

O PERFIL EMPREENDEDOR DE ESTUDANTES DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO

THE ENTREPRENEUR PROFILE OF PRODUCTION ENGINEERING STUDENTS

RODRIGO RONDINA DE SANTANA

SANDRA BIÉGAS

Resumo

O perfil empreendedor é um conjunto de características empreendedoras do indivíduo relacionadas com a realização, planejamento e poder. O presente trabalho tem por objetivo descrever, analisar e comparar o perfil empreendedor entre estudantes do 5º ano, egressos a menos de 2 anos, e egressos a mais de 2 anos do curso de Engenharia de Produção da Universidade Estadual de Maringá (UEM). Para isso foi realizada uma pesquisa descritiva em uma única fase quantitativa. Foi utilizada a ferramenta survey como estratégia de pesquisa. A coleta foi realizada por meio da internet, resultando em uma amostra por adesão composta por 111 respondentes. Os dados foram tratados por meio de análises descritivas (média, desvio padrão e variância) e técnica estatística para comparação de grupos (ANOVA) a fim de analisar e estabelecer comparações entre os resultados obtidos. Os resultados mostram que os três grupos estudados apresentam escores acima da média (considerando a escala de likert de 5 pontos) para as três dimensões do perfil empreendedor, e que não há diferença estatística das médias de cada uma das três dimensões do perfil empreendedor entre os grupos estudados. Como resultado do estudo de cada característica, nota-se que os perfis estudados são muito parecidos somente havendo diferenças em algumas características específicas.

Palavras-chave: *empreendedorismo; perfil empreendedor; estudantes de engenharia de produção.*

Abstract

The entrepreneurial profile is a set of entrepreneurial characteristics of the individual related to achievement, planning and power. The present work aims to describe, analyze and compare the entrepreneurial profile among students of the 5th grade, graduated to less than 2 years, and graduated more than 2 years of the Production Engineering course of the State University of Maringá (UEM). For this, a descriptive research was carried out in a single quantitative phase. The survey tool was used as a research strategy. The collection was done through the internet, resulting in a sample by membership composed of 111 respondents. The data were treated through descriptive analysis (mean, standard deviation and variance) and statistical technique for comparison of groups (ANOVA) in order to analyze and establish comparisons between the results obtained. The results show that the three groups studied present above-average scores (considering the 5-point likert scale) for the three dimensions of the entrepreneurial profile, and that there is no statistical difference between the means of each of the three dimensions of

the entrepreneurial profile between the groups studied. As a result of the study of each characteristic, it is observed that the profiles studied are very similar only with differences in some specific characteristics.

Key-words: *entrepreneurship; entrepreneurial profile; students of engineering of production.*

1. Introdução

O ensino da Engenharia de Produção está seguindo uma tendência mundial de ensinar o empreendedorismo, visto que o ensino desta vertente está cada vez mais sendo inserido em grades curriculares de escolas, cursos profissionalizantes e cursos de graduação, como por exemplo os cursos de graduação em Engenharia de Produção da UTFPR, UFRGS, UFSC, UEM.

Para Kristiansen e Indarti (2004) o método de desenvolvimento econômico está intimamente ligado aos empreendedores, visto que são provindas de suas inovações. Portanto, para os autores, as universidades são consideradas grandes centros de inovação e conhecimento. Neste cenário, observa-se uma grande preocupação com a formação empreendedora dos acadêmicos do curso de Engenharia de Produção, porém além das capacidades técnicas que envolvem o empreendedorismo, também é relevante conhecer as características predominantes no perfil empreendedor que podem ser desenvolvidas nos estudantes.

Uma pesquisa feita pelo SEBRAE com os alunos de ensino superior no Brasil apontam que 5,7% já empreenderam e 21% pensam em empreender no futuro (SEBRAE, 2016). De acordo com Ferreira *et al.* (2011) o empreendedorismo é um dos temas que teve maior evolução nos últimos anos, com a crescente produção acadêmica referente ao tema, especialmente no que diz respeito às características do perfil do empreendedor.

Há uma extensa literatura a respeito das características comportamentais dos empreendedores, sendo que um dos principais trabalhos realizados envolvendo esta temática é o de McClelland (1961).

Um perfil empreendedor pode ser caracterizado quando um indivíduo nasce com as determinadas características para empreender (SILVEIRA *et al.*, 2007). Entretanto, para Dornelas (2005), existem alguns métodos que podem ser estudados e treinados para que a pessoa empreenda, tornando o conhecimento um elemento indispensável para o empreendedor.

Ao analisar o perfil empreendedor traçado por especialistas, nota-se que muitas características são comuns, sendo assim destaca-se que sejam os principais atributos: Necessidade de realização, dedicação, assumir riscos calculados, saber aproveitar as oportunidades e saber traçar metas e alcança-las (CHIAVENATO, 2007; DOLABELA, 1999; DORNELAS, 2005).

Para Fillion (1999) o perfil do empreendedor é dotado da capacidade de estabelecer os objetivos claros e encontrar oportunidades de negócios, sendo uma pessoa visionária e, portanto, utiliza da sua capacidade e conhecimento do ambiente para identificar oportunidades.

De acordo com Bernardi (2010) a formação empreendedora é capaz de trazer mudanças para uma região, através do desenvolvimento da economia e influenciando diretamente na criação de empregos, portanto alavancando o mercado local. Corroborando, Lima, Santos e Dantas (2006) consideram que a formação do perfil empreendedor por meio da educação é indispensável para adquirir o estímulo acerca dos estudos voltados ao empreendedorismo e com isso, atingindo o desenvolvimento social.

Considerando a importância do empreendedorismo para o incremento econômico, a tendência de ensinar empreendedorismo aderida pelo Departamento de Engenharia de Produção da Universidade Estadual de Maringá (UEM), e que além de técnicas de empreendedorismo as características predominantes no perfil de empreendedores bem sucedidos podem ser desenvolvidas no meio acadêmico, este estudo propõe descrever, analisar e comparar o perfil empreendedor entre estudantes do 5º ano, egressos a menos de 2 anos, e egressos a mais de 2 anos do curso de Engenharia de Produção da Universidade Estadual de Maringá (UEM). Para isso foi realizada uma pesquisa descritiva em uma única fase quantitativa, utilizando a *survey* como estratégia de pesquisa.

2. Revisão de literatura

Nesta seção, serão apresentados os conteúdos mais relevantes que servem de embasamento teórico para melhor entendimento do presente trabalho. Mais precisamente, a revisão de literatura terá como base os temas: Empreendedorismo, Perfil Empreendedor e Estudo de McClelland.

2.1 Empreendedorismo

Segundo Dornelas (2005), Richard Cantillon, no século XVII na França, foi o pioneiro a estudar e utilizar o termo empreendedorismo para explicar o risco de compra e venda de algo não existente. Fillion (1999) corrobora que Cantillon relacionava pessoas que corriam risco a empreendedores, visto que compravam a matéria prima e a transformava em um produto final sem saber qual seria o preço final de venda.

De acordo com Fillion (1999), Jean-Baptiste Say foi o segundo a mencionar o termo empreendedorismo em seus trabalhos. Ele analisava capitalistas e empreendedores e vinculou empreendedores a inovação. Com isto, Say foi o primeiro a definir o empreendedorismo como é atualmente.

Dornelas (2001) aponta que no final do século XIX e início do século XX, os empreendedores eram confundidos com gerentes ou administradores, prevalecendo esta concepção sob o enfoque econômico até os dias atuais, sendo os empreendedores definidos como aqueles que organizam a empresa, planejam, dirigem e controlam as ações desenvolvidas na organização, porém sempre a serviço do capitalismo.

No ambiente acadêmico, no século XX, vários são os autores que envolvem em seus trabalhos o termo empreendedorismo e empreendedor. Segundo Schumpeter (1952), o empreendedor é aquele que altera a ordem econômica existente devido a introdução de novos produtos ou serviços, pela criação de novas formas de organizar ou por explorar um novo recurso.

Fillion (1999), aborda que após Schumpeter, muitos outros economistas e pesquisadores abordaram o empreendedorismo, desenvolvendo ideias e reforçando algumas já existentes, porém por ser um campo do conhecimento ainda não totalmente descoberto, apresenta dificuldade para definir precisamente o termo.

Porém houve o surgimento de outras vertentes, diferente da dos economistas que se baseava apenas na ciência exata, aquilo que podia ser quantificado. Esta nova vertente destina o pensamento para questões comportamentalistas em busca de conhecimento no que diz respeito ao comportamento empreendedor (SANTIAGO, 2009).

2.2 Perfil Empreendedor

Segundo Birley e Muzika (1997) diversos estudos são realizados com o intuito de identificar o perfil exato de um empreendedor. Porém, ainda não foi possível afirmar quais são as características essenciais que integram essa personalidade empreendedora.

A pesquisa realizada por McClelland (1961) sobre o perfil empreendedor é considerada uma das mais importantes a respeito do tema, visto que, o autor utilizou um método de testagem chamado *Thematic Aperception Test* (TAT) e testes de resolução de problemas. McClelland

afirmava que o empreendedor tem a necessidade de realizar coisas novas e de inovar constantemente (GONÇALVES, 2009). Na década de 70, McClelland (1972) repetiu a pesquisa realizada em 1961, entretanto com empreendedores de 34 países utilizando como metodologia a aplicação do questionário tipo *survey*, cujos resultados foram comprovados em pesquisas adicionais.

A pesquisa comprovou que o empreendedor é uma pessoa diferenciada pelo fato da vontade de se realizar, além do que o trabalho contribuiu para que pudessem ser relacionadas dez características identificadas como fundamentais. Estas características são busca de oportunidades e iniciativa, persistência, persuasão e rede de contatos, exigência de qualidade e eficiência, correr riscos calculados, estabelecimento de metas, independência e autoconfiança, planejamento e monitoramento sistemático, comprometimento e busca de informação (IIZUKA; MORAES, 2014).

Timmons (1994) define o empreendedor como uma pessoa com capacidade para criação de algo a partir do nada e possui determinação e criatividade para erguer uma empresa. Também possui como características assumir riscos pessoais e financeiros, porém sempre diminuindo os riscos que possam levar ao fracasso.

Para Fillion (1999), o empreendedor é um indivíduo com habilidade para detectar oportunidades e fazer com que possa colocar em prática suas ideias. Nuevo (2001) reafirma que ser empreendedor é ter a capacidade de detectar oportunidades e transformá-las em negócios.

De acordo com Dolabela (1999) o empreendedor é um ser com características sociais, de acordo com o ambiente onde vive (época e lugar). Visto que, se a pessoa viver em um meio em que empreender é algo positivo, então terá a motivação para criar um negócio.

Segundo Dornelas (2001) as características empreendedoras se baseiam na capacidade de intuir, de buscar riqueza, de planejar, de criar valor à sociedade, no networking e na visão de futuro.

2.3 Estudo de McClelland

David McClelland afirma em sua teoria que a motivação humana é composta por três necessidades básicas: a necessidade de realização, a necessidade de afiliação e a necessidade de poder (MCCLELLAND, 1972).

Segundo Gouveia e Baptista (2007) a afiliação é o fato de estabelecer relacionamentos pessoais, evitar conflitos e manter amizades com confiança e compreensão. Tornando-se uma necessidade social, visto que busca o desenvolvimento de relacionamentos significativos com pessoas.

McClelland (1972) aborda a necessidade de realização como o objetivo do indivíduo em realizar tarefas mais complexas, com metas mais difíceis e com um elevado índice de sucesso.

Robbins (2005) menciona que quando a pessoa apresenta uma forte necessidade de realização, existe a busca por realizar tarefas de uma maneira melhor e diferente do que já foi feito, demonstrando uma excelente competência profissional.

De acordo com McClelland (1972) a necessidade de poder é definida como uma preocupação com o controle dos meios de influenciar os indivíduos. Robbins (2005) corrobora que os indivíduos os quais apresentam a necessidade de poder se preocupam mais com o status e influência do que obter uma boa competência profissional.

Durante a pesquisa McClelland identificou que as pessoas as quais apresentam maior necessidade de realização tendem a empreender, e que é possível o desenvolvimento de capacidades críticas necessárias para o sucesso de forma espontânea, visto que foi observado indivíduos que alcançaram o sucesso sem participar de capacitações (MATIAS e MARTINS, 2010).

Matias e Martins (2010) acrescentam que McClelland percebeu que as competências podem ser estimuladas e desenvolvidas através de treinamentos, alcançando o mesmo objetivo com os indivíduos que já as possuem. Por isto, buscou entender as competências e as batizou de características do comportamento empreendedor (CCE's).

De acordo com SEBRAE (2004) as 10 características do comportamento empreendedor são divididas em 3 grupos de competência, estas podem ser vistas no Quadro 1:

Quadro 1 – Características Empreendedoras

Conjunto Realização	
Busca de oportunidades e iniciativa	O indivíduo se antecipa aos fatos, portanto criando novas formas ou oportunidades de negócio
Capacidade de correr riscos calculados	Indivíduos que apresentam a capacidade de avaliar e assumir desafios ou riscos moderados e responder por eles.
Exigência de qualidade e eficiência	Busca a melhor forma de realizar as atividades, de uma maneira mais barata, ou mais rápido, com alto padrão de qualidade. Sempre em busca de excelência.
Persistência	É o efeito de persistir (manter-se constante) por muito tempo perante obstáculos ou desafios
Comprometimento	Capacidade de não medir esforços para completar a atividade. Sempre está atrás dos objetivos propostos.
Conjunto Planejamento	
Busca de informações	Busca informações quando necessário, não se acomodando facilmente.
Estabelecimento de metas	Capacidade de estabelecer metas claras e objetivas. Sendo elas mensuráveis a curto, médio e longo prazo
Planejamento e monitoramento sistemático	Planeja e acompanha sistematicamente as atividades e etapas do planejamento a fim de atingir as metas e objetivos traçados, sempre observando as possíveis variáveis que possam influenciar o processo.
Conjunto Poder	
Persuasão e rede de contatos	Habilidade de influenciar e persuadir pessoas utilizando a rede de contatos para desenvolver, manter e conquistar relações comerciais
Independência e autoconfiança	Procura autonomia em relação a atividades, normas e procedimentos, mantendo a confiança na própria capacidade

Fonte: Adaptado de McClelland (1972).

3. Metodologia

Para identificar as características predominantes do perfil empreendedor dos Engenheiros de Produção da Universidade Estadual de Maringá foi conduzida uma pesquisa descritiva realizada em uma única fase quantitativa, usando a *survey* como estratégia de pesquisa. Trata-se de uma pesquisa descritiva pois expõe características sobre determinada população ou fenômeno (VERGARA, 2009), e quantitativa pois por meio de análise de dados traduziu-se em números e informações, classificando e analisando sob recursos estatísticos

(GIL, 1999). O *survey* é utilizado nas pesquisas quantitativas conclusivas, de caráter descritivo, cujo principal propósito consiste em descrever um fenômeno relativo ao objeto de pesquisa (GIL, 2008; MALHOTRA, 2006).

A metodologia é apresentada em termos de amostragem e processo de coleta de dados, análise de dados e instrumento de coleta de dados.

3.1 Amostragem e processo de coleta de dados

Os dados foram coletados por meio do uso de um questionário auto aplicável validado. Este por sua vez, foi validado com dois professores do Departamento de Engenharia de Produção da Universidade Estadual de Maringá e pré testado por 20 respondentes com o perfil adequado. O questionário é composto por questões sobre a caracterização da amostra e questões sobre o perfil empreendedor. A ferramenta *Google forms* foi usada como fonte de coleta.

Foram enviados convites por e-mail institucional para 120 graduandos do último ano do curso de engenharia de produção participassem da *survey*, porém a divulgação do link da pesquisa por meio de *whatsapp* e *facebook* (para egressos e graduandos) se mostrou mais eficiente. A determinação da população foi possível por meio de relação disponibilizada pelo coordenador do curso de engenharia de produção e da secretaria do curso.

Ao final foi obtida uma amostra por adesão, portanto não probalística, com o retorno de 111 questionários válidos, ou seja, completamente respondidos e atendendo os requisitos dos respondentes: formando do último ano do curso de engenharia de produção, representando uma adesão de 41,6% dos questionários enviados, ou egressos do curso.

3.2 Análise de dados

Os dados foram processados utilizando o software Excel e o SPSS. Sendo realizado estatísticas descritivas (análise de frequência) para caracterizar a amostra (idade, sexo e em que categoria se enquadra).

Após caracterizada a amostra, utilizou-se outras análises descritivas (valores de média, desvio padrão e coeficiente de variação) a fim de analisar e comparar os resultados adquiridos de cada comportamento entre os três grupos estudados (graduando do 5º ano de engenharia de produção, formado a menos de dois anos, egresso a mais de dois anos).

Em seguida, foi analisado o Alfa de Cronbach de cada conjunto como teste para classificar a confiabilidade do instrumento de medida, e uma ANOVA entre grupos foi conduzida para explorar o impacto da situação do grupo respondente sobre as três principais dimensões do perfil empreendedor.

3.3 Instrumento de coleta

Neste estudo, o instrumento de coleta é composto por um questionário dividido em duas partes, a primeira voltada para discriminar o público entre masculino e feminino, entre estudante do 5º ano ou egresso do curso e se estavam trabalhando com Engenharia de Produção.

A segunda parte voltada para identificar o perfil empreendedor, utilizando uma adaptação de um instrumento previamente desenvolvido e testado pelo SEBRAE (2013), apresentado no Quadro 2. O instrumento é composto por 20 itens distribuídas em 3 dimensões: realização, planejamento e poder, dos quais os alunos foram questionados por meio de uma escala de Likert de cinco pontos (1- Nunca pratico este comportamento, 2- Raramente pratico este comportamento, 3- Algumas vezes pratico este comportamento, 4- A maioria das vezes pratico este comportamento e 5- Sempre pratico este comportamento).

Quadro 2 – Instrumento de pesquisa – Perfil empreendedor

Nº da questão	Questões
1	Faço as coisas antes de solicitado ou antes de forçado pelas circunstâncias.
2	Busco autonomia em relação às regras e normas pré-estabelecidas por outras pessoas.
3	Formulo estratégias para influenciar ou persuadir outras pessoas.
4	Planejo, dividindo tarefas de grande porte em subtarefas com prazos definidos.
5	Dedico-me pessoalmente a obter informações necessárias para o desenvolvimento de minhas atividades
6	Estabeleço metas e objetivos que são desafiantes e que têm significado pessoal.
7	Ao tomar decisões, avalio alternativas e analiso os riscos envolvidos.
8	Encontro maneiras de fazer as coisas da melhor forma, mais rápida ou mais barata.
9	Assumo responsabilidade pessoal por solucionar problemas que possam prejudicar a conclusão de um trabalho nas condições estipuladas.
10	Busco soluções diante de um obstáculo significativo.
11	Desenvolvo novas ideias e projetos além das atuais soluções ou propostas estabelecidas.
12	Mantenho meu ponto de vista mesmo diante da oposição ou de resultados inicialmente desanimadores

13	Utilizo minha rede de contatos como estratégia para atingir meus objetivos.
14	Constantemente reviso meus planos, levando em conta os resultados obtidos e mudanças que possam ter ocorrido.
15	Pesquisei como realizar determinada atividade ou projeto, antes de sua execução.
16	Tenho visão de longo prazo do que espero alcançar, de forma clara e específica.
17	Analiso informações e tomo decisões para reduzir riscos ou controlar resultados.
18	Faço as coisas de maneira que satisfaçam ou excedam padrões de excelência.
19	Colaboro com a equipe de trabalho ou me coloco no lugar deles, se necessário, para terminar uma atividade ou tarefa.
20	Ajo repetidamente ou mudo para uma estratégia alternativa a fim de enfrentar um desafio ou superar um obstáculo.

Fonte: Adaptado de SEBRAE (2013)

Cada constructo foi subdividido entre os comportamentos. A subdivisão pode ser vista no Quadro 3.

Quadro 3 – Relação questões ligada a CCE's

Constructo	Comportamento	Questões
Realização	Busca de oportunidades e iniciativa	1 e 11
	Persistência	10 e 20
	Comprometimento	9 e 19
	Energia de qualidade e eficiência	8 e 18
	Correr riscos calculados	7 e 17
Planejamento	Estabelecimento de metas	6 e 16
	Busca de informação	5 e 15
	Planejamento e monitoramento sistemáticos	4 e 14
Poder	Persuasão e rede de contatos	3 e 13
	Independência e autoconfiança	2 e 12

Fonte: Adaptado de SEBRAE (2013)

4. Resultados

Nesta etapa são apresentados os resultados obtidos do presente trabalho em termos de caracterização da amostra, perfil empreendedor por comportamento e perfil empreendedor em três dimensões.

4.1 Caracterização da amostra

Primeiramente são apresentados os aspectos demográficos (referente à 1ª parte do questionário). A Tabela 1 ilustra os dados referentes aos grupos etários.

Tabela 1 – Percentual de entrevistados por grupo etário.

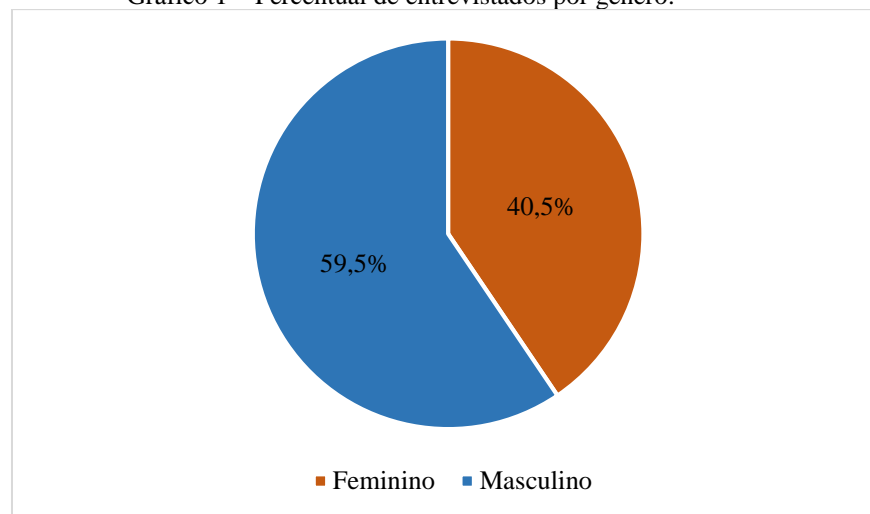
	Grupos Etários (anos)				Total
	22 e 23	24 e 25	26 e 27	28 e 29	
Quantidade de pessoas	19	40	34	18	111
%	17,1%	36%	30,6%	16,2%	100%

Fonte: Tratamentos de dados da pesquisa (2017)

A Tabela 1 mostra que a grande maioria dos entrevistados pertence a faixa etária entre 24 e 25 anos (36,0%). Essa faixa etária predominante deu-se pelo fato dos requisitos do questionário (estudantes do 5º ano ou egresso do curso). Em seguida, com um público um pouco menor, está a faixa etária entre 26 e 27 (30,6%).

Na sequência, o Gráfico 1 representa as informações quanto ao gênero dos entrevistados.

Gráfico 1 – Percentual de entrevistados por gênero.



Fonte: Tratamentos de dados da pesquisa (2017)

Os dados apresentados no Gráfico 2, mostram que há uma quantidade maior do gênero masculino, representado por 66 entrevistados, dentro dos 111 respondentes. Porém essa diferença não é acentuada em relação ao público feminino que corresponde a 45 pessoas.

Em seguida, referente a que situação se encontram os respondentes, os dados podem ser vistos na Tabela 2.

Tabela 2 – Percentual de entrevistados por situação atual.

	Situação atual			Total
	Estudante do 5º ano	Formado em Engenharia de Produção a menos de 2 anos	Formado em Engenharia de Produção a mais de 2 anos	
Quantidade de pessoas	50	41	20	111
%	45%	37%	18%	100,0%

Fonte: Tratamentos de dados da pesquisa (2017)

A maioria dos respondentes são estudantes do 5º ano de Engenharia de Produção (45%), seguido de perto por egressos a menos de 2 anos (37%). O número menos expressivo é em relação aos formados em Engenharia de Produção a mais de 2 anos, representando 18% do total de entrevistados.

Na questão subsequente, foi analisado se o respondente estava atuando na área de Engenharia de Produção, os dados são apresentados na Tabela 3.

Tabela 3 – Percentual de entrevistados atuando na área de Engenharia de Produção.

	Atua na área de Engenharia de Produção		Total
	Sim	Não	
Quantidade de pessoas	74	37	111
%	66,7%	33,3%	100%

Fonte: Tratamentos de dados da pesquisa (2017)

Nota-se claramente que a grande parte dos entrevistados atuam na área de Engenharia de Produção (66,7%). Isto deve-se ao fato de os estudantes e egressos, na maioria das vezes, buscarem trabalhar na área de formação.

4.2 Perfil empreendedor

Foram realizadas duas análises distintas do perfil empreendedor. A primeira análise denominada “perfil empreendedor por comportamento” considerou a abordagem proposta pelo SEBRAE (2013) que agrupa os itens que compõem o questionário em dez comportamentos (Quadro 3), e apresenta os resultados em gráfico do tipo “radar”.

A segunda análise denominada “perfil empreendedor em três dimensões”, que agrupa os itens que compõem o questionário em três grandes dimensões (realização, planejamento e poder) apresenta a comparação estatística entre os grupos.

4.2.1 Perfil empreendedor por comportamento

As análises individualizadas de cada característica comportamental empreendedora estão apresentadas na Tabela 4.

Tabela 4 – Valor das características do perfil empreendedor (média e desvio padrão).

Conjunto	Comportamento	Estudante do 5 ano			Formado a menos de 2 anos			Formado a mais de 2 anos		
		Média	σ	CV	Média	σ	CV	Média	σ	CV
Realização	Busca de oportunidade e iniciativa	3,61	0,91	0,13	3,66	0,90	0,12	3,85	0,92	0,12
	Persistência	3,74	0,91	0,12	3,92	0,89	0,11	3,90	0,92	0,12
	Comprometimento	3,96	0,81	0,10	3,86	0,77	0,10	3,95	0,79	0,10
	Energia de qualidade e eficiência	3,88	0,81	0,10	3,92	0,78	0,10	3,88	0,79	0,10
	Correr riscos calculados	3,62	0,78	0,11	4,08	0,74	0,09	4,20	0,75	0,09
Planejamento	Estabelecimento de metas	3,61	0,82	0,11	3,89	0,78	0,10	3,75	0,79	0,11
	Busca de informação	3,87	0,71	0,09	3,93	0,77	0,10	4,00	0,79	0,10
	Planejamento e monitoramento sistemático	3,81	0,81	0,11	3,77	0,79	0,11	3,83	0,82	0,11
Poder	Persuasão e rede de contatos	3,81	0,80	0,11	3,90	0,74	0,09	3,90	0,72	0,09
	Independência e autoconfiança	3,66	0,82	0,11	3,71	0,80	0,11	4,00	0,79	0,10

Fonte: Tratamento de dados da pesquisa (2017)

No que se refere aos comportamentos analisados, para as questões relacionadas a “Busca de oportunidades e iniciativa” nota-se que a média aumenta de 3,61 para 3,66 nos formados a menos de 2 anos e nos formados a mais de 2 anos sobe para 3,85. Isso mostra que conforme as habilidades e conhecimentos desenvolvem-se a característica mencionada se torna mais presente.

Para os atributos referentes a característica “Persistência”, a média dos estudantes do 5º ano está inferior em relação aos outros dois grupos. Já no que tange ao coeficiente de variação, os três grupos encontram-se quase que similares apresentando uma uniformidade nas respostas.

Em relação a comprometimento, a média dos estudantes do 5º ano e dos egressos a mais de 2 anos foi próxima enquanto os egressos a menos de 2 anos ficaram com a média um pouco inferior. Ainda sobre essa característica, o coeficiente de variação foi igual para os três grupos.

No que diz respeito a característica “Energia de qualidade e eficiência”, as médias dos estudantes do 5º ano e dos formados a mais de 2 anos foram quase semelhantes, porém os egressos a menos de 2 anos apresentaram a maior média. E o coeficiente de variação foi semelhante.

De acordo com as análises, assim como as características anteriores, para “Correr riscos calculados” os valores médios foram de 3,62 para os estudantes do 5º ano, 4,08 para os formados a menos de dois anos e 4,20 para os formados a mais de dois anos. Constata-se assim, que para essa característica conforme o desenvolvimento pessoal e amadurecimentos mais o profissional tende a não agir por impulso, tornando-se metuculoso.

Conforme os dados valores médios de “Estabelecimento de metas” foram de 3,61, para estudantes do 5º ano, 3,89 para formados a menos de 2 anos e 3,75 para os egressos a mais de 2 anos. Demonstrando que esse aspecto tende a ser maior com o crescimento. Este constructo apresentou coeficientes de variação próximos.

Já os dados obtidos das questões da “Busca de informação”, as médias dos três grupos se mostraram muito próximas, com isso, pode-se entender que este atributo está presente nos respondentes nas três classes.

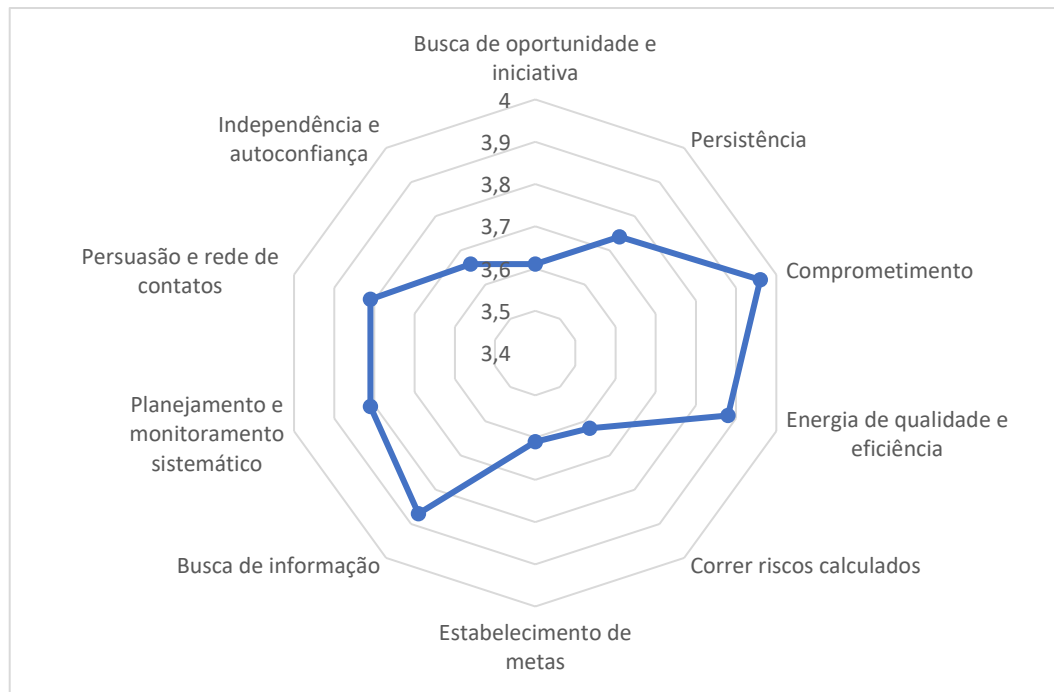
Os dados obtidos referentes a “Planejamento e monitoramento sistemático”, demonstram que há uma similaridade nesta característica, visto que foram parecidos, com uma leve inferioridade na categoria de formados a menos de 2 anos. Quanto ao coeficiente de variação os três são similares.

No que se refere a “Persuasão e rede de contatos”, pode-se notar que há uma evolução entre os valores médios dos discentes (3,81) para as ambos os grupos de formados (3,90 ambos). Isto torna claro que quando se está no mercado de trabalho, consegue estar em contato com mais profissionais e, portanto, utilizar da persuasão aliada à sua rede.

Na última característica analisada “Independência e autoconfiança”, percebe-se que há uma evolução dos valores médios 3,66 para os discentes, 3,71 para os formados a menos de 2 anos e 4,00 para os formados a mais de 2 anos. Com isso, compreende-se que o conhecimento e a experiência auxiliam para este aspecto.

Na sequência, o Gráfico 2 demonstra a visão panorâmica dos valores médios de cada característica empreendedora para o grupo de estudantes do 5º ano de Engenharia de Produção. Visualmente destacam-se as características de comprometimento, energia de qualidade e eficiência, e busca de informação.

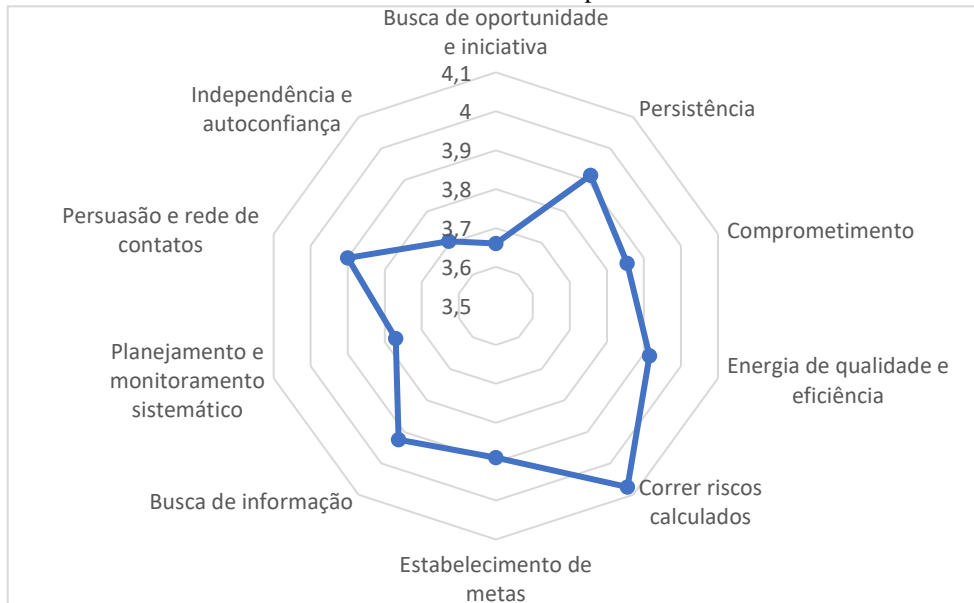
Gráfico 2 – Gráfico com médias das características empreendedoras dos estudantes do 5º ano.



Fonte: Tratamento de dados da pesquisa (2017)

Como questão de comparação, o Gráfico 3 ilustra os valores médios de cada característica empreendedora para o grupo dos formados a menos de 2 anos. Visualmente destaca-se a características correr risco calculado.

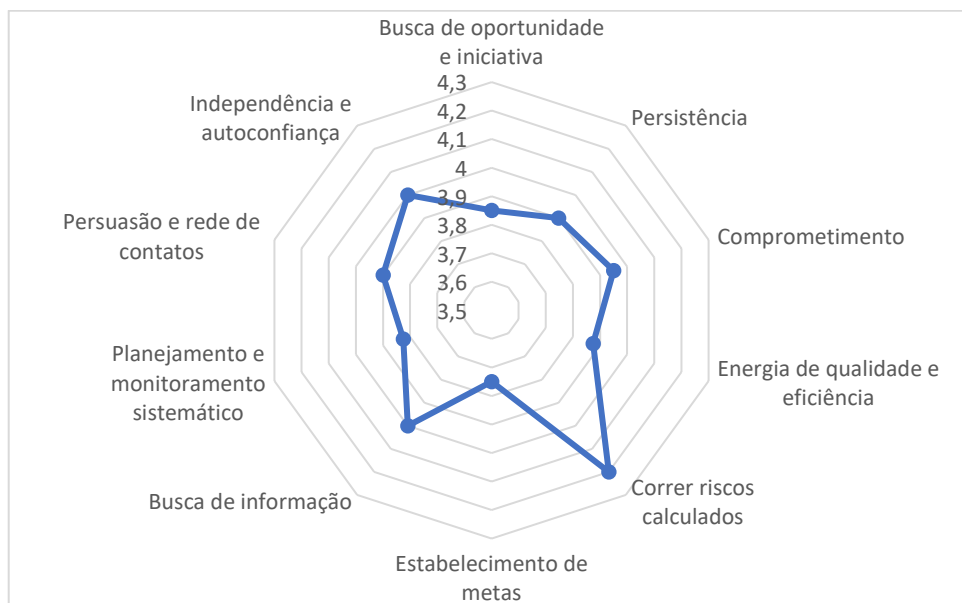
Gráfico 3 – Gráfico com médias das características empreendedoras dos formados a menos de 2 anos.



Fonte: Tratamento de dados da pesquisa (2017)

Complementando, segue o Gráfico 4 onde apresenta os valores médios de cada característica empreendedora para o grupo de formados a mais de 2 anos. Visualmente destaca-se a característica correr riscos calculados.

Gráfico 4 – Gráfico com médias das características empreendedoras dos formados a mais de 2 anos.



Fonte: Tratamento de dados da pesquisa (2017)

Com base nos gráficos apresentados (Gráfico 2, Gráfico 3 e Gráfico 4) fica evidente a diferença de perfil empreendedor em relação aos grupos. O grupo dos formados a mais de 2

anos (Gráfico 4) é o que mais acumula características empreendedoras (o radar está mais aberto) A característica evidente entre dois grupos de egressos é correr riscos calculados. De uma forma geral todos os grupos demonstram uma heterogeneidade de perfil, pelo fato de não apresentarem uma distribuição uniforme para os valores médios de cada característica analisada.

4.2.2 Perfil empreendedor em três dimensões

O constructo foi separado em três dimensões: Realização, Planejamento e Poder. Inicialmente foi utilizado o Alfa de Cronbach como a medida de confiabilidade da consistência dos itens (questões) que compõem cada dimensão do constructo, sendo recomendáveis valores iguais ou superiores a 0,6 em pesquisas exploratórias (MALHOTRA, 2001), porém esse valor pode ser menor quando há um número pequeno de questões, sendo comum encontrar valores abaixo de 0,5 para constructos com menos de 10 itens (PALLANT, 2005).

A Tabela 5 apresenta as estatísticas descritivas e Alfa de Cronbach para cada dimensão do constructo. Observa-se que para todas as dimensões o Alfa de Cronbach é abaixo de 0,5.

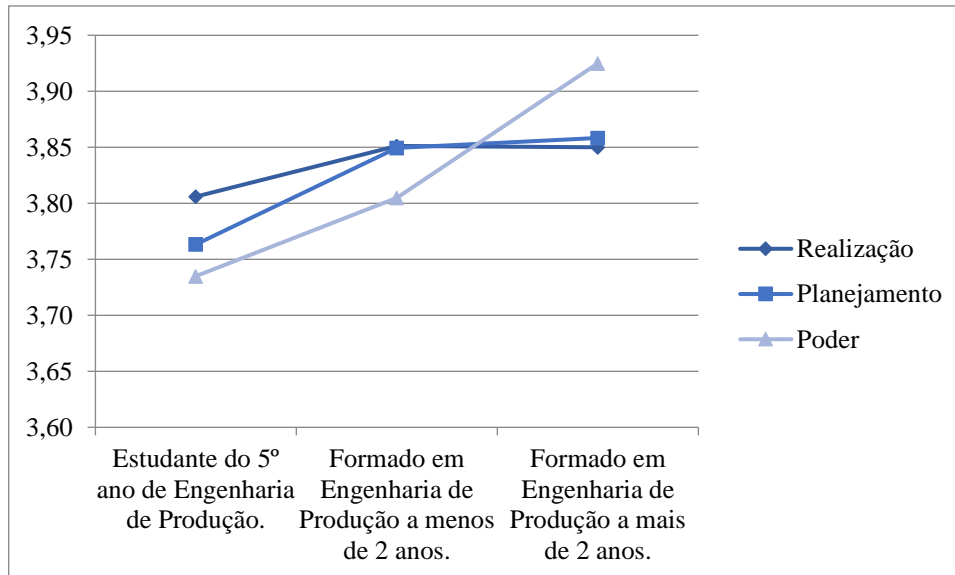
Tabela 5 – Estatísticas descritivas e Alfa Cronbach

Dimensão	Questão	Média	Desvio Padrão	Média	Variância	Alfa de Cronbach
Realização	P1	3,88	0,79	3,83	0,23	0,49
	P11	3,46	0,95			
	P10	3,92	0,90			
	P20	3,75	0,89			
	P9	3,95	0,76			
	P19	3,88	0,84			
	P8	3,97	0,83			
	P18	3,81	0,77			
	P7	3,93	0,76			
	P17	3,75	0,74			
Planejamento	P6	3,75	0,82	3,81	0,01	0,29
	P16	3,72	0,81			
	P5	3,95	0,73			
	P15	3,87	0,82			
	P4	3,75	0,86			
	P14	3,81	0,75			
Poder	P3	3,84	0,80	3,79	0,07	0,41
	P13	3,87	0,83			
	P2	3,77	0,77			
	P12	3,68	0,87			

Fonte: Tratamentos de dados da pesquisa (2017)

O gráfico 5 mostra as médias para as três dimensões do perfil empreendedor por grupo. Aparentemente os formandos em engenharia de produção a mais de dois anos apresentam a maior média para todas as dimensões. As médias estão detalhadas na Tabela 6.

Gráfico 5 – Gráfico com médias das três dimensões do perfil empreendedor por grupo



Fonte: Tratamento de dados da pesquisa (2017)

Tabela 6 – Estatísticas descritivas

Dimensões do Perfil empreendedor	Grupo 1 Estudando 5º ano	Grupo 2 Formado a menos de 2 anos	Grupo 3 Formado a mais de 2 anos
Realização	3,81	3,85	3,85
Planejamento	3,76	3,85	3,86
Poder	3,74	3,80	3,93

Fonte: Tratamentos de dados da pesquisa (2017)

Uma ANOVA entre grupos foi conduzida para explorar o impacto da situação do respondente sobre as três principais dimensões do perfil empreendedor: a realização, o planejamento e o poder. Os indivíduos foram divididos em três grupos de acordo com a situação (Grupo 1: estudando do 5º ano; Grupo 2: Formado a menos de dois anos; Grupo 3: Formado a mais de dois anos). Não há diferença significativa ao nível de $p < 0,05$ nas pontuações médias para realização ($M = 3,81$, $F = 0,219$, $p = ,803$), planejamento ($M = F = 0,766$, $p = 0,467$) e poder ($F = 1,069$, $p = 0,347$) para os três grupos. Ou seja, não há diferença estatística das médias de cada uma das três dimensões do perfil empreendedor entre os grupos estudados.

5. Conclusão

Após análise dos gráficos apresentados, referente aos entrevistados, nota-se que abrange uma faixa etária pequena, pelo fato de buscar perfis muito próximos. Já em relação a gênero, há uma quantidade maior de pessoas do gênero masculino como respondentes, porém este número não é muito superior se comparado aos respondentes femininos.

Já em relação as análises feitas sobre a situação atual do entrevistado, nota-se uma disparidade um pouco mais relevante, visto que apresenta uma maior quantidade de pessoas do 5º ano de Engenharia de Produção e de formados a menos de dois anos. Sendo que formados a mais de dois anos apresentaram somente 18%. Com isto, conclui-se que pelo fato de estarem a mais tempo fora do cenário acadêmico não demonstraram tanto apoio à pesquisa. Uma sugestão é promover entre os estudantes a cultura de manterem algum vínculo com o departamento mesmo após egresso, para que seja um senso comum a importância de participar de pesquisas ou atividades como eventos de extensão, ou a própria pós-graduação após a formação, buscando manter uma relação duradoura com a instituição.

No que diz respeito aos estudos realizados dos entrevistados estarem ou não trabalhando nota-se que dois terços das pessoas que responderam o questionário dizem estarem atuando na área de Engenharia de Produção. Em virtude disto, entende-se que os entrevistando buscam empregos na área de formação e que existem vagas ofertadas, pois representa um número expressivo.

Conforme estudo realizado em referência Perfil Empreendedor por comportamento, onde foram identificados dez características comportamentais, conclui-se que os grupos são, de forma geral, muito semelhantes. Porém o grupo dos formados a mais de dois anos se sobressai, visto que apresenta médias maiores nas características estudadas. As especificidades são mais acentuadas em relação aos formados a mais de 2 anos, onde estes apresentam uma média expressiva nas características busca de oportunidade e iniciativa, independência e autoconfiança e busca de informação comparando com os outros dois perfis analisados. Corroborando, a característica que apresentou maior amplitude das médias (1,16) entre os três grupos foi correr riscos calculados. Nota-se também que esta característica sofre uma evolução, portanto trata-se de uma característica que adquirível durante o tempo.

Considerando o perfil empreendedor em três dimensões, embora os resultados preliminares (considerando apenas as médias de cada grupo investigado) induzam ao

entendimento de que o egresso de engenharia de produção que tem mais contato com o mercado de trabalho (formado e atuando no mercado a mais de dois anos) apresente maior pontuação nas três dimensões do perfil empreendedor, não há diferença estatística das médias de cada uma das três dimensões do perfil empreendedor entre os grupos estudados.

Como sugestão para estudos futuros, ampliar os grupos estudados contemplando os acadêmicos das séries iniciais, para identificar o perfil empreendedor de calouros e egressos, porém não identificar acerca do que será a pesquisa. E, portanto, analisar se o contato com as disciplinas do curso de engenharia de produção influi no perfil empreendedor. O estudo pode também abranger acadêmicos e egressos de outras instituições, e outros cursos de engenharia.

Referências

BERNARDI, L. **Manual de empreendedorismo e gestão: Fundamentos, Estratégias e Dinâmicas**. São Paulo: Atlas, 2010.

BIRLEY, S.; MUZYKA, D. **Dominando os desafios do empreendedor**. São Paulo: Makron Books, 2001.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: Dando Asas ao Espírito Empreendedor**. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo, transformando ideias em negócios**. São Paulo: Campus, 2001.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: Transformando Ideias em Negócios**. 4 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

FERREIRA, L.; CAPRA, L.; PEREIRA, L.; ABREU, M.; SILVEIRA, F. **Desde os Primórdios até hoje em dia: Será que o Empreendedor ainda faz o que Schumpeter dizia? Evolução das Características Empreendedoras de 1983 a 2010**. Anais do XXX ENANPAD- Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração, set/2011, Rio de Janeiro/RJ, Brasil. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/ESO1990.pdf>>. Acesso em: 25 maio 2017.

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

GIL, C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GIL, C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1999.

GOUVEIA, C.; BAPTISTA, M. **Teorias sobre a motivação: teorias de conteúdo**. Instituto Politécnico de Coimbra. Coimbra, Portugal. 2007. Trabalho não publicado. Disponível em: <http://prof.santana-e-silva.pt/gestao_de_empresas/trabalhos_06_07.pdf>. Acesso em: 25 maio 2017.

GONÇALVES, G. **História da administração. Gurus da Administração. David McClelland**. Itu, 2009. Disponível em: <<http://www.historiadaadministracao.com.br/jl/gurus/201-david-mcclelland>> Acesso em: 14 maio 2017.

IZUKA, E. S.; MORAES, G. **Análise do potencial e perfil empreendedor do estudante de Administração e o ambiente universitário: reflexões para instituições de ensino.** Administração: Ensino e Pesquisa, v. 15, n. 3, p. 593-593, 2014. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/32415/analise-do-potencial-e-perfil-empreendedor-do-estudante-de-administracao-e-o-ambiente-universitario--reflexoes-para-instituicoes-de-ensino/i/pt-br>> Acesso em: 25 setembro 2017.

LIMA, M. de O.; SANTOS, S. de A.; DANTAS, A. de B. **Propensão ao Empreendedorismo dos Alunos do Ensino Fundamental: um Estudo Comparativo com alunos de 7ª e 8ª séries, entre Instituições de Ensino Municipais e Privadas de Maceió.** Anais do XXX ENANPAD- Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração, set/2006, Salvador/BA, Brasil.

KRISTIANSEN, S.; INDARTI, N. **Entrepreneurial intention among Indonesia and Norwegian students.** Journal of Enterprising Culture, v. 12, Issue 1, mar/2004, p-55-78.

MALHOTRA, N. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada.** 4. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

MALHOTRA, N. **Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada.** 3a ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MATIAS, M.; MARTINS, G. **O legado de McClelland e a educação empreendedora em contabilidade.** Convergências internacionais da contabilidade. São Paulo: ANPCONT, 1 2AD. Disponível em: http://congressos.anpcont.org.br/congressos-antigos/iv/images/epc_307.pdf> Acesso em : 25 maio 2017.

MCCLELLAND, D. **The Achieving Society.** Princeton: Van Nostrand, 1961.

MCCLELLAND, D. **A sociedade competitiva – realização e progresso Social.** Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

NUEVO, P. **Emprendiendo el Arte de Crear Empresas y Sus Artistas.** Ediciones Deusto Bilbao, 2001.

PALLANT, J. **SPSS Survival Manual.** Austrália: Allen& Unwin, 2005

ROBBINS, S. **Comportamento Organizacional.** São Paulo: Pearson Prentice Hall. 2005.

SANTIAGO, E. **Vertentes Teóricas Sobre Empreendedorismo Em Shumpeter, Weber E Mcclelland: Novas Referências Para A Sociologia Do Trabalho.** Revista de Ciências Sociais, v. 40, n.2 p. 87-103, 2009. Disponível em: http://www.rcs.ufc.br/edicoes/v40n2/rcs_v40n2a6.pdf Acesso em: 24 setembro 2017.

SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas). **Empreendedorismo nas Universidades Brasileiras.** 2016.

SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas). **Manual do Aluno Disciplina de Empreendedorismo.** Brasília, 2013.

SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas). **Manual de operacionalização do projeto Empretec.** Brasília, 2004.

SCHUMPETER, J. **Can Capitalism Survive?** New York: Harper and Row, 1952.

SILVEIRA, A.; BONELI, J.; CASTRO, N.; BARBOSA, P.; VILLENA, D. **Empreendedorismo: a necessidade de se aprender a empreender.** Revista Foco, Vila Velha/ES, v. 2, n. 1, p. 1-11, 2007.

TIMMONS, J. **New venture criation.** Boston: Irwin Mcgraw-Hill, 1994.

VERGARA, S. **Projetos e relatórios de pesquisa em Administração.** 5ª Edição. São Paulo: Atlas, 2009.