

Perfil empreendedor de alunos da engenharia de produção

Alini Cavichioli (Unisociesc) alinicavichioli@hotmail.com

Wallace Nóbrega Lopo (Unifebe) wallace@unifebe.edu.br

Gleison de Sousa Amorim (Faculdade de Tecnologia Senai Blumenau) amorimlogistica@hotmail.com

Resumo:

O conceito de empreendedorismo desperta cada vez mais o interesse de acadêmicos, docentes e pesquisadores em geral, que buscam identificar quem tem potencial empreendedor ou que características possui uma pessoa empreendedora. Esse artigo analisa o perfil empreendedor de alunos do curso de graduação em engenharia da produção em duas instituições de ensino. Foi utilizado, como instrumento de pesquisa, um questionário de autoavaliação, aplicado a 159 alunos das duas instituições e foi feita análise qualitativa e quantitativa dos resultados. O questionário foi respondido por alunos da primeira fase até os formandos. Como resultado, se verificou que os alunos das duas instituições apresentam perfil empreendedor e que houve uma equiparação do perfil empreendedor entre as duas instituições. Além disso, foi observado que alguns alunos despertam o perfil empreendedor após o acesso ao resultado do seu perfil.

Palavras chave: Empreendedorismo, Empreendedor, universitários.

Entrepreneurial profile of production engineering students

Abstract

The concept of entrepreneurship arouses more and more interest in academics, faculty, and researchers in general, seeking to identify who has the potential entrepreneur or characteristics that an enterprising person. This article analyzes the entrepreneurial profile of undergraduate students in production engineering at two educational institutions. A self-assessment questionnaire applied to 159 students of both institutions and was made qualitative and quantitative analysis of the results was used as a research tool. The questionnaire was completed by students in the first phase by formings. As a result, it was found that students from both institutions have a good entrepreneur profile and that there was a Match of the entrepreneurial profile between the two institutions. Furthermore it was observed that some students awaken the entrepreneurial profile after access to results of your profile.

Key-words: Entrepreneurship, Entrepreneur, university students.

1. Introdução

O empreendedorismo é muito conhecido desde os primórdios do século XVI, mas só nos anos 90 ganhou força e hoje se tornou uma tendência no mercado mundial, revolucionando as relações socioeconômicas em todo o mundo. Conforme Dolabela (2008), o desenvolvimento econômico de uma região está diretamente relacionado com o grau de empreendedorismo de uma comunidade.

O empreendedorismo existe atualmente diante de uma abordagem sistêmica e contingencial, pela qual a organização é considerada como um sistema aberto, influenciado pelo ambiente

externo, complexo e dinâmico, composto pelas variáveis: condições tecnológicas, políticas, econômicas, sociais, culturais e demográficas.

Pereyra (2003), ressalta o empreendedor é a pessoa que tem coragem de voar sem ter asas, usando a sua inquietude e imaginação para criar e inovar, sendo movido pelo gosto por desafios, capacidade de persuasão e busca constante por novas oportunidades.

O empreendedorismo pode ser visto como um fenômeno que atingiu todas as partes do mundo, fazendo atualmente parte não só do meio administrativo, mas também acadêmico, social e áreas afins. Para tanto a pesquisa objetiva descrever o perfil empreendedor dos alunos do curso de graduação em engenharia de produção de duas instituições de ensino do Vale do Itajaí, SC.

Paraíso et al. (2016), descrevem na pesquisa feita com acadêmicos da Unimontes do campus de Brasília de Minas que os mesmos possuem perfil empreendedor, entre os perfis analisados foram identificados o empreendedor superior, o empreendedor médio superior, o empreendedor médio, o empreendedor médio inferior.

A pesquisa será aplicada apenas nas duas instituições previamente escolhidas e com os alunos do curso de engenharia de produção, querendo descrever o perfil empreendedor dos mesmos, com o intuito de contribuir não apenas para o centro de engenharia de produção, mas também para que os alunos desta área despertem uma aptidão profissional empreendedora justificando assim essa pesquisa, já que o estudo do tema está evoluindo cada vez mais, com publicações a respeito.

2. Evoluções e origens do tema empreendedorismo

A origem do tema empreendedorismo, se percebe já de muito tempo, como por exemplo, na construção das pirâmides do Egito, nas construções do Império Romano, nas muralhas da China ou nas cidades Incas e Maias.

Todas essas obras tiveram impactos importantes nas suas épocas e alterou cada uma, o rumo da história. Quando se chega mais perto do século XX, o termo em questão pode ser atribuído a ações menos impactantes, porém importantes.

Logen (1997), o empreendedor do século XVI eram cidadãos que se envolviam com latifundiários e na exploração da terra e personagens ligados a ações militares, como seus idealizadores e comandantes. Isso durou até a revolução industrial, no século XIX, quando o empreendedor passou a significar e identificar os proprietários de uma nova indústria, conforme citado por (KIRCHFF, 1997).

Com o passar do tempo, o empreendedorismo recebeu o incremento da sociologia e da psicologia, devido aos novos conceitos de definições que essas duas frentes passaram a exercer na sociedade intelectual.

Para alguns autores, como Timmons (1994), por exemplo, o empreendedorismo nada mais é do que uma espécie de revolução sem barulho, que será mais importante para o atual século XXI, do que foi para o século XX, a euforia da revolução industrial.

O estudo do assunto empreendedorismo passou a ser abordados por autores como Maximiniano (2012), Patricio (2012) e Sarkar (2008), mesmo não sendo considerada uma ciência; é o tema mais pesquisado hoje em dia, devido à grande quantidade de estudos publicados e de disciplinas implementadas em cursos superiores e de pós graduação, mesmo sendo algo relativamente novo. Conforme Dolabella (2008), esse tema tem não mais de vinte anos de estudos, mas certamente, muito já foi acrescentado durante esse período.

Aqui no Brasil, empreendedorismo ganha muita importância no cenário econômico. Segundo pesquisa realizada pela *Global Entrepreneurship Monitor* (SENAC, 2014), o Brasil ocupa o terceiro lugar no *ranking* de países mais empreendedores, dentre os 54 países pesquisados, ficando atrás apenas da China e Estados Unidos, e possuímos cerca de 27 milhões de empreendedores.

A origem da ação empreendedora no Brasil, remota somente depois da chegada da família imperial portuguesa em 1808; antes disso, a colônia se via freada pelas ações protecionistas que a corte impunha.

2.1 Características de um empreendedor

O perfil empreendedor vem sendo discutido em todo o mundo, principalmente em relação à perspectiva do indivíduo, isto é, uma série de características comportamentais intrínsecas ao indivíduo que o tornam empreendedor (OBSCHONKA; SILBEREISEN; SCHMITT-RODERMUND, 2010; CARDON et al., 2013; TAJEDDINI; ELG; TRUEMAN, 2013; ROXAS; CHADEE, 2013).

As características de um empreendedor são decisivas para aquele que pretende se aventurar pelo mundo dos negócios. Segundo o SEBRAE (2014), é muito importante conhecê-las bem e procurar com sabedoria desenvolvê-las. Algumas destas características são:

- ❖ Saber assumir riscos: os riscos fazem parte de qualquer atividade e é preciso aprender a administrá-los;
- ❖ Saber aproveitar oportunidades: tem que estar sempre atento e ser capaz de perceber, no momento certo, as oportunidades de negócio que o mercado oferece;
- ❖ Sempre conhecer o ramo: quanto mais você dominar o ramo em que pretende atuar, maiores serão suas chances de êxito. Se você já tem experiência no setor, ótimo. Caso você não tenha, busque aprender através de cursos, livros, centros de tecnologia, ou até com outros empresários;
- ❖ Saber sempre se organizar: ter senso de organização e capacidade de utilizar recursos humanos, materiais e financeiros de forma lógica e racional;
- ❖ Tomar decisões certas: ser capaz de tomar decisões corretas no momento exato, estar bem informado, analisar friamente a situação e avaliar as alternativas para poder escolher a solução mais adequada;
- ❖ Ser líder: saber definir objetivos, orientar a realização de tarefas, combinar métodos e procedimentos práticos, incentivar pessoas no rumo das metas definidas e produzir condições de relacionamento equilibrado entre a equipe de trabalho em torno do empreendimento;
- ❖ Ter talento para tal: é certa dose de inconformismo diante das atividades rotineiras para transformar simples ideias em negócios efetivos;
- ❖ Ser independente: precisa soltar as amarras e, sozinho, determinar seus próprios passos, abrir seus próprios caminhos, decidir o rumo de sua vida, enfim, ser seu próprio patrão;
- ❖ Ser sempre otimista: nunca deixar de ter a esperança de ver seus projetos realizados, porque quem é bem informado conhece o chão que pisa e tem confiança em seu desempenho profissional.

O diagrama de fluxo ilustra as influências intelectuais na economia comportamental, social e neoclássica. No topo, os nomes dos influenciadores iniciais são Cantillon e Say. Cantillon influencia Knight e Schumpeter. Say influencia Schumpeter. Weber, Simmel e Sombart influenciam Schumpeter e Hoselitz. Schumpeter influencia Knight, Leinbestain, Kirzner, Baumol e Casson. Knight influencia McClelland e Hoselitz. Leinbestain influencia Kirzner. Kirzner influencia Baumol. Baumol influencia Casson. McClelland influencia Knight e Casson. Hoselitz influencia Granovetter e Burt. Granovetter influencia Burt. Burt influencia Casson. Casson influencia Metcalf. Metcalf influencia a Economia e inovação. As setas indicam a direção da influência, com setas grossas no final apontando para as disciplinas resultantes: Ciências do comportamento (atributos de personalidade), Ciências sociais (contexto social), Sociologia econômica (redes e imersão), Economia neoclássica (agente otimizador) e Economia e inovação (agente inovador).

```

graph TD
    Cantillon --> Knight
    Cantillon --> Schumpeter
    Say --> Schumpeter
    Weber --> Schumpeter
    Weber --> Hoselitz
    Simmel --> Schumpeter
    Simmel --> Hoselitz
    Sombart --> Schumpeter
    Sombart --> Hoselitz
    Schumpeter --> Knight
    Schumpeter --> Leinbestain
    Schumpeter --> Kirzner
    Schumpeter --> Baumol
    Schumpeter --> Casson
    Schumpeter --> Metcalf
    Knight --> McClelland
    Knight --> Hoselitz
    Leinbestain --> Kirzner
    Kirzner --> Baumol
    Baumol --> Casson
    McClelland --> Knight
    McClelland --> Casson
    Hoselitz --> Granovetter
    Hoselitz --> Burt
    Granovetter --> Burt
    Burt --> Casson
    Casson --> Metcalf
    Metcalf --> Metcalf
  
```

As disciplinas resultantes são:

- Ciências do comportamento: Atributos de personalidade
- Ciências sociais: Contexto social
- Sociologia econômica: Redes e imersão
- Economia neoclássica: Agente otimizador
- Economia e inovação: Agente inovador

Figura 1 – Principais Perspectivas Teóricas Sobre o Empreendedor e suas Interconexões.

2.2 Fatores que inibem o potencial empreendedor

Sarasvathy (2004) e Crouse, Doyle e Young (2011), ressaltam que os fatores que inibem ou interrompem são de ordem comportamental e contextual (fatores sociais, econômicos e ambientais).

De acordo com Degen (1989), há muitos fatores que inibem o surgimento de novos empreendedores. Os três mais importantes são: Imagem social, disposição de assumir riscos e capital social dos potenciais empreendedores.

A imagem social: todo empreendedor almeja ter sucesso no seu negócio, mas para isso precisa estar ciente de que deverá executar várias funções na sua empresa. Como fazer compras, atender clientes, fazer a contabilidade e até a limpeza da empresa.

Porém muitos acham que por terem atingindo uma posição melhor na vida profissional, não precisam executar essas funções. Por esse motivo preferem ficar no conforto do emprego que tinham.

A disposição para correr riscos: nem todas as pessoas têm a mesma disposição para assumir riscos. Muitos precisam de uma vida regrada, horários certos, salário garantido no fim do mês e assim por diante. Esse tipo de pessoa não foi feito para ser empreendedor.

O capital social: O que herdamos da nossa formação familiar, religiosa e escolar é o que chamamos de “capital social”. São valores que nos foram incumbidos por nossos pais, professores, e outros que influenciaram na formação intelectual e que, inconscientemente, orientam nossas vidas.

2.3 Empreendedorismo e inovação

Todos esses relatos da evolução do empreendedorismo, fazem compreender o porquê ele trás consigo a inovação. Segundo Schumpeter (1985), o empreendedorismo envolve qualquer maneira ou forma de inovação que possa ter alguma relação com ganho de prosperidade de uma determinada empresa.

Fica claro entender que o empreendedor pode ser alguém que inicie seu próprio negócio, como alguém engajado em inovar para alguma empresa que já possa existir. Assim sendo, o empreendedor não apenas possa existir para proprietários, mas também para prestadores de serviço.

Um dos elementos para a geração da inovação é o conhecimento. Não se inova se não houver conhecimento sobre o assunto (FREITAS, 2013). Isso vem de encontro com a formação de profissionais, capazes de inovar e como isso, empreender um negócio ou uma ação, dentro das empresas.

Para as empresas é importante fomentar a capacidade inovadora dos seus colaboradores, pois à medida que surgem as oportunidades, as quais o indivíduo percebe que tem liberdade para empreender, ele adquire confiança e isso proporciona o crescimento da possibilidade ter desenvolvida, uma ação que possa ajudar no crescimento do negócio.

Corroborando com Freitas (2013), o empreendedorismo é o fazer acontecer, é pôr a ideia em prática, é implementá-la. Pessoas com esse perfil são fundamentais para que haja inovação. São elas que irão tirar ideias do papel e farão o caminho da ideia à realidade.

Pensando dessa forma, acredita-se que o profissional de engenharia de produção, tenha esse perfil inovador, já que trata da criação como parte fundamental do seu dia a dia profissional.

A criatividade não é um dom especial que só algumas pessoas possuem. Ela pode ser desenvolvida através de exercícios, da busca por informações e conhecimento sobre os mais diversos assuntos e na busca incessante por novas descobertas (FREITAS, 2013). Isso é o que buscar o engenheiro de produção para ter condições de inovar e empreender dentro da organização na qual atua.

3. Procedimento metodológico

Neste artigo foi feita uma pesquisa de campo de caráter descritivo, qualitativo e quantitativo. Foi utilizado, como instrumento de pesquisa o questionário, aplicado para 159 alunos das duas instituições.

A população em estudo foi de alunos do curso de engenharia de produção de duas instituições de ensino da região do Vale do Itajaí, em Santa Catarina e que por razões éticas, são denominadas de instituição A e B, para efeito de demonstração de resultados e comparações. O total de respondentes foi 100% dos alunos regularmente matriculados nos cursos, sendo 77 alunos da instituição A e 82 da instituição B.

Foi aplicado o questionário de auto avaliação do perfil empreendedor elaborado por Dornelas (2008), com trinta questões, divididas em cinco grupos de diferentes características do empreendedorismo. Essas características são:

- ❖ Comportamento e determinação;
- ❖ Obsessão pelas oportunidades;
- ❖ Tolerância ao risco, ambiguidade e incertezas;
- ❖ Criatividade, autoconfiança, habilidade de adaptação;
- ❖ Motivação e superação.

Cada grupo de características diferentes quanto ao perfil empreendedor, poderá ser analisado individualmente, visando obter algum fator a ser melhor trabalho, o indivíduo ou grupo pesquisado. Com a aplicação do questionário, foi possível traçar o potencial empreendedor, cultura empreendedora e expectativas quanto ao futuro profissional dos alunos.

Segundo o próprio Dornelas (2008), o perfil empreendedor pode ser dividido em quatro faixas bem distintas, de acordo com a pontuação conseguida com o questionário em questão:

- ❖ Menos que 59 pontos: Não possui perfil empreendedor;
- ❖ 60 a 89 pontos: Com pouco perfil empreendedor;
- ❖ 90 a 119 pontos: Possui um bom perfil empreendedor;
- ❖ 120 a 150 pontos: Possui um perfil empreendedor.

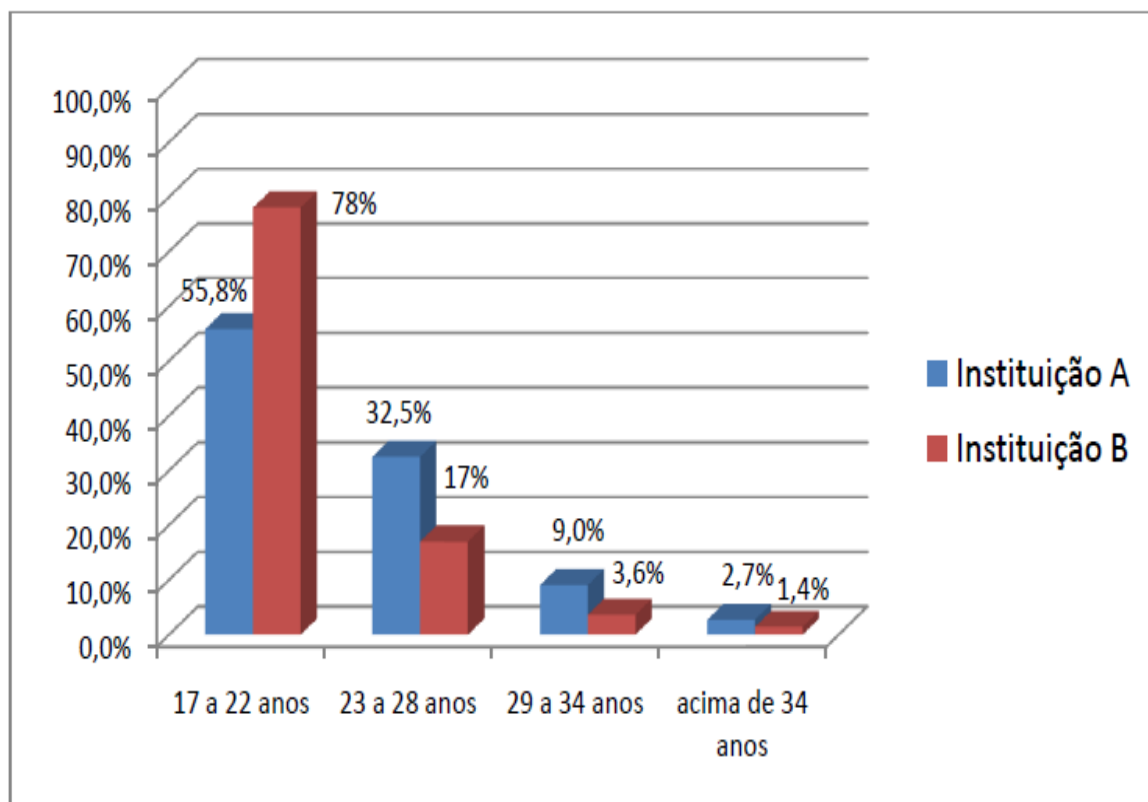
A pesquisa foi realizada em três etapas, aplicação do questionário, proposto pelo autor, a pontuação e tabulação dos resultados e a conclusão dos resultados comparando-os entre as duas instituições observadas.

4. Resultados

Depois de realizadas as pesquisas como os alunos das duas instituições de ensino, primeiramente foi feita uma separação por faixa etária, para se definir quais são as populações entre essas faixas e verificar possíveis variações entre as instituições nesse aspecto. As faixas etárias definidas para análise foram as seguintes: de 17 a 22 anos; de 23 a 28; de 29 a 34 e de 35 anos em diante. Os resultados obtidos estão representados no Gráfico 1.

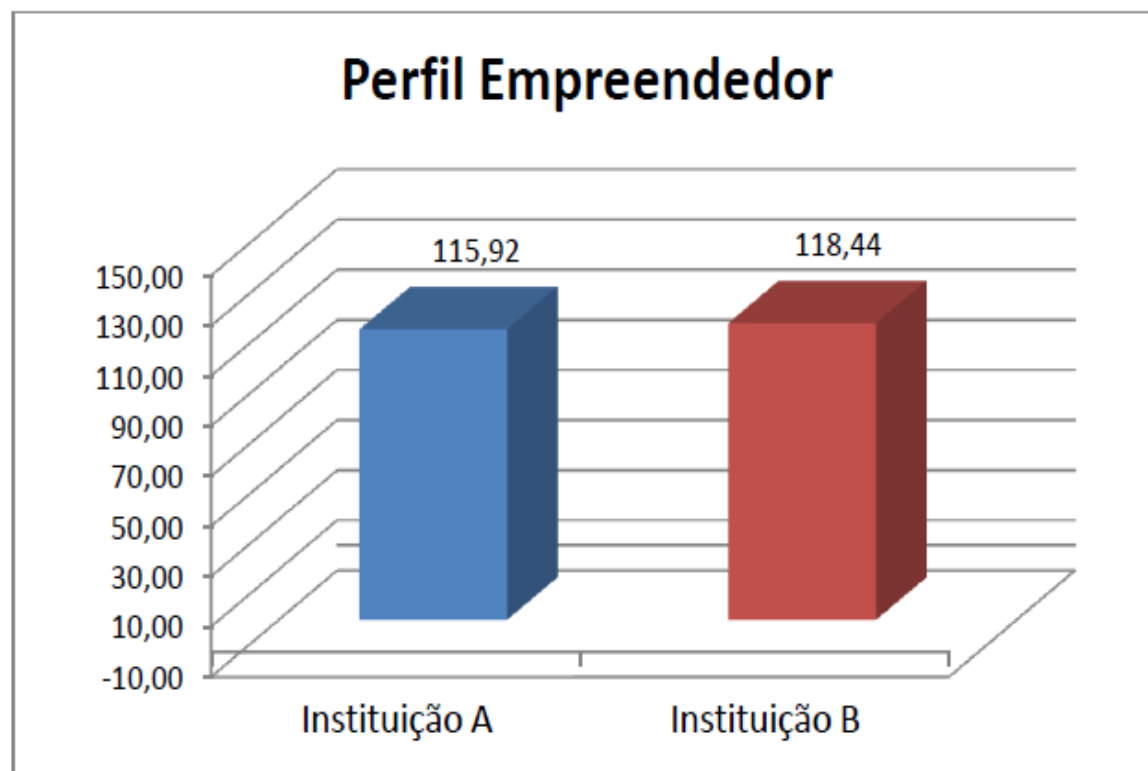
Pode-se notar que há diferenças entre populações nas mesmas faixas etárias entre as instituições, como uma tendência na instituição A de ter alunos mais faixa etária do que na B.

No cálculo estatístico, os resultados foram os seguintes: média do valor do perfil empreendedor da instituição A foi 115,92 enquanto da instituição B foi de 118,44 conforme é apresentado no Gráfico 2.



Fonte: Autores (2017)

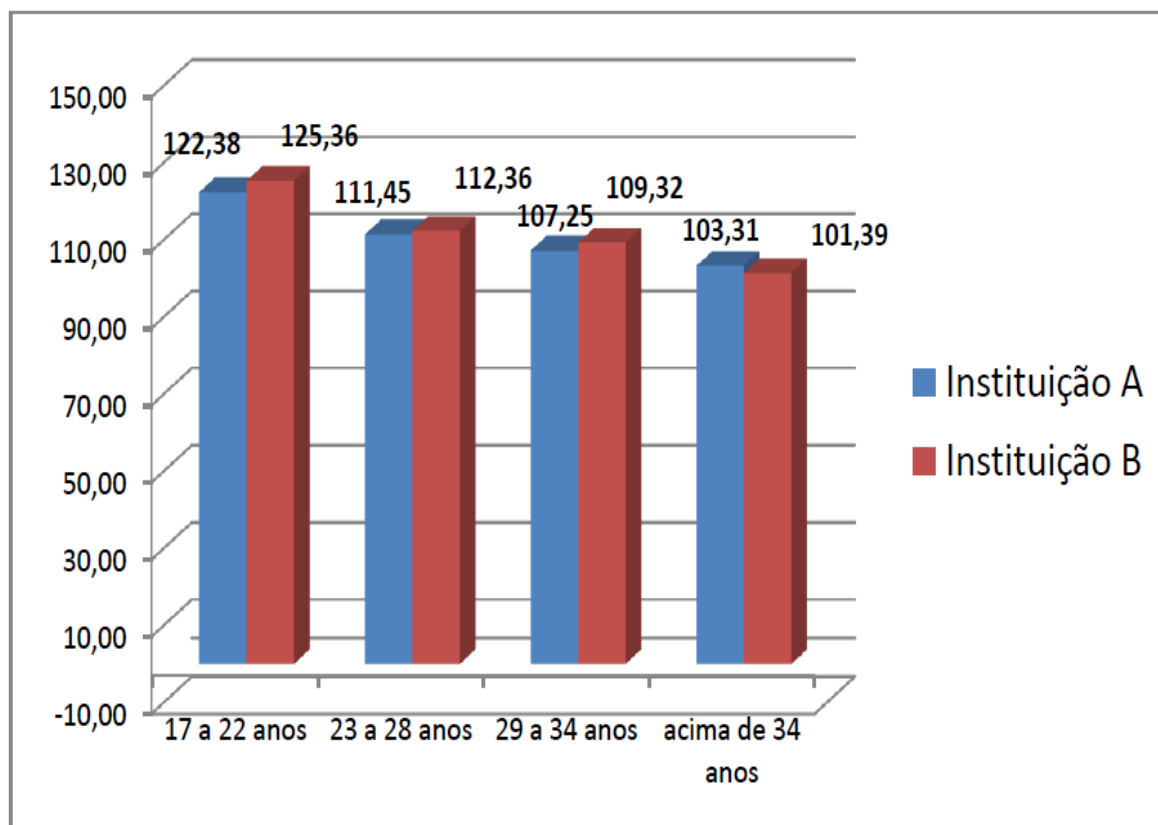
Gráfico 1 – Faixa etária dos respondentes



Fonte: Autores (2017)

Gráfico 2 – Perfil empreendedor.

Conforme é demonstrado, o perfil empreendedor nos dois casos, ficou muito próximo; o que demonstra que nas duas instituições, os alunos possuem essa mesma característica empreendedora. Analisando os perfis por faixa etária, obtivemos as médias descritas no Gráfico 3. O desvio padrão dessa análise foi de 12,53 para a instituição A e de 12,82 para a B.



Fonte: Autores (2017)

Gráfico 3 – Perfil empreendedor por faixa etária

5. Considerações finais

Conforme pode ser observado, existe uma grande diferença de população nas faixas etárias, entre as duas instituições de ensino. Na instituição A, existem menos alunos na faixa entre 17 e 22 anos em relação à B.

Na instituição B, a grande maioria dos alunos migrou diretamente do ensino médio para o curso superior e essa maioria é formada por jovens. Essa diferença entre as faixas etárias ocorreu devido ao fato da instituição A, promover a oferta de bolsas de estudo, para candidatos com renda familiar de até 1 salário mínimo e meio. Outro fator a favor da instituição A, é o fato desta ter uma mensalidade mais acessível em relação à outra, o que acabou incentivando pessoas com mais idade a procurá-la.

Na média geral, foi constatada uma proximidade entre as duas, de 115,95 para a instituição A e de 118,44 para a B, porém, podemos constatar que o perfil empreendedor mostrou-se mais evidente na faixa etária mais jovem, isso ficou comprovado no resultado da média dos perfis por faixa etária, que ficou em 122,38 para a instituição A e de 125,36 na B.

Nas faixas seguintes, observa-se uma redução gradativa do perfil empreendedor nas duas instituições, o que significa que a faixa etária maior, parte para o conservadorismo e cautela no que se refere ao ímpeto empreendedor.

Apesar da instituição A possuir alunos mais velhos do que a instituição B, esta teve revelado um perfil bem próximo ao da outra instituição, a diferença entre elas é de apenas 2,1% o que significa que o perfil empreendedor em ambas é praticamente igual. O desvio padrão ficou muito alto, nos dois casos e praticamente iguais.

Outro fator a ser considerado, foi a descoberta do perfil empreendedor de alguns alunos, ao realizarem essa auto avaliação. Até então não havia a consciência, para eles, da existência dessas características, necessárias para ser um empreendedor em potencial, o que acabou por despertar a curiosidade dos mesmos, no tema em questão. Para tanto, conclui-se que os alunos de engenharia de produção das duas instituições possuem relevante perfil empreendedor.

Referências.

- CARDON, M. S. et al.** *Measuring entrepreneurial passion: Conceptual foundations and scale validation.* Journal of Business Venturing, Vol. 28, n. 3, p. 373-396, 2013.
- CROUSE, P.; DOYLE, W.; YOUNG, J. D.** *Workplace learning strategies, barriers, facilitators and outcomes: a qualitative study among human resource management practitioners.* Human Resource Development International, Vol. 14, n. 1, p. 39- 55, 2011.
- DEGEN, R. J.** *O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial.* São Paulo: McGraw-Hill, 1989.
- DOLABELA, F.** *O segredo de Luísa: uma ideia, uma paixão e um plano de negócios.* Rio de Janeiro: Sextante, 2008.
- DORNELAS, J. C. A.** *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios.* 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- FRLIPE, E. S.; SANTOS, A. S.** *Empreendedorismo: discussão conceitual, definições e um panorama do caso brasileiro.* Desafio Online, Vol. 5, n. 1, p. 1-23, 2017.
- FREITAS, F. F. L.** *Gestão da inovação. Teoria e prática para implantação.* São Paulo: Atlas, 2013.
- KIRCHFF, B. A.** *Entrepreneurship economics.* In: "The Potable MBA in Entrepreneurship", by William D. Bygrave (editor), Z. Edition. New York: John Wuley e sons, Inc. 1997.
- LOGEN, M. T.** *Um modelo comportamental para o estudo do perfil do empreendedor.* Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Universidade federal de Santa Catarina – UFSC, Florianópolis, 1997.
- MAXIMINIANO, A. C. A.** *Empreendedorismo.* São Paulo: Pearson, 2012.
- OBSCHONKA, M.; SILBEREISEN, R. K.; SCHMITT-RODERMUND, E.** *Entrepreneurial intention as developmental outcome.* Journal of Vocational Behavior, Vol. 77, n. 1, p. 63-72, 2010.
- PARAÍSO, D. C. et al.** *Empreendedorismo: análise do perfil dos acadêmicos do curso de administração da unimontes.* Revista Intercâmbio, Vol. 7, p. 208-228. 2016.
- PATRICIO, P. P.** *Teoria geral do empreendedor.* Joinville: EaD Tupy, 2012.
- PEREYRA, E.** *O comportamento empreendedor: como princípio para o desenvolvimento social e econômico.* Porto Alegre: Sulina, 2003.
- ROXAS, B.; CHADEE, D.** *Effects of formal institutions on the performance of the tourism sector in the Philippines: The mediating role of entrepreneurial orientation.* Tourism Management, Hillcrest, Vol. 37, p. 1-12, 2013.
- SARASVATHY, S. D.** *The questions we ask and the questions we care about: reformulating some problems in entrepreneurship research.* Journal of Business Venturing, Indiana, v. 19, n. 5, p. 707-717, 2004.
- SARKAR, S.** *O empreendedor inovador.* Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- SCHUMPETER, J. A.** *"The Theory of Economic Development".* Published in Harvard University Press-Transaction Ins., Cambridge: Mass, 1985.

SEBRAE. *Empreendedorismo - como inicia bem um novo negócio.* Disponível em <<http://www.sebrae.com.br>>. Acesso em: 20 jun. 2014.

SENAC. *Empreendedorismo e Negócios.* Disponível em <<http://blog.sc.senac.br/brasil-e-o-terceiro-mais-empREENDEDOR/>>. Acesso em: 20 jun. 2014.

TAJEDDINI, K.; ELG, U.; TRUEMAN, M. *Efficiency and effectiveness of small retailers: The role of customer and entrepreneurial orientation.* Journal of Retailing and Consumer Services, Eindhoven, Vol. 20, n. 5, p. 453-462, 2013.

TIMMONS, J. A. *New venture creation, entrepreneurship for the 21 st century,* Irwin. 4. ed., 1994.

VALE, G. M. V. *Empreendedor: Origens, Concepções Teóricas, Dispersão e Integração.* RAC, Vol. 18, n. 6, p. 874-891, 2014.