

POTENCIAL EMPREENDEDOR DOS DISCENTES DA ESCOLA DE GESTÃO E NEGÓCIOS DA PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS

Bruna Carneiro Fernandes – brunacfernandes@hotmail.com

Pontifícia Universidade Católica de Goiás – PUC-GO

Tereza Cristina Pinheiro de Lima – tekinha.adm@gmail.com

Pontifícia Universidade Católica de Goiás – PUC-GO

Alexandre de Carvalho Paranaíba - alexandrec@pucgoias.edu.br

Pontifícia Universidade Católica de Goiás – PUC-GO

Lucia Aparecida de Moraes Abrantes - luciamabrantes@hotmail.com

Pontifícia Universidade Católica de Goiás – PUC-GO

Nayra Karinne Bernardes de Menezes - nayrakarinne@hotmail.com

Pontifícia Universidade Católica de Goiás – PUC-GO

Área Temática: Gestão de Pessoas

RESUMO

Este artigo propõe analisar o potencial empreendedor dos discentes da Escola de Gestão e Negócios da Pontifícia Universidade Católica de Goiás a partir do índice Carland Entrepreneurship Index (CEI) – instrumento de mensuração do potencial empreendedor, que enquadra os respondentes, no somatório das questões em microempreendedor, empreendedor e macro empreendedor. Para isso, o instrumento foi aplicado em uma amostra de 286 alunos, do 5º ao 8º período, dos cursos de Administração, Ciências Contábeis, Ciências Econômicas e Ciências Aeronáuticas. Optou-se por uma pesquisa exploratória descritiva com abordagem quanti-qualitativa dos dados. Os resultados identificaram maior presença de alunos na categoria “empreendedor”, representando 74,13% da amostra, seguido de 21,33% na categoria microempreendedor e 4,55% dos alunos enquadraram-se como macro empreendedores. Por fim temos que a grande maioria da população (74,13%) encontra-se na categoria empreendedor, que são aqueles indivíduos que obtêm pontuação entre 16 e 25 pontos. Segundo o Carland Entrepreneurship Index (CEI), O Empreendedor é aquele que concentra seus esforços para o lucro e crescimento do seu negócio. Seus objetivos são mais ousados que os do microempreendedor, mas ao atingir o seu padrão desejado de sucesso, possivelmente o seu foco também mudará para outros interesses externos ao seu negócio. Esse tipo busca a inovação, normalmente procurando melhorias para os produtos, serviços e procedimentos já estabelecidos, ao invés de engendrarem algo totalmente novo, pois essas melhorias possuem menos probabilidades de desestabilizar o caminho para o sucesso que é tão importante para o empreendedor. O sucesso para as pessoas que se enquadram nessa categoria pode ser simbolizado pelo reconhecimento, admiração e riqueza.

PALAVRAS-CHAVES: Empreendedorismo; *Carland Entrepreneurship Index* (CEI); Ensino Superior.

1. INTRODUÇÃO

O estudo do empreendedorismo é atual e muito importante, pois está interligado ao desenvolvimento social e econômico da sociedade e, com a competitividade cada vez maior, a necessidade de entrar no mercado e se manter nele, depende cada vez mais do ato de empreender. A preocupação do brasileiro em criar e manter suas empresas, são motivos da popularidade do tema no país, afirma Dornelas (2008), juntamente com uma crescente ênfase nas pesquisas acadêmicas relacionadas ao empreendedorismo. Como a maior parte dos negócios no país parte de pequenos empresários e muitos não possuem conceitos de gestão de negócios e pela necessidade de profissionais empreendedores e do papel das universidades de atender às demandas do mercado, o estudo tem como objetivo analisar o potencial empreendedor dos discentes da Escola de Gestão e Negócios da Pontifícia Universidade Católica de Goiás – PUCGO, instituição confessional de ensino superior privada.

Os objetivos específicos propostos serão realizar a fundamentação teórica dos grandes temas abordados sobre empreendedorismo e perfil dos empreendedores; conhecer o instrumento de pesquisa que irá orientar a construção metodológica; levantar os dados sobre a Escola de Gestão e Negócios; definir o universo, população e amostra dos estudantes dos cursos de Administração, Ciências Contábeis, Ciências Econômicas e Ciências Aeronáuticas e realizar a coleta e análise dos dados.

Na metodologia será adotado o índice proposto por Carland e Carland (1992), o qual se divide em quatro características de medidas empreendedoras: postura estratégica, propensão à inovação, propensão ao risco e traços de personalidade. Os autores sugerem que a tendência empreendedora é mais bem explicada quando olhada através de um *continnum* e a maior ou menor presença das características em um indivíduo, coloca-o, segundo a escala do CEI, entre valores de 0 a 33 pontos, contidos em três faixas: de “microempreendedor”, “empreendedor” e “macro empreendedor.” Segundo esses autores, não se trata de ser ou não ser empreendedor, mas de se situar dentro de um espectro de pessoas mais ou menos empreendedoras.

Por fim, será realizada a coleta e análise de dados a partir do levantamento do perfil dos alunos analisados, a distribuição das respostas na escala do *Carland Entrepreneurship Index* (CEI) e a classificação do nível de empreendedorismo encontrado.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo é algo que sempre existiu, contudo, passou a ser estudado como ciência há poucas décadas, principalmente no cenário brasileiro. Importante registrar que a palavra empreendedor (*entrepreneur*) tem origem francesa e, literalmente traduzida, significa “aquele que está entre” ou “intermediário” (HISRISH, 2004, p.26). Segundo Dornelas (2008), nos séculos XIX e XX, os empreendedores foram frequentemente confundidos com os gerentes ou administradores, contudo, entende-se que todo empreendedor necessariamente deve ser um bom administrador para obter sucesso, no entanto, nem todo bom administrador é um

empreendedor. O empreendedor possui mais características e atitudes que o faz ser diferente do administrador tradicional. (DORNELAS, 2008).

No Brasil, antes da criação do SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software), quase não se falava em empreendedorismo e criação de pequenas empresas, então, a partir da década de 1990 quando foram criadas, a questão passou a ser mais discutida no país. Anteriormente, os ambientes político e econômico do país não eram propícios, e o empreendedor praticamente não encontrava informações para auxiliá-lo na jornada empreendedora. (DORNELAS, 2008).

O projeto *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), 2014, no qual o Brasil participa desde o ano 2000 e cobre 75% da população global, apontou que 34,5% da população brasileira é empreendedora, o que corresponde a 45 milhões de indivíduos. É interessante observar também, que existe uma evolução da atividade empreendedora no país, em que o total de empreendedores nunca esteve tão alto.

Segundo o relatório global (GEM) 2014, existem ao redor do mundo diversas oportunidades para serem aproveitadas, mas sua transformação em negócio dependerá de atributos pessoais, valores sociais e do cenário propício ao empreendedorismo (acesso a finanças, educação, políticas e programas governamentais e boa infraestrutura física e profissional).

Outros autores com destaque também definem o empreendedor, Hisrich (2004) como alguém que demonstra iniciativa e pensamento criativo e ainda é capaz de organizar mecanismos sociais e econômicos para transformar recursos e situações em práticas, aceitando riscos e falhas. Uma das definições que vem também recebendo atenção é a seguinte:

O empreendedor é uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios. Um empreendedor que continua a aprender a respeito de possíveis oportunidades de negócios e a tomar decisões moderadamente arriscadas que objetivam a inovação continuará a desempenhar um papel empreendedor. (FILION, 1999a, p. 19).

Cada uma dessas definições mostra uma perspectiva sobre o mesmo tema, mas todas são semelhantes e, apesar de pequenas diferenças nas mais diversas abordagens sobre empreendedorismo, Dornelas (2008) afirma que se encontram pelo menos os seguintes aspectos sobre o empreendedor: (i) tem iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz (ii) utiliza os recursos disponíveis de forma criativa, transformando o ambiente social e econômico onde vive e (iii) aceita assumir os riscos calculados e a possibilidade de fracassar.

Logo, o empreendedor possivelmente irá possuir uma série de características que o definem como tal. Segundo o relatório global do GEM 2014, o perfil empreendedor está relacionado com atitudes, atividades e aspirações, como mostra o quadro 1:

Quadro 1 – Características do empreendedor:

Atitudes	Percepção de oportunidades e recursos, medo de falhar, status do empreendedorismo.
Atividades	Direcionado à oportunidade/necessidade, inclusão, indústria, estágio inicial, saídas.
Aspirações	Crescimento, inovação internacional, orientação social e criação de valor.

Fonte: Adaptado de GEM - *Global Entrepreneurship Monitor* (2014).

Os estudos de empreendedorismo desenvolvidos por Dornelas (2008) mostram as características frequentemente encontradas nos empreendedores de sucesso, descritas no

quadro abaixo:

Quadro 2 – Características dos empreendedores de sucesso:

São visionários	Ficam ricos
Sabem tomar decisões	São líderes e formadores de equipe
Fazem a diferença	São bem relacionados
Sabem explorar ao máximo as oportunidades	São organizados
São determinados e dinâmicos	Planejam
São dedicados	Possuem conhecimento
São otimistas e apaixonados pelo que fazem	Assumem riscos calculados
São independentes	Criam valor para a sociedade

Fonte: Adaptado de Dornelas (2008).

2.2 CARLAND ENTREPRENEURSHIP INDEX (CEI)

O CEI – *Carland Entrepreneurship Index*, como apresentado por Inácio Júnior (2002, p. 27) “é resultado de extensa pesquisa sobre empreendedorismo realizada pelos Professores Jim e JoAnn Carland, os quais são reconhecidos internacionalmente como especialistas neste campo”.

O índice obtém quatro características que correspondem ao potencial empreendedor e está direcionado a maneira de agir e pensar do indivíduo, referente a empreender, portanto, é um instrumento determinante para buscar diferenciação dos indivíduos e mensurar a competência necessária para o desenvolvimento pessoal.

A escala do CEI procura detectar a maior ou menor presença das características da personalidade empreendedora que são definidas em: traços de personalidade (TP), propensão ao risco (PR), propensão à inovação (PI) e postura estratégica (PE). O indivíduo é então, a partir da somatória das questões, alocado em uma das três faixas: de “microempreendedor”, “empreendedor” ou “macro empreendedor.”. O resultado irá atestar o potencial empreendedor de cada indivíduo.

Quadro 3 – Características do empreendedor e sua relação com os itens do CEI

Característica	Itens do CEI
Traços de Personalidade	2, 3, 6, 7, 10, 13, 14, 15, 16, 18, 29 e 32
Propensão à Inovação	17, 19, 22, 25 e 33
Propensão ao Risco	26, 30, 31
Postura Estratégica	1, 4, 5, 8, 9, 11, 12, 20, 21, 23, 24, 27 e 28

Fonte: Inácio Júnior (2002).

O quadro abaixo apresenta a classificação de acordo com o CEI:

Quadro 4 – Classificação do CEI – Microempreendedor, Empreendedor e Macro Empreendedor:

Categoria	Pontuação	Características gerais
Microempreendedor	0 a 15 pontos	Um microempreendedor possui um negócio que não visa o crescimento direto, mas que pode se tornar uma referência em sua cidade ou comunidade. Esse tipo de empreendedor vê seu negócio como a fonte primária para a renda familiar ou para estabelecer emprego familiar. Considera sua empresa como aspecto importante da sua vida, mas não será "consumido" por ela e irá buscar a sua

		satisfação pessoal através de alguma atividade externa ao seu negócio. O sucesso, para o microempreendedor, pode ser medido pelo seu grau de liberdade e pela estabilidade de seu negócio, o que proporcionará condições de aproveitar a vida.
Empreendedor	16 a 25 pontos	O Empreendedor, nessa escala, concentra seus esforços para o lucro e crescimento do seu negócio. Seus objetivos são mais ousados que os do microempreendedor, mas ao atingir o seu padrão desejado de sucesso, possivelmente o seu foco também mudará para outros interesses externos ao seu negócio. Esse tipo busca a inovação, normalmente procurando melhorias para os produtos, serviços e procedimentos já estabelecidos, ao invés de engendrar algo totalmente novo, pois essas melhorias possuem menos probabilidades de desestabilizar o caminho para o sucesso que é tão importante para o empreendedor. O sucesso para as pessoas que se enquadram nessa categoria pode ser simbolizado pelo reconhecimento, admiração e riqueza.
Macro Empreendedor	26 a 33 pontos	O macro empreendedor acredita que o seu próprio envolvimento com seu negócio é o caminho para a auto realização. Costuma associar o seu sucesso ao crescimento e lucro do seu negócio, mas o seu interesse não é monetário, mas sim, como um placar, para medir o seu sucesso pessoal, pois o que realmente deseja é dominar o seu mercado. Este tipo é considerado inovador e criativo e está constantemente em busca de novos caminhos para transformar seus sonhos em novos produtos, mercados, indústrias e desafios. Um macro empreendedor verá seu negócio como um meio de mudar a indústria e tornar-se uma força dominante. Seus esforços giram em torno do seu empreendimento com força e determinação.

Fonte: Carland, Carland e Hoy (1992) apud Koernijezuk (2004, p. 59).

4. METODOLOGIA

O levantamento de dados da pesquisa a caracteriza como descritiva, pois visa descrever as características de determinada população, afirma Farias Filho e Arruda Filho (2013), no caso, o potencial empreendedor dos alunos da Escola de Gestão e Negócios da PUC-GO.

A população do presente estudo é composta por 1397 alunos de 5º a 8º período, da Escola de Gestão e Negócios, sendo 525 alunos de Administração, 516 de Ciências Contábeis, 151 de Ciências Econômicas e 205 de Ciências Aeronáuticas. Para o cálculo da amostra foi adotado um nível de confiança de 95% e uma precisão de 10%, utilizando a seguinte fórmula:

$$n = \frac{(SxZ^2xN)}{(SxZ^2) + (e^2x(N - 1))}$$

Fonte: Farias Filho e Arruda Filho (2013).

Desse modo, a amostra pesquisada foi de um total de 286 alunos, sendo 81 de

Administração, 81 de Ciências Contábeis, 59 de Ciências Econômicas e 65 de Ciências Aeronáuticas.

A pesquisa partiu de uma abordagem quantitativa por traduzir informações em números e, classificá-las e analisá-las. Para isso, a pesquisa de campo foi realizada por meio de um questionário em duas partes, na primeira com dados de identificação do perfil do aluno e a segunda contendo as questões do CEI - *Carland Entrepreneurship Index*.

Por fim, será realizada a análise qualitativa com as informações obtidas, relacionando-as com o cenário do ambiente da pesquisa.

5. APRESENTAÇÃO DA ESCOLA E GESTÃO E NEGÓCIOS DA PUC-GO

As Escolas são as unidades acadêmico-administrativas que, diretamente subordinadas à Reitoria, promovem atividades de ensino, pesquisa e extensão, articulando cursos, programas e projetos de graduação, pós-graduação e educação continuada, ministrando na modalidade presencial ou a distância, em áreas de conhecimento afins. (PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS, 2014).

Sua finalidade é a de responsabilidade pelo planejamento, implementação operacional e gestão do ensino, da pesquisa e das atividades de apoio administrativo, sendo que cada Escola terá a seguinte estrutura organizacional: Conselho da Escola; Direção da Escola; Colegiados de cursos de graduação; Coordenações de cursos de graduação; colegiados dos programas de pós-graduação *strictu sensu*; Coordenações dos programas de pós-graduação *strictu sensu* e Secretaria das Escolas. (PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS, 2014).

Atualmente a Escola é uma das estruturas mais adotadas no organograma das instituições de ensino superior em campo internacional, portanto, Escola foi a denominação e o conceito mais adequados para a nova estrutura organizacional da Pontifícia Universidade Católica de Goiás, permitindo formas de vida e gestão acadêmicas mais integradas e flexíveis. (PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS, 2014).

No dia 18 de dezembro de 2014 foi instalada a Escola de Gestão e Negócios, que engloba os cursos de graduação em Administração, Ciências Econômicas, Ciências Contábeis, Ciências Aeronáuticas e o curso de mestrado em Desenvolvimento e Planejamento territorial, além dos cursos tecnológicos de Agronegócios, Secretariado e Eventos.

Historicamente, seu início se deu pelo curso de Ciências Econômicas da PUC Goiás que foi pioneiro no Centro-Oeste. Criado em 1949, pela Associação Comercial do Estado de Goiás (ACEG) e Federação do Comércio, com a participação da Diocese de Goiânia, por meio de seu arcebispo. Na época, a Faculdade de Ciências Econômicas de Goiás também oferecia o curso de Ciências Contábeis e Atuariais.

Quanto aos cursos de graduação que integram a Escola de Gestão e Negócios da Universidade, o curso de Graduação em Administração da Pontifícia Universidade Católica de Goiás possibilita a formação profissional fundamentada nas seguintes competências e habilidades segundo o projeto pedagógico do curso: reconhecer e definir problemas, equacionar soluções, pensar estrategicamente, transferir e generalizar conhecimentos; desenvolver expressão e comunicação compatíveis com o exercício profissional; refletir e atuar criticamente; desenvolver raciocínio lógico, crítico e analítico para operar com valores e formulações matemáticas; ter iniciativa, criatividade, determinação, vontade política e administrativa, vontade de aprender, abertura às mudanças e consciência da qualidade e das implicações éticas; desenvolver capacidade para elaborar, implementar e consolidar projetos e desenvolver capacidade para realizar consultoria em gestão e administração, dentre outras.

O bacharel em Ciências Contábeis da PUC Goiás aprimora competências e habilidades que envolvem quesitos de domínio de conceitos e terminologias pertinentes às Ciências Contábeis, visão sistêmica e interdisciplinar; capacidade para elaborar relatórios e pareceres no

processo decisório, compreensão e aplicação da legislação, domínio da tecnologia da informação, desenvolvimento de pesquisas para compreender diferentes estruturas e liderança de equipes de trabalho multidisciplinar, tendo como princípio a ética e responsabilidade social.

O curso de Ciências Econômicas tem por objetivo possibilitar ao discente uma formação sólida, mediante o desenvolvimento da capacidade técnica para analisar e apresentar soluções pertinentes a questões econômicas nas suas diversas dimensões e áreas. Dotar o aluno de base teórica e histórica que o capacite a compreender os processos econômicos de forma ampla, fazendo as ligações necessárias com outras áreas afins do conhecimento, visando a análise da economia regional e brasileira, sendo o perfil do egresso: ter capacidade e aptidão para compreender questões científicas, técnicas e sociais relacionadas à economia, revelando assimilação e domínio de novas informações e tecnologias, além de autonomia intelectual e consciência social ao lidar com as transformações políticas, econômicas e sociais, na sociedade brasileira e no contexto mundial.

Por fim, o curso de Ciências Aeronáuticas mantém contínuo contato com o mundo laboral. Parte de suas discussões com as empresas aéreas e com as autoridades de aviação civil permite uma leitura do mercado para além do que está disponível na mídia. Este procedimento auxilia na interpretação das necessidades que estão dispostas em sua matriz curricular. Pois, não se oferece ao aluno somente o mínimo previsto pela ANAC ou ICAO, mas procura-se atender as necessidades das empresas aéreas com a formação de um profissional completo, para os enfrentamentos nas funções que lhes serão confiadas. Para um aprendizado produtivo os alunos são familiarizados com a lida de *softwares* específicos em sala de simulação de voo e, depois, em simuladores de *cockpits* das aeronaves em uso no mercado da aviação. Assim, ficarão aptos a melhor aproveitar seu futuro treinamento de voo, além disso há a formação humanística com abordagens e reflexões sobre suas práticas junto à sociedade.

5. RESULTADOS

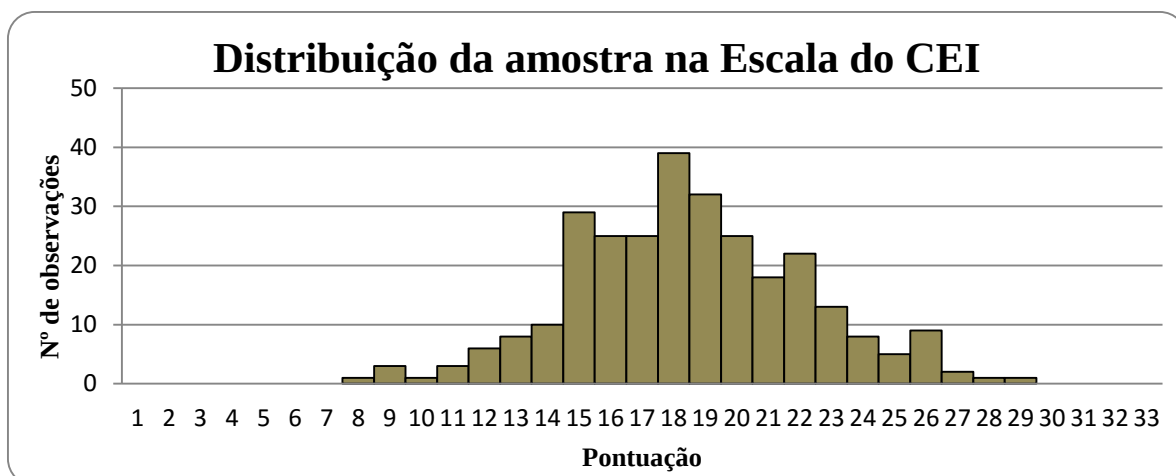
5.1. COLETA DE DADOS

O procedimento de coleta de dados foi realizado entre os meses de setembro e outubro de 2015, através de visitas às turmas dos cursos da Escola de Gestão e Negócios do 5º ao 8º período dos cursos de Administração, Ciências Contábeis, Ciências Econômicas e Ciências Aeronáuticas. A partir da disponibilização dos professores de cada turma, a metodologia foi apresentada aos alunos e depois foram distribuídos os questionários a serem preenchidos.

Os questionários foram então reunidos e tabulados em uma planilha eletrônica do *Excel*, gerando posteriormente os gráficos.

A distribuição dos resultados teve uma média de 18,51 pontos e um desvio padrão de 3,60, com predominância do perfil empreendedor. Na figura abaixo se observa a distribuição da frequência:

Figura1: Distribuição da amostra na escala CEI

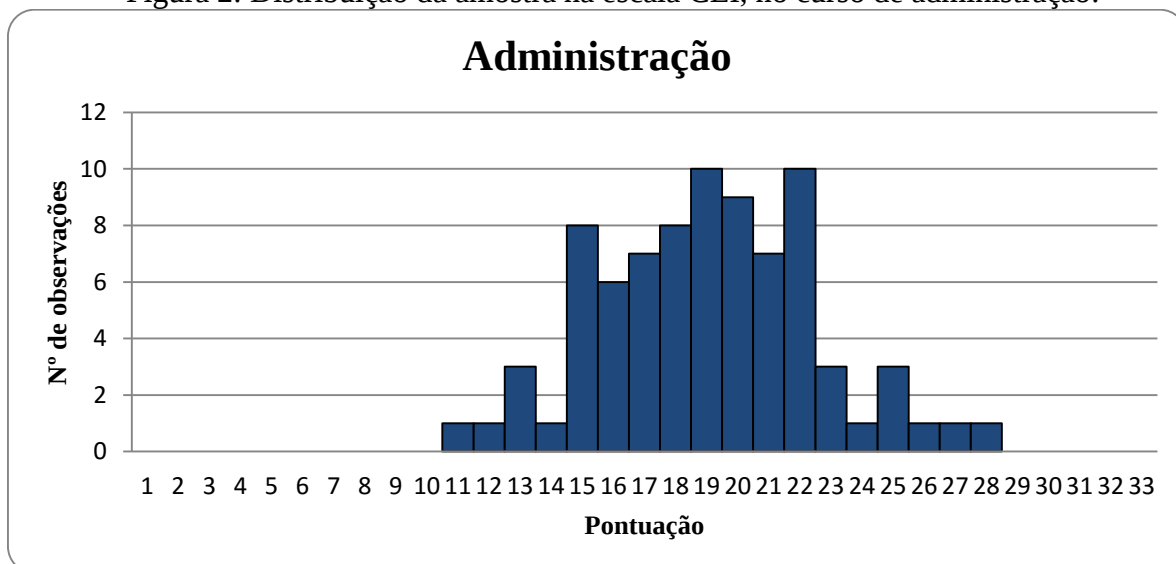


Fonte: Dados da pesquisa.

A distribuição apresentada na figura 1 inclui todos os alunos pesquisados, dentro da amostra calculada, dos quatro cursos de graduação que compõem a Escola de Gestão e Negócios da PUC-GO. A figura apresenta a relação entre a pontuação obtida pelos alunos e a frequência com que cada pontuação apareceu na amostra. Observa-se uma maior concentração entre 15 e 22 pontos obtidos pelos alunos no resultado do teste, que caracteriza um perfil empreendedor.

A partir deste, os resultados foram fragmentados para a observação dos cursos separadamente, como mostrado a seguir:

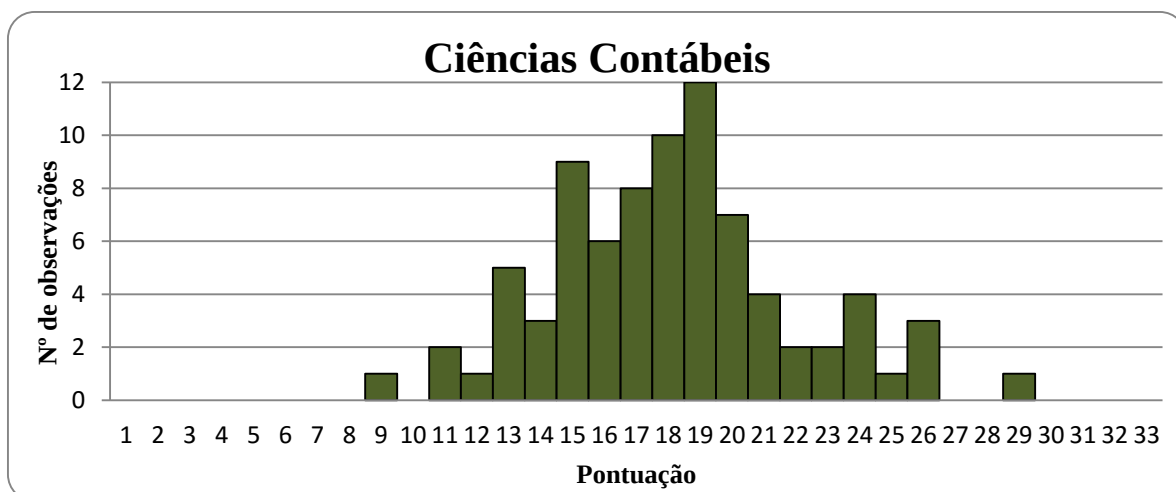
Figura 2: Distribuição da amostra na escala CEI, no curso de administração.



Fonte: Dados da pesquisa.

Na figura 2 é apresentada a frequência da pontuação obtida pelos alunos do curso de Administração, que acompanha os resultados gerais, apresentando maior concentração entre 15 e 22 pontos. Os alunos possuíam ainda a pontuação média de 19,13 pontos e desvio padrão de 3,35. O perfil empreendedor, no curso de administração, também foi o resultado predominante.

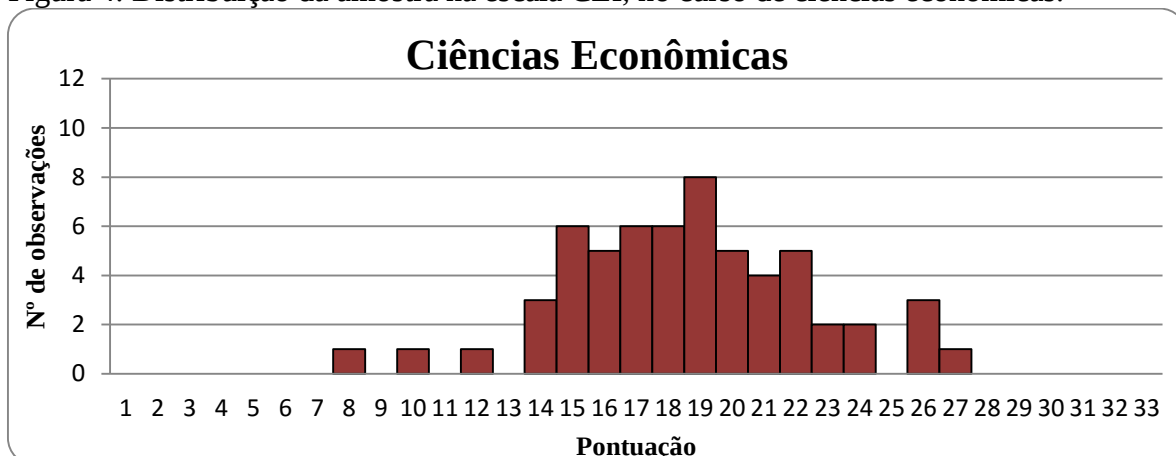
Figura 3: Distribuição da amostra na escala CEI, no curso de ciências contábeis.



Fonte: Dados da pesquisa.

A figura 3 traz a representação dos resultados no curso de Ciências Contábeis, indicando maior frequência de pontuação no teste entre 15 e 19 pontos, representando o perfil empreendedor em sua maioria, pontuação média de 18,19 pontos e desvio padrão de 3,64.

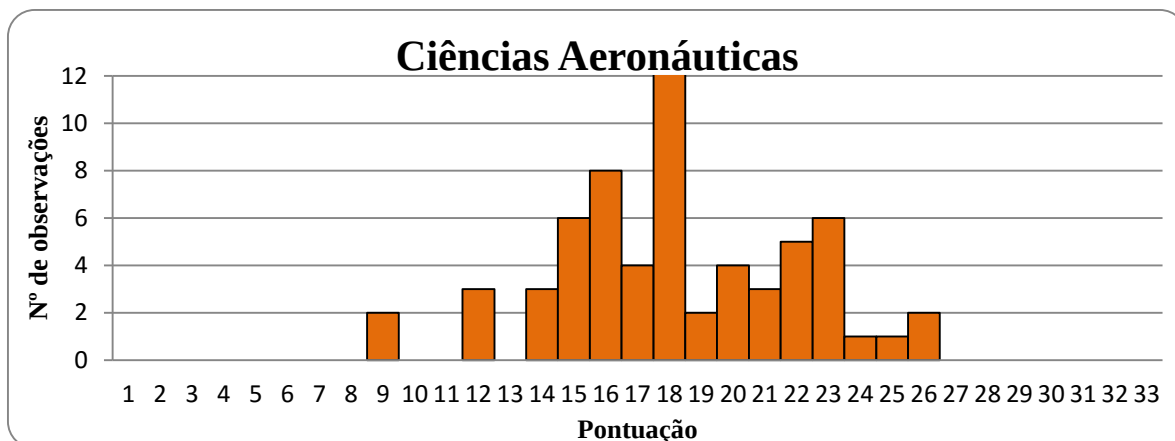
Figura 4: Distribuição da amostra na escala CEI, no curso de ciências econômicas.



Fonte: Dados da pesquisa.

A distribuição de frequência do curso de Ciências Econômicas, representada na figura acima revela maior uniformidade da pontuação obtida pelos alunos, estando mais concentrada entre 15 e 22 pontos, que caracteriza um perfil empreendedor, com pontuação média de 18,55 pontos e desvio padrão de 3,80.

Figura 5: Distribuição da amostra na escala CEI, no curso de ciências aeronáuticas.



Fonte: Dados da pesquisa.

Por fim, a figura 5 traz a frequência da pontuação obtida pelos alunos de Ciências Aeronáuticas, mostrando maior concentração entre 16 e 18 pontos e pontuação média de 18,18 pontos, com desvio padrão de 3,71. Dessa forma, o perfil empreendedor também recebeu destaque.

5.2. ANÁLISE DOS DADOS

A partir da coleta de dados, estes foram analisados seguindo os objetivos da pesquisa. O estudo obteve um total de 286 respondentes, sendo que 61 (21,33%) se enquadraram na faixa de microempreendedor com média de 13,66 pontos; 212 (74,13%) considerados empreendedores e média de 19,34 pontos; e, 13 respondentes (4,55%) enquadraram-se como macro empreendedor com média de 26,50 pontos, podendo ser observado na tabela abaixo:

Tabela 1: Enquadramento da amostra nas categorias de comportamento empreendedor

Categorias de comportamento empreendedor	Média	Frequência	%
Microempreendedor	13,66	61	21,33%
Empreendedor	19,34	212	74,13%
Macro empreendedor	26,50	13	4,54%
Geral	18,51	286	100%

Fonte: Dados da pesquisa.

É possível observar que a maior frequência encontrada foi na categoria “empreendedor”, com uma média de 19,34 pontos e a mais representativa. O grande percentual de pessoas que se enquadram como empreendedores, revela que a questão de ser ou não empreendedor dá lugar à intensidade do potencial empreendedor individualmente, ao contrário disso, os resultados deveriam estar distribuídos nas duas extremidades. É interessante aos resultados desta pesquisa que se faça comparação com pesquisas realizadas anteriormente utilizando o mesmo método, como pode ser visto na tabela a seguir:

Tabela 2: Comparação dos achados da pesquisa com os estudos anteriores que utilizaram o CEI

Dimensões	Achados Da Pesquisa	Penz et al (2014)	Tormen et al (2014)	Kornijezuk (2004)
Microempreendedor	21,33%	13,46%	17,56%	28,4%
Empreendedor	74,13%	83,65%	81,46%	67,5%
Macro empreendedor	4,54%	2,88%	0,97%	4,1%

Fonte: Dados da pesquisa.

Assim como os demais estudos que utilizaram o mesmo método de pesquisa, a maior frequência de resultados aparece na categoria “empreendedor” e ao comparar os resultados obtidos na Escola de Gestão e Negócios da PUC-GO, observa-se que há uma maior quantidade de microempreendedores e macro empreendedores, enquanto que a frequência na categoria “empreendedores” é um pouco menor quando comparada com as demais pesquisas.

Os estudos de Penz et al. (2014) buscaram analisar o potencial empreendedor dos discentes do curso de Administração de uma instituição de ensino superior (IES) privada em Santa Catarina, assim como Tormen et al. (2014), que possuiu uma amostra contendo os cursos de administração, ciências contábeis, comércio exterior, tecnologia em logística e gestão comercial. Já Kornijezuk (2004) analisou o potencial empreendedor de pequenos empresários de Brasília. Estes foram os resultados mais próximos com a atual pesquisa.

Em termos de pontuação, os discentes da Pontifícia Universidade Católica de Goiás, que obtiveram média de 18,51 pontos, apresentaram médias parecidas com pesquisas anteriores como Penz et al (2014) 19,21 pontos, Kornijezuk (2004), de 18,1 pontos, Inácio Júnior (2002) de 21,10 pontos e Carland, Carland e Koiranen (1997) que aplicaram o mesmo instrumento em um grupo de empresários americanos e obtiveram média de 20,5, e em um grupo de empresários da Finlândia, obtendo média de 18,3 pontos.

As diferenças encontradas em cada uma das pesquisas, variando o percentual do resultado do teste e também a pontuação média obtida pelos entrevistados, pode-se dizer que o fator cultural é de grande relevância, pois, como o Relatório Global de Empreendedorismo (GEM) 2014 informa, a transformação do potencial empreendedor em negócio, dependerá além dos atributos pessoais, também dos valores sociais e do cenário propício ao empreendedorismo, este, que diz respeito ao acesso a finanças, educação, políticas e programas governamentais e boa infraestrutura física e profissional.

Partindo para a análise de cada curso pesquisado temos as seguintes informações:

Tabela 3: Enquadramento da amostra nas categorias de comportamento empreendedor de cada curso

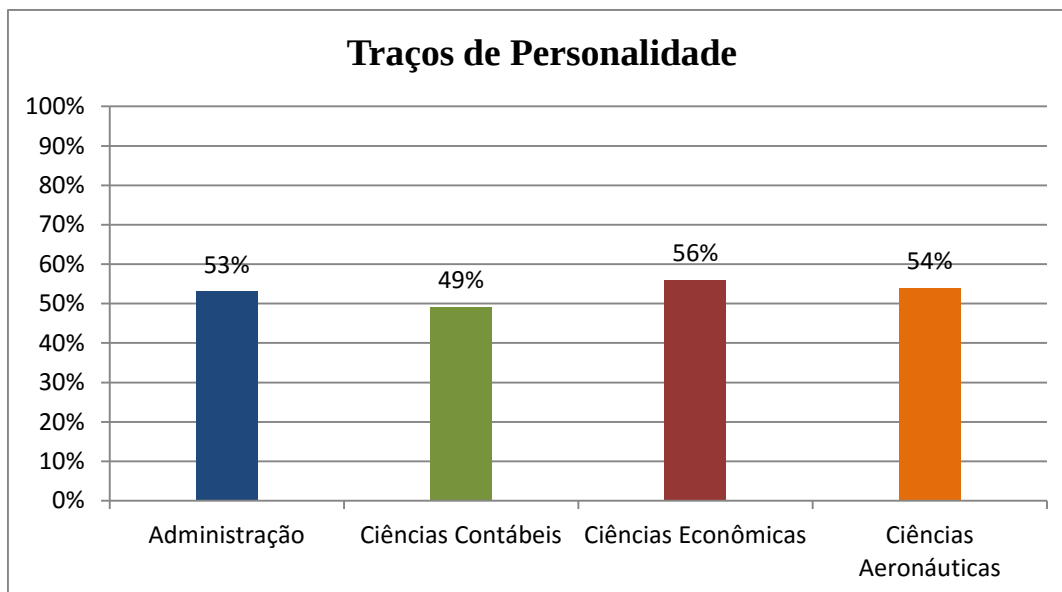
Cursos da Escola de Gestão e Negócios	Nº de entrevistados	Pontuação média	Microempreendedor	Empreendedor	Macro empreendedor
Administração	81	19,13	17,28%	79,01%	3,70%
Ciências Contábeis	81	18,19	25,93%	69,14%	4,94%
Ciências Econômicas	59	18,55	20,34%	72,88%	6,78%
Ciências Aeronáuticas	65	18,18	21,54%	75,38%	3,08%
Geral	286	18,51	21,33%	74,13%	4,55%

Fonte: Dados da pesquisa.

Analisando os cursos separadamente observa-se que não existem muitas diferenças entre os alunos quanto ao perfil que obteve maiores resultados, o empreendedor. O maior perfil empreendedor é dos alunos do curso de Administração com 79,01%, seguido pelos cursos de Ciências Aeronáuticas, com 75,38%, Ciências Econômicas com 72,88% e Ciências Contábeis com 69,14%. Além disso, o curso de Ciências Econômicas, de maneira surpreendente, apresentou o maior percentual de macro empreendedores dentre os cursos pesquisados (6,78%) e o de Ciências Contábeis, o maior percentual de microempreendedores, 25,93%.

Considerando as quatro características que descrevem o potencial empreendedor no modelo *Carland Entrepreneurship Index* (CEI), que são: postura estratégica, traços de personalidade, propensão ao risco e propensão à inovação, temos as seguintes comparações:

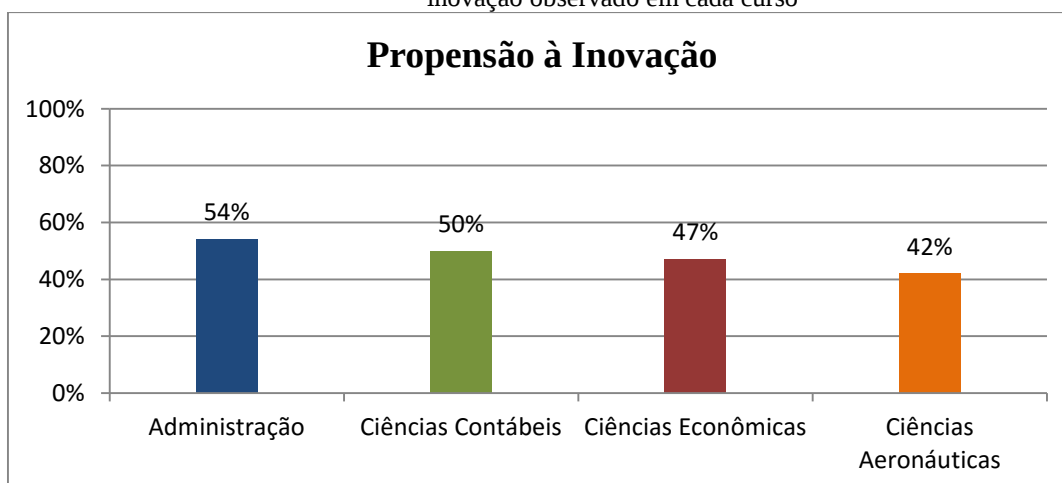
Figura 6: Percentual do número de respostas com características empreendedoras relacionadas à traços de personalidade observado em cada curso



Fonte: Dados da pesquisa.

Em relação aos traços de personalidade, os alunos do curso de Ciências Econômicas apresentaram maior pontuação, representando 56%, que os demais cursos, enquanto que no curso de Ciências Contábeis foi observada a menor pontuação, 49%.

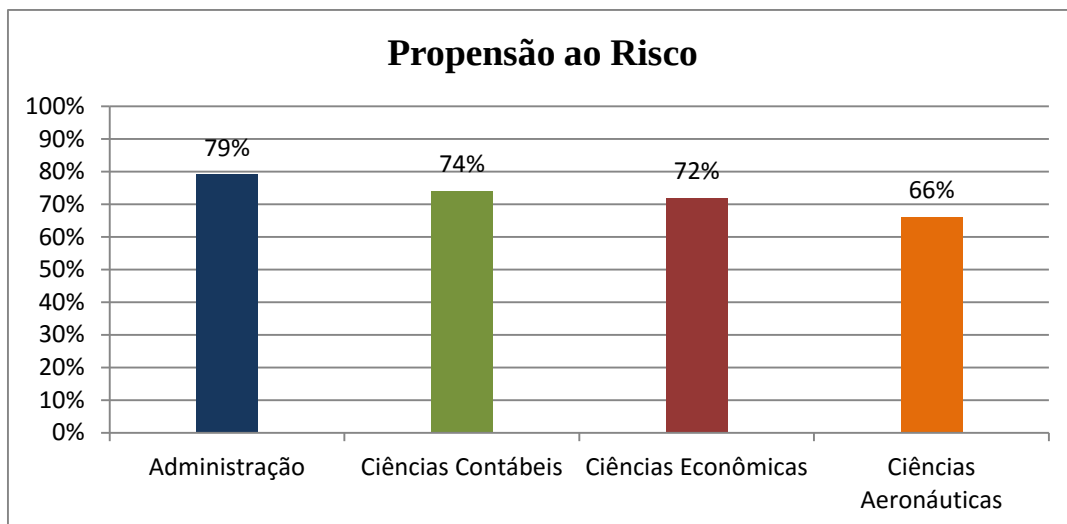
Figura 7: Percentual do número de respostas com características empreendedoras relacionadas a propensão à inovação observado em cada curso



Fonte: Dados da pesquisa.

A figura 7 mostra que os alunos de Administração possuem mais fortemente a característica de propensão à inovação (54%), ao contrário dos alunos de Ciências Aeronáuticas que apresentaram 42% das questões relacionadas à característica de propensão à inovação.

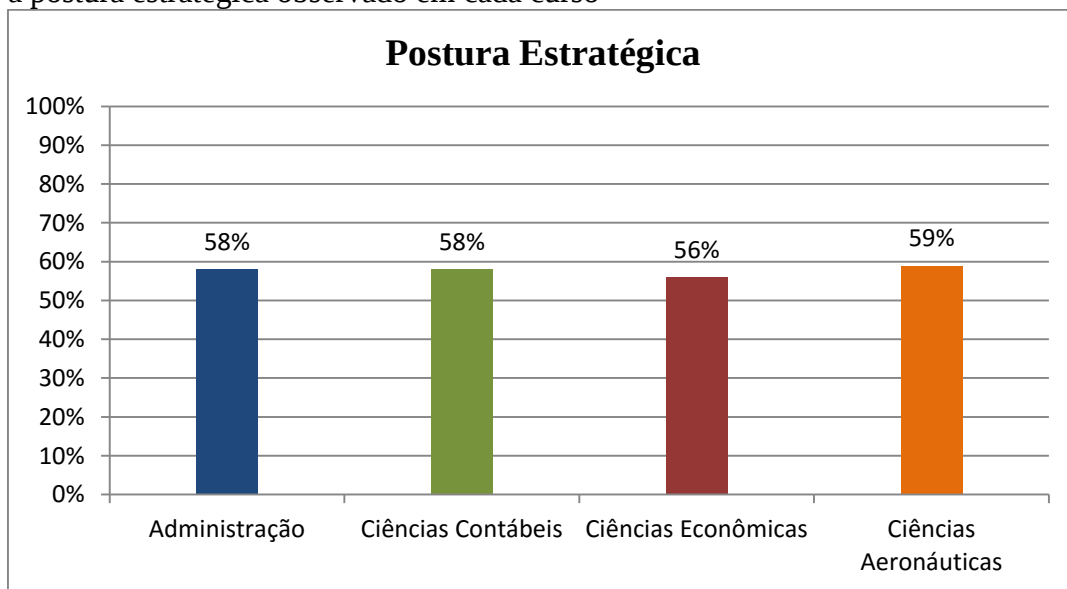
Figura 8: Percentual do número de respostas com características empreendedoras relacionadas a propensão ao risco observado em cada curso



Fonte: Dados da pesquisa.

No quesito propensão ao risco, observa-se na figura 8, que todos os cursos obtiveram maior pontuação do que nas demais características, contudo, no Curso de Administração observou-se que os alunos possuem maior propensão ao risco que os demais alunos, apresentando 79% de questões respondidas positivamente com potencial empreendedor à característica de propensão ao risco, enquanto que os alunos de Ciências Aeronáuticas apresentaram 66%.

Figura 9: Percentual do número de respostas com características empreendedoras relacionadas à postura estratégica observado em cada curso



Fonte: Dados da pesquisa.

A figura 9 revela que, em relação à postura estratégica, todos os cursos obtiveram pontuações muito semelhantes, com o curso de Ciências Aeronáuticas um pouco superior aos demais (59%), seguido dos cursos de Administração e Ciências Contábeis com 58% e Ciências Econômicas com 56% das respostas positivas com potencial empreendedor relacionadas à postura estratégica.

Os números mostram, portanto, que cada um dos cursos possui seu potencial empreendedor mais fortemente ligado a uma das características empreendedoras abordadas no *Carland Entrepreneurship Index* (CEI).

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A coleta e análise dos dados da pesquisa foram realizadas sem grandes dificuldades e os dados coletados foram suficientes para a realização e conclusão dos resultados. De acordo com a bibliografia, os resultados se enquadraram dentro do esperado e confirmaram as hipóteses dos idealizadores da técnica utilizada, que sugerem que a tendência empreendedora é mais bem explicada quando olhada através de um *continuum* e a maior ou menor presença das características em um indivíduo, coloca-o, segundo a escala do CEI, entre valores de 0 a 33 pontos, contidos em três faixas: de “microempreendedor”, “empreendedor” e “macro empreendedor.”, considerando que as pessoas são mais ou menos empreendedoras, podendo se desenvolver ao longo da vida, de acordo com suas necessidades, experiências e demais fatores, como apontado por Dornelas, (2008).

Por fim temos que a grande maioria da população (74,13%) encontra-se na categoria empreendedor, que são aqueles indivíduos que obtêm pontuação entre 16 e 25 pontos. Segundo o *Carland Entrepreneurship Index* (CEI), O Empreendedor é aquele que concentra seus esforços para o lucro e crescimento do seu negócio. Seus objetivos são mais ousados que os do microempreendedor, mas ao atingir o seu padrão desejado de sucesso, possivelmente o seu foco também mudará para outros interesses externos ao seu negócio. Esse tipo busca a inovação, normalmente procurando melhorias para os produtos, serviços e procedimentos já estabelecidos, ao invés de engendrar algo totalmente novo, pois essas melhorias possuem menos probabilidades de desestabilizar o caminho para o sucesso que é tão importante para o empreendedor. O sucesso para as pessoas que se enquadram nessa categoria pode ser simbolizado pelo reconhecimento, admiração e riqueza.

Segundo os achados da pesquisa, 21,33% foi caracterizado com perfil microempreendedor, que são aqueles que não visam o crescimento direto, mas que podem se tornar uma referência em sua cidade ou comunidade. Esse tipo de empreendedor considera sua empresa como aspecto importante da sua vida, mas não será "consumido" por ela e irá buscar a sua satisfação pessoal através de alguma atividade externa ao seu negócio. Estes obtiveram pontuação entre 0 e 15 pontos. Por último estão os que se enquadraram como macro empreendedores (4,54%) e pontuaram entre 26 e 33 pontos. São bem definidos como aqueles que costumam associar o seu sucesso ao crescimento e lucro do seu negócio, não apenas por interesse monetário. Vê seu negócio como um meio de mudar a indústria e tornar-se uma força dominante.

A partir dos resultados encontrados observamos que a Escola de Gestão e Negócios da Pontifícia Universidade Católica de Goiás apresentou uma pontuação média interessante no *Carland Entrepreneurship Index* (CEI), comparado aos demais estudos realizados por Penz et al (2014) e Tormen et al (2014) em instituições de ensino superior e se aproximando do resultado em pesquisas realizadas com indivíduos já empreendedores e/ou empresários, no Brasil, baseado na pontuação média obtida por Kornijezuk (2004), de 18,1 pontos, Inácio Júnior (2002) de 21,10 pontos e Carland, Carland e Koiranen (1997) que aplicaram o mesmo instrumento em um grupo de empresários americanos e obtiveram média de 20,5, e em um grupo de empresários da Finlândia, obtendo média de 18,3 pontos.

Se em nível de Brasil já existem grandes diferenças culturais, maiores diferenças existirão na comparação do Brasil com o cenário internacional. São diversos fatores, que interligados formam o indivíduo capaz de empreender e tornar realidade o potencial que existe em si.

Além disso, cada característica empreendedora pode ser desenvolvida individualmente a partir do resultado do teste, pois, independente de maior ou menor predominância de cada uma delas, existe um potencial empreendedor e, cada indivíduo terá seu potencial mais

fortemente ligado a uma dessas características.

Relacionando os resultados com o ambiente da pesquisa, uma universidade, pode-se dizer que este é o local ideal para a formação e desenvolvimento do empreendedorismo. O conhecimento de quais características são mais deficientes em cada curso, permite a universidade saber aonde e o que investir. Inovar, modificar métodos e formas de aplicar o conhecimento e avaliá-lo, para chegar ao seu próprio objetivo, a formação de indivíduos aptos para os desafios e necessidade do mercado de trabalho. É interessante, portanto, que novas pesquisas sejam realizadas, tendo em vista as mudanças na sociedade, no mundo dos negócios e nas pessoas.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CARLAND, J; CARLAND, J. A.; HOY, F. *An entrepreneurship index: An empirical validation*. In: FRONTIERS OF ENTREPRENEURSHIP RESEARCH, 1992, França. Proceedings... Massachussets: Babson College, 1992.
- CARLAND, J.; CARLAND J. A.; KOIRANEN M. The Exportation of the American Model of Entrepreneurship: Reality or Illusion? A Comparative Trait Study of American And Finnish Entrepreneurs. In: USASBE ANNUAL NATIONAL CONFERENCE, 1997, California. Proceedings... Winsconsin: Usasbe, 1997.
- DORNELAS, J. C. A. *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- Empreendedorismo no Brasil: 2014. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/gem%202014_relato%C3%B3rio%20executivo.pdf> Acesso em: 12 set. 2015.
- FARIAS FILHO, M. C.; ARRUDA FILHO, E. J. M. *Planejamento da Pesquisa científica*. São Paulo: Atlas, 2013.
- FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. *Revista de Administração*, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 5-28, abr./jun. 1999a.
- Global Entrepreneurship Monitor 2014 Global Report*. Disponível em: <<http://www.babson.edu/Academics/centers/blank-center/global-research/gem/Documents/GEM%202014%20Global%20Report.pdf>> Acesso em: 12set. 2015.
- HISRIC, R. D. *Empreendedorismo*. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004. 592 p.
- INÁCIO JÚNIOR, E. *Empreendedorismo e liderança criativa: um estudo com os proprietários-gerentes de empresas incubadas no Estado do Paraná*. 2002. 137f. Dissertação (Mestrado em administração) – Universidade Estadual de Maringá, Paraná, 2002.
- KORNIJEZUK, F. B. S. *Características empreendedoras de pequenos empresários de Brasília*. 2004. 129 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Ciência da Informação e Documentação da Universidade de Brasília, Distrito Federal, 2004.
- PENZ, D. et al. Potencial Empreendedor Dos Discentes Do Curso De Administração de Uma Instituição de Ensino Superior Privada a Luz do Carland Entrepreneurship Index (Ceí). In: ENCONTRO DE ESTUDOS EM EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS (EGEPE), VIII, 2014. Goiânia. Anais...Goiânia, 2015. Disponível em: <<http://www.egepe.org.br/anais/tema06/298.pdf>> Acesso em 31 de ago. 2015.
- PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS. Disponível em: <<http://sites.pucgoias.edu.br/home/>> Acesso em 23 de set. 2015.
- PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS. *Regimento Geral das Escolas – Histórico e Regulamentação*. Aprovado pela Resolução 11/2013 – CEPEA, de 18 de dezembro de 2013, e pela Resolução 12/2014 – CEPEA, de 24 de junho de 2014.

SCHUMPETER, J. A. *The Theory of Economic Development*. Cambridge, Mass.; Harvard University Press. 1949.

TORMEN, J. et al. Potencial Empreendedor dos Estudantes das Ciências Sociais Aplicadas de uma Instituição de Ensino Superior sob a Ótica do Carland Entrepreneurship Index (CEI). *Revista ADMpg Gestão Estratégica*, Ponta Grossa, v. 8, n. 2, p.17-25, 2015.