



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS I – CAMPINA GRANDE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**O PERFIL EMPREENDEDOR DO ESTUDANTE DO CURSO DE CIÊNCIAS
CONTÁBEIS DA UEPB – CAMPUS I – CAMPINA GRANDE**

Letícia Maria Belarmino Gonçalo

Campina Grande – PB

2015

LETÍCIA MARIA BELARMINO GONÇALO

**O PERFIL EMPREENDEDOR DO ESTUDANTE DO CURSO DE CIÊNCIAS
CONTÁBEIS DA UEPB- CAMPUS I – CAMPINA GRANDE**

Trabalho de Conclusão de Curso - TCC
apresentado ao Departamento do Curso
de Ciências Contábeis, da Universidade
Estadual da Paraíba, como requisito
parcial à obtenção do grau de bacharel
em Ciências Contábeis.

Campina Grande – PB

2015

FICHA CATALOGRÁFICA
ELABORAÇÃO PELA BIBLIOTECA CENTRAL- UEPB

G635p Gonçalo, Letícia Maria Belarmino
 O perfil empreendedor do estudante do curso de Ciências Contábeis da UEPB – Campus I – Campina Grande [manuscrito]/ Letícia Maria Belarmino Gonçalo. – 2015.

23p.:il.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Contábeis) – Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2015.

“Orientação: Prof. Me. Allan Carlos Alves, Departamento de Ciências Contábeis”.

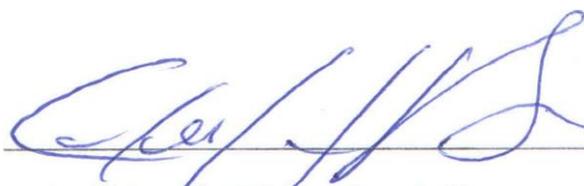
1.Educação empreendedora. 2. Empreendedorismo. 3. Perfil empreendedor. I. Título.

21.ed. CDD 658.11

LETÍCIA MARIA BELARMINO GONÇALO

**O PERFIL EMPREENDEDOR DO ESTUDANTE DO CURSO DE CIÊNCIAS
CONTÁBEIS DA UEPB- CAMPUS I – CAMPINA GRANDE**

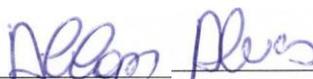
Este trabalho de conclusão de curso – TCC foi julgada adequada para obtenção do título de bacharel em Ciências Contábeis, sendo aprovada em sua forma final.



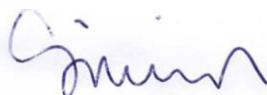
Prof. Msc. José Elinilton Cruz de Menezes

Coordenador do Trabalho de Conclusão de Curso

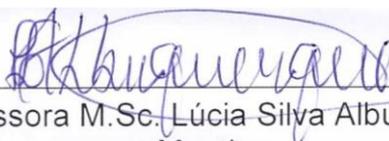
Professores que compuseram a banca:



Professor M.Sc. Alan Carlos Alves
Orientador



Professora M.Sc. Vânia Vilma Nunes Teixeira
Membro



Professora M.Sc. Lúcia Silva Albuquerque
Membro

Campina Grande – PB, 09 de junho de 2015

RESUMO

GONÇALO, Letícia Maria Belarmino. **O Perfil Empreendedor do Estudante do Curso de Ciências Contábeis da UEPB – Campus I – Campina Grande**. 2015. 25 f. Trabalho de conclusão de curso – Curso de Ciências Contábeis, Universidade Estadual da Paraíba, Campina Grande, 2015.

Observa-se, que o empreendedorismo tem tido uma importância cada vez mais crescente no mundo, em virtude das inúmeras mudanças que vêm ocorrendo, principalmente nas relações de trabalho. Vários países têm realizado ações no sentido de incluir o ensino de empreendedorismo em suas estruturas curriculares da educação. Nesse sentido, o objetivo deste estudo foi identificar o perfil e a intenção empreendedora dos alunos de ciências contábeis da Universidade Estadual da Paraíba, Campus I. Para tanto, realizou-se um *survey*, na qual foram entrevistados 301 alunos em diferentes turnos de aula. Por meio da utilização da escala de medição do perfil empreendedor validada por Schmidt e Bohnenberger (2009). Após a análise dos dados, utilizando-se a análise fatorial exploratória e a o coeficiente de Alpha de Cronbach. Os resultados sugerem que o perfil empreendedor deve ser trabalhado desde o início das relações sociais na vida dos alunos, no sentido de trabalhar de forma mais intensiva algumas características empreendedoras.

Palavras-chave: Educação empreendedora. Empreendedorismo. Perfil empreendedor.

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é um tema que vem sendo explorado em diversas pesquisas devido ao papel que desempenha na economia e no desenvolvimento de regiões e países. Este papel está associado a uma característica peculiar desse fenômeno, que se trata da criação de novos negócios por sujeitos empreendedores (DEGEN, 2009; HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2004; MARTES, 2010). Os empregos e a geração de renda criados a partir da abertura de novas empresas tornam o empreendedorismo um destacado fenômeno socioeconômico, o que desperta o interesse de governos e sociedades que buscam alternativas de políticas públicas com vistas a combater o desemprego e gerar crescimento econômico.

É nesse sentido que se discute neste artigo que, em muitas ocasiões, são adotadas práticas de ensino voltadas para a empregabilidade e o serviço

especializado exigido nas grandes empresas, o que é fundamental para o desenvolvimento intelectual dos alunos.

Mas é preciso repensar o compasso entre a realidade do desenvolvimento brasileiro, as novas formas de produção e estruturação das empresas e o que, de fato, se está ensinando no banco das instituições de ensino superior brasileiras. Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2007), alia-se a esse ponto que a alta taxa de mortalidade de empresas registrada no Brasil é uma questão preocupante, no momento em que as relações de trabalho estão mudando e o emprego formal dá lugar a novas formas de geração de renda, sobretudo o trabalho autônomo e a abertura de novos negócios, tais como os empreendedores individuais e as empresas individuais de responsabilidade limitada.

Frente a esses fatos, admite-se o paradigma de que a tradição do ensino superior no Brasil é a de formar empregados e que essa metodologia de ensino tradicional não é adequada para a formação de empreendedores, uma vez que não estimula, nesses indivíduos as características empreendedoras que os tornaria aptos a desenvolver sua carreira empresarial, notadamente porque ainda há uma percepção insuficiente da importância das pequenas e médias empresas no desenvolvimento econômico do país. (SCHMIDT et al., 2005)

Nesse cenário, destaca-se o papel dos contadores, indivíduos responsáveis pela mensuração e evidenciação das alterações patrimoniais que ocorrem nas organizações, pela geração de informação fundamental para a análise e acompanhamento dos resultados financeiros, parte integrante e imprescindível da operação de uma organização. Os contadores, pelo papel que desempenham, são indivíduos importantes para os empreendedores, que neles depositam sua confiança e acreditam em suas observações e aconselhamentos sobre os aspectos financeiros do negócio. Diante disso, os contadores são naturalmente multiplicadores da cultura que receberam ao longo de sua formação acadêmica e profissional. Partindo da premissa de que o ensino de empreendedorismo é uma importante cultura a ser desenvolvida entre os contadores, na condição de multiplicadores da cultura empreendedora para o desenvolvimento do país, parte-se para a questão de pesquisa: qual é o perfil empreendedor do aluno de Ciências Contábeis Campus I, da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB).

2 REVISÃO DA LITERATURA

2.1 EMPREENDEDORISMO

Filion (1999) buscou a conceituação do termo ao longo da história das civilizações e identificou distintas descrições para cada século. No século XII, a palavra “empreendedor” era associada a “aquele que incentivava brigas” (VÉRIN, 1982 apud FILION, 1999, p. 18). Já no século XVI, o termo descrevia uma pessoa que assumia responsabilidade e dirigia uma ação militar. Somente no final do século XVII e início do século XVIII o termo foi utilizado para referir-se à pessoa que criava e conduzia projetos ou empreendimentos (SCHMIDT; BOHNENBERGER, 2009).

Segundo o Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2014, p. 7), o empreendedorismo pode ser considerado qualquer tentativa de criação de um novo empreendimento. Já Hisrich e Peters (2004, p. 29), conceituam o empreendedorismo como o processo de criação de uma atividade ou produto assumindo todos os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas do empreendimento.

Quanto ao termo empreendedor Drucker (1987) afirma que o empreendedor é aquele que cria algo aproveitando as oportunidades que lhe surgem e que normalmente não são detectadas por outras pessoas assumindo as incertezas e os riscos inerentes ao empreendimento. Para Stoner (1985), *entrepreneurship* é um processo que combina recursos para produzir novos bens e serviços. Já para Timmons (1994, p. 41) o empreendedor é “[...] alguém capaz de identificar, agarrar e aproveitar uma oportunidade, buscando e gerenciando recursos para transformar a oportunidade em negócio de sucesso”.

Para Mota (2013, p. 31), o empreendedor é um indivíduo que têm o desejo interior, seja por iniciativa própria ou por opção, de empreender para satisfazer uma necessidade pessoal de realização, através da criação de novos produtos e serviços que tenham significado para ele e para o mercado.

Tomando como base os conceitos acima apresentados, pode-se dizer que empreendedor é a pessoa que consegue enxergar algo que ainda não existe, transformando conhecimento, sonhos, criatividade e energia através do estabelecimento de metas para enfrentar riscos, e de competências, para fazer as coisas acontecerem.

2.2 A CONTABILIDADE E EMPREENDEDORISMO

A ciência contábil está em fase de transformações, seguindo a própria dinâmica sócioeconômica, que gera, segundo Figueiredo e Fabri (2000), a necessidade de se reavaliar os seus objetivos numa perspectiva mais ampla. Dessa forma, de acordo com as palavras de Figueiredo e Fabri (2000, p. 35), “[...] muito do que hoje é aceito como contabilidade não era reconhecido há 50 anos, e, seguramente, daqui a 50 anos a contabilidade se modificará profundamente em relação ao que é hoje”.

Pode-se afirmar que a imagem do profissional contábil, segregado da realidade das empresas e preso à tarefa de registrar contabilmente os fatos ou de simplesmente fornecer informações para outros profissionais tomarem decisões, está ultrapassada. O profissional de hoje e do futuro em Contabilidade é aquele que faz parte da decisão, que auxilia os outros a tomarem decisões, o que significa trabalhar conjuntamente com uma gama variada de outros profissionais. (SERRA NEGRA, 2004, p. 12)

Nesse contexto é que se destacam os profissionais das ciências contábeis como grandes incentivadores do empreendedorismo, por serem esses indivíduos capazes de estimular nos empresários, com os quais trabalham, e de quem obtêm uma estreita relação de confiança, os melhores comportamentos empreendedores. Nas palavras de Athayde e Martins (2010): Os contadores possuem uma posição estratégica para as empresas, no estímulo ao desenvolvimento empreendedor e consequente desenvolvimento econômico do país.

Suas atribuições estão relacionadas com o planejamento, o acompanhamento da execução e controles financeiros e operacionais na empresa. (ATHAYDE; MARTINS, 2010, p. 10). No entanto, essa vocação ainda precisa ser despertada entre os contadores. Para que isto aconteça de fato, os próprios contadores precisam entender e desenvolver seu potencial empreendedor, para, na sequência, incentivar e estimular o desenvolvimento deste potencial nos empresários. (ATHAYDE, MARTINS, 2010)

2.3 O EMPREENDEDORISMO NAS UNIVERSIDADES

As universidades desempenham um papel importante no clima empresarial regional porque concentram grande número de institutos e centros de pesquisas que podem ser exploradas como fonte de conhecimento e inovação por novos empreendimentos (EDMONDSON; MCMANUS, 2007; SHANE, 2004).

Etzkowitz (2001) fala sobre revolução acadêmica destacando três fases importantes desse processo: a primeira é a pesquisa, a segunda é a educação/formação dos alunos e a terceira é o empreendedorismo nas universidades. Como se vê o empreendedorismo acadêmico tornou-se uma prioridade na formulação política das universidades, dos governos locais e do mercado como destaca Potter e Storey (2007).

Mas para que as academias trabalhem efetivamente o empreendedorismo, é preciso que elas desenvolvam um conjunto significativo de evidências, ligado a atividade empreendedora, tais como: a competitividade econômica, geração de emprego, redução do desemprego, inovação e mobilidade econômica e social. Muitas universidades ao longo do mundo, empregam uma combinação dessas iniciativas para criar um clima empresarial atraente. No entanto, as iniciativas nem sempre são bem-sucedidas. (ROTGER; GØRTZ; STOREY, 2012; VAN PRAAG; VERSLOOT, 2007).

É por isso que os governos de praticamente todos os países desenvolvidos têm colocado o estímulo do empreendedorismo no topo de sua agenda política educacional (POTTER; STOREY, 2007). E também é por isso que as grandes nações estão se esforçando para se tornar economias empresariais e lograr o êxito do capitalismo dinâmico (THURIK; STAM; AUDRETSCH, 2013).

Cabe as Universidades observarem e analisarem seus próprios ecossistemas empresariais, a fim de encorajar os discentes a um empreendimento de sucesso. Por esse motivo, vários estudos relativos à promoção do espírito empresarial dos estudantes foram realizados, a exemplo de Frankee Lüthje (2004), Huffmane Quigley (2002), Liñán, Urbano e Guerrero (2011), Lüthjee Franke (2003), Nab et al. (2010) entre outros.

Segundo Dornelas (2001), proporcionar aos indivíduos educação específica voltada ao empreendedorismo já é uma realidade em escolas e universidades brasileiras. Ele defende que qualquer indivíduo pode aprender o que é ser um

empreendedor de sucesso. Desde sua concepção, as instituições de ensino sempre estiveram preocupadas em formar excelentes profissionais voltados para a grande empresa.

Já para identificar e avaliar oportunidades, a metodologia de desenvolvimento de projetos é a técnica de ensino que pode vir a surtir maior efeito. A escolha entre as opções de técnicas pedagógicas deve ser feita sob o pressuposto de que educação empreendedora deve se centrar no desenvolvimento de habilidades que facilitem a tomada de decisões, as quais englobariam capacidade de inovar, assumir riscos e resolver problemas (GUIMARÃES, 2002).

No Brasil o empreendedorismo acadêmico ainda caminha a passos lentos devido a fatores históricos e culturais, no sentido que o Brasil tem seus cursos universitários voltados para a formação de profissionais que irão buscar emprego no mercado de trabalho, como afirma Dolabela (2001, p. 35).

2.4 O PERFIL EMPREENDEDOR

A formação de um perfil profissional empreendedor tem ênfase em algumas características peculiares e multifuncionais, tais como: o domínio de informática, conhecimento das diretrizes e princípios básicos de administração para desenvolver habilidades específicas à gestão de negócios e resultados, competência para trabalhar em equipe e prazer pelo que faz (LEITE, 1999). Cunha e Ferla (1997) afirmam que esse perfil profissional pode ser definido através de metas próprias e características que podem ser apreendidas à medida que o empreendedor é moldado pelo mercado de trabalho.

O desenvolvimento do perfil empreendedor se relaciona diretamente com a situação de mercado, que não dispõe de tantos empregos e que conduz as pessoas a criar seus próprios negócios para obter renda. É importante enfatizar que o fato de que criar novos empreendimentos requer medidas que ultrapassam a existência de perfil empreendedor, caso contrário, o negócio tenderá, em 80% dos casos, ao fracasso em seu primeiro ano de funcionamento (VÉRAS, 1999).

Uma pesquisa realizada por Fillion (1999) afirma que o empreendedor é um ser social, ou seja, é um produto do meio em que vive. Significa dizer que se uma pessoa vive em um ambiente empreendedor, ela se sentirá estimulada a criar seu próprio negócio. Nessa perspectiva, é possível afirmar que o empreendedorismo é

um fenômeno cultural que nasce por influência do meio e que é influenciado pelos hábitos, práticas e valores das pessoas. É por isso que existem famílias mais empreendedoras do que outras, assim como cidades, regiões e países.

Para Hisrich e Peters (2004), existe um perfil exato do empreendedor, em termos de características e história, que engloba fatores como controle, independência, desejo de correr risco, motivação, habilidades e histórico familiar, educacional e ocupacional.

Apesar do acompanhamento e análise dos estudos realizados por diversos autores como Kaufman (1991), McClelland (1961), Bandura (2001), Shane (2004), Markman, Baron e Balkin (2005), o presente trabalho é embasado em Schmidt e Bohnenberger (2009). Estes, propuseram um modelo de medição para o perfil e a intenção empreendedora, no qual um instrumento de medição foi construído e validado (ver Quadro 1)

Quadro 1: Características do Perfil do Empreendedor

| Características | Descrição |
|--------------------------|--|
| Autoeficaz | É a estimativa cognitiva que uma pessoa tem das suas capacidades de mobilizar motivação, recursos cognitivos e cursos de ação necessários para exercitar controle sobre eventos na sua vida. |
| Assume riscos calculados | Pessoa que, diante de um projeto pessoal, relaciona e analisa as variáveis que podem influenciar o seu resultado, decidindo, a partir disso, a continuidade do projeto. |
| Planejador | Pessoa que se prepara para o futuro. |
| Detecta oportunidades | Habilidade de capturar, reconhecer e fazer uso efetivo de informações abstratas, implícitas e em constante mudança. |
| Persistente | Capacidade de trabalhar de forma intensiva, sujeitando-se até mesmo a privações sociais, em projetos de retorno incerto. |
| Sociável | Grau de utilização da rede social para suporte à atividade profissional. |
| Inovador | Pessoa que relaciona ideias, fatos, necessidades e demandas de mercado de forma criativa. |
| Liderança | Pessoa que, a partir de um objetivo próprio, influencia outras pessoas a adotarem voluntariamente esse objetivo. |

Fonte: Schmidt e Bohnenberger (2009).

Segundo Rocha e Freitas (2014), que as características do modelo de Schmidt e Bohnenberger (2009), auto eficiência, detecta de oportunidade e persistência, juntas, compõem o conceito de Autorrealização. Dessa forma, no modelo de Schmidt e Bohnenberger (2009) o fator 1 ficou denominado de Autorrealização. Os demais fatores foram assim descritos: fator 2 - Líder; fator 3 - Planejador; fator 4 - Inovador; fator 5 - Assume riscos; e fator 6 - Sociável. O Quadro 2 apresenta os fatores e seus respectivos itens.

Quadro 2: Itens Representativos dos Fatores

| Fatores | Itens | Perguntas |
|-----------------|--|-----------|
| Autorrealização | Frequentemente, detecto oportunidades de negócio no mercado. | P1 |
| | Creio que tenho uma boa habilidade em detectar oportunidades de negócio no mercado. | P2 |
| | Tenho controle sobre os fatores para minha plena realização profissional. | P3 |
| | Profissionalmente, considero-me uma pessoa muito mais persistente que as demais. | P4 |
| Líder | Frequentemente sou escolhido como líder em projetos ou atividades profissionais. | P7 |
| | Frequentemente as pessoas pedem minha opinião sobre os assuntos de trabalho. | P8 |
| | As pessoas respeitam a minha opinião. | P9 |
| | No trabalho, normalmente influencio a opinião de outras pessoas a respeito de um determinado assunto. | P18 |
| Planejador | Tenho um bom plano da minha vida profissional. | P6 |
| | No meu trabalho, sempre planejo muito bem tudo o que faço. | P10 |
| | Tenho os assuntos referentes ao trabalho sempre muito bem planejados. | P12 |
| | Me incomoda muito ser pego de surpresa por fatos que eu poderia ter previsto. | P16 |
| Inovador | Sempre encontro soluções muito criativas para problemas profissionais com os quais me deparo. | P5 |
| | Prefiro um trabalho repleto de novidades a uma atividade rotineira. | P13 |
| | Gosto de mudar minha forma de trabalho sempre que possível. | P14 |
| Assume Riscos | Sempre procuro estudar muito a respeito de cada situação profissional que envolva algum tipo de risco. | P11 |
| | Eu assumiria uma dívida de longo prazo, acreditando nas vantagens que uma oportunidade de negócio me traria. | P17 |
| | Admito correr riscos em troca de possíveis benefícios. | P19 |
| Sociável | Me relaciono muito facilmente com outras pessoas. | P15 |
| | Meus contatos sociais influenciam muito pouco a minha vida profissional. | P20 |
| | Os contatos sociais que tenho são muito importantes para minha vida profissional. | P21 |
| | Conheço várias pessoas que me poderiam auxiliar profissionalmente, caso eu precisasse. | P22 |

Fonte: Schmidt e Bohnenberger (2009).

3 METODOLOGIA DE PESQUISA

Segundo Vergara (2009), esta pesquisa pode ser caracterizada como descritiva quanto aos fins, e de campo quanto aos meios. Descritiva porque descreve alguma situação por meio da mensuração de um evento ou atividade, que

no caso foi feita através do uso de estatísticas descritivas obtidas através da análise de dados capturados por uma estrutura específica (HAIR JR et al., 2005). É quantitativa por apresentar investigações de natureza empírica, com a finalidade de analisar as características de grupos de indivíduos, mensuradas por meio de variáveis quantificadas nos dados coletados (MARCONI; LAKATOS, 2006).

Trata-se de um estudo empírico porque é realizada no local que dispõe de elementos para explicar o fenômeno estudado (Vergara, 2009), que tem delimitação de corte transversal visto que efetua a coleta de dados de forma instantânea, ou seja, de uma única vez no momento da coleta (COOPER; SCHINDLER, 2003, p. 43).

Diante do exposto acima, a presente pesquisa é do tipo que tem por finalidade descrever as características percebidas entre grupos de estudantes universitários, através de dados empíricos, coletados instantaneamente por meio de questionário estruturado para mensurar os aspectos delineados no objetivo deste estudo.

O universo desta pesquisa é composto por estudantes universitários matriculados em Curso de Ciências Contábeis da Universidade Estadual da Paraíba – UEPB, localizada na cidade de Campina Grande - PB, Campus I.

Os dados foram coletados pelo método *survey*, utilizando-se uma escala métrica de Likert com cinco pontos para a mensuração do perfil empreendedor. O objetivo da coleta de dados foi proporcionar informações que permitissem análise consistente. A intensidade do nível de concordância é determinada mediante a variação de 1 para discordo totalmente e 5 para concordo totalmente (COOPER; SCHINDLER, 2003).

O instrumento de coleta de dados usado consiste de um questionário estruturado, auto administrado e composto de 22 itens que se referem à escala de medição do perfil empreendedor validada por Schmidt e Bohnenberger (2009). O *Software Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) 16 foi o recurso utilizado no tratamento e análise dos dados. O questionário aplicado foi dividido em 22 itens e avalia as oito (08) características atitudinais do perfil empreendedor de Schmidt e Bohnenberger (2009).

Após a análise fatorial, os vinte e dois itens puderam ser agrupados em sete conjuntos de componentes. São eles: fator 1: Comprometimento com o Planejamento; fator 2: Perfil de liderança; fator 3: Propensão a assumir riscos; fator

4: Vantagens em ter contatos sociais; fator 5: Visão sobre oportunidades; fator 6: Satisfeito com a vida profissional; e fator 7: Boa convivência social.

4 ANÁLISE DE DADOS

As características sociais acadêmicas dos estudantes respondentes revelam que a proporção entre homens e mulheres é bem próxima (48,26% e 51,74% respectivamente), tendo a maioria dos estudantes idade entre 19 e 30 anos (73,13%), o que demonstra a jovialidade do grupo. A participação por ano acadêmico foi bem distribuída, com 34,82% de representantes do 1º ano do curso, 13,93% do 2º ano, 34,32% do 3º ano e 16,93% do 4º e último ano.

Com o emprego da técnica de análise fatorial, objetivou-se verificar a possibilidade de condensar a informação contida nas variáveis originais da escala do perfil empreendedor em um conjunto menor de fatores (HAIR JR. et al., 2009).

O tamanho final utilizado da amostra (N = 301) pode ser classificado como adequado, uma vez que a relação entre o tamanho da amostra e o número de variáveis analisadas (22) não ultrapassa a proporção de $10 \div 1$ (neste caso, obteve-se 13,77), sugerida por Hair Jr. et al. (2009). A análise fatorial exploratória foi realizada usando-se o método de extração dos componentes principais e o método ortogonal Varimax na rotação dos fatores.

Além do tamanho da amostra, testes estatísticos foram executados a fim de se avaliar a aplicabilidade da amostra para a análise fatorial. A adequação da amostra foi medida por meio do teste de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO), sendo indicados valores acima de 0,50 como o mínimo aceitável nesse teste. Associado a isso, o teste de esfericidade de Bartlett indica a presença de correlações significantes entre os itens da escala, não devendo o teste de significância ultrapassar 0,05 (CORRAR et al., 2011).

Segundo Andy Field (2009, p. 571), um valor da estatística KMO acima de 0,90 é considerado excelente para dizer que a(os) amostra(dados) é(são) adequada(os) para a análise fatorial. No presente trabalho, verificou-se um KMO igual a 0,697 o que é considerado medíocre, mas aproximadamente bom (próximo de 0,7), indicando assim que pode-se prosseguir com a análise de fatores.

Já teste de esfericidade de Bartlett, conforme observa-se na Tabela 1 foi bastante significativo (Sig. = 0,000) o que confirma mais uma vez a existência de

correlação entre as variáveis (informações sobre este teste veja, por exemplo, Andy Field (2009, p. 571-79)). O teste estatístico da matriz de correlação anti-imagem avalia a adequação de cada variável ao modelo de análise fatorial. Valores abaixo de 0,50 indicam baixo poder de explicação dos fatores em relação a cada variável (CORRAR et al., 2011; HAIR JR. et al., 2009). Com exceção de uma variável, os resultados apontaram valores acima de 0,7, evidenciando a boa adequação para a aplicação da análise fatorial.

A variância total dos fatores atingiu 57,268%. Malhotra (2012) recomenda que este valor seja acima de 60%. Entretanto, Hair Jr. et al. (2009) acrescentam que, nas pesquisas em ciências sociais, cujas informações tendem a ser menos precisas, é possível considerar uma solução que explique menos que 60% como satisfatória. Assim, considerando-se que a variância total explicada na análise fatorial efetuada por Schmidt e Bohnenberger (2009) atingiu 57,268%, o valor encontrado nesta pesquisa também foi aceito.

O Alfa de Cronbach (α) foi a medida utilizada para medir o coeficiente de confiabilidade de escalas múltiplas. Para pesquisas exploratórias, o valor mínimo sugerido para o α é de 0,60 (HAIR JR et al., 2009). Desse modo, os resultados obtidos nesta análise estatística revelam Alfa de Cronbach não padronizado de 0,816 e padronizado de 0,818; considerado de boa consistência por Pestana e Gageiro (2008), que indicam o intervalo de 0,8 a 0,9 para esta classificação.

4.1 Validação do Instrumento de Pesquisa

O primeiro passo para validação do instrumento de medição foi verificar se os itens referentes ao perfil empreendedor apresentavam a estrutura latente observada na literatura. Para tanto uma análise fatorial exploratória foi efetuada, após obter as cargas fatoriais rotacionadas de forma oblíqua, através do método “Promax” que possibilita a existência de correlação entre os fatores, podemos observar a contribuição de cada variável sobre cada um dos fatores e, assim, interpretar os fatores segundo as magnitudes das cargas fatoriais apresentadas na Tabela 1.

Tabela 1 – Pattern Matrix^a

| Afirmativas | Component | | | | | | |
|--|-----------|------|------|------|------|------|------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 13. Tem assuntos de trabalho bem planejados | ,905 | | | | | | |
| 12. Sempre procura estudar muito situação de risco | ,773 | | | | | | |
| 11. Sempre planejo muito bem | ,670 | | | | | | |
| 7. Frequentemente escolhido como líder | | ,760 | | | | | |
| 8. Frequentemente pedem opinião | | ,732 | | | | | |
| 5. Sempre encontra soluções criativas | | ,682 | | | | | |
| 17. Assumiria dívida de longo prazo | | | ,709 | | | | |
| 19. Admito correr riscos | | | ,690 | | | | |
| 20. Contatos sociais influenciam pouco minha vida profissional | | | ,647 | | | | |
| 18. Influencia opinião de outras pessoas | | | ,492 | | | | |
| 21. Contatos sociais são muito importante | | | | ,746 | | | |
| 22. Conheço várias pessoas poderiam me auxiliar | | | | ,726 | | | |
| 14. Prefere trabalho repleto de novidades | | | | | | | |
| 15. Gosta de mudar forma de trabalho | | | | | | | |
| 1. Freq. detecta oportunidade | | | | | ,831 | | |
| 2. Crê boa habilidade detectar oportunidade | | | | | ,780 | | |
| 3. Tem controle realização profissional | | | | | | ,838 | |
| 4. Considera-se mais persistente profissionalmente | | | | | | ,652 | |
| 6. Tem bom plano vida profissional | | | | | | ,464 | |
| 10. Relacionamento fácil | | | | | | | ,724 |
| 9. Pessoas respeitam minha opinião | | | | | | | ,589 |
| 16. Incomoda-se ser pego surpresa que poderia ter previsto | | | | | | | ,502 |

Notas: Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Promax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 8 iterations.

O ponto de corte para se analisar a contribuição de cada variável para a explicação de cada fator, a ser obtido pela análise, foi de cargas fatoriais maiores que 0,364 que elevado ao quadrado corresponde a explicação aproximada de 13,25% da variância da variável. Para um tamanho de amostra 200, uma carga maior do que 0,364 pode ser considerada significativa (FIELD, p. 569).

Fonte: Próprio Autor (2015).

Como pode ser observado na Tabela 1, 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. 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; 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 ideia 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 ideia 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 ideia 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 ideia 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 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.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendedor é uma pessoa que acredita em seus sonhos e não mede esforços para realizá-los. Ele parte de uma ideia para criar e administrar seu próprio negócio, gerando emprego e renda para a sociedade. É importante frisar que tão importante quanto à criação de uma empresa é a manutenção dela no mercado, e essa é uma preocupação que permeia o empreendedorismo. Uma possível solução para amenizar essa “crise” entre a criação, manutenção e o sucesso das empresas seria a formação de empreendedores mais qualificados no âmbito da gestão, e para isso, a educação empreendedora pode ser considerada um atenuante desse fenômeno da baixa sustentabilidade das novas empresas.

O empreendedorismo é a ação de empreender e exige do empreendedor um protagonismo que garanta o comando de todos os processos necessários ao funcionamento da empresa. Mas ensinar as características de empreendedor para quem não as tem é uma discussão que avançou bastante e alcançou o novo paradigma que é o ensino do empreendedorismo e a avaliação do perfil empreendedor. Sobre este último ponto, trabalhos como o de Schmidt e Bohnenberger (2009) são úteis, à medida que desenvolveram métricas de avaliação do perfil empreendedor.

A pesquisa acima citada (SCHMIDT; BOHNENBERGER, 2009), avaliou a relação entre o perfil empreendedor e o desempenho organizacional, enquanto a

presente pesquisa utilizou-se da escala desenvolvida para identificar o perfil empreendedor dos alunos de Ciências Contábeis da UEPB. Assim ficou evidenciada, na fase de cruzamento das características, a ausência de alguns comportamentos empreendedores essenciais, como o aproveitamento das informações disponíveis em prol da gestão mais lucrativa da própria empresa e dos negócios dos clientes.

Mesmo utilizando os métodos e técnicas habituais nesse tipo de trabalho, não foi possível identificar quais desses recursos proporcionam maior efeito na identificação do perfil empreendedor do estudante de Ciências Contábeis da UEPB; o que nos faz sugerir a inclusão da influência dos efeitos moderadores da educação empreendedora e o perfil empreendedor na grade curricular do referido curso, incluindo a investigação de variáveis como o pertencimento ou não a famílias cujos pais são empreendedores e a experiência prévia dos discentes no mercado de trabalho, em favor de pesquisas futuras.

A partir dos resultados obtidos na pesquisa trabalhada junto aos estudantes do curso de Ciências Contábeis da referida instituição, constatou-se que os mesmos apresentam um perfil planejador e sociável, com uma visão estritamente voltada para o futuro, buscando assumir os riscos necessários, a fim de alcançar os objetivos almejados, fundamentados em sua participação e intervenção social, reconhecendo seu papel na geração e disseminação de valores, enquanto propulsores do desenvolvimento sustentável.

Finalmente, é importante frisar que este trabalho realizou um estudo limitado com base na percepção de um grupo de estudantes de uma única universidade e por isso não se recomendada a generalização dos resultados. Além disso, é importante especificar que a maioria das pesquisas realizadas nessa área analisou o perfil de estudantes graduados que abriram o próprio negócio a partir do perfil empreendedor definido na literatura, cujas bases são sujeitos empreendedores reais e não estudantes universitários. Em relação a amostra é preciso enfatizar que esta foi adequada, uma vez que a relação entre o tamanho da amostra e o número de variáveis analisadas (22) não ultrapassa a proporção de $10 \div 1$ (neste caso, obteve-se 13,77), sugerida por Hair et al. (2009).

Sendo assim, sugere-se a realização de outras pesquisas comparando os resultados deste trabalho com o perfil de egressos que abriram seu próprio negócio.

ABSTRACT

GONÇALO, Letícia Maria Belarmino. **The Entrepreneur Profile of Accounting Course of Student Campus UEPB- I - Campina Grande. 2015.** 25 f. Completion of course work – Course of Accounting Sciences, State University of Paraíba, Campina Grande, 2015.

Entrepreneurial education is highlighted as one of the most efficient ways to disseminate the culture and form new entrepreneurs. The study identifies that entrepreneurship curriculum in accounting course is not effective. Students are not imbued with entrepreneurial knowledge, skills and attributes during their study. It is observed, however, some difficulty in evaluating the teaching and learning of this issue of efficiency. The objective of this study was to analyze, through exploratory factor analysis - AFE, an instrument whose function is to measure the learning of entrepreneurship education in this sense, checking the change of entrepreneurial among 200 college students participating and not participating in the process of entrepreneurial training. The sample size was small to be fully trusted to generalize the results to a similar problem in other higher education institutions. However, the acquired knowledge is a fundamental basis for further research and to some variables being investigated about their importance in the formation of entrepreneurship education. The results provide valuable information to government decisions. Interested parties could use this study to review the existing education system and improve teaching methods in the field of entrepreneurship education in higher education institutions.

Keywords: Entrepreneurial education. Entrepreneurship. Profile entrepreneur.

REFERÊNCIAS

ATHAYDE, M.; MARTINS, G. A. **O legado de McClelland e a educação empreendedora em contabilidade.** In: IV Congresso Anpcont, 2010, Natal - RN, junho, 2010.

BANDURA A. **Social cognitive theory: an agentic perspective.** Annual Review of Psychology, v.52, p. 1-26, 2001.

COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. **Métodos de pesquisa em Administração.** 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

CORRAR, L. J.; PAULO, E.; DIAS, J. M.; FILHO. **Análise multivariada:** para cursos de administração, ciências contábeis e economia. São Paulo: Atlas, 2011.

CUNHA, C. F. C. A.; FERLA, L. A. **Iniciando seu próprio negócio**. Florianópolis: IEA, 1997.

DEGEN, R. J. (2009). **O empreendedor: empreender como opção de carreira**. São Paulo: Pearson Prentice Hall.

DOLABELA, F. **O ensino de empreendedorismo: panorama brasileiro. Empreendedorismo: ciência, técnica e arte**. Brasília: CNI/IEL Nacional, 2001.

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

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

EDMONDSON, A. C.; MCMANUS, S. E. Methodological fit in management field research. **Academy of Management Review**, 32, 1246-1264, 2007.

ETZKOWITZ, H. The second academic revolution and the rise of entrepreneurial science. **Technology and Society Magazine**, IEEE, 20, 18-29, 2001.

FIELD, A. **Descobrimos a estatística usando o SPSS**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FIGUEIREDO, S.; FABRI, P. E. **Gestão de empresas contábeis**. São Paulo: Atlas, 2000.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, 34(2), 5-28, 1999.

FRANKE, N.; LÜTHJE, C. Entrepreneurial intentions of business students a benchmarking study. **International Journal of Innovation and Technology Management**, 1, 269-288, 2004.

GEM – Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil**. Relatório Executivo, 2014.

GUIMARÃES, L. O. **Empreendedorismo no Currículo dos Cursos de Graduação e Pós graduação em Administração: análise da organização didático-pedagógica destas disciplinas em escolas de negócios norte-americanas**. In:

XXVI ENCONTRO ANUAL DA ANPAD, 2002, Salvador. Anais Eletrônico... Salvador: ANPAD, 2002.

HAIR JR., J. F.; BLACK, W. C.; BABIN, B. J.; ANDERSON, R. E.; TATHAM, R. L. **Análise multivariada de dados**. Tradução de: Adonai Schlup Sant'Anna. 6. ed. São Paulo: Bookman, 2009.

HAIR JR., J. F.; BABIN, B. J.; MONEY, A. H.; SAMOUEL, P. **Fundamentos de métodos de pesquisa em administração**. Tradução de: Ribeiro, L. Porto Alegre: Bookman, 2005.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. **Empreendedorismo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

HUFFMAN, D.; QUIGLEY, J. M. The role of the university in attracting high tech entrepreneurship: a silicon valley tale. **The Annals of Regional Science**, 36, 403-419, 2002.

KAUFMAN, L. **Passaporte para o ano 2000**. São Paulo: Makron Books. 1991.

LEITE, E. F. **Formação de empreendedores e o papel das incubadoras**. Universidade Católica de Pernambuco. Anais do I Encontro Nacional de Empreendedorismo, Florianópolis: UFSC, 1999.

LIÑÁN, F.; URBANO, D.; GUERRERO, M. Regional variations in entrepreneurial cognitions: start-up intentions of university students in Spain. **Entrepreneurship and Regional Development**, 23, 187-215, 2011.

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.

LÜTHJE, C.; FRANKE, N. The making of an entrepreneur: testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. **R&D Management**, 33, 135-147, 2003.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

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.

MARKMAN, G. D.; BARON, R. A.; BALKIN, D. B. **Are perseverance and self-efficacy costless? Assessing entrepreneurs' regretful thinking.** Journal of Organizational Behavior, v. 26, n. 1, p. 1-19, 2005.

MARTES, A. C. B. (2010). **Weber e Schumpeter: a ação econômica do empreendedor.** MCCLELLAND, D. C. **A sociedade ambiciosa.** 1. ed. Madrid: Guadarrama, 1961.

MOTA, S. A. S. **Diagnóstico da capacidade empreendedora de estudantes universitários e proprietários de micro, pequenas e médias empresas.** Campo Limpo Paulista-SP, 2013.

NAB, J.; PILOT, A.; BRINKKEMPER, S.; TEN BERGE, H. **Authentic competence-based learning in university education in entrepreneurship.** International Journal of Entrepreneurship and Small Business, 9, 20-35, 2010.

PESTANA, M. H., & GAGEIRO, J. N. **Análise de dados para ciências sociais: a complementaridade do SPSS** (5a ed.). Lisboa: Sílabo. 2008

POTTER, J. G.; STOREY, D. **OECD framework for the evaluation of SME and entrepreneurship policies and programmes.** OECD, 2007.

ROCHA, E. L. C.; FREITAS, A. A. F.; **Avaliação do Ensino de Empreendedorismo entre Estudantes Universitários por meio do Perfil Empreendedor.** Revista de Administração Contemporânea – RAC, v18, nº 4, art 5, pp. 465-486, Jul. /Ago. 2014. <http://dx.doi.org/10.1590/1982-7849rac20141512>

ROTGER, G. P.; GØRTZ, M.; STOREY, D. J. Assessing the effectiveness of guided preparation for new venture creation and performance: theory and practice. **Journal of Business Venturing**, 27, 506-521, 2012.

SCHMIDT, S.; BOHNENBERGER, M. C. **Perfil empreendedor e desempenho organizacional.**Revista de Administração Contemporânea, 13(3), 450-467, 2009. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rac/v13n3/v13n3a07.pdf>>. Acesso em: 30 mar. 2015. doi: 10.1590/S1415-65552009000300007.

SCHMIDT, C. M.; DOMINGUES, M.J.C.S.; HOELTGEBAUM, M. **Ensino de Empreendedorismo: Uma Análise nos Cursos de Administração das IES de Blumenau/SC.** V *Colóquio Internacional Sobre Gestão Universitária em La America Del Sur*. Mar Del Plata, 2005.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Fatores condicionantes e taxas de sobrevivência e mortalidade das micro e pequenas empresas no Brasil 2003-2005.** Brasília, ago. 2007. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br>>. Acesso em: 20 abr. 2011.

SERRA NEGRA, C. A. **Reflexões sobre os quatro pilares da educação no ensino superior de ciências contábeis.** Revista do Conselho Regional de Contabilidade do Rio Grande do Sul, n.118, Porto Alegre, p.6-14, out.2004.

SHANE, S. **Academic entrepreneurship.** Edward Elgar Publishing, 2004.

STONER, J. A. F. **Administração.** 2. ed. Rio de Janeiro: Prentice-Hall do Brasil, 1985.

THURIK, A.; STAM, E.; AUDRETSCH, D. **The rise of the entrepreneurial economy and the future of dynamic capitalism.** *Technovation*, 33, 302-310, 2013.

TIMMONS, J. A. **New Venture Creation.** Entrepreneurship for the 21st century. New York: Irwin, 1994.

VAN PRAAG, C. M.; VERSLOOT, P. H. What is the value of entrepreneurship? a review of recent research. **Small Business Economics**, 29, 351-382, 2007.

VÉRAS, G. Como ser empresário. **Revista Jovem Empreendedor**, p.12-16, 1999. Florianópolis: Editora Empreendedor, 1999.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração.** 10. ed. São Paulo: Atlas,