Peterman e Kennedy, 2003; Segal, Borgia e Schoenfeld, 2005) e regressão hierárquica (Wang e Wong, 2004).

É possível depreender, a partir do exposto acima, conforme também já observado por Lopes Jr e Souza (2005), que não existe consenso metodológico entre os estudos que objetivam medir os resultados de atividades que visam promover o empreendedorismo. Além disso, sendo o perfil e a intenção empreendedora conseqüências de múltiplos fatores, técnicas estatísticas bivariadas se tornam limitadas.

Em virtude das limitações observadas nesses estudos, é proposta aqui uma abordagem quantitativa multivariada. A seguir será descrito o processo de construção do modelo de medição para o perfil empreendedor, a intenção empreendedora, a participação dos alunos nas atividades da Feevale, que visam promover o empreendedorismo e as condições familiares que poderiam favorecer o perfil empreendedor.

3. Método

O presente estudo pode ser classificado quanto aos seus fins como exploratório, em razão da restrita base bibliográfica para suportar os construtos abordados; e descritivo, em virtude de expor características de uma determinada população. Quanto aos meios, pode ser classificado como pesquisa de campo quantitativa do tipo *survey* (Vergara, 1998). A população estudada corresponde aos alunos de graduação da Feevale, totalizando 14.322 acadêmicos. A seguir será abordada a construção do modelo (próximo item) e os procedimentos de amostragem, coleta (item 3.2) e análise dos dados (item 3.3).

A EFETIVIDADE DAS AÇÕES PARA PROMOVER O EMPREENDEDORISMO: O CASO DA FEEVALE

3.1. Construção do modelo de medição

Perfil e intenção empreendedora

A partir das dimensões do perfil empreendedor levantadas na literatura, foram criados itens de medição, na forma de assertivas, para os quais os respondentes poderiam assinalar o seu grau de concordância, utilizando uma escala Likert de 7 pontos. Primeiramente, os itens foram submetidos a especialistas na área de empreendedorismo que verificaram a sua adequação às características de perfil e sugeriram modificações nos textos. Posteriormente, os itens foram aplicados em uma amostra de pré-teste, solicitando aos respondentes que justificassem a sua concordância ou não em relação às questões, a fim de trazer à tona o significado entendido. A partir disso, os textos de alguns itens foram modificados para prover maior grau de entendimento às respostas.

A Tabela 2 a seguir apresenta os itens de medição após a aplicação e análise do pré-teste.

Tabela 2 - Itens de Medição do Perfil Empreendedor

Construto	Itens de medição (assertivas)
Auto-eficaz	<p>Acredito que sou plenamente capaz de organizar e executar ações para atingir o sucesso profissional.</p> <p>Tenho controle sobre os fatores críticos para minha plena realização profissional.</p> <p>Tenho capacidade para transformar meus sonhos em realidade.</p>
Assume Riscos	<p>Eu assumiria uma dívida de longo prazo acreditando nas vantagens que uma oportunidade de negócio me traria.</p> <p>Admito correr riscos em troca de possíveis benefícios.</p> <p>Sempre procuro estudar muito a respeito de cada situação profissional que envolva algum tipo de risco.</p>
Planejador	<p>Me incomoda muito ser pego de surpresa por fatos que eu poderia ter previsto.</p> <p>Tenho os assuntos referentes ao trabalho sempre muito bem planejados.</p> <p>Tenho um bom plano da minha vida profissional.</p> <p>No meu trabalho, sempre planejo muito bem tudo que faço.</p>
Detecta oportunid.	<p>Freqüentemente detecto oportunidades promissoras de negócio no mercado.</p> <p>Me interessa em saber as necessidades do mercado para novos produtos ou serviços.</p> <p>Creio que tenho uma boa habilidade em detectar oportunidades de negócio no mercado.</p>
Persistente	<p>Profissionalmente, me considero uma pessoa muito mais persistente que as demais.</p> <p>Muito raramente me abato pelas dificuldades encontradas em meu trabalho.</p> <p>Sempre que encontro situações de adversidade, me proponho a trabalhar além do normal para superá-las.</p>
Sociável	<p>Os contatos sociais que tenho são muito importantes para minha vida profissional.</p> <p>Me relaciono muito facilmente com outras pessoas.</p> <p>Conheço várias pessoas que poderiam me auxiliar profissionalmente, caso eu precisasse.</p> <p>Me dedico muito a auxiliar profissionalmente as pessoas.</p> <p>Meus contatos sociais influenciam muito pouco na minha vida profissional.</p>
Inovador	<p>Sempre encontro soluções muito criativas para problemas profissionais com os quais me deparo.</p> <p>Prefiro um trabalho repleto de novidades a uma atividade rotineira.</p> <p>Gosto de mudar minha forma de trabalho sempre que possível.</p> <p>Gosto de sugerir mudanças no meu ambiente de trabalho.</p>
Líder	<p>No trabalho, normalmente influencio a opinião de outras pessoas a respeito de um determinado assunto.</p> <p>Freqüentemente sou escolhido como líder em projetos ou atividades profissionais.</p> <p>As pessoas respeitam a minha opinião.</p> <p>Freqüentemente as pessoas pedem minha opinião sobre os assuntos de trabalho.</p>

Fonte: elaborado pelos autores.

A intenção empreendedora foi definida aqui como o grau de interesse do respondente em abrir um negócio próprio. Para tanto, foram elaboradas assertivas conforme Tabela 3 a seguir.

Tabela 3 - Itens de Medição da Intenção Empreendedora

Construto	Itens de medição (assertivas)
Intenção Empreendedora	<p>Me agrada a idéia de criar meu próprio negócio.</p> <p>Já tenho uma idéia de negócio em mente.</p> <p>Abrirei meu próprio negócio em breve.</p> <p>Não tenho a mínima intenção de abrir um negócio próprio.</p>

Fonte: elaborado pelos autores.

Para estas assertivas, também foi solicitado que o respondente assinalasse com o seu grau de concordância ou discordância, em uma escala Likert de 7 pontos.

Antecedentes do perfil e da intenção empreendedora

Como antecedentes do perfil e da intenção empreendedora, consideram-se aqueles relacionados às atividades propostas pela Feevale que se propõe ao desenvolvimento

A EFETIVIDADE DAS AÇÕES PARA PROMOVER O EMPREENDEDORISMO: O CASO DA FEEVALE

empreendedor, a experiência de familiares na condução de um negócio próprio, a idade e o número de dependentes financeiros.

No caso da Feevale, por meio de consultas aos diretores de instituto², foram identificadas as principais iniciativas que objetivam desenvolver o perfil empreendedor. O resultado deste processo está exposto na Tabela 4 e aponta um conjunto de atividades que têm por objetivo desenvolver o perfil empreendedor dos acadêmicos da Instituição

Tabela 4 - Itens de Medição das Atividades da Feevale

Construto	Itens de medição
Atividades	Disciplina específica sobre empreendedorismo; Disciplina de desenvolvimento de projetos relacionados à abertura de novos negócios; Disciplina sobre lançamento de novos produtos; Disciplina sobre pesquisa de mercado; Estudos de casos trabalhados nas demais disciplinas; Incubadora de Empresas (participação como empresa incubada); Palestra sobre Incubadora de Empresas; Consultoria Júnior Plano Um (participação como consultor); Palestra sobre Consultoria Júnior Plano Um; Projeto Novas Empresas; Palestra sobre Projeto Novas Empresas; Visitas técnicas às empresas; Envolvimento com o Núcleo de Empreendedorismo; Palestra sobre Redes de Cooperação; Palestras de “Cases de Empresas”.

Fonte: elaborado pelos autores.

Cada uma dessas iniciativas foi considerada um item de medição, objetivando verificar a opinião do aluno sobre o seu grau de aproveitamento em cada uma delas. A escala foi pontuada desde “não participei da atividade”, passando por “aproveitamento muito baixo” até “aproveitamento muito alto”.

Além das atividades proporcionadas pela Feevale medidas individualmente, o percentual do curso concluído foi incluído no modelo a fim de representar de forma mais geral a influência da Instituição no perfil e na intenção empreendedora dos alunos. Este item foi medido em uma escala de quatro pontos, sendo 1 = de zero a 25% do curso concluído, 2 = de 25% a 50%, 3 = de 50% a 75% e 4 = de 75% a 100%.

² Os institutos acadêmicos da Feevale são departamentos organizados de acordo com as áreas do conhecimento. Os quatro institutos são: ciências sociais aplicadas, científicas e tecnológicas, ciências da saúde e ciências humanas, letras e artes.

Além dos antecedentes relacionados à universidade, foram contemplados neste estudo aqueles relativos à formação familiar empreendedora do respondente. Para isso, o aluno foi induzido a identificar até três pessoas na sua família que têm ou tiveram um negócio próprio e o quanto a experiência nesse negócio foi positiva ou negativa. A partir dessas respostas, foi criada uma variável totalizadora para medir o ambiente empreendedor familiar.

Outros dois itens foram incluídos no modelo a fim de verificar a sua influência no perfil e na intenção empreendedora: a idade e o número de dependentes financeiros. Neste estudo, a idade foi medida por uma escala de sete pontos e o número de dependentes financeiros foi medido com uma variável métrica.

3.2. Procedimentos de coleta de dados

A amostra utilizada neste estudo foi aleatória e probabilística em relação ao curso que os alunos estão matriculados. Para seleção dos acadêmicos, o cadastro de estudantes da instituição foi utilizado e os alunos foram selecionados de forma aleatória. Funcionários do Centro de Pesquisa e Planejamento da Feevale foram ao encontro dos alunos em sala de aula e solicitaram o preenchimento dos questionários. O instrumento de medição foi aplicado em 1.122 estudantes da Feevale, de forma aleatória e probabilística em função do curso no qual o aluno está inscrito. Nove questionários foram descartados por preenchimento indevido, resultando em 1.113 estudantes na amostra. Esta quantidade de alunos representa 7,8% dos 14.322 alunos matriculados. A Tabela 5 apresenta o número de alunos, por Instituto da Feevale, considerados na amostra e na população.

Tabela 5 - Amostra e População em relação dos Institutos da Feevale

Instituto da Feevale	Amostra		População	
	n	%/total	n	%/total
ICET (Instituto de Ciências Tecnológicas)	241	21,8%	2.896	20,2%
ICHLA (Instituto de Ciências Humanas, Letras e Artes)	114	10,3%	1.967	13,7%
ICS (Instituto de Ciências da Saúde)	279	25,2%	3.983	27,8%
ICSA (Instituto de Ciências Sociais Aplicadas)	472	42,7%	5.476	38,2%
Dado faltante/curso não identificado	7	0,6%		
Soma	1.113	100,0%	14.322	100,0%

Fonte: elaborado pelos autores.

Pode-se observar que a amostra representa adequadamente a população, em relação ao número de alunos por Instituto.

A EFETIVIDADE DAS AÇÕES PARA PROMOVER O EMPREENDEDORISMO: O CASO DA FEEVALE

3.3. Procedimentos estatísticos de análise

Para avaliação do impacto das atividades da Feevale na formação empreendedora dos alunos e da sua intenção para abrir um negócio próprio, foi construído um modelo em equações estruturais que considera, também, os antecedentes familiares, a idade e o número de dependentes financeiros. Para tanto, o método de dois passos foi utilizado, conforme sugerido por Anderson e Gerbing (1988): validação do modelo de medição seguido da estimação do modelo estrutural.

Primeiramente, a validade convergente do modelo de medição foi avaliada utilizando-se a análise fatorial exploratória. Após, a validade discriminante foi verificada calculando-se a correlação entre os fatores. Por último, a confiabilidade multivariada dos fatores foi examinada por meio da confiabilidade composta. Ainda, índices de ajuste absoluto, incremental e parcimonioso do modelo de medição foram extraídos utilizando-se equações estruturais no software Amos.

Após a validação do modelo de medição, o modelo estrutural foi estimado utilizando-se equações estruturais. Novamente, os índices de ajuste foram calculados e, uma vez demonstrado o ajuste do modelo, estimativas padronizadas e seus graus de significância foram analisados conforme objetivo deste estudo.

4. Análise dos resultados

4.1. Análise da amostra

Em relação ao perfil dos estudantes, a maior parte pertence ao sexo feminino (60,4%) e tem entre 21 e 25 anos (40,3%). A distribuição dos estudantes foi proporcional no que se refere ao percentual do curso concluído: 26,6% concluíram até 25% do curso; 27,2% completaram entre 25% e 50%; 22,4% concluíram entre 50% e 75% do curso e, por fim, 23,8% possuíam entre 75% e 100% do curso concluído.

Considerando que o modelo estrutural a ser estimado possui 190 parâmetros, a amostra apresentou 5,9 sujeitos por parâmetro, ou seja, dentro da faixa de 5 a 10 sujeitos por parâmetro, sugerida por Hair *et al.* (2005).

4.2. Validação do instrumento de medição

O primeiro passo para validação do instrumento de medição foi verificar se os itens referentes ao perfil e à intenção empreendedora apresentavam a estrutura latente observada na literatura. Para tanto, uma análise fatorial exploratória foi efetuada, com método de extração de componentes principais e rotação Varimax. Apesar de esta análise fatorial ter retornado uma medida de adequação da amostra (KMO) de 0,893, que pode ser considerada adequada, a variância total explicada pelo instrumento foi de 47,5%, considerada baixa. Assim, foram retirados os itens que apresentaram baixas comunalidades e que, portanto, não contribuíam para a explicação do perfil empreendedor. Uma segunda análise fatorial exploratória retornou KMO de 0,852 e variância total explicada de 56,4%, considerada adequada. A análise fatorial retornou sete fatores latentes às estruturas de dados. A Tabela 6 expõe as cargas fatoriais acima de 0,3 – significativas considerando o tamanho da amostra – em cada fator.

Tabela 6 - Análise Fatorial Exploratória Referente ao Perfil e Intenção Empreendedora

Questões	Fatores						
	1	2	3	4	5	6	7
Freqüentemente detecto oportunidades promissoras de negócio no mercado.	0,711						
Creio que tenho uma boa habilidade em detectar oportunidades de negócio no mercado.	0,705						
Tenho controle sobre os fatores críticos para minha plena realização profissional.	0,582			0,317			
Profissionalmente, me considero uma pessoa muito mais persistente que as demais.	0,562		0,419				
Sempre encontro soluções muito criativas para problemas profissionais com os quais me deparo.	0,516						
Tenho um bom plano da minha vida profissional.	0,515			0,390			
Me agrada a idéia de criar meu próprio negócio.		0,863					
Já tenho uma idéia de negócio em mente.		0,850					
Não tenho a mínima intenção de abrir um negócio próprio.		-0,760					
Abrirei meu próprio negócio em breve.		0,723					
Freqüentemente sou escolhido como líder em projetos ou atividades profissionais.			0,686				
Freqüentemente as pessoas pedem minha opinião sobre os assuntos de trabalho.			0,684				

A EFETIVIDADE DAS AÇÕES PARA PROMOVER O EMPREENDEDORISMO: O
CASO DA FEEVALE

As pessoas respeitam a minha opinião.		0,556	
No meu trabalho, sempre planejo muito bem tudo que faço.		0,780	
Sempre procuro estudar muito a respeito de cada situação profissional que envolva algum tipo de risco.		0,760	
Tenho os assuntos referentes ao trabalho sempre muito bem planejados.	0,381	0,472	0,337
Prefiro um trabalho repleto de novidades a uma atividade rotineira.		0,706	
Me relaciono muito facilmente com outras pessoas.		0,369	0,584
Gosto de mudar minha forma de trabalho sempre que possível.		0,573	
Me incomoda muito ser pego de surpresa por fatos que eu poderia ter previsto.			0,696
Eu assumiria uma dívida de longo prazo acreditando nas vantagens que uma oportunidade de negócio me traria.			0,668
No trabalho, normalmente influencio a opinião de outras pessoas a respeito de um determinado assunto.		0,479	0,555
Admito correr riscos em troca de possíveis benefícios.			0,459 0,521
Meus contatos sociais influenciam muito pouco na minha vida profissional.			-0,772
Os contatos sociais que tenho são muito importantes para minha vida profissional.			0,743
Conheço várias pessoas que poderiam me auxiliar profissionalmente, caso eu precisasse.	0,332		0,519

Fonte: saída do SPSS.

Como pode ser observado na Tabela 6, alguns itens não ficaram agrupados conforme observado na literatura. O fator 1 consolidou itens que se referiam principalmente à detecção de oportunidades, auto-eficácia e persistência. Uma investigação da literatura, direcionada para explicar o construto latente por trás dessa estrutura de itens, levou à identificação do conceito de auto-realização, ou *achievement motivation*. A auto-realização pode ser definida como uma atitude direcionada à competição utilizando padrão de excelência. Pessoas com níveis elevados de auto-realização tendem a estabelecer objetivos desafiadores, valorizam o feedback e o utilizam para medir seus resultados, têm um forte desejo de auto-eficácia e persistem em tarefas com possibilidade de sucesso. A auto-realização é aceita como uma importante característica pessoal e influencia significativamente o comportamento dos indivíduos nas organizações (McClelland apud Lumpkin e Erdogan, 1999).

Esta definição proposta por McClelland, um dos primeiros autores a tratar deste conceito, aborda a auto-realização de forma muito próxima aos conceitos de auto-eficácia, persistência

e detecção de oportunidades. Dessa forma, o fator 1 resultante da análise fatorial foi denominado “Auto-realização”.

Os fatores 2 e 3 corroboraram a literatura, no sentido de representar os construtos de Intenção Empreendedora e de Líder.

Quanto ao fator 4, os itens apresentaram proximidade ao conceito de Planejador, uma vez que dois dos itens originalmente atribuídos a este construto estão presentes nesse fator. O item “sempre procuro estudar muito a respeito de cada situação profissional que envolva algum tipo de risco”, que estava originalmente associado à característica Assume Riscos, ficou associado à característica Planejador. Talvez a expressão “estudar muito” tenha reforçado a idéia do cálculo dos riscos levando o respondente a interpretá-la como planejamento, o que o levou a esta proximidade com esta característica.

Dois dos itens do fator 5 referiam-se originalmente à característica Inovador, o que trouxe a identidade a esse fator. Outro item que obteve carga fatorial significativa com esse fator foi “me relaciono muito facilmente com outras pessoas”, que a princípio estava relacionado à característica Sociável. Por um lado, talvez este perfil socialmente expansivo realmente esteja associado à idéia de provocar mudanças no ambiente de trabalho, mas não é uma associação óbvia. Por outro lado, este item também obteve carga fatorial significativa com o fator 3, referente à Liderança. A partir de discussões com os demais autores deste trabalho e com especialistas no assunto, este item ficou considerado como pertencente à característica de Líder, representado por este fator.

O fator 6 traz dois itens que originalmente estavam associados à característica Assume Riscos, um item que estava associado ao Planejamento e um item relacionado ao perfil de Líder. O item “me incomoda muito ser pego de surpresa por fatos que eu poderia ter previsto”, originalmente concebido para a característica de Planejador, pode ter sido associado à idéia da utilização do planejamento para evitar riscos, ou “ser pego de surpresa”. Uma pessoa que assume esta atitude provavelmente calcula extensivamente os riscos que está sujeita a correr no futuro. O item foi, então, mantido no fator 6. O item “no trabalho, normalmente influencio a opinião de outras pessoas a respeito de um determinado assunto”, originalmente associado à característica de Líder, pode por um lado ter sido associado a uma idéia de exposição pessoal no ambiente de trabalho, levando a assumir os riscos inerentes a esta exposição. Por outro lado, a utilização do poder de influência sobre as pessoas também

A EFETIVIDADE DAS AÇÕES PARA PROMOVER O EMPREENDEDORISMO: O CASO DA FEEVALE

pode ser vista como uma ferramenta para minimizar riscos, tornando o ambiente mais receptível às idéias próprias. O item foi considerado como associado às duas características.

O fator 7 obteve cargas fatoriais significativas e seus itens representam o construto relacionado ao perfil Sociável. Vale observar que o item “Meus contatos sociais influenciam muito pouco na minha vida profissional” obteve carga fatorial negativa, pois possui escala de interpretação reversa.

Por fim, os fatores ficaram assim definidos: 1) Auto-realização, 2) Intenção empreendedora, 3) Líder, 4) Planejador, 5) Inovador, 6) Assume Riscos e 7) Sociável.

Após a análise fatorial, os itens e fatores referentes ao perfil empreendedor foram submetidos à validação por equações estruturais. Uma vez obtendo-se identificação do modelo e não tendo sido verificada a existência de estimativas transgressoras ou variâncias negativas de erro, procedeu-se à análise da correlação entre os fatores para estimar a sua validade discriminante. A correlação mais alta entre os fatores foi de 0,794 entre Auto-realização e Planejamento, ficando abaixo do limite de 0,85 sugerido pela literatura (Hair *et al.*, 2005).

Uma vez observada a não-normalidade multivariada dos dados, por meio do coeficiente de Mardia, índices de ajuste foram selecionados para evitar esta questão. Todos os índices de ajuste, conforme demonstrado na Tabela 7, ficaram dentro dos valores de referência sugeridos pela literatura (Anderson e Gerbing, 1988; Kline, 1998; Hair *et al.*, 2005)

Tabela 7 - Índices de Ajuste do Modelo de Medição Referente às Variáveis Dependentes

Tipo de Índice	Índice	Valor de referência	Valor obtido
Ajuste absoluto	χ^2	-x-x-	943,070
	GL	-x-x-	274
	χ^2/GL	< 5	3,442
	RMSEA	< 0.8	0,047
Ajuste incremental	TLI	> 0.9	0,977
	NFI	> 0.9	0,975
	CFI	> 0.9	0,982
Ajuste parcimonioso	PNFI	-x-x-	0,739

Fonte: saída do Amos.

A confiabilidade composta dos construtos também foi medida, sendo que o valor mais baixo apresentado foi do construto Inovação de 0,46, ou seja, um pouco abaixo do limite sugerido de 0,5. Todos os demais construtos ficaram com a confiabilidade acima desse limite.

Considerando que o modelo tem caráter exploratório, avaliou-se que a confiabilidade é suficiente para prosseguir com a análise do modelo.

As atividades realizadas pela Feevale que objetivam desenvolver o perfil empreendedor dos alunos também foram validadas. Uma análise fatorial exploratória foi realizada com estas variáveis para verificar se existe alguma estrutura latente referente aos dados coletados. Por meio do gráfico *Scree plot*, foi possível verificar que os itens formaram dois construtos latentes, conforme cargas fatoriais na Tabela 8. A análise fatorial exploratória retornou KMO de 0,891 e Variância total explicada de 51,16%.

Tabela 8 - Análise Fatorial Exploratória Referente às Atividades da Feevale

Questões	Fatores	
	1	2
Palestra sobre Consultoria Júnior Plano Um.	0,780	
Consultoria Júnior Plano Um (participação como consultor).	0,779	
Projeto Novas Empresas.	0,729	
Incubadora de Empresas (participação como empresa incubada).	0,666	
Palestra sobre Incubadora de Empresas.	0,612	
Palestra sobre Projeto Novas Empresas.	0,610	0,351
Palestras sobre Parque Tecnológico	0,603	
Envolvimento com o núcleo de empreendedorismo.	0,530	0,345
Palestra sobre Redes de Cooperação.	0,464	0,437
Disciplina sobre pesquisa de mercado.		0,786
Disciplina sobre lançamento de novos produtos.		0,770
Disciplina sobre abertura e gestão de negócios.		0,704
Estudos de casos trabalhados nas demais disciplinas.		0,689
Palestras de “Cases de Empresas”.	0,300	0,585

Fonte: saída do SPSS.

A partir das cargas fatoriais observadas, pode-se identificar o fator 1 como tendo predominantemente atividades de extensão e o fator 2 como tendo atividades de ensino. As cargas fatoriais acima de 0,4 indicam a validade convergente dos fatores. A correlação entre os fatores foi de 0,644, indicando a sua validade discriminante. A confiabilidade composta calculada foi de 0,857 para o construto Extensão e de 0,802 para Ensino, auferindo-lhes confiabilidade multivariada.

4.3. Estimação do modelo estrutural

No modelo estrutural, foram estimadas as relações causais entre as variáveis independentes – Ensino, Extensão, Percentual do curso concluído, Família, Idade e Número de dependentes financeiros – e as variáveis dependentes – Auto-realização, Líder, Assume riscos, Planejador, Inovador, Sociável e Intenção empreendedora. Apesar de a modelagem de equações

A EFETIVIDADE DAS AÇÕES PARA PROMOVER O EMPREENDEDORISMO: O
CASO DA FEEVALE

estruturais ser utilizada, principalmente, para análises confirmatórias, por não haver consenso na literatura sobre o perfil empreendedor e seus antecedentes, a proposta de modelagem neste estudo pode ser considerada exploratória, traduzida na estimação das relações entre todas as variáveis independentes e todas dependentes.

O modelo não apresentou estimativas transgressoras, isto é, estimativas padronizadas próximas de 1,0 ou variâncias negativas de erros. Os índices de ajuste gerados estão apresentados na Tabela 9 a seguir.

Tabela 9 - Índices de Ajuste do Modelo Estrutural

Tipo de Índice	Índice	Valor de referência	Valor obtido
Ajuste absoluto	χ^2	-x-x-	3653,844
	GL	-x-x-	844
	χ^2/GL	< 5	4,329
	RMSEA	< 0.8	0,055
Ajuste incremental	TLI	> 0.9	0,936
	NFI	> 0.9	0,930
	CFI	> 0.9	0,945
Ajuste parcimonioso	PNFI	-x-x-	0,793

Fonte: saída do Amos.

Como se pode observar, todos os índices de ajuste incremental estão acima da referência de 0,9, o que, de acordo com Hair *et al.* (2005), sugere o bom ajuste do modelo estrutural.

A partir disso, foram analisadas as estimativas padronizadas do modelo estrutural e seus índices de significância, conforme segue. As relações causais significativas estão assinaladas na Tabela 10 a seguir.

Tabela 10 - Estimações Padronizadas do Modelo Estrutural

Relação	Estimativa Padrão	Erro Padrão	Critical Ratio	p
=> ARealiz	0,180 **	0,037	3,095	0,002
=> Inov	0,034	0,053	0,526	0,599
=> Inten	0,024	0,053	0,460	0,646
Ensino => Lider	0,102	0,056	1,685	0,092
=> Planej	0,076	0,035	1,341	0,180
=> Risco	0,203 **	0,031	2,983	0,003
=> Social	0,135 *	0,052	-2,204	0,028

	Relação	Estimativa Padrão	Erro Padrão	Critical Ratio	p
Extensão	=> ARealiz	-0,011	0,077	-0,211	0,833
	=> Inov	0,079	0,111	1,286	0,199
	=> Inten	0,098 *	0,113	2,003	0,045
	=> Lider	0,011	0,117	0,196	0,845
	=> Planej	0,038	0,067	0,785	0,432
	=> Risco	0,025	0,061	0,412	0,680
	=> Social	0,015	0,107	-0,261	0,794
Família	=> ARealiz	0,184 **	0,011	5,168	0,000
	=> Inov	0,140 **	0,016	3,565	0,000
	=> Inten	0,221 **	0,017	6,935	0,000
	=> Lider	0,202 **	0,017	5,424	0,000
	=> Planej	0,085	0,014	1,872	0,061
	=> Risco	0,096 *	0,009	2,403	0,016
	=> Social	0,221 **	0,018	-5,401	0,000
Idade	=> ARealiz	0,004	0,017	0,114	0,909
	=> Inov	0,020	0,025	0,471	0,638
	=> Inten	-0,018	0,025	-0,518	0,605
	=> Lider	0,133 **	0,026	3,265	0,001
	=> Planej	0,024	0,015	0,731	0,465
	=> Risco	0,013	0,014	0,315	0,753
	=> Social	0,024	0,024	0,601	0,548
Nr. Dep. Fin.	=> ARealiz	0,103 **	0,022	2,768	0,006
	=> Inov	-0,017	0,031	-0,404	0,686
	=> Inten	0,023	0,031	0,701	0,483
	=> Lider	0,037	0,033	0,949	0,342
	=> Planej	0,052	0,022	1,360	0,174
	=> Risco	0,052	0,017	1,240	0,215
	=> Social	0,099 *	0,031	-2,500	0,012
Perc. Curso	=> ARealiz	-0,032	0,020	-0,882	0,378
	=> Inov	0,023	0,029	0,553	0,580
	=> Inten	0,032	0,029	0,958	0,338
	=> Lider	-0,031	0,031	-0,789	0,430
	=> Risco	0,001	0,016	0,026	0,979
	=> Social	0,055	0,028	-1,414	0,157

(*) significativo ao nível de 0,01; (**) significativo ao nível de 0,05

Fonte: saída do Amos.

Cabe apontar que estimativas padronizadas abaixo de 0,1 indicam um efeito “pequeno”, e aquelas em torno de 0,3 indicam efeito “médio” (Kline, 1998).

Como se pode observar, o Ensino possui uma relação positiva significativa com três dos quatro perfis do empreendedor: Auto-realização, Assume riscos e Sociável. Isso faz sentido uma vez que o ensino permite ao aluno conhecer melhor a realidade na qual está inserido, o que subsidia uma maior confiança nas suas ações profissionais e diminui a sua insegurança no que diz respeito a abrir seu próprio negócio e gerenciá-lo ao longo do tempo.

A EFETIVIDADE DAS AÇÕES PARA PROMOVER O EMPREENDEDORISMO: O CASO DA FEEVALE

O ensino pode contribuir positivamente com o perfil de Auto-realização, uma vez que as variáveis que formam esse perfil são trabalhadas nas atividades que compõe o construto ensino. A habilidade de detectar oportunidades de negócio, a busca de soluções criativas e o próprio planejamento da vida profissional são abordados em disciplinas de pesquisa de mercado, lançamento de novos produtos e abertura e gestão de negócios, para citar alguns exemplos.

Nesse mesmo sentido, é possível identificar a associação do ensino com a predisposição a assumir riscos, que já havia sido sugerida por Vianna (2004). Pode-se sugerir que o acadêmico que se preocupa com aspectos relacionados à continuidade dos negócios seja influenciado pela formação que recebeu e, dessa forma, sinta-se mais preparado para assumir riscos. Isto é corroborado na medida em que a predisposição a assumir riscos está associada mais fortemente ao Ensino que aos antecedentes familiares, o que caracteriza a influência da formação para o desenvolvimento deste perfil.

O perfil Sociável, apesar de ter apresentado uma associação fraca, também está relacionado ao ensino. Acredita-se que, de forma geral, as atividades que são desenvolvidas no ensino superior podem influenciar positivamente as relações pessoais entre os acadêmicos, intensificando e construindo novos laços de amizade.

Em relação aos aspectos que não apresentaram associação com o Ensino, por um lado é compreensível que o perfil Inovador esteja entre eles, uma vez que ainda se utilizam com frequência métodos tradicionais de ensino para promover os processos de aprendizagem e de avaliação. Por outro lado, não era esperado encontrar nesse grupo o perfil Planejador, considerando principalmente a influência que o ensino pode exercer no desenvolvimento deste perfil. Isso reforça, de certa forma, a questão da necessidade do ensino trabalhar de forma mais intensiva os aspectos atitudinais dos acadêmicos. Da mesma forma, também era esperado encontrar uma associação entre o Ensino e a Intenção Empreendedora, principalmente, porque a visão da Instituição está pautada nesse item.

Nesse sentido, as atividades de Extensão desempenham um papel importante uma vez que impactam positivamente na Intenção empreendedora. Isto vem ao encontro do que Souza (2001) apresenta, considerando que nas atividades de extensão há um contato mais próximo do acadêmico com outros empreendedores, possivelmente o motivando a seguir o exemplo.

Observa-se, com isso, que essas atividades atingem em parte os objetivos propostos, no sentido de promover o desejo de abrir seu próprio negócio. Não obstante, por conta de que as atividades de Extensão são optativas, pode-se sugerir também que o aluno que possui intenção de abrir o seu próprio negócio busque essas atividades como forma de realizar a sua visão. Nesse sentido, não se pode afirmar qual variável é dependente e qual é independente.

Destaca-se também que as outras seis variáveis de perfil não possuem nenhuma relação com as atividades de extensão. Entre elas esperava-se que estivessem o perfil Inovador e o Sociável, pois as atividades de extensão têm também por objetivo atender ao desenvolvimento dos acadêmicos nestes aspectos.

A Família se destacou nos resultados deste estudo como fator fundamental associado ao perfil e à intenção empreendedora, corroborando a literatura nesse sentido. O fato de o aluno relacionar-se com um familiar empreendedor influencia positivamente na maioria das características empreendedoras. Auto-realização, perfil Inovador, intenção empreendedora, Liderança, predisposição ao risco e perfil Sociável estão entre elas. Nesse sentido, o estudo parece indicar que os acadêmicos procuram seguir a vocação da sua família no que se refere a ter o seu próprio negócio e a manter uma rede de relacionamentos que tornem o ambiente mais favorável a este empreendimento. De certa forma, esse resultado era esperado, no sentido que a família em geral possui um contato mais intenso com o acadêmico, tanto em termos de tempo quanto durante o período de formação da sua personalidade.

A idade, por sua vez, está positivamente relacionada ao perfil de Líder. Pode-se supor que o amadurecimento da pessoa, paralelamente à sua experiência, auxilie no desenvolvimento do seu perfil de liderança. Talvez por sua suposta relação não linear com o perfil empreendedor, conforme abordado na literatura (Longenecker, Moore e Petty, 1997; Sebrae, 2004), não tenham sido verificadas associações entre idade e outros construtos, contrariando estudos nesta área.

O número de dependentes financeiros também se mostrou relacionado à auto-realização e ao perfil sociável dos alunos. Esse fato pode estar relacionado ao estado civil, pois, conforme Sebrae (2004), 61% dos empreendedores são casados, enquanto 32% são solteiros. É possível que o fato de ter um maior número dependentes financeiros amplie as habilidades sociais, ao mesmo tempo em que traga maior confiança e segurança (perfil Auto-Realização) para atender às necessidades dos mesmos.

A EFETIVIDADE DAS AÇÕES PARA PROMOVER O EMPREENDEDORISMO: O
CASO DA FEEVALE

Apesar de o empreendedor apresentar uma taxa de escolaridade maior que a média da população brasileira (Sebrae, 2004), o percentual do curso concluído não apresentou relação com qualquer característica ou intenção empreendedora.

A Tabela 11 a seguir resume as associações entre os fatores antecedentes e o perfil empreendedor encontradas neste estudo.

Tabela 11 - Quadro-resumo da Influência de cada Fator

Antecedentes	Efeitos	Aspectos favoráveis
Ensino	Auto-realização; assume riscos e perfil social	Desenvolvimento de habilidades para auto-realização; conhecimento proporciona segurança para abrir e gerenciar um negócio próprio; relacionamento com colegas de curso.
Extensão	Intenção empreendedora	Contato do acadêmico com outros empreendedores
Família	Auto-realização; inovação; intenção empreendedora; liderança; assume riscos; perfil social	Influência empreendedora desde idade mais precoce; contato mais freqüente.
Idade	Liderança	Amadurecimento e experiência.
Nr. dependentes financeiros	Auto-realização	Confiança e segurança para atender necessidades da família.

Fonte: elaborado pelos autores.

Como se pode observar na tabela anterior, de acordo com este estudo, a família se destaca como principal influenciadora do perfil empreendedor, relacionando-se em grau médio com grande parte das variáveis de perfil: Sociável, Intenção empreendedora, Auto-realização, Inovador e Líder. O impacto do ensino no empreendedorismo, que justificou em grande parte a realização deste estudo, mostrou-se limitado, na medida em que foi associado somente ao perfil de Assumir riscos, Auto-realização e Sociável. Foi verificado também que as atividades de extensão influenciam de forma fraca a intenção empreendedora. Ainda, não foram observadas associações entre as variáveis antecedentes e o perfil Planejador, o que sugere a realização de futuras pesquisas nesse sentido. Em face aos resultados encontrados, algumas considerações finais podem ser expostas no que se refere ao estudo.

5. Considerações finais

De forma geral, acredita-se que este estudo contribui para a pesquisa acadêmica na área do empreendedorismo, na medida em que valida um modelo de medição para o perfil e intenção empreendedora e seus antecedentes.

O presente trabalho indica uma maior influência da família no perfil empreendedor, corroborando com a literatura e sinalizando, principalmente, para os órgãos governamentais que o desenvolvimento do empreendedorismo deve ter início na infância, com o envolvimento dos pais, para que melhores resultados nesse sentido sejam alcançados. Ainda, observa-se que a idade não possui uma associação direta com o perfil empreendedor, divergindo de alguns estudos a respeito do tema. Para a Feevale, o estudo aponta para a revisão de algumas práticas, principalmente as de Extensão, relacionadas à formação empreendedora. Devem ser revistas também as atividades relacionadas ao Ensino.

É preciso ponderar ainda que, considerando a exigência amostral do método utilizado, não foi possível particularizar a análise por instituto. Entretanto, durante o contato com os diretores desses institutos, na fase de levantamento das atividades de extensão, constatou-se que a maior parte destas atividades é promovida pelo Instituto de Ciências Sociais Aplicadas (ICSA), no qual está o curso de Administração. Em virtude disso, é possível que associações mais fortes possam ser evidenciadas no grupo de acadêmicos que pertencem a este instituto. Para isso, serão necessários novos estudos, com o envolvimento de um maior número de respondentes do ICSA, visando poder atender o número de sujeitos para os parâmetros que estão sendo estudados.

Algumas limitações deste estudo devem ser observadas. A participação dos autores no ambiente de pesquisa pode trazer algumas considerações. Se por um lado, o fato de os autores estarem inseridos nesse ambiente pode ter ajudado na elaboração e no entendimento dos itens e sua associação com os fatores, por outro, pode ter atribuído um viés nessa mesma interpretação, o que limitaria a generalização dos resultados para outros ambientes. Outra limitação refere-se à amostra utilizada. Apesar de ser significativa para a população ora estudada, sugere-se que o modelo seja revalidado em outras amostras.

Por fim, sugere-se a aplicação e validação do instrumento de medição aqui desenvolvido em outras universidades, com o objetivo de buscar um melhor entendimento do perfil e da intenção empreendedora e, principalmente, de identificar as atividades que tenham maior associação com a sua formação.

A EFETIVIDADE DAS AÇÕES PARA PROMOVER O EMPREENDEDORISMO: O
CASO DA FEEVALE

BIBLIOGRAFIA

- ANDERSON, J. C.; GERBING, D. W. Structural Equation Modeling in Practice: A Review and Recommended Two-Step Approach. **Psychological Bulletin**, v.103, n.3, p.411-423. 1988.
- BIRLEY, S.; MUZYKA, D. F. **Dominando os Desafios do Empreendedor**. São Paulo: Makron Books. 2001
- CARLAND, J. W.; HOY, F.; CARLAND, J. A. C. "Who is an Entrepreneur?" Is a Question Worth Asking. **American Journal of Small Business**, v.12, n.4. 1988.
- CHEN, C. C.; GREENE, P. G.; CRICK, A. Does Entrepreneurial Self-Efficacy Distinguish Entrepreneurs from Managers? **Journal of Business Venturing**, v.13. 1998.
- CUNHA, R. D. A. N. A Universidade na formação de empreendedores: a percepção prática dos alunos de graduação. In: Encontro Nacional da ANPAD. **Anais.**, 2004.
- DEGEN, R. **O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial**. São Paulo: MacGraw-Hill. 1989
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo, transformando idéias em negócios**. São Paulo: Campus. 2001
- DRUCKER, P. F. **Inovação e Espírito Empreendedor**. São Paulo: Pioneira. 1986
- FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, v.34, n.2, p.5-28. 1999.
- _____. Empreendedorismo e gerenciamento: processos distintos, porém complementares. **Revista de Administração**, v.7, n.3, p.2-7. 2000.
- GATEWOOD, E. J. *et al.* Entrepreneurial Expectancy, Task Effort and Performance. **Entrepreneurship Theory and Practice**. 2002.
- GREATTI, L. O Uso do Plano de Negócios como Instrumento de Análise Comparativa das Trajetórias de Sucesso e de Fracasso Empresarial. In: Encontro Nacional da ANPAD. **Anais.**, 2004.
- HAIR, J. F. *et al.* **Análise Multivariada de Dados**. 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.
- HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman. 2004. 592 p.
- KAUFMAN, L. **Passaporte para o ano 2000**. São Paulo: Makron Books. 1991. 172 p.
- KLINE, R. B. **Principles and Practice of Structural Equation Modeling**. New York: Guilford Press. 1998

- LONGENECKER, J. G.; MOORE, C. W.; PETTY, J. W. **Administração de pequenas empresas. Ênfase na Gerência Empresarial**. São Paulo: Makron Books. 1997. 868 p.
- LOPES JR, G. S.; SOUZA, E. C. L. D. Atitude Empreendedora em Proprietários-Gerentes de Pequenas Empresas. Construção de um Instrumento de Medida. **REAd - Revista Eletrônica de Administração**, v.11, n.6. 2005.
- LUMPKIN, G. T.; ERDOGAN, B. If Not Entrepreneurship, Can Psychological Characteristics Predict Entrepreneurial Orientation? – A Pilot Study. In: USASBE/SBIDA Annual National Conference - Sailing the Entrepreneurial Wave Into the 21st Century. **Anais**. San Diego, California, 1999.
- MARKMAN, G. D.; BARON, R. A. Person-entrepreneurship fit: why some people are more successful as entrepreneurs than others. **Human Resource Management Review**, v.13, p.281-301. 2003.
- MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing**. São Paulo: Atlas. 1999
- PERERA, L. C. J. *et al.* Missão: Formar Empreendedores. In: Encontro Nacional da ANPAD. **Anais**, 2004.
- PETERMAN, N. E.; KENNEDY, J. Enterprise Education: Influencing Students' Perceptions of Entrepreneurship. **Entrepreneurship Theory and Practice**. 2003.
- SEBRAE. **Global Entrepreneurship Monitor - Empreendedorismo no Brasil**. 2004
- SEGAL, G.; BORGIA, D.; SCHOENFELD, J. The motivation to become an entrepreneur. **International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research**, v.11, n.1, p.42-57. 2005.
- SOUZA, E. C. L. D. A disseminação da cultura empreendedora e a mudança na relação universidade-empresa. In: (Ed.). **Empreendedorismo: competência essencial para pequenas e médias empresas**.: ANPROTEC, 2001. A disseminação da cultura empreendedora e a mudança na relação universidade-empresa, p.28- 41
- SOUZA, E. C. L. D. *et al.* Métodos e Técnicas de Ensino e Recursos Didáticos para o Ensino do Empreendedorismo em IES Brasileiras. In: Encontro Nacional da ANPAD. **Anais**, 2004.
- VERGARA, S. C. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. São Paulo: Atlas. 1998
- 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.
- WANG, C. K.; WONG, P.-K. Entrepreneurial interest of university students in Singapore. **Technovation**, v.24, p.163 - 172. 2004.