

## **A CONTRIBUIÇÃO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO NO DESENVOLVIMENTO DE ATITUDES EMPREENDEDORAS E INOVADORAS DOS SEUS DISCENTES**

**GABRIELA BERTOLETTI JOHANN**

UNIVERSIDADE COMUNITÁRIA DA REGIÃO DE CHAPECÓ (UNOCHAPECÓ)

**NATALIA BERTA**

UNIVERSIDADE COMUNITÁRIA DA REGIÃO DE CHAPECÓ (UNOCHAPECÓ)

**CLEUNICE ZANELLA**

UNIVERSIDADE COMUNITÁRIA DA REGIÃO DE CHAPECÓ (UNOCHAPECÓ)

Agradecimento à órgão de fomento:

Agradecemos pelo apoio da CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Ensino Superior) pela concessão de bolsa de estudo.

# **A CONTRIBUIÇÃO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO NO DESENVOLVIMENTO DE ATITUDES EMPREENDEDORAS E INOVADORAS DOS SEUS DISCENTES**

## **1 INTRODUÇÃO**

É evidente a importância do empreendedorismo aliado a inovação, visto que a inovação é fortemente ligada ao crescimento e desenvolvimento das regiões, novos negócios são criados a partir de novas ideias, pela geração de vantagens competitivas naquilo que uma empresa pode ofertar (BESSANT, 2009). Nesse sentido, a capacidade para inovação é uma das principais características do empreendedor.

Além disso, a sobrevivência e/ou o crescimento representa um desafio para as empresas atuais, mas também é uma oportunidade para as novas. A capacidade de avistar novas oportunidades e criar novas formas de explorá-las é indispensável ao processo de desenvolvimento (BESSANT; TIDD, 2009). A inovação é um processo contínuo. As empresas realizam mudanças em produtos e processos constantemente, sempre em busca de novos conhecimentos (OSLO, 1997). Nessa mesma direção, o empreendedorismo pode ser definido como o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, transformam ideias em oportunidades. Se implantadas com sucesso, essas oportunidades levam a criação de ideias de sucesso (DORNELAS, 2018).

Percebe-se que, além das empresas, as instituições de ensino estão cada vez mais preocupadas com os profissionais que estão preparando para o mercado de trabalho, focando no desenvolvimento de atividades que contribuam para a formação de profissionais empreendedores.

Assim, os estudos acerca do ensino de empreendedorismo têm aumentado desde 2008 (APARICIO; ITURRALDE; MASEDA, 2019) e existem evidências na literatura de que as universidades, por meio de seu corpo docente, podem ser criadoras de um ambiente que propicie o desenvolvimento de características empreendedoras (JABEEN; FAISAL; KATSILOUDES, 2016; IWU et al., 2018; NENEH, 2019).

Este estudo apresenta conceitos sobre empreendedorismo e busca avaliar qual a contribuição do curso de Administração em uma universidade para o desenvolvimento de atitudes empreendedoras e inovadoras nos seus discentes e também a relação destas atitudes com as disciplinas e práticas didático pedagógicas realizadas no curso.

Nesse sentido, esse estudo foi realizado em uma universidade comunitária na região de Chapecó. A região é bem desenvolvida, principalmente na área industrial. O oeste de Santa Catarina é composto por 120 municípios e tem uma população de aproximadamente 1,2 milhões de habitantes. A força produtiva da região é formada pela indústria de alimentos, que impulsiona a agroindústria e movimenta outras cadeias produtivas, como a metal mecânica (FIESC – Federação das Indústrias de Santa Catarina, 2016).

Além disso, uma região bem desenvolvida é muito importante para que possa ocorrer o modelo da tríplice hélice, no qual a interação entre os três principais participantes do sistema de inovação, a universidade, o governo e a empresa, são os eventos chave para a criação de uma “universidade empreendedora” (ETZKOWITZ, 2013) e na promoção das condições em prol de uma sociedade baseada no conhecimento. A universidade empreendedora passa a ser o local de criação e apoio a um sujeito que está apto a revolucionar um sistema de produção. As mudanças

decorrentes de inovações seriam a força para desenvolver a economia de uma região (IPIRANGA; FREITAS; PAIVA, 2010).

O curso de Administração da Universidade Comunitária da Região de Chapecó – Unochapecó, em 2019 completou 45 anos de história, formando mais de 3 mil profissionais durante toda sua trajetória. Possui o programa Talentos.ADM, que ajuda a colocação profissional dos seus discentes, além disso, realiza visitas técnicas a empresas, viagens de estudos e o DAC (Desenvolvimento de Atividade Comportamental), que tem como objetivo despertar nos discentes o espírito de liderança e trabalho em equipe. Também acontece a Semana do Administrador, Programa Vida Empresarial, Desbravador Uno Startup, Maratona da Inovação, entre outras. Todas essas atividades e eventos são realizados com o intuito de contribuir positivamente na formação de ótimos profissionais (UNOCHAPECÓ, 2019).

### **1.1 Problema de pesquisa e objetivo**

Considerando as evidências encontradas na literatura acerca do papel da universidade no desenvolvimento de perfil e atitudes empreendedoras nas pessoas, este estudo busca responder o seguinte problema de pesquisa: Qual a contribuição do curso de Administração da Unochapecó no desenvolvimento de atitudes empreendedoras e inovadoras dos seus discentes?

Dessa forma, o objetivo geral deste estudo é analisar a contribuição do curso de Administração no desenvolvimento de atitudes empreendedoras e inovadoras dos seus discentes.

## **2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

Nesta seção são apresentados os principais conceitos a respeito de inovação e empreendedorismo e as evidências encontradas na literatura de que a universidade, por meio de disciplinas, atividades e eventos, pode influenciar positivamente as características e atitudes empreendedoras dos discentes.

### **2.1 Empreendedorismo e inovação**

O termo empreendedorismo vai além da criação de um negócio, pois envolve uma perspectiva que pode ser desenvolvida nos indivíduos e que resulta em atitudes como busca por oportunidades, tolerância ao risco e persistência (KURATKO, 2005). O empreendedorismo e a inovação caminham juntos, pois, dificilmente empreende-se sem inovar (BESSANT, 2009).

Inovação, segundo o Manual de Oslo (2005), envolve a implementação de um produto (ou serviço) novo ou significativamente melhorado, um novo processo, ou um novo método de marketing. Pode ser ainda um novo método organizacional nas práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou até mesmo nas relações externas, sendo o aspecto fundamental de uma inovação sua implementação (Manual de Oslo, 2005). Não há como negar que a inovação é vital para a sobrevivência, crescimento sustentável a longo prazo e vantagens competitivas das empresas (Teece, 2010).

Schumpeter (1986) conceitua inovação como tudo aquilo que não é familiar ao consumidor, ou seja, a introdução de um bem que é novidade para os consumidores. O ato de inovar é sempre desafiador e envolve a capacidade de detectar oportunidade, por meio do estabelecimento de relações, de forma a tirar proveito dessa oportunidade, sendo relevante não apenas para o empreendimento individualizado, mas também para o

crescimento econômico nacional. É, contudo, um processo que envolve um elevado grau de incerteza e de risco de insucesso. Ainda assim, é fundamental que as organizações desenvolvam uma cultura de inovação (TIDD; BESSANT, 2015).

Segundo Mendes (2017), o empreendedorismo é o processo dinâmico de criar mais riqueza para uma organização. Essa riqueza é criada por indivíduos que assumem os principais riscos em termos de patrimônio, tempo e comprometimento com a carreira ou que eles proveem valor para algum produto ou serviço, que pode ou não ser novo e único. O empreendedor fica encarregado de verificar quais recursos são necessários para agregar este valor.

Para Bessant e Tidd (2015) o empreendedorismo é uma característica humana que mistura estrutura e paixão, planejamento e visão, as ferramentas e a sabedoria para poder usá-las, estratégia e a energia para executá-las, assumindo os possíveis riscos. É possível criar estruturas dentro das organizações para levar a inovação adiante, porém a mudança não acontece sem o espírito empreendedor.

Segundo Dornelas (2013) qualquer pessoa pode praticar o empreendedorismo, não existe fórmula mágica para empreender com sucesso. A essência do empreendedorismo é disponibilizar de forma sistematizada, ferramentas e métodos que são eficazes e testados pelos empreendedores para que outras pessoas também consigam construir sua jornada empreendedora. Por meio de relatos, experiências e práticas do empreendedorismo, outras pessoas podem ter a vontade de empreender.

Para que um indivíduo venha a empreender é necessário, primeiramente, a intenção de fazê-lo e nem sempre esta intenção se traduz em atitudes e comportamentos, pois é influenciada por diversos fatores contingenciais (NENEH, 2019). Entretanto, um estudo de Neneh (2019) mostra que, quando alunos se envolvem em atividades relacionadas ao empreendedorismo por pelo menos 6 meses, seus níveis de intenção e comportamento prático melhoram.

Segundo Kuratko (2005), o empreendedorismo pode ser ensinado e atitudes empreendedoras podem ser desenvolvidas nas pessoas. Nesse cenário, as universidades têm um relevante papel no ensino para que os alunos desenvolvam habilidades e características para poderem inovar e empreender (MORAES; IIZUKA; PEDRO, 2018; JENA, 2020) além de influenciar a intenção empreendedora por fornecer um ambiente propício para que os alunos desenvolvam um *mindset* inovador e empreendedor (JABEEN; FAISAL; KATSILOUDES, 2017).

## 2.2 Ensino de empreendedorismo e inovação nas instituições de ensino

Os estudos acerca do ensino de empreendedorismo têm aumentado consideravelmente desde 2008, conforme demonstra a revisão bibliográfica realizada por Aparicio, Iturralde e Maseda (2019), em periódicos científicos entre os anos de 1987 e 2007. Nos 325 artigos analisados, os autores identificaram que há uma lacuna a ser preenchida e que envolve a abordagem dos métodos pedagógicos adotados pelas universidades para entender o impacto do ensino de empreendedorismo e seus resultados.

O estudo de Nascimento (2015), identifica como o curso de Administração da Universidade Federal do Ceará (UFC) contribui para a formação empreendedora na percepção dos alunos concludentes. A partir das informações coletadas junto aos pesquisados, identificou-se que o curso de Administração da UFC, desempenha um importante papel, porém, ainda precisa melhorar a sua educação prática para despertar nos alunos a habilidade e criatividade empreendedora. Concluiu-se que a UFC pode

tornar-se ainda mais eficiente em sua atividade a partir de ajustes que tem como foco principal a prática do empreendedorismo de seus alunos.

É inegável que o diálogo entre empreendedores e acadêmicos é relevante para o ensino de empreendedorismo. Porém, é necessário que os empresários que entram em contato com alunos se aprofundem em questões referentes aos problemas enfrentados, como foram solucionados, quais os seus erros e falhas no caminho e como encararam os desafios que o empreendedorismo impõe (KURATKO, 2005).

De acordo com Silveira (2016), uma formação com enfoque no empreendedorismo influencia os discentes no desenvolvimento de características de um perfil empreendedor. Dessa forma, em uma disciplina de empreendedorismo, o professor precisa estar capacitado para conduzir o conteúdo com clareza e tranquilidade, sendo mediador na construção do conhecimento junto aos alunos (SILVEIRA, 2016).

Para Souza e Santos (2013) o ensino de empreendedorismo e inovação nas instituições de ensino acontece de duas maneiras: a universidade empreendedora e a universidade formadora de empreendedores. O primeiro enfoque concentra os esforços na instituição, no sentido do esforço para uma gestão universitária empreendedora. Já o segundo, é um modelo de ensino que visa contribuir para a formação de uma visão empreendedora em seus discentes.

Um estudo realizado por Bergmann, Hundt e Sternberg (2016), em 41 universidades europeias mostrou que os fatores individuais e contextuais são determinantes na propensão dos estudantes abrirem o próprio negócio. O autor concluiu que as características pessoais são muito relevantes, e que os contextos organizacional e regional também afetam a intenção dos alunos, porém, de forma diferente. Por exemplo, a prevalência de amigos que cursaram a disciplina de empreendedorismo, influencia positivamente a intenção do aluno de empreender, mas não sustenta essa iniciativa até a abertura de um novo negócio, enquanto o contexto regional, menos dependente da universidade, afeta as características empreendedoras de forma mais intensa.

Em um estudo de caso com 86 estudantes de uma escola de Negócios e Administração, realizado por meio de questionário, Kurniawan e Yudoko (2019), constataram que o que de fato motiva os estudantes a empreenderem é a possibilidade de crescimento pessoal, desenvolver ideias inovadoras, atingir determinado objetivo e utilizar as habilidades aprendidas na universidade para ter uma vida mais próspera.

Segundo Hsu et al. (2018), a auto eficácia, que é a crença de alguém na própria habilidade de realizar uma tarefa específica com sucesso, é um forte determinante da intenção empreendedora. Assim, 3 estudos foram conduzidos pelos autores (HSU et al., 2018), para mostrar que a auto percepção de que a pessoa se encaixa em um perfil empreendedor, modera a relação entre a auto eficácia empreendedora e a intenção empreendedora. Os resultados mostram que quando o indivíduo não tem a auto percepção de que possui um perfil empreendedor, ou essa percepção é baixa, a tendência é não haver intenção empreendedora, independente da auto eficácia empreendedora.

Um estudo quantitativo, realizado por Iwu et al. (2018), junto a estudantes de uma universidade sul africana, mostra que os discentes têm uma forte percepção de que o empreendedorismo contribui para o desenvolvimento econômico em nível macro e que as habilidades e competências dos docentes têm um importante papel na intenção empreendedora nos alunos.

Para Bauman e Lucy (2019) apesar do crescente interesse das universidades acerca do empreendedorismo e da educação empreendedora, os resultados referentes à abertura efetiva de novos negócios, por vezes, são pouco animadores. Segundo o autor, para melhorar a abordagem, os docentes devem se questionar se os graduandos de fato

sentem que possuem as características e habilidades necessárias para empreender, e utilizar as ferramentas necessárias para desenvolver tanto habilidades técnicas quanto pessoais dos discentes (BAUMAN; LUCY, 2019).

Jabeen, Faisal e Katsioloudes (2016), por meio de uma robusta revisão de literatura, seguida de estudo exploratório, buscaram compreender o papel estratégico das universidades na formação de um *mindset* empreendedor. Os resultados obtidos no estudo sugerem que os jovens nos Emirados Árabes veem o empreendedorismo como a primeira opção de carreira, porém, a maioria não cursou disciplinas ligadas à área. Outros achados da pesquisa mostram que os fatores individuais e ambientais influenciam fortemente a intenção de empreender dos jovens. Segundo os autores, um ambiente propício ao empreendedorismo que envolva a universidade contribui para o desenvolvimento econômico no longo prazo (JABEEN; FAISAL; KATSILOUDES, 2016).

No entanto, o impacto positivo da participação da universidade no desenvolvimento de características empreendedoras e na intenção de empreender não foi encontrado por Sesen (2013). Fatores individuais como esforço pessoal, por exemplo, e fatores ambientais, como rede de relacionamentos, apresentaram forte influência sobre as intenções empreendedoras, ao contrário do ambiente universitário, que não apresentou significância no contexto de estudantes universitários turcos (SESEN, 2013).

Com base nas evidências encontrada na literatura foram elaboradas as seguintes hipóteses:

**H1:** As atividades promovidas pelo curso de ADM e a disciplina de empreendedorismo influenciam positivamente as Características do Perfil Empreendedor.

**H2:** As atividades promovidas pelo curso de ADM e a disciplina de empreendedorismo influenciam positivamente a Médias das Atitudes Empreendedoras e Inovadoras.

### 3 METODOLOGIA

Quanto aos objetivos, a pesquisa caracteriza-se como descritiva, pois, busca descrever os dados coletados para a descrição detalhada dos fenômenos que geraram os resultados obtidos, identificando a relação entre as variáveis, bem como relatando e analisando o fenômeno estudado.

As pesquisas descritivas têm como objetivo descrever as características de determinada população ou fenômeno. Podem ser elaboradas com a finalidade de identificar possíveis relações entre as variáveis (GIL, 2017).

Quanto a abordagem do problema, este estudo caracteriza-se como quantitativo, pois, analisa-se qual é a contribuição do curso de Administração para o desenvolvimento das atitudes inovadoras e empreendedoras dos seus discentes, a partir de dados estatísticos e análise descritiva.

Quanto aos procedimentos, trata-se de uma pesquisa de levantamento ou (*survey*), pois, foram solicitadas informações através de um questionário, para um grupo de pessoas, acerca do problema de pesquisa, para em seguida analisar e obter as conclusões da pesquisa.

O levantamento se caracteriza pela interrogação direta das pessoas para identificar um comportamento que o pesquisador deseja conhecer. Então, solicita-se informações a um grupo significativo de pessoas acerca do problema estudado para, em

seguida, mediante análise quantitativa, obterem-se as conclusões correspondentes dos dados coletados (GIL, 2017).

O questionário foi aplicado na Universidade Comunitária da Região de Chapecó – Unochapecó, compreendendo 264 acadêmicos do curso de Administração, sendo, portanto, definida uma amostra não probabilística.

Para essa pesquisa os dados foram coletados com a aplicação de um questionário – desenvolvido por Silveira (2016), composto de 61 itens, utiliza a escala Likert com intervalo de 1 a 5, em que 1 significa “discordo totalmente” e 5 indica “concordo totalmente” (SILVEIRA, 2016).

O questionário foi validado pelos estudos de Silveira (2016), em anexo. O instrumento foi adaptado e aplicado pela estudante presencialmente nas salas de aula. Para validação do questionário, o mesmo foi aplicado para cinco estudantes, que responderam e confirmaram que estava adequado para ser aplicado aos demais estudantes.

As técnicas utilizadas para análise dos dados, foram a estatística e análise descritiva. Foram utilizados o Excel e o software SPSS, específico para tabulação dos resultados obtidos.

#### 4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

A seguir são apresentados os resultados da pesquisa tais como, o perfil dos estudantes do curso de administração da instituição de ensino em questão, a análise descritiva dos resultados e também os resultados das regressões lineares simples.

A Tabela 1 apresenta a estatística descritiva do perfil dos estudantes do curso de administração da Unochapecó.

**Tabela 1 - Perfil dos estudantes do Curso de Administração**

Faixa etária (anos)	Frequência	Percentual	Acumulado
15 a 20	60	42,26	42,26
21 a 26	70	49,30	91,56
27 a 32	8	5,64	97,20
33 a 38	2	1,41	98,60
39 a 44	2	1,41	100
<b>Total</b>	<b>142</b>	<b>100</b>	

Fonte: Dados da pesquisa

Analisando a idade dos discentes respondentes, pode-se perceber que a maioria se concentra na faixa etária de 21 a 26 anos com 49,3% do total de respondentes, seguida da faixa de alunos que têm de 15 a 20 anos com um total de 42,26%. Ou seja, a maioria dos alunos ingressou no mercado de trabalho há pouco tempo.

A indicação do número de estudantes por período (semestre) do curso de administração consta na Tabela 2.

**Tabela 2 - Número de discentes por período do curso de Administração**

Período (semestre)	Frequência	Percentual	Acumulado
1º	24	16,91	16,91
2º	26	18,30	35,21
3º	14	9,86	45,07
4º	24	16,91	61,98
5º	13	9,15	71,13
6º	14	9,86	80,99
7º	10	7,04	88,03
8º	17	11,97	100

<b>Total</b>	<b>142</b>	<b>100</b>	
--------------	------------	------------	--

Pode-se perceber que o período do curso de Administração com maior número de respondentes desta pesquisa foi o 2º, com 18% dos respondentes. Em seguida vieram o 1º, 4º e 8º períodos, com 17%, 17% e 12% respectivamente. Os demais períodos tiveram um número menor de respondentes.

Referente a já ter estudado empreendedorismo em alguma disciplina do seu curso de graduação ou em algum outro curso, 95% dos discentes afirmaram já ter estudado e 5% deles disseram que não.

Para Souza e Santos (2013), incorporar o empreendedorismo e a inovação nas instituições de ensino traz muitos benefícios, para a instituição e para os discentes, dentre eles, um ambiente de inovação, uma estrutura mais ágil e flexível e a abertura de muitas oportunidades de trabalho para os discentes.

A Tabela 3 apresenta a análise descritiva das Características de Perfil Empreendedor dos alunos respondentes.

**Tabela 03 - Estatística Descritiva Característica Perfil Empreendedor (CPE)**

Variável	N	Mínimo	Máximo	Média	Desvio Padrão	Variância
CPE1 Estabelecer perfil	142	1	5	2,007	0,8463	0,716
CPE2 Identificar características	142	1	5	2,049	0,8449	0,714
CPE3 Avaliar potencial	142	1	5	2,134	0,8441	0,712
CPE4 Reconhecer atributos	142	1	5	1,958	0,9518	0,906
CPE5 Pesquisa análise SWOT	142	1	5	2,803	1,3221	1,748
CPE6 Definir missão	142	1	5	2,148	1,0582	1,120
CPE7 Definir valores	142	1	5	1,923	0,9383	0,880
CPE8 Elabora código ética	142	1	5	2,542	1,0956	1,200
CPE9 Propor solução sustentável	142	1	5	2,507	1,0501	1,103
CPE10 Reconhece RSC	142	1	5	2,408	1,0729	1,151
CPE11 Procedimento abrir empresa	142	1	5	2,775	1,2285	1,509
CPE12 Aspectos funcionamento empresa	142	1	5	2,845	1,2451	1,550
CPE13 Análise ambiente interno/externo	142	1	5	1,831	0,8503	0,723
CPE14 Conceito empreendedor	142	1	5	2,169	0,9891	0,978
CPE15 Diferença empreendedor e intraempreendedor	142	1	5	2,352	1,2615	1,591
CPE16 Mapear relação clientes/fornecedores	142	1	5	2,275	1,0595	1,123
CPE17 Reconhecer concorrência setor	142	1	5	1,986	0,9527	0,908
CPE18 Reconhecer clientes setor	142	1	5	2,000	0,9225	0,851
CPE19 Analisar mercado consumidor	142	1	5	2,155	0,9475	0,898
CPE20 Viabilidade do negócio	142	1	5	2,190	0,9523	0,907
CPE21 Identificar oportunidades	142	1	5	2,162	0,9722	0,945
CPE22 Identificar problemas futuros	142	1	5	2,324	0,9788	0,958
CPE23 Agir como empreendedor	142	1	5	2,345	1,0656	1,135
CPE24 Reconhecer perspectivas/possibilidade sucesso	142	1	5	2,415	0,9693	0,940
CPE25 Reconhece problema organização	142	1	5	1,986	0,9069	0,822
CPE26 Propor solução viável	142	1	5	2,465	1,0958	1,201
CPE27 Solução ameaça concorrente	142	1	5	2,423	1,0872	1,182
CPE28 Implementar solução problemas complexos	142	1	5	2,310	1,0531	1,109
CPE29 Conhece cases sucesso	142	1	5	2,070	1,1086	1,229

Fonte: Dados da pesquisa



Os resultados da Tabela 3 mostram que os alunos de modo geral, não percebem em si um perfil empreendedor, tendo em vista que as médias vão de 1,831 até 2,845. Entretanto, estas características referem-se a habilidades, ou seja, ainda podem ser desenvolvidas, dependendo da iniciativa dos estudantes e das oportunidades e atividades de desenvolvidas pela universidade.

De acordo com Bergmann, Hundt e Sternberg (2016), as atividades desenvolvidas pela universidade, em parte, influenciam positivamente as ideias para abertura de novos negócios, pois criam um ambiente propício ao empreendedorismo. Porém, a abertura efetiva dessas empresas depende pouco da universidade, pois, os esforços para promover atividades empreendedoras dos alunos, geralmente, têm efeito após a graduação (BERGMANN; HUNDT; STERNBERG, 2016).

Para Kurniawan e Yudoko (2019), os principais fatores que motivam os alunos a terem um comportamento empreendedor são: crescimento pessoal, desenvolvimento de ideias inovadoras e utilizar as habilidades aprendidas na universidade para alcançar uma vida mais próspera.

Estudos mostram que quando o indivíduo alcança uma forte percepção de que tem perfil para empreender, a auto eficácia para empreender leva à intenção empreendedora, da mesma forma que se o indivíduo considera que não se encaixa em um perfil empreendedor, a intenção empreendedora vai ser baixa, mesmo que a pessoa tenha auto eficácia (HSU et al., 2019).

Por meio dos dados apresentados na Tabela 4 são apresentadas as médias, desvio padrão e variância das Característica de Atitude Empreendedora e Inovadora dos alunos.

**Tabela 04 Estatística Descritiva – Características Atitude Empreendedora e Inovadora**

Variável	N	Mínimo	Máximo	Média	Desvio Padrão	Variância
MAEI1 Otimismo erro aprendizagem	142	1	5	1,634	0,9029	0,815
MAEI2 Iniciativa vontade	142	1	5	1,838	1,0010	1,002
MAEI3 Compromisso resultados	142	1	5	1,563	0,7093	0,503
MAEI4 Autoconfiança - sucesso	142	1	5	1,796	0,9418	0,887
MAEI5 Intuição tomada decisão	142	1	5	1,915	0,9638	0,929

Fonte: Dados da pesquisa

Na Tabela 4, as médias referentes às Atitudes Empreendedoras e Inovadoras tem mínima de 1,563 e máxima de 1,915. A maior média diz respeito à intuição para tomada de decisão, o que indica que os estudantes se sentem preparados para este processo e acreditam que o instinto ou intuição são fatores fundamentais. Infere-se que é provável que o intuito desses alunos, ao ingressar no curso de Administração não fosse abrir o próprio negócio.

Os dados apresentados na Tabela 5 permitem a análise descritiva da percepção dos alunos acerca das atividades desenvolvidas pelo curso de Administração.

**Tabela 05 Estatística Descritiva – Atividades Curso Administração**

Variável	N	Mínimo	Máximo	Média	Desvio Padrão	Variância
ADM1 Disciplina empreendedorismo e inovação	142	1	5	1,570	0,8864	0,786
ADM2 Atividade curso ADM	142	1	5	1,507	0,8812	0,777

ADM3 Atividade/evento perfil empreendedorismo	142	1	5	1,444	0,7488	0,561
ADM4 Desbrava /Desafio/Maratona empreendedorismo	142	1	5	1,528	0,8396	0,705
ADM5 Contribuição curso ADM perfil empreendedor	142	1	5	1,359	0,7658	0,586

Fonte: Dados da pesquisa

A Tabela 5 mostra que na percepção dos estudantes as atividades realizadas pelo Curso de Administração não contribuem para o desenvolvimento de um perfil empreendedor, sendo que as médias ficaram entre 1,359 e 1,570. O atributo que obteve maior média foi ADM1 que diz respeito à contribuição da disciplina de empreendedorismo e inovação para conhecimento acerca do tema. É possível que os alunos considerem que é preciso nascer com um perfil empreendedor para inovar e/ou abrir o próprio negócio e que a universidade não consegue modificar um perfil.

A Tabela 6 apresenta os resultados obtidos por meio das duas regressões lineares simples, a fim de verificar a influência das Atividades do Curso de Administração sobre o Média das Características de Perfil Empreendedor (MCPE) e a Média das Atitudes Empreendedoras e Inovadoras (MAEI) dos discentes do curso de administração.

**Tabela 06 – Relação entre as Atividades realizadas pelo curso de Administração e o perfil empreendedor dos alunos**

Variável explicativa	Coef. B	Sig	Coef. B	Sig
Atividades Curso Administração	0,153	0,068	0,405	0,000
Variável Dependente	MCPE		MAEI	
Estatística F	3,370		27,467	
R <sup>2</sup>	0,024		0,164	
VIF	1,000		1,000	
DW	1,871		2,052	

Fonte: Dados da pesquisa

Os resultados apresentados na Tabela 6 confirmam a **H<sub>1</sub>** e demonstram que as atividades desenvolvidas pelo curso de Administração da universidade em questão podem influenciar positivamente as Características do Perfil Empreendedor dos alunos. Ou seja, por meio de disciplinas ligadas ao empreendedorismo e à inovação, palestras, atividades e eventos extracurriculares, os alunos têm a chance de desenvolver características pertinentes a um empreendedor.

Tal resultado está alinhado aos achados de Moraes, Iizuka e Pedro (2018), que indicam que o ambiente universitário influencia positivamente a intenção empreendedora dos alunos pela atitude em relação a assumir riscos e à auto eficácia, que envolve características como capacidade para planejar, liderar e inovar. Porém os resultados deste estudo contrariam os achados de Hsu et al. (2019), que não mostram uma relação significativa entre a intenção empreendedora e o ambiente da universidade.

A hipótese **H<sub>2</sub>**, também é confirmada e os dados apresentados na Tabela 06 mostram, portanto, que as Atividades do Curso de Administração podem influenciar positivamente as Atitudes Empreendedoras e Inovadoras dos discentes. Pode-se dizer que as atividades e eventos do curso têm o potencial para tornar os alunos mais otimistas, comprometidos e pró ativos, por exemplo, por incentivarem estes comportamentos.

Estudos mostram que o principal preditivo da intenção empreendedora é a auto eficácia (SESEN, 2013; HSU et al., 2019), e em segundo lugar está a contribuição das redes de relacionamento social (HSU et al., 2019). Iwu et al. (2019), também encontraram evidências de que as competências dos professores podem influenciar

positivamente a intenção e capacidade dos alunos para empreender, ressaltando que os professores não devem apenas possuir conhecimentos, mas sim, despertar a intenção empreendedora nos estudantes.

## 5 CONCLUSÃO

A atitude empreendedora foi o conceito central deste trabalho e para alcançar os objetivos específicos, aplicou-se um questionário. Como resultado tem-se que o curso de Administração da Unochapecó, com as atividades e eventos que propõe aos alunos contribui para a formação de um perfil empreendedor em seus discentes.

As médias da percepção dos alunos sobre suas próprias atitudes e características empreendedoras e inovadoras não foram altas, denotando que os alunos ainda não se veem como tendo características para empreender. Apesar disso, os resultados, de modo geral, mostram que as atividades desenvolvidas pelo curso de administração em questão têm o potencial para melhorar essas características nos alunos, pois conforme preconiza Kuratko (2005), um comportamento empreendedor pode ser influenciado e ensinado.

Por meio deste estudo pode-se observar a importância que o curso de Administração, as disciplinas, atividades e eventos possuem para o desenvolvimento da atitude empreendedora e inovadora dos seus discentes, além de propiciar a realização de ações e atividades que venham a formar definitivamente novos empreendedores.

Como salientado por Ferreira e Pinheiro (2017), as instituições de ensino precisam utilizar metodologias eficientes e que façam com que seus alunos vivenciem atividades empreendedoras.

A maior limitação da pesquisa foi o momento da coleta de dados por meio do questionário. O questionário deveria ser aplicado para todos os alunos do curso de Administração. Em um primeiro momento, optou-se por enviá-lo pelo e-mail em um link no Google Forms, porém não se obteve sucesso na quantidade de respostas. Então foi preciso coletar as respostas e opiniões dos discentes em questionários aplicados fisicamente.

Como sugestão para trabalhos futuros, sugere-se a aplicação de uma pesquisa que verifique a contribuição dos demais cursos e instituições de ensino no desenvolvimento de atitudes empreendedoras e inovadoras dos seus discentes, pois, atitudes empreendedoras são necessárias para profissionais de todas as áreas.

Outra sugestão seria a aplicação desta mesma pesquisa para verificar qual a contribuição dos cursos de cada área da Unochapecó no desenvolvimento de atitudes empreendedoras e inovadoras nos seus discentes, por exemplo, a área de ciências sociais e aplicadas, exatas, humanas. E depois realizar uma comparação entre os resultados obtidos, para ver qual área contribui mais, visando identificar quais ações são desenvolvidas por essa área, para que as demais áreas possam pensar em adotá-las, visando colaborar ainda mais com a formação de profissionais empreendedores.

## REFERÊNCIAS

APARICIO, Gloria; ITURRALDE, Txomin; MASEDA, Amaia. Conceptual structure and perspectives on Entrepreneurship education research: A bibliometric review. **European Research on Management and Business Economics**, v. 25, n. 3, p. 105-113, 2019.

BAUMAN, Antonina; LUCY, Carol. Enhancing entrepreneurial education: Developing competencies for success. *The International Journal of Management Education*, p. 100293, 2019.

BERGMANN, Heiko; HUNDT, Christian; STERNBERG, Rolf. What makes student entrepreneurs? On the relevance (and irrelevance) of the university and the regional context for student start-ups. **Small business economics**, v. 47, n. 1, p. 53-76, 2016.

BESSANT, John. Inovação e empreendedorismo: Administração. Porto Alegre Bookman 2009 1 recurso online ISBN 9788577805112.

de Oslo, M. (1997). Manual de Oslo. Recuperado em 29, novembro, 2019 de <http://gestiona.com.br/wpcontent/uploads/2013/06/Manual-de-OSLO-2005.pdf>.

DORNELAS, José. Empreendedorismo para visionários: desenvolvendo negócios inovadores para um mundo em transformação. Rio de Janeiro LTC 2013 1 recurso online ISBN 978-85-216-2516-2.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 7. ed. São Paulo: Empreende, 2018. 267 p. ISBN 9788566103052 (broch.)

ETZKOWITZ, H. **Hélice Tríplice**: Universidade-Indústria-Governo – inovação em movimento. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2013.

FIESC. Disponível em: <http://fiesc.com.br/pt-br/imprensa/oeste-de-sc-apresenta-propostas-para-desenvolvimento-regional>. Acesso em: 19 abr. 2019.

GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 6. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2017. recurso online ISBN 9788597012934.

HSU, Dan K. et al. “I know I can, but I don't fit”: Perceived fit, self-efficacy, and entrepreneurial intention. **Journal of Business Venturing**, v. 34, n. 2, p. 311-326, 2019.

IPIRANGA, Ana Sílvia Rocha; FREITAS, Ana Augusta Ferreira; PAIVA, Thiago Alves. O empreendedorismo acadêmico no contexto da interação universidade – empresa – governo. *Cadernos Ebape*, Rio de Janeiro, v. 8, n. 4, dez. 2010.

IWU, Chux Gervase et al. Entrepreneurship education, curriculum and lecturer-competency as antecedents of student entrepreneurial intention. **The International Journal of Management Education**, p. 100295, 2019.

FERREIRA, Flavio Mangili; PINHEIRO, Camila Roberta Muniz Serra. Plano de Negócios Circular: instrumento de ensino de empreendedorismo e desenvolvimento do perfil empreendedor. *Revista Gestão&Produção*, v. 25, n. 4, out/dez. 2018.

JABEEN, Fauzia; FAISAL, Mohd Nishat; KATSILOUDES, Marios I. Entrepreneurial mindset and the role of universities as strategic drivers of entrepreneurship. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 2017.

JENA, R. K. Measuring the impact of business management Student's attitude towards entrepreneurship education on entrepreneurial intention: A case study. **Computers in Human Behavior**, v. 107, p. 106275, 2020.

KURATKO, Donald F. The emergence of entrepreneurship education: Development, trends, and challenges. **Entrepreneurship theory and practice**, v. 29, n. 5, p. 577-597, 2005.

KURNIAWAN, Muslim El Hakim et al. Do Entrepreneurship Students Have an Intention to Become an Entrepreneur?. **Journal of Entrepreneurship Education**, v. 22, n. 2, p. 1-14, 2019.

MENDES, Jerônimo. Empreendedorismo 360° : a prática na prática. 3. Rio de Janeiro Atlas 2017 1 recurso online ISBN 9788597012422.

MORAES, Gustavo Hermínio Salati Marcondes de; IIZUKA, Edson Sadao; PEDRO, Matheus. Effects of entrepreneurial characteristics and university environment on entrepreneurial intention. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 22, n. 2, p. 226-248, 2018.

NASCIMENTO, Karla Adriana Lopes de Lima. A formação empreendedora do curso de Administração da Universidade Federal do Ceará (UFC) na percepção dos alunos concluintes. Monografia (graduação administração) – Universidade Federal do Ceará, 2015. Disponível em: [http://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/26820/1/2015\\_tcc\\_kallnascimento.pdf](http://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/26820/1/2015_tcc_kallnascimento.pdf). Acesso em: 29 mai. 2019.

NENEH, Brownhilder Ngek. From entrepreneurial intentions to behavior: The role of anticipated regret and proactive personality. **Journal of Vocational Behavior**, v. 112, p. 311-324, 2019.

SCHUMPETER, J. A. Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. São Paulo: Nova Cultural, 1986.

SESEN, Harun. Personality or environment? A comprehensive study on the entrepreneurial intentions of university students. **Education+ Training**, 2013.

SILVEIRA, Mariana Bueno. **Formação Empreendedora: Análise das Características Empreendedoras entre os estudantes do Ensino Técnico**. 2016. Dissertação de Mestrado (Mestrado em Administração) – Faculdade Campo Limpo Paulista – FACCAMP, São Paulo, 2016.

SOUZA, Irineu Manoel; SANTOS Jane Lucia Silva. Empreendedorismo na gestão universitária. Revista da Universidade Vale do Rio Verde, Três Corações, v.11, n. 2, ago/dez. 2013.

TEECE, David J. Business models, business strategy and innovation. Long range planning, v. 43, n. 2-3, p. 172-194, 2010.

TIDD, J.; BESSANT, J. Gestão da Inovação. Porto Alegre: Bookman, 2015.

## ANEXO 1

- 01 - Qual sua idade? \_\_\_\_\_
- 02 - Gênero: ( ) Masculino ( ) Feminino ( ) Outro. Qual? \_\_\_\_\_
- 03 - Qual é sua atuação no trabalho?
- ( ) Não estou trabalhando
- ( ) Funcionário do setor público
- ( ) Funcionário do setor privado
- ( ) Proprietário de empresa
- ( ) Outro. Qual? \_\_\_\_\_
- 04 - Por que optou cursar Administração?
- ( ) Para melhorar minha colocação no mercado de trabalho
- ( ) Para abrir minha própria empresa
- ( ) Por incentivo dos familiares
- ( ) No momento pareceu a melhor opção
- ( ) Outro. Qual? \_\_\_\_\_
- 05 - Em qual período do curso você está? ( 1 ) ( 2 ) ( 3 ) ( 4 ) ( 5 ) ( 6 ) ( 7 ) ( 8 )
- 06 - Você já estudou empreendedorismo em alguma disciplina do seu curso de graduação ou em algum outro curso?
- ( ) Sim ( ) Não

### Instruções para o preenchimento do questionário

Avalie se você concorda totalmente, concorda parcialmente, discorda totalmente, discorda parcialmente ou é indiferente sobre o que é apresentado em cada frase a seguir.

Proposição	Concordo Totalmente	Concordo Parcialmente	Indiferente	Discordo Parcialmente	Discordo Totalmente
Sou capaz de estabelecer meu perfil como empreendedor.					
Sei identificar as características que já possuo/faltam em relação a um perfil de empreendedor ideal.					
Sou capaz de avaliar o meu potencial como empreendedor.					
Sei reconhecer os atributos de um empreendedor.					
Tenho dificuldades para reconhecer meus pontos fracos e fortes como empreendedor.					
Sou capaz de realizar uma pesquisa de mercado, fazendo uso da técnica de análise SWOT.					
Sou capaz de definir com clareza/objetividade uma missão empresarial.					
Não é fácil para mim definir com clareza/objetividade uma visão estratégica.					
Sou capaz de definir/identificar os valores de uma empresa.					
Sou capaz de elaborar um código de ética.					
Sou capaz de propor uma solução sustentável ao elaborar um código de ética.					
É fácil, para mim, reconhecer os princípios da Responsabilidade Social Empresarial.					
Sei indicar, com base na legislação, os procedimentos necessários para abertura de uma empresa.					
Sei indicar os aspectos técnicos necessários para o funcionamento de uma empresa (órgãos de classe,					

CETESB, Vigilância Sanitária, Corpo de Bombeiros e outros).					
Sou capaz de analisar os ambientes interno e externo da empresa.					
Para mim, é fácil expressar o conceito de empreendedor.					
Sei a diferença existente entre empreendedor e intra-empendedor.					
Sei mapear as interações de uma empresa com seus clientes ou fornecedores.					
Sou capaz de reconhecer a concorrência de um determinado setor.					
Para mim, é difícil analisar a concorrência de um determinado setor.					
Sou capaz de reconhecer através do mapeamento os principais clientes de um determinado setor.					
Sou capaz de analisar o mercado consumidor de um determinado setor.					
Tenho dificuldade de identificar o benefício de determinado produto ao consumidor.					
É fácil, para mim, identificar um processo criativo de geração de ideias.					
Sou capaz de analisar a viabilidade de um negócio.					
Sou capaz de identificar tendências de mercado, visualizando oportunidades.					
Sou capaz de identificar tendências de mercado, visualizando problemas futuros.					
Sou capaz de agir com os atributos de um empreendedor ao identificar oportunidade de negócios.					
Sou capaz de reconhecer as perspectivas de negócios e a possibilidade de sucesso no cenário atual.					
Tenho dificuldade em identificar oportunidade de estratégias de negócio.					
É difícil, para mim, reconhecer claramente a diferença entre um problema de gestão e de oportunidade.					
Sou capaz de reconhecer a existência de um problema organizacional.					
Para mim é fácil propor uma solução viável para um problema organizacional.					
Sou capaz de propor uma solução viável perante a uma ameaça de um concorrente.					
Sou capaz de pensar e implementar conceitos e ferramentas para solucionar problemas complexos.					
Tenho conhecimento de cases de empreendedores de sucesso.					
É fácil, para mim, identificar um processo inovador de geração de ideias.					
Sei trabalhar bem com outros a ponto de modificar o seu comportamento para atingir um objetivo.					
Raramente trabalho de forma intensa, mesmo em projetos de retornos incertos.					
Sempre que possível procuro satisfazer a minha necessidade de criação e inovação.					
Sou capaz de identificar oportunidades potenciais visando o meu autodesenvolvimento.					
Sou capaz de persuadir as pessoas, quando é de meu interesse.					
Transformo ideias em realidade dentro do meu ambiente de trabalho.					
Forneço iniciativa, energia e visão para alavancar uma empresa e levar adiante novas ideias.					
Sou otimista, acredito que um erro pode ser aprendido e vejo as coisas como oportunidades.					
Tenho iniciativa, faço as coisas por vontade própria e vou atrás daquilo que realmente acredito.					
Sou comprometido, sempre dou meu melhor para obter bons resultados.					
Sou autoconfiante, e acredito ser essencial para alcançar o sucesso.					
Tenho intuição, e acredito ser fundamental no momento de tomar uma decisão.					
Me preocupo com a geração, desenvolvimento e implementação de					

inovações no meu local de trabalho.					
Acredito que as disciplinas ligadas ao empreendedorismo e inovação contribuem para o meu conhecimento acerca deste tema.					
As atividades realizadas pelo curso de Administração contribuem para o desenvolvimento de um perfil inovador e empreendedor.					
Penso que as atividades/eventos que o curso realiza são importantes para desenvolver um perfil empreendedor e inovador.					
Acredito que as atividades como o Desbravador Uno Startup, Desafio do Conhecimento, Maratona da Inovação, Sábados Integrados e Semanas Acadêmicas são importantes para o desenvolvimento do meu perfil empreendedor.					
O curso de Administração contribui para o desenvolvimento de um perfil empreendedor e inovador					