

ARTIGOS

ANÁLISE DA QUALIDADE DO CURSO E DA PRÁTICA DO EMPREENDEDORISMO NA PERCEPÇÃO DOS ALUNOS DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO¹

RESUMO

A prática do empreendedorismo tem contribuído para o desenvolvimento econômico do Brasil. Todavia, a mortalidade precoce das empresas é constante. Com a intenção de mudar a situação, criam-se cursos sobre empreendedorismo em diversos níveis da educação, o que tem exigido atenção das instituições acerca da qualidade desses programas. Nessa perspectiva, este artigo tem como objetivos analisar a qualidade do curso e a prática do empreendedorismo na percepção dos alunos de graduação em administração, bem como identificar os atributos que representam as expectativas desses alunos acerca do assunto. Para tanto, utiliza-se de pesquisa com aplicação de survey junto a 80 alunos do curso de graduação em Administração de três instituições privadas do ensino superior em Fortaleza. Os principais resultados do estudo evidenciam que cerca 46% dos estudantes consideraram ter desenvolvido, fortemente, o grau das práticas empreendedoras. Dos fatores considerados sobre a qualidade do Curso de Administração, o atributo de maior desempenho foi a Qualidade do Curso para o Mercado de Trabalho, constituindo-se o fator determinante para o sucesso dos Cursos de Administração.

Laodicéia Amorim Weersma
laoweersma@gmail.com
Doutoranda em Gestão de Empresas e Inovação pela Universidade de Coimbra - Portugal

Vanessa Pio dos Santos
vanessa_santos1@hotmail.com
Bacharel em Administração pela Estácio - Fortaleza - CE - BR

Menno Rutger Weersma
mweersma@hotmail.com
Mestrando em Administração e Controladoria pela Universidade Federal do Ceará - Fortaleza - CE - BR

Estevão Lima de Carvalho Rocha
estevao.lcr@gmail.com
Mestre em Administração pela Universidade Estadual do Ceará. Centro Universitário Christus - Fortaleza - CE - BR

Palavras-chave: Percepção de alunos. Práticas Empreendedoras. Qualidade do Curso de Administração.

1 INTRODUÇÃO

A partir da década de 1990, a economia brasileira vivencia importantes transformações advindas da pressão concorrencial, que instigam a nação a elevar a produtividade para melhorar o desempenho e o crescimento nacional. Durante o período, de 2000 a 2010, a economia obteve avanços e o País apresentou um significativo crescimento econômico. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) a economia nacional cresceu em torno de 13,5% de 2010 a 2013 (IBGE, 2014).

É possível associar o crescimento a diversos fatores, mas destaca-se a abertura de novos negócios com a consolidação do

empreendedorismo no Brasil que contribui de maneira significativa para o crescimento econômico do País. De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), o empreendedorismo é necessário para a geração de riquezas, promovendo o crescimento econômico e aprimorando as condições de vida da população, pois geram possibilidades de trabalho, renda e investimentos (SEBRAE, 2010).

Conforme a pesquisa Serasa Experian (2014) foram criados em total 160.348 novos empreendimentos em janeiro de 2014. Isso foi um recorde histórico comparado aos meses de janeiro anteriores desde 2010. A quantidade de novas empresas registradas representou um aumento de 8,8% em relação a janeiro de 2013. A pesquisa evidenciou, ainda, que o resultado obtido é reflexo da crescente formalização dos negócios no Brasil, sobretudo dos microempreendedores individuais, que configuram 74,2% do total dessas organizações.

Todavia, a alta taxa de mortalidade dessas empresas tem dificultado o desenvolvimento do empreendedorismo. A maioria dos novos empreendimentos não completa dois anos de atividade. Assim, com o intento melhorar essa situação e reduzir seus impactos, foi aprovado o Projeto de Lei (PL) Nº 71 que institui a disciplina de Noções de Empreendedorismo nas unidades escolares da rede municipal de ensino, assim, levando a educação empreendedora às escolas. O autor do projeto propôs que a disciplina fosse ministrada, de preferência, por professores com formação de nível superior e com conhecimentos técnicos na área, o que realça a importância da graduação de administração e o surgimento de cursos e programas sobre empreendedorismo em diversos níveis da educação (JURÍDICAS, 2014). O rápido crescimento tem exigido atenção das instituições acerca da qualidade desses cursos.

Este artigo tem como objetivo geral analisar a qualidade do Curso e a prática do Empreendedorismo na percepção dos alunos de graduação em Administração. Em sua consecução, delimita-se como objetivo específico identificar

os atributos que representam as expectativas dos alunos de Administração acerca do assunto.

Para tanto, utiliza-se a pesquisa exploratória com base em *survey* aplicado a 80 alunos do curso de graduação em Administração de três instituições privadas do ensino superior em Fortaleza.

Ademais, o artigo contempla, além desta introdução, o referencial teórico, a metodologia utilizada, a apresentação e discussão dos resultados e, por último, delimitam-se as considerações finais.

2 BASES DO EMPREENDEDORISMO

O movimento do Empreendedorismo, no Brasil, começou a tomar forma na década de 1990, quando entidades como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE e Sociedade Brasileira para Exportação de Software - Softex foram criadas. Desde então, diversos autores vêm discutindo o tema, a exemplo de Dornellas (2008) que conceitua o Empreendedorismo como o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades. Por conseguinte, a implantação dessas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso.

Assim, como ponto de partida, pode-se argumentar que o empreendedorismo está relacionado com a criação de empresas, novos produtos, saber agregar valores, identificar oportunidades e transformá-los em um negócio lucrativo, por meio de pessoas e processos trabalhando em conjunto.

Ferreira, Reis e Pereira (2002) interpretam o Empreendedorismo como a disposição de instituir negócios que geram empregos; de satisfazer alguma necessidade com a exploração de oportunidades e; de manter a inovação sistemática no negócio, diferenciando-o e mantendo-o competitivo. O Empreendedorismo é fundamental para a sociedade, podendo considerá-lo como a melhor ferramenta de criação de empregos em nível mundial. O Empreendedorismo, segundo os autores, é baseado em saber tomar decisões, ter iniciativas, entender falhas, ser flexível, ter visão de futuro, identificar oportunidades, ou seja, um empreendedor pre-

cisa ter um conjunto de atitudes que colaboram para transformar oportunidades em realidade.

Cruz Junior et al. (2006) acrescentam que a prática do Empreendedorismo se dava essencialmente pela redução de oportunidades em face das dificuldades socioeconômicas para aqueles que querem ingressar e se manterem no mercado de trabalho. Atualmente, torna-se comum às pessoas transformarem ideias em algo real com o intuito de ser dono do seu próprio negócio e obter lucro por meio da prática do Empreendedorismo por oportunidade.

Dornelas (2001) considera situações e fatos históricos para demonstrar que o espírito do Empreendedorismo está presente há tempos nos feitos da humanidade:

Um primeiro exemplo de definição de empreendedorismo pode ser creditado a Marco Polo, que tentou estabelecer uma rota comercial para o Oriente. Como empreendedor, Marco Polo assinou um contrato com um homem que possuía dinheiro (um capitalista) para vender as mercadorias deste. Enquanto o capitalista era alguém que assumia riscos de forma passiva, o aventureiro empreendedor assumia papel ativo, correndo todos os riscos físicos e emocionais. Na Idade Média o termo empreendedor foi utilizado para definir aquele que gerenciava grandes projetos de produção (DORNELAS, 2001, p. 9-10).

Percebe-se, que sempre existiu uma busca de alternativas econômicas para a geração de renda. Pessoas realizadoras que procuram recursos e correm riscos para iniciar algum negócio, são chamados de empreendedores, geralmente associados à inovação, à percepção de oportunidades e ao desenvolvimento econômico. Dornelas (2001) afirma que empreendedor é aquele que faz as coisas acontecerem, antecipa-se aos fatos e tem uma visão futura da organização. Segundo o autor, empreendedores são pessoas diferenciadas, que possuem motivação singular, são apaixonadas pelo que fazem e querem deixar um legado.

Corroborando, Chiavenato (2008) define o empreendedor como aquela pessoa que possui sensibilidade para os negócios, esperteza financeira e capacidade de identificar oportunidades, transformando ideias em realidade para benefício próprio e para benefício dos que o cercam. Por ter criatividade e um alto nível de energia, o empreendedor demonstra imaginação e perseverança, aspectos que o habilitam a transformar uma ideia em algo concreto e bem sucedido no mercado.

Pode-se dizer que o empreendedor é um visionário que enxerga as oportunidades, ao passo que traça estratégias para a implantação de seu negócio. Schumpeter (1934 apud MINTZBERG et al., 2000, p. 101) acrescenta que:

O que fizeram os empreendedores? Eles não acumularam nenhum tipo de bens, não criaram os meios de produção, mas empregaram os meios existentes de maneira diferente, mais apropriada, mais vantajosa. Eles “implantaram novas combinações” [...]. E seu lucro, o excedente, ao qual não corresponde nenhuma dívida, é um lucro empreendedor.

Verifica-se a importância da inovação por parte dos empreendedores, não apenas quando for criar algum empreendimento, mas também no desenvolvimento de suas atividades ligando-os a um processo de continuidade. É preciso levar em consideração as etapas desses processos, que devem ser cumpridas traçando os critérios que devem ser adotados para a idealização de novos produtos ou serviços. Seguindo o pensamento de Schumpeter (1934 apud MINTZBERG et al., 2000), agindo dessa maneira, o empreendedor estará criando novas maneiras de se fazerem coisas novas.

Apesar dos riscos, as pessoas buscam realizar-se profissionalmente por meio do negócio próprio. Está claro que o desenvolvimento das habilidades empreendedoras coloca-as em melhores condições para enfrentar um mundo em constante mudança e oferece vantagens também àqueles que preferem disputar a cor-

rida a um emprego (DOLABELA, 2008). No Quadro 1, são apresentadas algumas características e práticas empreendedoras que preparam as pessoas para ser empreendedores. Como pode ser observado, empreendedores são pessoas que gostam de desafios e são proativos.

cesso empreendedor pode ser assimilado por qualquer pessoa, e o sucesso será consequência de fatores internos e externos ligados ao negócio, ao perfil do empreendedor e de como ele gerencia as adversidades que pode encontrar diariamente.

Características	Comportamento Empreendedor
Oportunidade e Iniciativa	Age com proatividade, antecipando-se às situações
	Aproveita oportunidades incomuns
Persistência	Não desiste diante de obstáculos
	Esforça-se além da média para atingir seus objetivos
Riscos Calculados	Procura e avalia alternativas para tomar decisões
	Busca reduzir as chances de erro
Qualidade e Eficiência	Cria procedimentos para cumprir prazos e padrões de qualidade
Comprometimento	Traz para si mesmo as responsabilidades sobre sucesso e fracasso
	Atua em conjunto com a sua equipe para atingir os resultados
Busca de Informações	Investiga sempre como oferecer novos produtos e serviços
Estabelece Metas	Percebe que objetivos desafiantes são importantes para si mesmo
	Tem clara visão do longo prazo
	Cria objetivos mensuráveis, com indicadores de resultado
Planejamento e Monitoramento Sistemáticos	Enfrenta grandes desafios, agindo por etapas
	Acompanha os indicadores financeiros e os leva em consideração no momento da tomada de decisão
Persuasão e Rede de Contatos	Cria estratégias para conseguir apoio para seus projetos
	Obtém apoio de pessoas-chave para seus objetivos
Independência e Autoconfiança	Confia em suas próprias opiniões mais do que nas dos outros
	É otimista e determinado, mesmo diante da oposição
	Transmite confiança em sua capacidade

Quadro 1 - Características empreendedoras

Fonte: adaptado de Empretec (2014).

O desejo de se tornar empreendedor e de dar início ao seu próprio negócio surge, conforme Chiavenato (2008), de diversos fatores; entre esses, estão os recursos financeiros excedentes ou ganhos recentes que se pretende investir, experiência profissional em determinado negócio, conhecimentos de Administração, gosto pela independência e autonomia e visualização de uma necessidade ou oportunidade de mercado.

Dolabela (2008) argumenta que, para entrar no mundo empresarial, seria importante

que o empreendedor realizasse uma autoavaliação refletindo sobre aspectos de sua personalidade como capacidade de assumir riscos, autoconfiança, talento, além de ser líder e criativo, sempre inovando e buscando o diferencial para se destacar entre os concorrentes diante do mercado.

Assim, para se tornar empreendedor, ele deve considerar as características do perfil empreendedor, desenvolver suas habilidades e colocá-las em prática. Sob essa visão, Dornellas (2005) argumenta que o ensino do pro-

O processo empreendedor envolve as atividades, funções e ações relacionadas com a criação de algo novo. O processo inicia quando algum fator possibilita o início de um novo negócio ou permite transformar uma ideia em algo real. Fatores externos, pessoais, ambientais e sociais exercem influência sobre a pessoa que se torna empreendedora. Os fatores como ter visão, identificar e desenvolver ideias por meio do conceito de negócios, montar estratégias e obter recursos necessários, como capital, tecnologia e equipamentos atuam diretamente no processo empreendedor, sendo esses fatores que impulsionam o empreendedor a identificar a oportunidade do negócio.

As atividades do processo empreendedor exigem tempo por parte do empreendedor; além disso, exigem uma combinação de percepção, direção, dedicação e muito trabalho. E, para tanto, conduz ao ensino da Administração e do próprio Empreendedorismo para o empreendedor se tornar mais qualificado e competitivo no mercado que exige cada vez mais dos seus atores.

3 O ENSINO DE ADMINISTRAÇÃO E DO EMPREENDEDORISMO

A primeira Instituição da América Latina a criar Cursos de Bacharelado em Administração Pública e em Administração de Empresas foi a Fundação Getúlio Vargas (FGV), em 1952, por meio da FGV do Rio de Janeiro, mantenedora da Escola Brasileira de Administração Pública (EBAP) - criada com o apoio da Organização das Nações Unidas (ONU) e a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) (CUNHA, 2004).

A Fundação Getúlio Vargas, com o objetivo de formar especialistas em técnicas de Administração Empresarial, preocupou-se com a criação de uma escola destinada especificamente para a preparação de administradores de empresas, ligada ao mundo empresarial. Foi a partir da visão da EBAP que o País deu início ao estudo sistemático da Administração como ciência. Segundo Cunha (2004), esta situação

permitiu, em 1954, a criação da Escola de Administração de Empresas de São Paulo (EAESP). As primeiras turmas de administradores do continente foram formadas pela EBAP e pela EAESP, em meados dos anos 50.

A partir desse momento histórico, houve um grande crescimento dos cursos de graduação em Administração proporcionada por diversos fatores, com o objetivo de estimular a criação e o desenvolvimento contínuo, preparar pessoas para serem inseridas no mercado de trabalho, incentivar a procura em adquirir novos conhecimentos, despertar o desejo permanente de aperfeiçoamento tanto pessoal como profissional.

Diante desse contexto, o estudante do curso de Administração deve aprender a analisar situações adversas, sejam elas científicas, técnicas, sociais, econômicas ou culturais. Deve, ainda, entender o processo da tomada de decisão levando em consideração opiniões de pessoas que entendem do assunto, ter flexibilidade e saber se adaptar em qualquer situação independente do segmento do campo de atuação (BRASIL, 2005).

A fim de contribuir para o processo de melhoria da qualidade do ensino de Administração no Brasil, foram constituídos a Câmara de Formação Profissional (CFP) e o Conselho Federal de Administração. Acredita-se que a inserção dos profissionais de Administração no mercado de trabalho está altamente ligada a sua qualificação acadêmica. Ainda mais, o Conselho Federal de Administração formou parceria com a Associação Nacional dos Cursos de Graduação em Administração (ANGRAD), com o Ministério da Educação (MEC) e com a Secretaria de Micro e Pequena Empresa da Presidência da República para uma maior integração entre as entidades ligadas à Administração (CONSELHO FEDERAL DE ADMINISTRAÇÃO, 2014).

Percebe-se a relevância da qualidade do ensino da Administração para a formação acadêmica e profissional, o que contribui diretamente na perspectiva do empreendedorismo. De forma mais abrangente, Dolabela (2008) afirma que todos os níveis de ensino, desde a

educação infantil até o ensino superior devem investir na prática de ensino das habilidades empreendedoras, pois elas são fundamentais para se exercer qualquer profissão, além de ajudar na formação de melhores empreendedores, melhores empresas e numa maior geração de riqueza para o País.

Nesse contexto, Rocha e Bacchi (2010) afirmam que o ensino do Empreendedorismo é praticado por diversas Instituições de Ensino Superior (IES), sobretudo nos cursos de Administração em que uma das principais bases de referência adotadas por essas IES para a inclusão do ensino de Empreendedorismo é o Projeto de Ensino Universitário de Empreendedorismo (PEUE), por meio do qual as instituições inserem procedimentos relacionados à cultura e ao ensino do Empreendedorismo.

O ensino de Administração junto com o ensino de Empreendedorismo formam um composto educacional importante e capaz de propiciar a ampliação da capacidade inovadora, a geração de novos negócios e, por conseguinte, o crescimento econômico. Todavia, requer, segundo Gralik et al. (2009) a atenção das IES no estabelecimento de práticas que possibilitem que empreendedores em potenciais sejam auxiliados com qualidade nesses requisitos.

4 EXPECTATIVAS NA COMPRA DE SERVIÇOS EDUCACIONAIS

Segundo Clarke (2001) tudo que permanece de um serviço prestado é aquilo que se lembra dele de maneira como ele respondeu às expectativas. Fornecer serviços de qualidade não é mais simplesmente uma questão de opção. É um diferencial, que vai fazer com que o serviço ganhe destaque diante do mercado competitivo. De acordo com os autores Lovelock e Wright (2006), as expectativas podem ser entendidas como padrões internos que os clientes utilizam para julgar a qualidade de uma experiência de serviço. Essas expectativas são influenciadas, sobretudo, por suas experiências anteriores como usuários.

Quando um serviço já é conhecido e esse

mesmo serviço é utilizado com outro fornecedor, surge um sentimento de comparação. Esse sentimento serve pra julgar as experiências já vividas anteriormente e, dessa forma, saber a partir de suas expectativas que serviço foi oferecido e desenvolvido da melhor maneira e qual tem a melhor qualidade. Todavia, o processo de percepção da qualidade é um tanto complexo, pois envolve aspectos subjetivos do indivíduo (GRÖNROOS, 2003). O autor argumenta que uma boa qualidade constata quando ela é experimentada e atende às expectativas do cliente. Além disso, Corrêa e Caon (2002) afirmam que uma gestão da qualidade eficiente é responsável por gerar níveis de satisfação que garantam que os usuários fiquem fidelizados.

A educação universitária insere-se no contexto da instituição prestadora de serviços educacionais. Nessa perspectiva, Neves e Ramos (2002) advertem que para ser bem sucedida na oferta de serviços, uma instituição educacional deve lidar eficazmente com seus públicos e gerar alto nível de satisfação. Assim, a vantagem competitiva passa a depender principalmente da qualidade e do valor dos bens e serviços que oferece e, para fortalecer a posição no mercado, necessita-se entregar um serviço superior às expectativas dos clientes para garantir a sua satisfação.

Segundo Mainardes, Domingues e Deschamps (2009), vários estudos avaliaram a qualidade das IES, examinando diversos atributos. No final, foram encontrados 63 atributos diferentes para avaliar a percepção dos estudantes quanto à qualidade de uma Instituição de Ensino Superior. Foram analisados os aspectos referentes ao curso, à gestão da IES, à própria IES, ao corpo docente, à equipe administrativa da IES e, ainda, àqueles aspectos ligados ao mercado de trabalho.

Diante deste contexto, apresenta-se o quadro, adaptado, que compõe os grupos e cada atributo que foi utilizado para elaboração do questionário utilizado na parte empírica da presente pesquisa.

Grupo	Qualidade das IES	Grupo	Qualidade das IES
Administração da IES	Compromisso da direção da IES com os serviços educacionais	Mercado de Trabalho	Reputação do curso e da IES
	Controle de qualidade na IES		Conteúdo aprendido para empregabilidade
	Funcionários e professores da IES		Diploma do curso para o mercado
	Serviços administrativos da IES		Qualidade do curso na formação para o trabalho em equipe
	Serviços em geral oferecidos pela IES		Qualidade do curso visando beneficiar a sociedade
	Soluções de Problemas pela IES		Qualidade do curso para o mercado de trabalho
Curso	Avaliações realizadas pelos professores	Equipe Adm. IES	Cortesia, honestidade, confiança, empatia e segurança dos funcionários da IES
	Disciplinas oferecidas no curso		Pessoal administrativo disponível
	Forma de ensinar pelos professores		Treinamento dos funcionários da IES
	Ambiente do curso na IES		Relacionamento dos funcionários da IES com alunos
	Curso comparado ao valor da mensalidade		
	Estímulo à aprendizagem		
IES	Estrutura, equipamentos e instalações da IES	Professores	Apresentação de conteúdos e aulas pelos professores
	Identificação de oportunidades de melhoria		Vontade dos professores em ajudar e disponibilidade de acesso e tempo para orientação
	Qualidade da IES com relação a inovação		Métodos de ensino utilizados pelos professores
	Qualidade da IES no desenvolvimento de novos cursos		Competência e conteúdos ministrados no curso
	Ofertas extras de cursos e atividades		Formação, atualização, conhecimentos práticos, experiência, capacidade de ensino e quant. de docentes.
	Proteção dos alunos a perigos, riscos ou dúvidas		Sistemas informatizados usados pelos professores

Quadro 2 - Qualidade das IES

Fonte: adaptado de Mainardes, Domingues e Deschamps (2009).

Cabe acrescentar que a avaliação de serviços é uma tarefa bem mais complexa que avaliar produtos. Realizar a avaliação do desempenho de uma instituição de ensino enquanto produto consumido individualmente é uma tarefa ainda mais desafiadora, uma vez que não se devem considerar tão somente os benefícios que a pessoa obtém com a educação, mas especialmente à medida que a educação formal pode concorrer em benefício da própria sociedade.

5 METODOLOGIA

Considerando que a metodologia de um trabalho está associada a caminhos, formas, maneiras e procedimentos para atingir determinado objetivo final (VERGARA, 2000), este artigo é desenvolvido sob orientação de pesquisa descritiva, conforme argumentos de Gil (2008) ao indicar a natureza descritiva quanto à pesquisa possui como objetivo a descrição das características de uma população, fenômeno ou de uma experiência.

No âmbito empírico, o estudo desenvolvido dá-se por meio de uma *survey*. Malhotra

(2006) argumenta que o método de *survey* envolve um questionário estruturado aplicado em uma amostra da população e destinado a obter informações específicas dos entrevistados. O autor afirma que o método *survey* se baseia no interrogatório dos participantes, aos quais se fazem várias perguntas sobre seu comportamento, intenções, atitudes, percepção, motivações, características demográficas e de estilo de vida.

A amostra se dá por acessibilidade e o instrumento de pesquisa é caracterizado por um questionário aplicado a 80 alunos do curso de Administração de três instituições de ensino superior em Fortaleza. Para coletar as informações, foi utilizado um questionário contendo três partes; a primeira foi para compor a caracterização do aluno como: semestre; nível do curso, área profissional, idade, gênero e benefícios, este último, a exemplo do FIES e do Prouni. A segunda parte tratou das práticas empreendedoras adquiridas a partir do curso de graduação, na percepção dos alunos de administração. E a terceira, analisou a qualidade do curso de Administração referente a 34 atributos divididos em 6 grupos: Administração das IES, Curso, IES, Mercado de Trabalho, Equipe Administrativa da IES e Professores, também na percepção dos alunos.

Destaca-se que, na segunda e terceira parte do instrumento de pesquisa, foi utilizada a Escala Likert, para mensurar o grau das respostas, em que variam de um extremo a outro, considerando 1- Extremamente Fraco; 2- Fraco; 3- Moderado; 4- Forte e 5- Extremamente Forte. A realização dessa parte empírica da pesquisa deu-se entre os meses de maio e junho de 2014.

Para a tabulação dos dados, utilizou-se de uma planilha eletrônica Excel, em que foram geradas medidas estatísticas como a média, a moda e o desvio padrão. A análise dos dados se deu considerando as maiores e menores médias obtidas.

6 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Este tópico contempla a análise e a discussão dos resultados dos dados oriundos da pesquisa, mediante aplicação do questionário a 80 alunos do curso de graduação em administração de instituições privadas do ensino superior.

6.1 PERFIL DAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR

A composição do ambiente de pesquisa é caracterizada de amostra por acessibilidade em que alunos de três instituições privadas do ensino superior na Região Metropolitana de Fortaleza responderam ao questionário aplicado em sala de aula, esboçando, assim, a caracterização das instituições de ensino superior.

A primeira instituição, considerada aqui no estudo como Z, possui 40 anos de atuação em ensino, atualmente com mais de 330 mil alunos e presente em 20 estados e no Distrito Federal, integrando universidade, centros universitários e faculdades. A segunda instituição, tratada aqui como X, é instalada em um campus de 720 mil metros quadrados, com cerca de 300 salas de aula e mais de 230 laboratórios especializados; possui também um corpo docente composto por 1.200 professores, sendo mais de 80% mestres e doutores. A terceira instituição, denominada aqui como Y, tem três sedes situadas em Fortaleza, possui biblioteca com acervo que conta com mais de 56.000 títulos, espaço cultural com atividades artísticas e culturais desenvolvidas tanto pela comunidade acadêmica quanto pelos artistas da região, oportunidades de estágio monitorado para seus alunos e curso de extensão.

6.2 PERFIL DOS ALUNOS RESPONDENTES

Considerando as respostas recebidas na primeira parte do trabalho, a caracterização dos respondentes pode ser resumida da seguinte forma: Predominância do gênero feminino (52,50% de respondentes); a maioria (66,25% de respondentes) tem até 30 anos de idade, estão cursando o 7º semestre do curso (50% de respondentes), com o nível de graduação em bacharelado (78,5% de respondentes) e em graduação executiva (20% de respondentes); a maioria (47,50% de respondentes) não possui nenhum tipo de benefício a exemplo do Fies ou Prouni. Acerca da atuação profissional, 36,25% dos respondentes exerce atividades em empresas além da atividade acadêmica e estas estão concentradas na área de serviços.

6.3 PERCEPÇÃO SOBRE AS PRÁTICAS EMPREENDEDORAS

Na segunda parte do estudo, foram coletadas informações sobre a percepção que os alu-

nos têm quanto à prática do empreendedorismo adquiridas a partir do curso de Administração. Os dados foram tabulados por meio do *software* Microsoft Excel. A tabela 1 mostra, a seguir, os resultados compilados nesta parte da pesquisa.

Tabela 1 - Práticas empreendedoras

Características Empreendedoras	N	Não Responderam	FREQUÊNCIA					Média	Moda	Desvio Padrão
			1	2	3	4	5			
Age com proatividade, antecipando-se às situações.	80	3	1	2	28	34	12	3,70	4	0,81216
Não desiste diante de obstáculos	80	3	0	0	14	41	22	4,10	4	0,68026
Esforça-se além da média para atingir seus objetivos	80	2	0	2	16	40	20	4,00	4	0,75593
Procura e avalia alternativas para tomar decisões	80	3	0	1	15	40	21	4,05	4	0,72359
Cria procedimentos para cumprir prazos e padrões de qualidade	80	2	1	3	17	43	14	3,85	4	0,80706
Atua em conjunto com a sua equipe para atingir os resultados	80	3	0	2	20	37	18	3,92	4	0,77402
Percebe que objetivos desafiantes são importantes para si mesmo	80	3	1	0	14	40	22	4,06	4	0,76670
Tem clara visão do longo prazo	80	4	1	5	29	30	11	3,59	4	0,86684
Cria objetivos mensuráveis, com indicadores de resultado	80	4	3	8	32	20	13	3,42	3	1,02324
Enfrenta grandes desafios, agindo por etapas	80	2	1	1	27	37	12	3,74	4	0,78021
Acompanha os indicadores financeiros e os leva em consideração no momento de tomada de decisão	80	3	1	7	31	29	9	3,49	3	0,86790
Cria estratégias para conseguir apoio para seus projetos	80	2	1	3	30	31	13	3,67	4	0,84771
Obtém apoio de pessoas chave para seus objetivos	80	3	0	5	23	33	16	3,78	4	0,85260
Confia em suas próprias opiniões mais do que nas dos outros	80	2	0	1	28	39	10	3,74	4	0,69199
É otimista e determinado mesmo diante da oposição	80	3	0	2	23	34	18	3,88	4	0,79429
Transmite confiança na sua capacidade	80	3	0	2	14	40	21	4,04	4	0,75117

Fonte: dados da Pesquisa (2014).

Essa parte da pesquisa permitiu o estudo das características empreendedoras que os alunos de administração perceberam ter adquirido a partir do curso.

Analisando-se os resultados na Tabela 1, em geral, pode ser observado que as respostas se concentram mais entre 3 e 4, ou seja, a média das respostas pode ser considerada entre moderada e forte, com moda em 4, em outras palavras, foi onde se obteve o maior número de observações, referente à quantidade de respostas obtidas.

A partir do entendimento que o desvio padrão mostra o quanto de variação ou dispersão existe em relação à média, pode-se concluir que os valores originais das repostas tendem a estar, em geral, bem próximos da média de acordo com os resultados apresentados. Pode-se dizer que os respondentes estão bastante homogêneos nas suas respostas.

Os resultados demonstram a percepção dos alunos sob a prática do empreendedorismo a partir do curso de administração. De acordo com a pesquisa, a maioria dos estudantes, o que representou 45,99% dos respondentes, possui uma característica forte em relação à prática do empreendedorismo, desenvolvidas através do curso de Administração. Eles perceberam que essas características vão além de obter seu próprio negócio e que podem ser utilizadas no dia a dia, seja no ambiente de trabalho, educacional ou familiar.

A pesquisa evidenciou que o atributo - não desistir diante dos obstáculos - referentes à prática do empreendedorismo obteve a maior média observada na Tabela 1. Portanto, este atributo pode ser considerado determinante, referente às habilidades desenvolvidas pelos alunos associadas às práticas empreendedoras.

Ademais, observa-se que o atributo que obteve a menor média foi - *criar objetivos mensuráveis com indicadores de resultado*. Considerando que os alunos, apesar de terem objetivos, não levam em conta a questão de medir os resultados, de comparar o melhor em relação ao pior, qual o melhor caminho a seguir para alcançar esse objetivo de uma maneira mais rápida e mais eficaz. Podem até fazer, mas não

o praticam com a mesma frequência quando comparados aos outros atributos.

Por fim, depois da análise sobre a percepção das características empreendedoras, colocadas em prática a partir do curso de Administração, achou-se importante mensurar a qualidade do curso de modo geral.

6.4 ANÁLISE DA QUALIDADE DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

O principal intento dessa terceira parte do trabalho foi identificar os atributos referentes à qualidade do Curso de Administração na percepção dos alunos de graduação, tentando, inicialmente, identificar os que mais contribuíram e os que realmente fazem a diferença em relação à qualidade do Curso, conforme apresenta a tabela a seguir.

Tabela 2 - Grau da qualidade do Curso de Administração

GRUPO	Qualidade do Curso de Administração	N	FREQUÊNCIA					Média	Moda	Desvio Padrão	
			Não Resp.	1	2	3	4				5
Adm. IES	Compromisso da direção da IES com os serviços educacionais	80	8	6	7	36	18	5	3,13	3	0,97775
	Controle de qualidade na IES	80	6	5	12	32	22	3	3,08	3	0,94734
	Funcionários e professores da IES	80	6	1	3	37	27	6	3,46	3	0,76192
	Serviços administrativos da IES	80	6	5	16	26	23	4	3,07	3	1,01132
	Serviços em geral oferecidos pela IES	80	7	3	12	33	21	4	3,15	3	0,90786
	Soluções de Problemas pela IES	80	11	10	14	24	19	2	2,84	3	1,07953
Curso	Avaliações realizadas pelos professores	80	3	1	5	29	36	6	3,53	4	0,78781
	Disciplinas oferecidas no curso	80	3	1	7	25	35	9	3,57	4	0,86494
	Forma de ensinar pelos professores	80	3	1	7	36	26	7	3,40	3	0,83129
	Ambiente do curso na IES	80	3	3	10	27	31	6	3,35	4	0,94265
	Curso comparado ao valor da mensalidade	80	4	5	15	29	18	9	3,14	3	1,07955
	Estímulo à aprendizagem	80	3	5	10	28	29	5	3,25	4	0,98883
IES	Estrutura, equipamentos e instalações da IES	80	5	4	12	28	27	4	3,20	3	0,95860
	Identificação de oportunidades de Melhoria	80	7	6	14	28	22	3	3,03	3	0,99962
	Qualidade da IES com relação à inovação	80	7	5	13	31	22	2	3,04	3	0,93450
	Qualidade da IES no desenvolvimento de novos cursos	80	5	4	11	35	21	4	3,13	3	0,92024
	Proteção dos alunos a perigos, riscos ou dúvidas	80	6	11	10	28	21	4	2,96	3	1,11576
	Ofertas extras de cursos e atividades	80	6	8	12	23	28	3	3,08	4	1,06959
Merc. Trabalho	Reputação do curso e da IES	80	6	1	4	39	24	6	3,41	3	0,77493
	Conteúdo aprendido para empregabilidade	80	4	0	6	32	32	6	3,50	3 e 4	0,75719
	Diploma do curso para o mercado	80	4	1	3	33	29	10	3,58	3	0,82078
	Qualidade do curso na formação para o trabalho em equipe	80	5	2	4	27	35	7	3,55	4	0,84299
	Qualidade do curso visando beneficiar a sociedade	80	7	3	6	30	27	7	3,40	3	0,92406
	Qualidade do curso para o mercado de trabalho	80	7	1	4	29	26	13	3,63	3	0,88986

Equipe Adm. IES	Cortesia, honestidade, confiança, empatia e segurança dos funcionários da IES	80	5	5	17	30	17	6	3,03	3	1,02632
	Pessoal administrativo disponível	80	5	10	15	32	15	3	2,81	3	1,03576
	Relacionamento dos funcionários da IES com alunos	80	7	4	19	27	16	7	3,04	3	1,04667
	Treinamento dos funcionários da IES	80	5	5	21	27	16	6	2,96	3	1,04545
Professores	Apresentação de conteúdos e aulas pelos professores	80	6	0	5	34	28	7	3,50	3	0,76301
	Vontade dos professores em ajudar e disponibilidade de acesso e tempo para orientação	80	6	2	12	31	20	9	3,30	3	0,97545
	Métodos de ensino utilizados pelos professores	80	6	2	8	31	23	10	3,42	3	0,95094
	Competência e conteúdos ministrados no curso	80	8	1	4	29	29	9	3,57	3 e 4	0,83626
	Formação, atualização, conhecimentos práticos, experiência, capacidade de ensino e quantidade de docentes	80	5	0	6	27	34	8	3,59	4	0,79003
	Sistemas informatizados usados pelos professores	80	5	3	7	26	32	7	3,44	4	0,93346

Fonte: dados da Pesquisa (2014).

Com o intuito de analisar a qualidade do curso na percepção dos estudantes referente aos atributos que contribuem para a qualidade deste, utilizou-se das medidas mais usadas da estatística que são a média, a moda e o desvio padrão.

Observando a Tabela 2, pode-se perceber que o atributo Qualidade do Curso para o Mercado de Trabalho, do Grupo Mercado de Trabalho obteve a maior média (3,63) de todos os atributos e ficou classificado como primeiro lugar, seguido do atributo Formação, atualização, conhecimentos práticos, experiência, capacidade de ensino, quantidade de docentes (3,59) do grupo professores, Diploma do curso para o mercado, também do grupo Mercado de Trabalho (3,58), havendo médias iguais os atributos Competência e conteúdos ministrados no curso e Disciplinas oferecidas no curso (3,57); o primeiro pertence ao grupo professores e, o último, pertence ao grupo curso. Esses cinco atributos foram avaliados como os de melhor desempenho pelos alunos.

Quanto aos piores atributos posicionados pela média, pode-se constatar Pessoal administrativo disponível (2,81), Soluções de Problemas pela IES (2,84), Proteção dos alunos a perigos, riscos ou dúvidas e Treinamento dos funcionários da IES (2,96). Esses atributos foram considerados respectivamente de moderado a fraco, o que representa certa insatisfação dos alunos. Dessa maneira, sugere-se que esses atributos sejam corrigidos pelas IES o quanto antes, pois esses fatores não estão satisfazendo aos estudantes.

De acordo com os dois últimos parágrafos e analisando a Tabela 2 como um todo, pode-se perceber, dentre os já citados anteriormente, os atributos que mais se destacaram, tanto positivamente como negativamente, ou seja, os mais significativos. O que obteve melhor desempenho foi a Qualidade do Curso para o Mercado de Trabalho, pois esse atributo influencia positivamente na percepção que os

alunos têm em relação ao curso. O pior desempenho foi o atributo Pessoal Administrativo Disponível. Assim, deve receber mais atenção e ser mais trabalhado para mudar esse quadro, pois prejudica o conceito que os alunos têm em relação às IES.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A prática do empreendedorismo incentivou o desenvolvimento e o crescimento econômico do país. Apesar de o Brasil ser considerado um dos países mais empreendedores em nível mundial, a mortalidade precoce das empresas ainda é constante. Com a intenção de mudar essa situação, testemunha-se a aceleração de cursos e programas sobre empreendedorismo em diversos níveis da educação. Diante disso, as instituições privadas no Brasil devem estar atentas com essa expansão contínua. Torna-se importante e ético que toda a equipe acadêmica, gestores, dirigentes, docentes e pesquisadores cumpram com os compromissos assumidos com os alunos da instituição, para que esse crescimento não aconteça de forma desorganizada e a IES possa oferecer um curso de qualidade.

Assim, o estudo permitiu identificar o perfil de três instituições privadas do ensino superior, do curso de Administração no Município de Fortaleza. A Instituição Z integra universidades, centros universitários e faculdades, com milhares de alunos e com 40 anos de atuação em ensino. A instituição X possui um corpo docente altamente qualificado, sendo a maioria mestres e doutores. A terceira instituição, denominada Y, oferece um acervo de livros em sua biblioteca com mais de 56.000 registros, além de várias atividades e cursos de extensão oferecidos a seus alunos.

De acordo com a pesquisa, quanto à percepção acerca das práticas empreendedoras desenvolvidas a partir do curso de Administração, observa-se que cerca de 46% dos estudantes consideram possuir um grau de práticas empreendedoras forte. A atenção dos estudantes voltou-se para a percepção do atributo - Não desiste diante dos obstáculos, considerado de-

terminante, pois foi o que obteve a maior média. Os estudantes consideram-se persistentes, vão em busca de atingir seus objetivos, buscam realizar seus sonhos e, independentemente das dificuldades encontradas no caminho, não costumam desistir de seus sonhos.

O que obteve o menor desempenho foi a prática empreendedora a qual cria objetivos com indicadores de resultado. Os alunos perceberam que não desenvolveram essa prática com tanta frequência: apesar de criar objetivos, traçar metas, eles não levam em consideração mensurar o melhor caminho, forma ou procedimento que seguiu para alcançar determinado resultado. Por essa razão, obteve a menor média, indicando que essa prática foi pouco desenvolvida ao longo do Curso.

No que se refere à percepção dos alunos sobre a qualidade do curso de Administração, o estudo evidencia que determinados atributos vem carregados de maior peso e importância, por exemplo, a Qualidade do Curso para o Mercado de Trabalho, considerado o atributo mais importante, pois foi o que obteve a maior média. Os alunos levam em consideração o fato de que a área de Administração é ampla e torna-se essencial para a qualidade do curso para a sua inserção em alguma dessas áreas, pelo motivo de ser abrangente e reconhecido.

O pior desempenho foi o atributo Pessoal Administrativo Disponível. Pelo resultado negativo apresentado, deve ser revisto pelas três instituições. Os alunos precisam de pessoas que resolvam seus problemas acadêmicos e financeiros relacionados a seu curso. Precisam de informações sobre alguns processos, formas ou procedimentos que devem ser tomados sobre determinados assuntos. Para isso, precisam de pessoas treinadas, capacitadas, que estejam disponíveis e que resolvam esses problemas de maneira mais rápida e eficaz.

Dessa forma, pode-se dizer que as práticas empreendedoras podem ser desenvolvidas por meio do ensino do Empreendedorismo, e que essas habilidades podem ser percebidas ao longo do Curso de Administração.

Em relação à qualidade do Curso de Ad-

ministração, pode-se dizer que o diferencial está no serviço oferecido, ou seja, quando essa qualidade não somente atende às necessidades dos clientes (alunos), mas quando supera as suas expectativas.

Diante do exposto, pode-se dizer que a pesquisa cumpriu os objetivos estabelecidos. Todavia, sugere-se que, em pesquisas futuras, seja ampliado o tamanho da amostra para 200 respondentes, a qual se utiliza para um universo tido como infinito.

ANALYSIS OF THE QUALITY OF THE COURSE AND THE PRACTICE OF ENTREPRENEURSHIP IN THE PERCEPTION OF UNDERGRADUATE BUSINESS ADMINISTRATION STUDENTS

ABSTRACT

The practice of entrepreneurship has contributed to the economic growth of Brazil. However, the early death of firms is still a problem. With the intention of changing this situation, entrepreneurial courses at various levels of education are created. This requires the attention of the institutions in terms of quality evaluation of these courses. In this perspective, the overall quality of the entrepreneurial course and practice of entrepreneurship is analyzed in the perception of undergraduate students in Business Administration. As well are identified the attributes that represent the expectations of the students on the subject. To achieve the objectives, a research is done applying a survey to 80 students of the degree courses in management of three private higher education institutions in Fortaleza. The main results of the study evidenced that about 46% of the students believed to have strongly developed their entrepreneurial practices. The attribute with the highest performance in relation to the perception of the students on the quality of entrepreneurial courses was the Quality of the Course for the Labor Market, which was considered a deter-

minant factor for the success of undergraduate Management Courses.

Keywords: Perception of Students. Entrepreneurial Practices. Quality of the Management Course.

1 Artigo apresentado ao **XXI CIAED – Congresso Internacional de Educação a Distância**, no ano de 2015, na cidade de Bento Gonçalves – Rio Grande do Sul. Autores: Lucas Renan Monteiro de Oliveira, Ellen Campos Sousa e Marcos Antonio Chaves Ricarte.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Conselho Nacional de Educação. Câmara de Educação Superior. **Projeto da Resolução CNE/CES nº 1/2004, que institui as Diretrizes Curriculares Nacionais (DCN) do curso de Graduação em Administração**. 2005. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/2005/ces_23_2005.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2014.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilização de novas empresas: um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio**. São Paulo: Saraiva, 2008.

CLARKE, Greg. **Marketing de serviços e resultados**. São Paulo: Futura, 2001.

CONSELHO FEDERAL DE ADMINISTRAÇÃO. **História da Administração**. Disponível em: <<http://www.cfa.org.br/administracao/historia-da-profissao>>. Acesso em: 20 abr. 2014.

CORRÊA, Henrique Luiz; CAON, Mauro. **Gestão de serviços: lucratividade por meio de operações e de satisfação dos clientes**. São Paulo: Atlas, 2002.

CRUZ JÚNIOR, João Benjamim et al. Empreendedorismo e educação empreendedora: confrontação entre a teoria e prática. **Revista de Ciências da Administração**, Santa Catarina, v.8, n.15, p.22, jan./jun. 2006.

- CUNHA, Marciano de Almeida. **A expansão do ensino de administração em Curitiba e região metropolitana no período de 1997 a 2002**. Curitiba: [s.n.], 2004. Disponível em: <http://www.ead.fea.usp.br/semead/9semead/resultado_semead/trabalhosPDF/431.pdf>. Acesso em: 27 maio 2014.
- DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- _____. _____. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2005.
- _____. **Empreendedorismo corporativo**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- EMPRETEC. **Características empreendedoras desenvolvidas no Empretec**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/Programas/Conhe%C3%A7a-as-10-caracter%C3%ADsticas-empreendedoras-desenvolvidas-no-Empretec>>. Acesso em: 1 maio 2014.
- FERREIRA, Ademir Antonio; REIS, Ana Carla Fonseca; PEREIRA, Maria Isabel. **Gestão empresarial: de Taylor aos nossos dias**. São Paulo: Pioneira Thomson Learnig, 2002.
- GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- GRALIK, Elizabeth et al. Ensino em empreendedorismo no curso de Administração em duas instituições de ensino superior públicas do estado do Paraná. **Ciências sociais aplicadas em revista**, Marechal Cândido Rondon, v. 9, n. 16, 2009.
- GRÖNROOS, Christian. **Marketing: gerenciamento de serviços**, 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- IBGE. **Economia brasileira cresce 2,3% em 2013, segundo IBGE**. Disponível em: <<http://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2014/02/27/economia-brasileira-cresce-23-em-2013-segundo-ibge.htm>>. Acesso em: 1 abr. 2014.
- JURÍDICAS. **LEI (PL) Nº 71**. Disponível em: <<http://economia.estadao.com.br/noticias/economia-brasil,mercado-eleva-a-projecao-de-inflacao-em-2014-para-6-11,179730,0.htm>>. Acesso em: 11 jun. 2014.
- LOVELOCK, Christopher; WRIGHT, Lauren. **Serviços: marketing e gestão**. São Paulo: Saraiva, 2006.
- MAIRNARDES, Emerson Wagner; DOMINGUES, Maria José Carvalho de Souza; DESCHAMPS, Marcelo. Avaliação da qualidade nos serviços educacionais das instituições de ensino superior em Joinville, SC. **Revista de Gestão USP**, São Paulo, v.16, n.1, p. 17-32, jan./mar. 2009. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/rege/article/viewFile/36659/39380>>. Acesso em: 30 abr. 2014.
- MALHOTRA, Naresh. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 4. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2006.
- MINTZBERG, Henri et.al. **Safári de estratégias: um roteiro pela selva do planejamento estratégico**. Porto Alegre: Bookman, 2000.
- NEVES, Adriane Bayerl; RAMOS, Cleber Fagundes. A imagem das instituições de ensino superior e a qualidade do Ensino de graduação: a percepção dos acadêmicos do curso de Administração. **Revista de Economia e Administração**, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 75 - 83, jan./mar. 2002.
- ROCHA, Estevão Lima de Carvalho; BACCHI, Gino Augusto. Ensino de Empreendedorismo nos Cursos de Graduação em Administração na Cidade de Fortaleza: um estudo comparativo dos conteúdos e instrumentos pedagógicos.

In: ENCONTRO DA ANPAD, 34., 12 p., set. 2010, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2010.

SEBRAE. **Empreendedorismo no Brasil.** 2010. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/livro_gem_2010.pdf>. Acesso em: 1 abr. 2014.

SERASA EXPERIAN. Janeiro registra recorde de novas empresas, afirma Serasa Experian. 2014. Disponível em: <<http://noticias.serasaexperian.com.br/janeiro-registra-recorde-de-novas-empresas-afirma-serasa-experian/>>. Acesso em: 20 abr. 2014

VERGARA, Sylvia Constant. **Projeto e relatório de pesquisa em administração.** São Paulo: Atlas, 2000.