

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO – UFMA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS – CCSO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS E ADMINISTRAÇÃO – DECCA
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO – CADM

TICIANA DE CARVALHO FARIAS

**O EMPREENDEDORISMO NO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA
UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO:** estudo sobre o potencial
empreendedor dos estudantes no início e fim do curso

São Luís

2013

TICIANA DE CARVALHO FARIAS

**O EMPREENDEDORISMO NO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA
UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO: estudo sobre o potencial
empreendedor dos estudantes no início e fim do curso**

Monografia apresentada ao Curso de
Administração de Empresas da Universidade
Federal do Maranhão, para obtenção do grau
de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Esp. Hélio T. Matos.

São Luís

2013

Farias, Ticiania de Carvalho.

O empreendedorismo no curso de administração da Universidade Federal do Maranhão: estudo sobre o potencial empreendedor dos estudantes no início e fim do curso / Ticiania de Carvalho Farias. - São Luis, 2013.

51f.

Impresso por computador (fotocópia).

Orientador: Prof. Esp. Hélio T. Matos.

Monografia (Graduação) – Universidade Federal do Maranhão, Curso de Administração, 2013

1. Empreendedorismo 2. Curso de Administração – UFMA 3. Estudantes – Curso de administração I Título

CDU: 658:378(812.1)

**O EMPREENDEDORISMO NO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA
UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO: estudo sobre o potencial
empreendedor dos estudantes no início e fim do curso**

Monografia apresentada ao Curso de
Administração de Empresas da Universidade
Federal do Maranhão, para obtenção do grau
de Bacharel em Administração.

Aprovado em: 27 / 02 / 2013

BANCA EXAMINADORA

Prof. Esp. Hélio Trindade de Matos (orientador)
Universidade Federal do Maranhão

Prof.^a Mariana Bandeira
Universidade Federal do Maranhão

Prof. Ricardo Carreira
Universidade Federal do Maranhão

Ao meu avô Samuel (*in memoriam*), que sempre será um exemplo de disciplina, dedicação e amor.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente à minha família por sempre acreditar e confiar em mim, em especial à minha mãe Denise, que sempre me apoiou nas minhas decisões, sempre me deu forças nos momentos de dúvida e sempre cuidou de mim nos momentos difíceis de desespero.

Agradeço também às minhas amigas de infância que, coincidentemente, passamos quase todas por esse mesmo momento de monografia juntas, sempre ouvindo e reclamando quando essa vida de gente grande ficava pesada.

Agradeço às minhas melhores amigas que, mesmo longe, estavam torcendo por mim, me apoiando e me ajudando no que fosse possível.

Agradeço aos servidores do SELIQ, na PROGF, onde estagiei, em especial ao chefe Carlos, por se preocuparem e me apoiarem nessa jornada.

Agradeço também ao meu professor e orientador Hélio Matos, pois sem ele eu não teria a motivação para terminar este trabalho a tempo. Obrigada por ser um ótimo orientador, sempre responder aos meus emails de dúvidas e por me motivar nas madrugadas de trabalho.

“O empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos materiais.”

Joseph Schumpeter

RESUMO

O empreendedorismo é uma ferramenta de crescimento econômico e a administração é indispensável para um bom empreendedor, porém muitos empreendedores não possuem conhecimentos administrativos e muitas empresas não estão influenciando na economia nem no mercado local. O país ainda possui muitos empreendedores por necessidade e despreparados para a realização de atividades por conta própria. Verificando-se no mercado local baixa diferenciação das atividades econômicas, o que garante um grande espaço para investimentos em negócios inovadores. Nesse contexto estuda-se se o curso de bacharelado em administração de empresas da Universidade Federal do Maranhão está formando profissionais preparados para o mercado, capazes e com intenção de empreender. Analisar-se-á a intenção dos alunos em empreender após a conclusão do curso. Verifica-se se o aluno do curso de administração da UFMA possui um perfil empreendedor. Identifica-se se o curso influencia na formação desse perfil, quais motivos os levam a intenção de empreender e como esse aluno poderá impactar economicamente no mercado local.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Potencial empreendedor. Curso de Administração da UFMA.

ABSTRACT

Entrepreneurship is a tool for economic growth and management is essential for a good entrepreneur, but many entrepreneurs do not have administrative knowledge and many companies are not influencing the economy or the market place. Brazil still has many entrepreneurs out of necessity and unprepared to carry out activities on their own. Was verified low differentiation of economic activities on the local market, which ensures a large space for Investment in innovative businesses. In this context we study if the bachelor's program in business administration from Federal University of Maranhao is forming professionals prepared for the market, able and intend to undertake. It will analyze the students' intention to undertake after graduation. Verifies if UFMA's student of administration has an entrepreneur profile. Identifies whether the course influences the formation of this profile, the reasons which lead to intention to undertake and how this student may impact economically in local market.

Keywords: Entrepreneurship. Entrepreneurship potential. UFMA's School of Management.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Alunos interessados a empreender	30
Gráfico 2 - Motivos que levam o aluno a não empreender	30
Gráfico 3 - Tipos de negócios visados pelos alunos	31
Gráfico 4 - Media de idade dos alunos	32
Gráfico 5 - Grau de escolaridade dos pais dos alunos	33
Gráfico 6 - Renda familiar media dos alunos (em salarios mínimos)	34
Gráfico 7 - Alunos ingressantes interessados a empreender	35
Gráfico 8 - Motivos que levam o aluno ingressante a não empreender	36
Gráfico 9 - Tipos de negócios visados pelos alunos ingressantes	36
Gráfico 10 - Media de idade dos alunos ingressantes.....	37
Gráfico 11 - Grau de escolaridade dos pais dos alunos ingressantes.....	38
Gráfico 12 - Renda familiar media dos alunos ingressantes (em salarios mínimos) .	39
Gráfico 13 - Alunos concludentes interessados a empreender	40
Gráfico 14 - Motivos que levam o aluno concludente a não empreender.....	40
Gráfico 15 - Tipos de negócios visados pelos alunos concludentes	41
Gráfico 16 - Media de idade dos alunos concludentes.....	42
Gráfico 17 - Grau de escolaridade dos pais dos alunos concludentes.....	43
Gráfico 18 - Renda familiar media dos alunos concludentes (em salarios mínimos)	44

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 01 - Media de idade dos alunos	32
Quadro 02 - Grau de escolaridade dos pais dos alunos	33
Quadro 03 - Renda familiar media dos alunos (em salarios mínimos)	34
Quadro 04 - Media de idade dos alunos ingressantes	37
Quadro 05 - Grau de escolaridade dos pais dos alunos ingressantes	38
Quadro 06 - Renda familiar media dos alunos ingressantes (em salarios mínimos)	39
Quadro 07 - Media de idade dos alunos concludentes	41
Quadro 08 - Grau de escolaridade dos pais dos alunos concludentes	42
Quadro 09 - Renda familiar media dos alunos concludentes (em salarios mínimos)	43

LISTA DE SIGLAS

UFMA	Universidade Federal do Maranhão
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequena Empresa
MPEs	Micro e Pequenas Empresas
PIB	Produto Interno Bruto
OCDE	Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
2	A IMPORTÂNCIA DO CONHECIMENTO EM ADMINISTRAÇÃO PARA EMPREENDER	15
2.1	A diferença entre o Administrador e o Empreendedor	15
2.2	A formação em administração como ferramenta de diferenciação do empreendedor	19
3	METODOLOGIA	23
3.1	Tipo de Pesquisa	23
3.2	Visão Teórica	23
3.3	Problematização	23
3.4	Objeto de Pesquisa	24
3.5	Objetivo	24
3.5.1	Geral	24
3.5.2	Específico	24
3.6	Hipóteses	24
3.7	Instrumento de Coleta de Dados	25
3.8	Metodologia de Análise de Dados	25
4	O PERFIL DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA UFMA	27
4.1	História e identidade do curso	27
4.2	A identidade empreendedora do aluno do curso	29
4.2.1	Identidade do aluno do curso	30
4.2.2	Identidade do aluno ingressante	35
4.2.3	Identidade do aluno concludente	40
5	O IMPACTO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA UFMA NOS ALUNOS E NO MERCADO	45
5.1	A perspectiva de investimento e crescimento do mercado local	45
6	CONCLUSÃO	48
	REFERÊNCIAS	49
	APÊNDICE	50

1 INTRODUÇÃO

Com a melhoria da economia brasileira e a conseqüente expansão do mercado interno novas oportunidades de negócios surgem influenciadas pelo bom momento, uma vez que estas condições favorecem o desenvolvimento de boas ideias e geram oportunidades para investimentos e abertura de novos negócios.

No entanto, mesmo com a melhoria econômica, o país ainda possui muitos empreendedores por necessidade e despreparados para a realização de atividades por conta própria. Verificando-se no mercado local baixa diferenciação das atividades econômicas, o que garante um grande espaço para investimentos em negócios inovadores.

Nesse contexto, considerando-se que um dos objetivos previstos no projeto pedagógico do curso de bacharelado em administração de empresas da Universidade Federal do Maranhão (UFMA) é contribuir para a formação de profissionais preparados, capazes de identificarem boas oportunidades e empreenderem com qualidade. Considerando-se esse objetivo do curso, pergunta-se: o curso de Administração da UFMA está realmente contribuindo para a formatura de empreendedores por oportunidade?

Este trabalho analisa a intenção dos alunos nos dois períodos iniciais e nos dois períodos finais em empreenderem após a conclusão do curso. Verifica se o aluno do curso de Administração da UFMA possui um perfil empreendedor. Identifica se o curso influencia na formação desse perfil e como essa formação impacta na sociedade na qual está inserido.

Para melhor compreensão da realidade dos estudantes inseridos no curso de Administração da UFMA, desenvolveu-se uma pesquisa etnográfica com abordagem qualitativa, fundamentada no critério de classificação proposto por Gil (2007), uma vez que este tipo de pesquisa tem como objetivo primordial a descrição das características de determinada população, fenômeno ou, ainda, o estabelecimento de relações entre variáveis. O trabalho usará o método histórico dialético, considerando-se que o problema abordado pode ser estudado sob outros enfoques que não apenas a proposta ora apresentada.

Fez-se também uma pesquisa bibliográfica, objetivando-se realizar a compreensão sobre administração e empreendedorismo e desenvolver a diferenciação entre o papel do administrador e o do empreendedor.

A visão teórica considerou como fontes principais, o livro Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios de José Carlos Assis Dornelas, bem como a biblioteca digital do Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequena Empresa (SEBRAE). Objetivando-se a análise dos fatos do ponto de vista empírico, para comparar a visão teórica com os dados da realidade, adotou-se como procedimento técnico um estudo de campo junto aos alunos de Administração da UFMA que se encontram nos períodos indicados, procedendo-se em seguida a tabulação e análise dos dados.

Além dessa introdução, esta exposição é composta por mais 3 (três) capítulos e a conclusão. No primeiro capítulo é tratada a importância do conhecimento em administração para empreender, iniciando-se com uma retrospectiva do surgimento da administração de um ponto de vista histórico e como as ideias em relação a administrar e as teorias referentes a essa função vieram a ser modificadas com o tempo, como surgiu a noção do empreendedorismo e como ela se difere do administrador, e como o empreendedor por oportunidade e por necessidade influem de diferentes formas no mercado. Demonstrando o papel da pesquisa e do estudo no auxílio à criação de novas empresas.

Logo após, é realizada uma reflexão sobre como o conhecimento adquirido no curso de administração influencia no sucesso das micro e pequenas empresas (MPEs), evitando falências, auxiliando em uma gestão competente e estimulando o empreendedorismo por oportunidade.

No segundo capítulo é discutido o perfil do curso de administração da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), iniciando com o relato da história da universidade até o momento da formação do curso e relato da identidade do curso instituída e implantada pelo plano pedagógico do mesmo. Em seguida é analisado os dados da pesquisa realizada com os alunos ingressantes e concludentes do curso.

O terceiro capítulo analisa a influência do curso de administração nos alunos pesquisados, através dos resultados da pesquisa realizada refletindo-se sobre o impacto que esse aluno terá no mercado, como a formação de alunos conscientes e empreendedores com intenções de investimento por oportunidade poderá afetar a economia local e o crescimento do mercado, considerando-se a falta de profissionais com tais características e a necessidade desses no mercado atual.

E finalmente, desenvolve-se a conclusão, retomando alguns posicionamentos utilizados, apresentando-se as análises da autora de forma a expor se o os alunos do curso mantêm os mesmos interesses em empreenderem ao termino do curso, confirmando ou não as hipóteses estabelecidas.

2 A IMPORTÂNCIA DO CONHECIMENTO EM ADMINISTRAÇÃO PARA EMPREENDER

A administração faz o estudo de gerência efetiva desde seus primórdios. Mas qual a relação e qual a diferença entre administrar e empreender? E por que um administrador será um melhor empreendedor?

2.1 A diferença entre o Administrador e o Empreendedor

Segundo Dornelas (2008, p. 15), "todo empreendedor necessariamente deve ser um bom administrador para obter sucesso, no entanto, nem todo bom administrador é um empreendedor". Dessa forma precisa-se buscar a compreensão da diferenciação entre o administrador e o empreendedor, pois desde o início da administração os dois termos se confundem e por vezes se fundem, para melhor compreensão dessa questão apresenta-se em seguida um breve histórico da administração e esclarece-se o entendimento sobre a função do administrador e a função do empreendedor.

A Administração começa a surgir como um campo de estudo na Europa do século XVIII ligado à revolução industrial e ao surgimento do capitalismo, pela primeira vez na história mundial estava ocorrendo a realização de produção de bens em massa e maximização do lucro, tornando-se necessário o aumento da produção. Para isso foi necessário o desenvolvimento de estudos sobre como otimizar a produção, sendo evidenciadas por Adam Smith as vantagens da divisão do trabalho, separando grupos de trabalhadores e deixando-os responsáveis por diferentes partes do processo de fabricação.

Compreenderemos mais facilmente os efeitos produzidos pela divisão do trabalho na economia geral da sociedade, se considerarmos de que maneira essa divisão do trabalho opera em algumas manufaturas específicas. É comum supor que a divisão do trabalho atinge o grau máximo em algumas manufaturas muito pequenas; não, talvez, no sentido de que nessas a divisão o trabalho seja maior do que em outras de maior importância; acontece, porém, que nessas manufaturas menores, destinadas a suprir as pequenas necessidades de um número pequeno de pessoas o número total de trabalhadores é necessariamente menor, e os trabalhadores empregados em cada setor de trabalho muitas vezes podem ser reunidos no mesmo local de trabalho e colocados imediatamente sob a perspectiva do espectador. (SMITH, 1988, p. 17)

No século XX desenvolveram-se teorias e práticas de administração nas empresas, que visavam a organização eficiente do trabalho. Segundo Maximiano (2000, p. 55), “a organização eficiente do trabalho nas empresas tornou-se a base do desenvolvimento da teoria e da prática da administração”. Iniciando-se assim a escola clássica da administração.

Após o fim da guerra civil, os Estados Unidos entraram em uma era de prosperidade econômica em razão do início da revolução industrial no país. Nessa nova realidade surge a administração científica desenvolvida por Frederick Taylor, onde ao desenvolver o debate sobre a ineficiência das fábricas e dos trabalhadores, este estabeleceu um conjunto de princípios e técnicas com base na racionalização do trabalho.

Em 1903, Taylor apresentou à Sociedade Americana de Engenheiros Mecânicos o estudo *Shop management*, no qual propunha sua filosofia de administração, que compreendia quatro princípios:

- a. O objetivo da boa administração era pagar salários altos e ter baixos custos de produção.
- b. Com esse objetivo, a administração deveria aplicar métodos de pesquisa para determinar a melhor maneira de executar tarefas.
- c. Os empregados deveriam ser cientificamente selecionados e treinados, de maneira que as pessoas e as tarefas fossem compatíveis.
- d. Deveria haver uma atmosfera íntima e cordial cooperação entre a administração e os trabalhadores, para garantir um ambiente psicológico favorável à aplicação desses princípios. (MAXIMIANO, 2000, p. 56)

Nessa mesma época, Henry Ford, fundador da Ford Motor Company, desenvolveu a linha de montagem móvel, que funcionava com esteiras ligando os postos de trabalho fixos, movimentando as peças de produção entre eles, ou seja, os trabalhadores não perdiam mais tempo indo buscar as peças, as peças vinham até eles. Esse padrão de organização de processo produtivo tornou-se universal.

Enquanto isso, na França, Henri Fayol seguia por outro caminho. Ele acreditava que a administração deveria ser uma função separada de todas as outras funções da empresa, e descreveu-a como o processo de planejar, organizar, controlar, comandar e coordenar, diferenciando assim a administração da empresa da linha de produção.

Ao lado de Taylor e Ford, Fayol é um dos contribuintes mais importantes do desenvolvimento do conhecimento administrativo moderno. Fayol chegou a diretor geral de uma empresa de mineração em 1888. A empresa estava a beira da falência, mas quando Fayol se aposentou, em 1918, sua situação financeira era sólida. Esse resultado ele atribuiu ao seu sistema de administração, uma ideia que se dividia em três partes principais:

- a.A administração é uma função distinta das demais funções, como finanças, produção e distribuição.
- b.A administração é um projeto de planejamento, organização, comando, coordenação e controle.
- c.O sistema de administração pode ser ensinado e aprendido. (MAXIMIANO, 2000, p. 60).

Outro estudo importante é o da teoria da burocracia desenvolvido por Max Weber, onde este chama atenção para um esquema de hierarquia e teoriza que a autoridade burocrática é base na organização moderna, que essa autoridade tem a contrapartida da obediência e baseia-se nas tradições, no carisma e em normas racionais e impessoais. Segundo a abordagem clássica ou processual, “com foco na impessoalidade, na organização e na hierarquia, propõe que o trabalho do administrador ou a arte de administrar concentre-se no ato de planejar, organizar, dirigir e controlar” (DORNELAS, 2008, p. 15).

Assim, a revolução industrial mudou a economia mundial e as relações entre os países, levando, no final do século XIX, ao Neocolonialismo, uma corrida à colonização como não ocorria desde a época dos descobrimentos para obtenção de matéria-prima e mercados para escoamento do excesso de produção das indústrias.

A Inglaterra, berço da revolução industrial, explorava colônias enquanto varios países estavam insatisfeitos com essa situação. Tal tensão internacional eclodiu na primeira guerra mundial, seguida pela segunda guerra mundial, afetando a economia e a ordem mundial, dividindo o mundo em dois polos, dando início à guerra fria, onde os países capitalistas, principalmente os Estados Unidos, incentivavam cada vez mais a produção e o consumo de bens.

Após o fracasso do modelo socialista na União Soviética em 1989, simbolizada pela queda do muro de Berlim, à guerra fria chega ao fim e a economia mundial adota o modelo Neoliberal, liderado pela Inglaterra e Estados Unidos.

Coelho (2009, p. 100) faz a seguinte afirmação:

A agenda neoliberal – colocada em prática, primeiro na Inglaterra e nos Estados Unidos, e posteriormente em diversos países do mundo, inclusive sob governos socialistas, como o de Felipe González, na Espanha (1982-1996) – seria baseada no tripé: desregulamentação, privatizações e abertura dos mercados.

O empreendedorismo está imerso na administração e em sua história e ao longo dos anos, sendo conceituado de várias maneiras por diversos estudiosos. O conceito mais aceito é o de Schumpeter (1949, apud DORNELAS, 2008, p. 22),

que o faz da seguinte forma: “O empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos materiais”.

Ou seja, ao se olhar para a história pode-se considerar, pelo conceito apresentado, que todos os homens que desenvolvam novas maneiras, novos caminhos, novas "coisas" para ganho financeiro, são empreendedores. Considera-se então a expressão *tentar o novo* como a palavra chave para identificar os empreendedores. Segundo Shumpeter “o empreendedor é mais conhecido como aquele que cria novos negócios, mas pode também inovar dentro de negócios já existentes”. (DORNELAS, 2008, p. 22).

No Brasil, o governo adotou a política neoliberal na década de 1990. Com as mudanças no governo, a abertura de mercado e as privatizações, muitos brasileiros perderam seus postos de trabalho, ficando assim desempregados e sem o devido preparo para serem absorvidos pelas grandes empresas que estavam entrando no mercado nacional.

Coelho (2009, p. 101) comenta que:

O Estado de bem-estar social inibiria as contratações pelas empresas, impedindo a criação de empregos. Portanto, ao invés de proteger os trabalhadores, os diversos direitos e garantias inscritos na legislação os estariam condenando ao desemprego.

Desse modo, o governo estimula a população desempregada a usar de sua experiência para começarem novos negócios criando instituições como o Serviço de Apoio as Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), com o objetivo de orientar o novo empresário a começar seu negócio, e o Programa Softex, que incentiva a exportação do software nacional.

Essas novas empresas começam e iniciam-se, portanto, pela necessidade dos empreendedores, então trabalhadores desempregados, de terem um emprego e uma renda. A maioria dessas empresas faliu logo no início de suas atividades por falta de experiência e de preparo dos seus gestores.

Assim é apresentado por Lopes (2010, p. 70) o paradoxo existente no empreendedorismo brasileiro:

O empreendedorismo não está nas raízes da cultura nacional, marcadas pela história colonial. Desde o século XVII, as relações entre colônia e metrópole foram sempre pautadas pela subserviência à Coroa. Todo o bem público pertencia à realeza, e é nesse contexto histórico que temos o berço

das relações de trabalho no Brasil. [...] Nota-se, então, que se por um lado nossa herança colonial nos limita, por outro, paradoxalmente, é essa limitação que, por sobrevivência, nos leva à categoria de empreendedores por necessidade.

Percebe-se, que o povo brasileiro, que por muito tempo viveu apoiado no Estado, dependendo deste para realizar suas atividades de trabalho, com as privatizações teve que aprender abruptamente a sobreviver sem este apoio, e sem preparo para tal, e esta realidade vem perpetuando-se desde então, levando o brasileiro em grande número a desenvolver atividades empreendedoras por necessidade.

Desse modo, acredita-se que para a mudança desse quadro, torna-se necessário o desenvolvimento de uma educação empreendedora que contribua para que o empreendedor brasileiro possa empreender pela percepção de uma oportunidade.

2.2 A formação em Administração como ferramenta de diferenciação do empreendedor

No Brasil, a abertura de uma empresa não é uma tarefa fácil, sendo necessária disposição de algum recurso para investimento próprio no início do negócio, existindo ainda altas taxas para mantê-lo em funcionamento, juros e impostos. Mesmo assim, tem-se uma taxa de natalidade de empresas alta.

Segundo o SEBRAE (2010), as micro e pequenas empresas (MPEs) correspondem ao total de 99% de empresas abertas no Brasil, enquanto que empresas de médio e grande porte juntas somam apenas 1% (um por cento).

Ainda de acordo com dados do SEBRAE (2010), no Maranhão existem 70.882 médias e pequenas empresas, porém, dentre essas empresas somente 70,7% sobreviverão, estando abaixo da média brasileira de 73,1%. Isso significa que 29,3% das empresas abertas irão à falência nos dois primeiros anos de vida, ou seja, 20.768 empresas fecharão portas em dois anos. Mas, quais os motivos? Como podemos evitar falências? Como saber se a empresa está no rumo certo? Como saber se uma ideia é um bom negócio?

Todas essas perguntas poderiam ser respondidas através da realização de um plano de negócios, sendo, essa falta de elaboração de um plano de negócio

ou a confecção de um plano de negócio mal feito que acaba por afetar o desempenho da empresa. Dornelas (2008, p. 82) comenta que “pior que não planejar, é fazê-lo erroneamente e, pior ainda, conscientemente”.

Ao se referir a ideia de administrar algo, pensa-se logo em algo grandioso e complicado que deixará seu responsável com pouco tempo e muitas responsabilidades, mas administrar é exatamente o oposto. Administradores estudam para desenvolverem habilidades que os permitam realizar tarefas de maneiras viáveis e efetivas.

Maximiano (2000, p. 60) faz a seguinte afirmação:

De acordo com Fayol, a administração é uma atividade comum a todos os empreendimentos humanos (família, negócios, governo), que sempre exigem algum grau de planejamento, organização, comando, coordenação e controle. Portanto, todos deveriam estudá-la, o que exigiria uma teoria geral da administração que pudesse ser ensinada.

De acordo com a teoria de Fayol existem funções administrativas básicas para o Administrador. São passos que visam auxiliar e favorecer uma melhor atuação do Administrador na empresa alcançando-se melhores resultados. Maximiano (2004, p. 104) novamente descreve a teoria de Fayol da seguinte maneira:

Fayol sugeriu que a função administrativa era a mais importante de todas e definiu cada um de seus componentes da seguinte maneira:

- Planejamento: consiste em examinar o futuro e traçar um plano de ação a médio e longo prazo.
- Organização: montar uma estrutura humana e material para realizar o empreendimento.
- Comando: manter o pessoal ativo em toda empresa.
- Coordenação: reunir, unificar e harmonizar toda a atividade e esforço.
- Controle: cuidar para que tudo se realize de acordo com os planos e as ordens.

Observe que, depois de planejar e organizar, administrar consiste em coordenar e controlar a atividade alheia. Administrar é uma função dos chefes, que fazem (ou mandam) os outros fazer.

Compreende-se, portanto, que o administrador estuda não só teorias de como gerenciar, mas também estuda para ter noções de todos os processos que envolvem uma empresa ou um produto, tais como: marketing, relações humanas, economia, contabilidade entre outros, capacitando-se para compreender uma empresa ou um produto sob vários ângulos, como a visão do mercado, do cliente, do fornecedor, do sócio, etc.; desenvolvendo como diferencial a habilidade necessária para definir qual teoria aplicar em diferentes momentos.

Toda essa teoria adquirida será posta em prática através do desenvolvimento de um plano de negócios, que será desenvolvido para planejar o seu negócio. De acordo com Dornelas (2008, p. 83), o que se espera de um plano de negócios é “Que seja uma ferramenta para o empreendedor expor suas ideias em uma linguagem que os leitores do plano entendam e, principalmente, que mostre viabilidade e probabilidade de sucesso em seu mercado.”.

Dornelas (2008, p. 83) também afirma que “O plano de negócios é uma ferramenta que se aplica tanto no lançamento de novos empreendimentos quanto no planejamento de empresas maduras”, ou seja, o plano de negócios existe para analisar como será a recepção do negócio no mercado, qual será seu custo, quanto ele necessitará para ter lucro, quando ele começará a ter lucro, qual a estratégia será usada para que esse lucro aconteça, como ele será apresentado ao público, qual será o público, se é o público certo, onde este público se encontra, qual o local ideal para a instalação do negócio, entre muitas outras coisas, o plano de negócios é um plano de vida da empresa, e como plano de vida deverá sempre ser atualizado para que a empresa saiba para onde está indo e continue sempre no caminho certo.

Uma tradição a ser quebrada é achar que o plano de negócios, uma vez concebido, pode ser esquecido. Este é um erro imperdoável e as conseqüências serão mostradas pelo mercado que está em constante mutação. A concorrência muda, o mercado muda, as pessoas mudam. E o plano de negócios, sendo uma ferramenta de planejamento que trata essencialmente de pessoas, oportunidades, contexto e mercado, riscos e retornos (Sahlman, 1997), também muda. O plano de negócios é uma ferramenta dinâmica, que deve ser atualizada constantemente, pois o ato de planejar é dinâmico e corresponde a um processo cíclico. (DORNELAS, 2008, p. 83)

Pode-se perceber também que o Plano de Negócios é útil para a busca de financiamento, pois também é planejado nele os custos; auxilia na busca de sócios, pois descreve a ideia do negócio para uma apresentação do projeto; auxilia a empresa internamente, pois planeja a estrutura interna da empresa; auxilia na busca de potenciais fornecedores, pois poderá ter um estudo logístico aplicado; entre outras coisas que podem ser planejadas dependendo da intenção da empresa.

Drucker (2001, p. 20) acredita que “a administração, sua competência, sua integridade e seu desempenho, será decisiva nas próximas décadas tanto para os EUA para o mundo livre. Ao mesmo tempo, as demandas sobre a administração vão crescer muito e constantemente”.

Entende-se que a demanda por conhecimento em administração já é uma realidade ao se considerar a grande procura por parte dos estudantes pelo Curso de Administração da UFMA, uma vez que este foi o curso mais procurado entre todos, alcançando o maior número de candidatos inscritos no SiSU para o período 2013.1, totalizando 4.968 mil inscritos¹. Mas serão esses futuros administradores os geradores de novos empreendimentos? Como já discutido anteriormente, as grandes empresas não são significativamente responsáveis por empregos e os muitos administradores formados não trabalharão todos nessas, pois a formatura de administradores é bem maior que a oferta de cargos e funções nas empresas. Irão então esses usar o conhecimento adquirido e investir em novas oportunidades de negócios?

¹ UFMA, 2013. Disponível em: <<http://www.ufma.br/noticias/noticias.php?cod=41165>>. Acesso em 20 de Janeiro de 2013.

3 METODOLOGIA

3.1 Tipo de Pesquisa

Utilizou-se neste estudo a realização de dois tipos de pesquisa sendo a primeira uma pesquisa bibliográfica, objetivando-se desenvolver a compreensão sobre administração e empreendedorismo e desenvolver a diferenciação entre o papel do administrador e do empreendedor.

A segunda caracteriza-se por uma pesquisa etnográfica, através de um estudo de campo, para melhor análise do objeto de pesquisa, com abordagem qualitativa, fundamentada no critério de classificação proposto por Gil (2007), uma vez que este tipo de pesquisa tem como objetivo primordial a descrição das características de determinada população, fenômeno ou, ainda, o estabelecimento de relações entre variáveis.

3.2 Visão Teórica

A visão teórica considerou como fontes principais, os livros Educação Empreendedora: conceitos, modelos e práticas (2010) de Rose Mary A. Lopes e Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios (2008) de José Carlos Assis Dornelas, bem como as bibliotecas digitais da CAPES e o do SEBRAE. Objetivando-se a análise dos fatos do ponto de vista empírico, para comparar a visão teórica com os dados da realidade, será adotado como procedimento técnico um estudo de campo junto ao objeto de pesquisa, tendo sido realizada a aplicação de questionários, procedendo-se em seguida a tabulação e análise dos dados.

3.3 Problematização

Existe no mercado local um déficit de empreendedores por oportunidade, havendo assim espaço para a criação de novos investimentos. Considerando-se que o curso de Administração estabelece em seu projeto pedagógico formar alunos preparados para empreenderem. Pergunta-se: o curso de Administração da UFMA está realmente formando empreendedores por oportunidade?

3.4 Objeto de Pesquisa

É definido como objeto de pesquisa deste estudo os estudantes do curso de Administração da Universidade Federal do Maranhão. Levando em consideração que o curso tem uma duração de 4 (quatro) anos divididos em 8 (oito) períodos, serão selecionados estudantes ingressantes no curso, tendo assim sua matrícula realizada como estudantes 2012.1 e 2012.2, e estudantes concludentes do curso, tendo assim sua matrícula realizada como estudantes 2007.1, 2007.2, 2008.1, 2008.2, 2009.1 e 2009.2.

3.5 Objetivos

3.5.1 Geral

Analisar se os estudantes iniciantes e concludentes do curso de Administração de Empresas da Universidade Federal do Maranhão pretendem empreender após sua formação.

3.5.2 Específico

- Identificar se o curso de Administração da Universidade Federal do Maranhão influencia o aluno a empreenderem após sua formação.
- Verificar se os alunos iniciantes vislumbram a possibilidade de empreender após o término do curso

3.6 Hipóteses

1. Desde sua criação, as Universidades têm como fundamento ensino, pesquisa e extensão, sendo ensino melhorando o aluno, pesquisa melhorando a comunidade acadêmica e extensão melhorando a sociedade onde ela está inserida, dessa forma o curso de Administração retribui a sociedade formando empreendedor e estimulando a economia local.

2. O Brasil é considerado um país empreendedor, porém a maioria dos seus empreendedores o faz por falta de emprego e necessidade de sustento.

Preocupado com essa situação o Curso de Administração da UFMA forma Empreendedores por oportunidade.

3. Empreender é uma atividade que envolve riscos, altos e baixos e por vezes demora no retorno do investimento. Os alunos mais inclinados ao empreendedorismo são os que possuem uma rede de proteção familiar.

3.7 Instrumento de coleta de dados

Como instrumento de coleta de dados foi utilizado um questionário, desenvolvido pela autora procedendo-se a distribuição e coleta dos mesmos no período de 22 de Janeiro a 26 de Janeiro de 2013, percorrendo as salas de aula referentes aos períodos de 2012.1, 2012.2, 2009.1 e 2009.2.

3.8 Metodologia de análise de dados

Adotou-se nesse trabalho o estudo de campo com análise de dados estatística qualitativa.

Segundo Gil (2007) o estudo de campo procura muito mais o aprofundamento das questões propostas do que a distribuição das características da população segundo determinadas variáveis e que, embora existam procedimentos comuns a todo estudo de campo, não há como definir a priori as etapas a serem seguidas em todas as pesquisas dessa natureza optando-se pelas seguintes etapas:

- a) Exploração Preliminar, feita através de estudo teórico sobre empreendedorismo e sobre o mercado de trabalho;
- b) Formulação do Projeto de Pesquisa, onde se foi pensado e decidido investigar os estudantes do primeiro e do último ano por questões de vivência e experiência no curso;
- c) Coleta de Dados, feita por meio de um questionário sobre as intenções dos alunos e sua condição socio-econômica;
- d) Análise do Material, feita por análise estatística qualitativa dos dados coletados;
- g) Redação do Relatório.

Segundo dados obtidos no dia 22/01/2013 fornecidos pelo Departamento de Ciências Contábeis e Administração (DECCA), existem 349 alunos ativos e

matriculados no período de 2012.2. Foram distribuídos questionários aos alunos matriculados e presentes durante o período de pesquisa nas cadeiras de Introdução à Administração, cadeira aplicada pela Professora Adriana Gomes ao primeiro período do curso; Criatividade e Empreendedorismo, cadeira aplicada pelo Professor Ricardo Carreira ao segundo período do curso; Gestão de Projetos e Planos de Negócios, cadeira aplicada pelo Prof. Hélio Matos ao sétimo período do curso; e Gestão da Qualidade e Produtividade, cadeira aplicada pelo Prof. Rômulo Martins ao oitavo período do curso, obtendo um total de 75 formulários respondidos por alunos atendentes aos pré-requisitos da pesquisa.

Para melhor análise, os alunos foram divididos em dois grupos:

- Alunos ingressantes: alunos que atendem ao pré-requisito de ter o código de matrícula referente ao ano de 2012.

- Alunos concludentes: alunos que atendem ao pré-requisito de terem o código de matrícula referente ao ano de 2009 ou anos anteriores.

Dentro da divisão anterior, os alunos foram novamente divididos em duas classificações:

- Alunos empreendedores: alunos que responderam “sim” a pergunta “Pretende começar um negócio até 1 (um) ano de formado ou cuidar de um negócio familiar?”

- Alunos não empreendedores: alunos que responderam “não” a pergunta “Pretende começar um negócio até 1 (um) ano de formado ou cuidar de um negócio familiar?”

O restante das respostas foi contabilizado nessas categorias em referência as respostas dadas anteriormente.

4 O PERFIL DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA UFMA

4.1 Historia e identidade do curso

Em 1953 é fundada a Faculdade de Filosofia de São Luís do Maranhão, por iniciativa da Academia Maranhense de Letras, da Fundação Paulo Ramos e da Arquidiocese de São Luís, instituída Universidade Federal do Maranhão no ano de 1958 pela Sociedade Maranhense de Cultura Superior- SOMACS, congregando a Faculdade de Filosofia, a Escola de Enfermagem "São Francisco de Assis" (1948), a Escola de Serviço Social (1953) e a Faculdade de Ciências Médicas (1958). Posteriormente foram agregadas ainda a Faculdade de Direito (1945), a Escola de Farmácia e Odontologia (1945) - instituições isoladas federais e a Faculdade de Ciências Econômicas (1965) - instituição isolada particular. Atualmente, a UFMA conta com 6 (seis) campi, situados em São Luís, Imperatriz, Bacabal, Chapadinha, Pinheiro e Codó, atuando em ensino, pesquisa e extensão em diversas áreas.

Com quatro décadas de existência, a UFMA tem contribuído, de forma significativa, para o desenvolvimento do Estado do Maranhão, formando profissionais nas diferentes áreas de conhecimento em nível de graduação e pós-graduação, empreendendo pesquisas voltadas aos principais problemas do Estado e da Região, desenvolvendo atividades de extensão abrangendo ações de organização social, de produção e inovações tecnológicas, de capacitação de recursos humanos e de valorização da cultura.

Dessa forma, observa-se que a Universidade Federal do Maranhão é uma Instituição Pública com quatro de existência e que possui credibilidade junto a comunidade acadêmica e maranhense em geral, sendo muito procurada pelos estudantes.

Em 2007 é iniciado o Curso de Administração, concebido como uma ferramenta para a formação do profissional voltado para o empreendedorismo, contribuindo para a transformação da realidade social, econômica e política do Maranhão. Dentro dessa concepção, as dimensões do fenômeno administrativo são contempladas pelo Curso, seja diretamente, por meio das competências desenvolvidas ao longo do curso, seja por meio de laboratórios, atividades complementares e programas específicos.

Além da capacitação técnica do administrador, tais atividades visam à sua formação humanística, orientada por valores éticos, morais, de cidadania, e de responsabilidade sócio-ambiental que devem nortear empresas e os negócios.

Segundo o Projeto Pedagógico do Curso de Administração da UFMA (2006, p. 06), o perfil do curso é:

Formar o profissional em Administração, dotado de uma visão generalista, ética e cidadã, estimulando-o à criatividade, ao empreendedorismo e à atitude de aprender a aprender [...] e o objetivo é formar profissionais agentes de transformação do processo de construção da realidade econômica, social e política local, regional, nacional e internacional no contexto empresarial, com competências desenvolvidas no contínuo aprendizado, na ética, na cidadania e no empreendedorismo.

O curso possui uma duração mínima de 4 (quatro) anos, equivalente a 8 semestres e duração máxima de 6 (seis) anos, equivalente a 12 (doze) semestres e visa formar um aluno dotado como profissional de valores humanísticos, éticos, morais, crítico-reflexivo e de responsabilidade socioambiental, garantindo ao profissional um perfil com visão global, que saiba integrar as particularidades e suas inter-relações no processo de gestão local, regional, nacional e internacional; com capacidade empreendedora, criativa e inovadora no que diz respeito à elaboração, implementação e controle de projetos; com capacidade de aprender continuamente e de forma interdisciplinar; com capacidade conceitual para compreender e atuar sobre as questões científicas, técnicas, sociais e econômicas do processo de produção de bens e serviços; com capacidade para tomar decisões com nível de qualidade e precisão; com capacidade de promover mudanças nos contextos social, econômico e organizacional e adaptar-se às suas decorrências; com capacidade de relacionamento interpessoal, maximizando o resultado da integração dos recursos no processo de produção de bens e serviços, por meio da liderança e da capacidade de formar e gerir equipes; e com visão pro-ativa em relação aos negócios públicos e privados.

Visa também desenvolver competências por meio de aquisição de conhecimentos, habilidades e atitudes, tais quais dominar linguagens e adequar o seu uso ao contexto organizacional, desenvolver raciocínios lógico, crítico e analítico que permita operar com valores e formulações matemáticas presentes nas relações formais e causais entre fenômenos produtivos, administrativos e de controle, além de dominar as normas da língua portuguesa, comunicando-se e expressando-se

corretamente e de forma inteligível; pensar de forma estratégica, desenvolver pensamento estratégico, compreendendo as organizações não somente como unidades de produção, mas também como um conjunto de relações socialmente construídas e que mantêm alto grau de interatividade com o ambiente no qual estão inseridas.

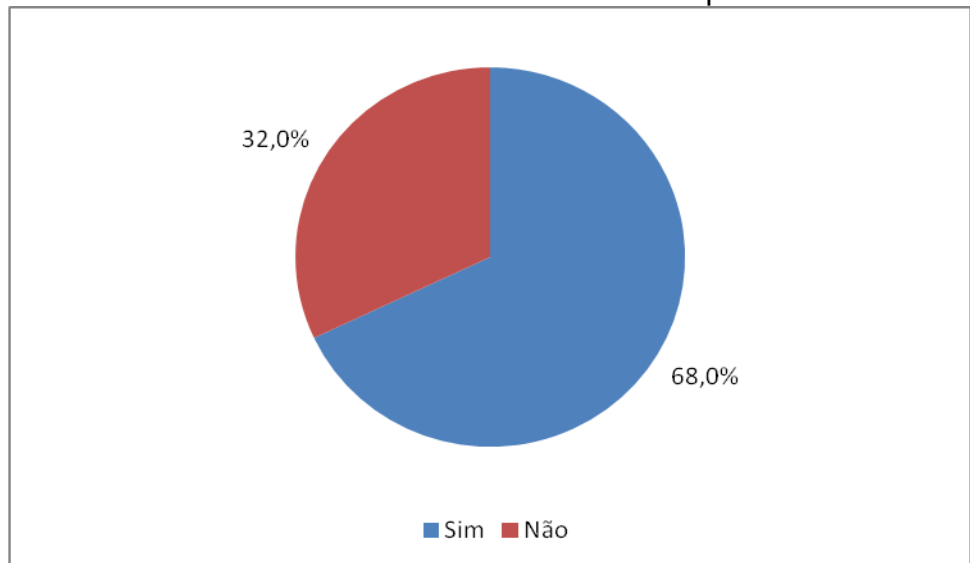
Favorece a compreensão dos fenômenos organizacionais e atuar sobre eles de forma sistêmica, desenvolver compreensão dos diversos fenômenos no âmbito das organizações e uma posterior atuação sobre eles, a partir de uma visão sistêmica e de uma contextualização social e econômica; lidar de forma precisa e flexível com situações-problema, selecionar, relacionar e interpretar dados e informações, para tomar decisões e enfrentar situações-problema em qualquer tipo de ambiente e nível organizacional, com argumentação fundamentada; elaborar proposições considerando o conhecimento já produzido, recorrer aos conhecimentos desenvolvidos para propor intervenções na realidade organizacional, considerando valores éticos, morais e de responsabilidade sócio-ambiental e respeitando a diversidade cultural; empreender, produzindo e difundindo conhecimento, desenvolver espírito empreendedor, com foco no aprendizado contínuo e na difusão do conhecimento nos diferentes campos de atuação profissional.

4.2 A identidade empreendedora do aluno do curso

Como já comentado anteriormente, a pesquisa foi realizada com 75 alunos do curso de administração da Universidade Federal do Maranhão. Seguem os resultados totais da pesquisa:

4.2.1 Identidade do aluno do curso

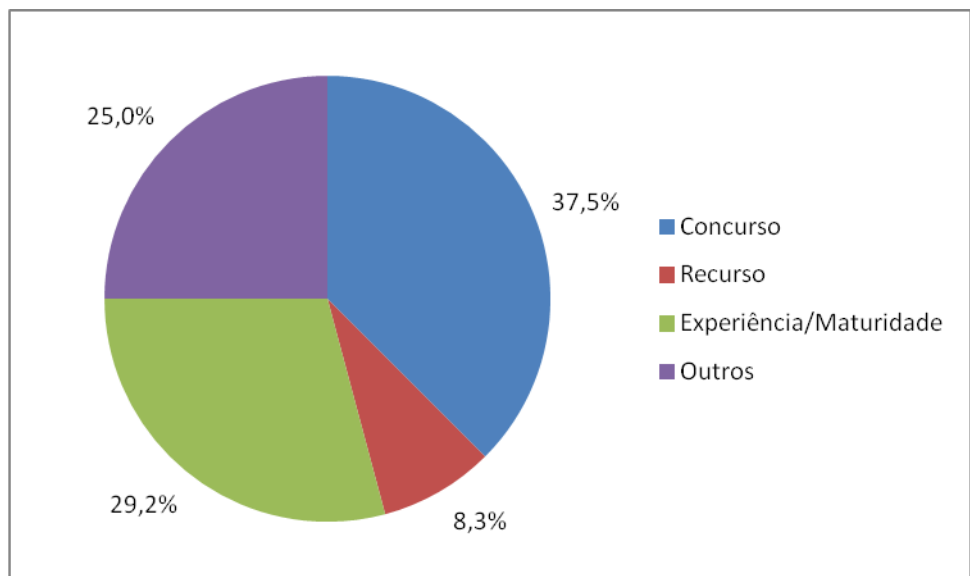
Gráfico 1 – Alunos interessados em empreender



Fonte: elaborado pela autora

Pode-se conferir no gráfico acima que a maioria, 68% dos alunos, pretendem empreender ou cuidar de um negócio de família em até 1 (um) ano após sua formação, esses alunos serão denominados então de alunos empreendedores. No entanto 32% dos alunos não pretendem empreender, ou pelo menos não no 1º ano após sua formatura, esses alunos serão denominados então de alunos não empreendedores.

Gráfico 2 – Motivos que levam o aluno a não empreender



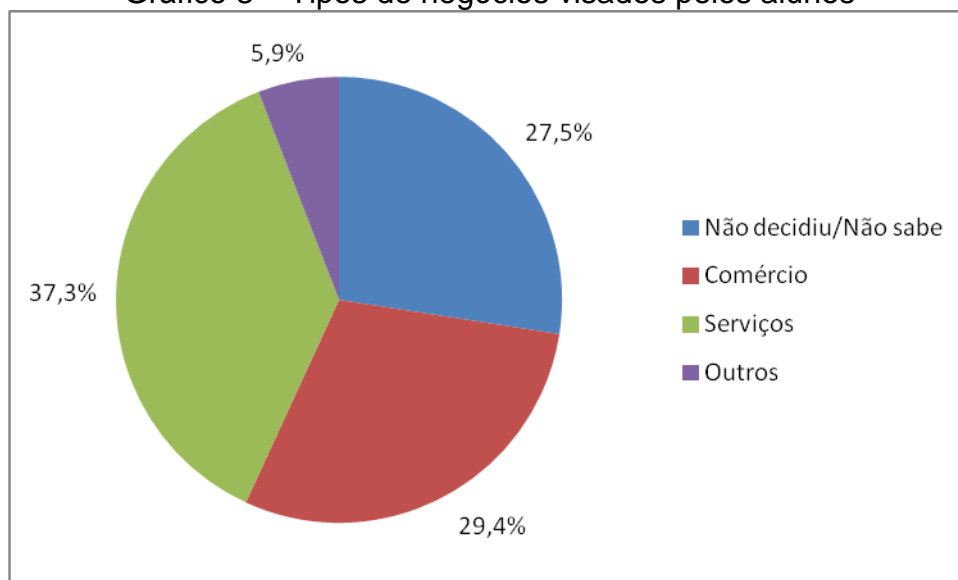
Fonte: elaborado pela autora

Dos alunos não empreendedores pesquisados, a maioria, 37,5%, pretende investir na carreira pública, estudando para conquistar uma vaga em um concurso público. Alguns desses alunos informaram porém, que procuram o concurso por estabilidade financeira e que talvez abram uma empresa após um certo tempo de estabilidade.

Seguindo em ordem decrescente, 29,2% dos alunos informaram que não pretendem começar um negócio após o curso por falta de experiência e/ou maturidade. Alguns alunos relataram que não se sentem preparados para montar um negócio ainda ou que gostariam de ganhar um pouco de experiência no mercado de trabalho antes de iniciar o próprio negócio.

Para 25% dos alunos que informaram outros motivos, consideram o curso de Administração como formação complementar, ou não informaram motivo nenhum, somente que não pretendem começar um negócio após 1(um) ano de formado, e 8,3% dos alunos informaram que não possuem recursos para investir ou que pretendem primeiro juntar esse investimento, o que levará mais de 1(um) ano.

Gráfico 3 – Tipos de negócios visados pelos alunos



Fonte: elaborado pela autora

Dos alunos empreendedores, a maioria, 37,7%, pretende investir na área de serviços. 29,4% na de comércio. 27,5% dos alunos pretendem abrir um negócio, mas ainda não decidiram ou não sabem por qual área seguirão. Alguns alunos relataram que ainda não pesquisaram a fundo para saber qual o tipo de empresa

que pretendem montar. E 5,9% pretendem investir em outros tipos de empresas, como cuidar da empresa familiar.

Quadro 01 – Media de idade dos alunos pesquisados

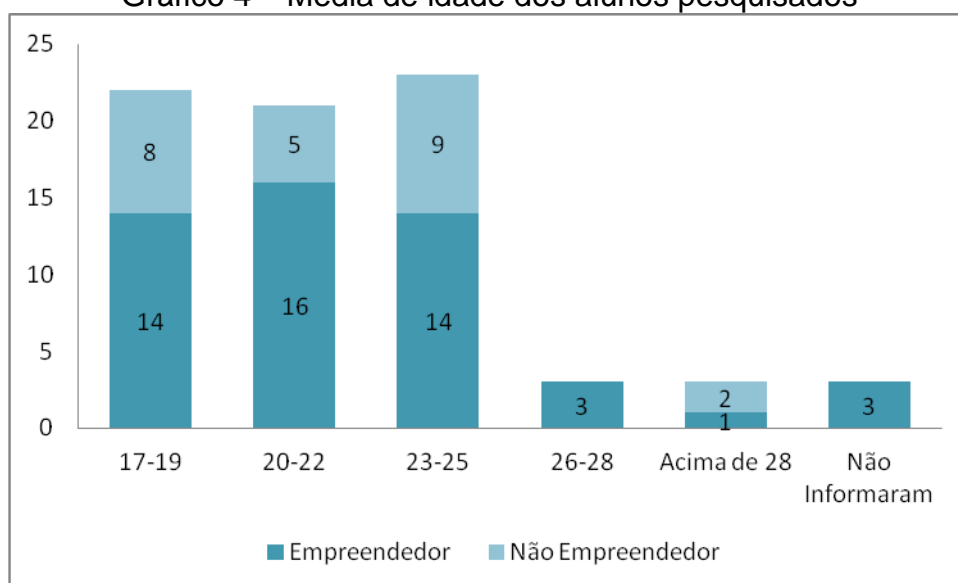
Idade	Valor	%
17-19	22	29,3%
20-22	21	28,0%
23-25	23	30,7%
26-28	3	4,0%
Acima de 28	3	4,0%
Não Informaram	3	4,0%
Total	75	100,0%

Fonte: elaborado pela autora

Pode-se perceber que a media de idade dos alunos é equilibrada. A diferença entre as idades dos alunos pesquisados é de cerca de 1% para mais ou para menos nas três primeiras categorias. 30,7% dos alunos pesquisados têm entre 23 e 25 anos. 29,3% deles têm entre 17 e 19 anos. E 28% têm entre 20 e 22 anos.

Apenas 8% dos alunos pesquisados possuem mais de 26 anos de idade, 4% entre 26 e 28 anos, 4% acima de 28 anos e 4% dos alunos não informaram sua idade.

Gráfico 4 – Media de idade dos alunos pesquisados



Fonte: elaborado pela autora

Dentre esses estudantes a maioria dos alunos não empreendedores possui entre 23 e 25 anos em um total de 37,5%, enquanto a maioria dos alunos

empreendedores possui entre 20 e 22 anos alcançando 31,4%.

Dos alunos empreendedores, 27,5% possuem entre 17 e 19 anos, enquanto 33,3% dos alunos não empreendedores encontram-se nessa faixa-etária.

Dos alunos não empreendedores, 20,8% encontram-se entre 20 e 22 anos, enquanto 27,5% dos alunos empreendedores encontra-se entre 23 e 25 anos.

Dos alunos empreendedores, 5,9% possuem entre 26 e 28 anos. 2% encontra-se acima de 28 anos e 5,9% não informaram sua idade.

Dos alunos não empreendedores, 8,3% encontram-se acima de 28 anos.

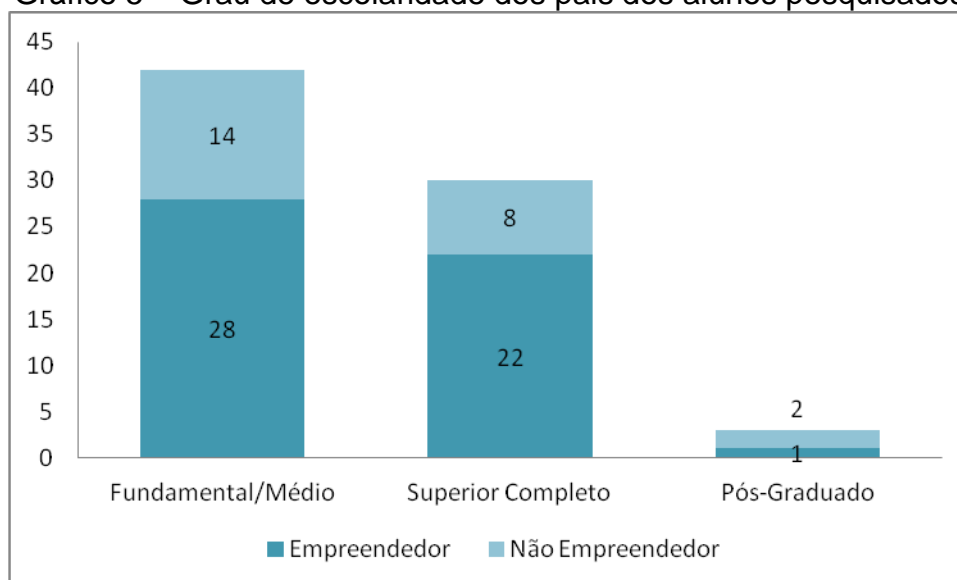
Pode-se observar que existem mais alunos empreendedores mais velhos do que alunos não empreendedores.

Quadro 02 – Grau de escolaridade dos pais dos alunos pesquisados

Grau de escolaridade dos pais	Valor	%
Fundamental/Médio	42	56,0%
Superior Completo	30	40,0%
Pós-Graduado	3	4,0%
Total	75	100,0%

Fonte: elaborado pela autora

Gráfico 5 – Grau de escolaridade dos pais dos alunos pesquisados



Fonte: elaborado pela autora

Os pais da maioria dos alunos pesquisados não possuem nível superior (56%), dado que se repete tanto para os alunos empreendedores, 54,9%, quanto para alunos não empreendedores, 58,3%.

Porém 43,1% dos alunos empreendedores possuem pais com nível superior completo contra 33,3% dos alunos não empreendedores.

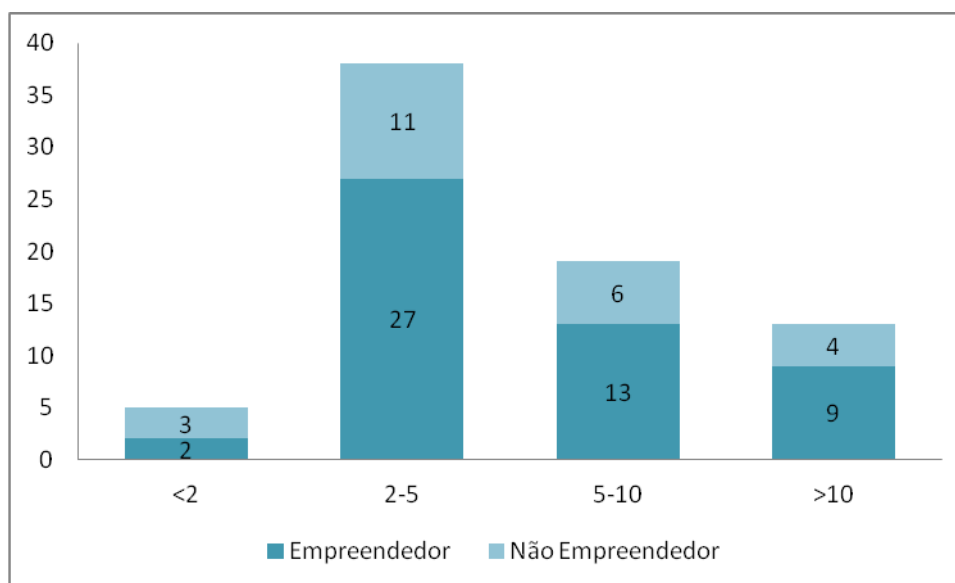
Seguindo, 2% dos alunos empreendedores e 8,3% dos alunos não empreendedores possuem pais com pós-graduação.

Quadro 03 – Renda familiar media dos alunos pesquisados (em salarios mínimos)

Renda familiar	Valor	%
<2	5	6,7%
2-5	38	50,7%
5-10	19	25,3%
>10	13	17,3%
Total	75	100,0%

Fonte: elaborado pela autora

Gráfico 6 – Renda familiar media dos alunos pesquisados (em salarios mínimos)



Fonte: elaborado pela autora

Pode-se perceber que a distribuição de renda entre 2 (dois) a 5 (cinco) salarios mínimos é relativamente a mesma entre alunos empreendedores, 52,9%, e não empreendedores, 45,8%.

Seguindo, 25,5% dos alunos empreendedores e 25% dos alunos não empreendedores possuem famílias com a renda entre 5 (cinco) e 10 (dez) salarios mínimos.

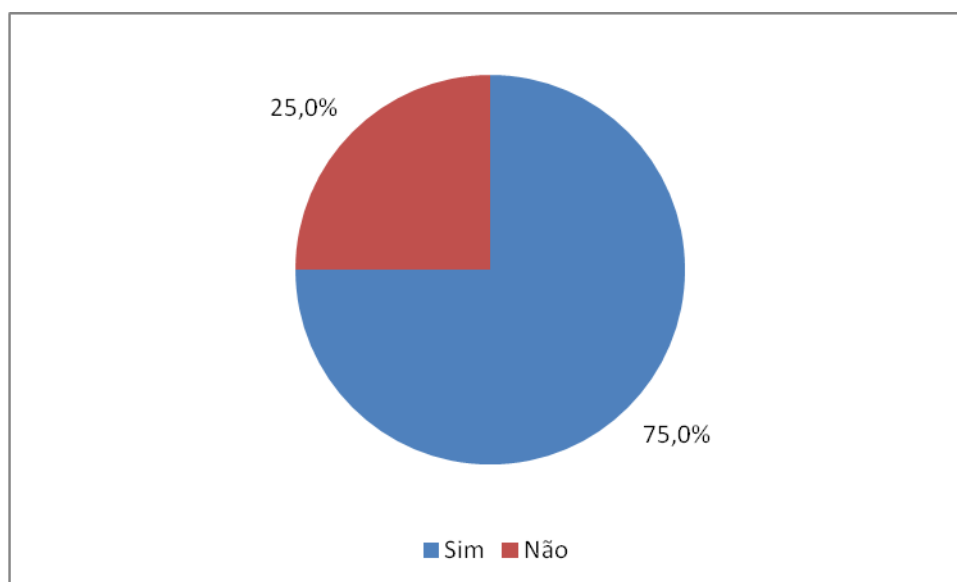
Dos alunos, 17,6% dos alunos empreendedores e 16,7% dos alunos não empreendedores possuem renda familiar acima de 10 (dez) salarios mínimos.

Apenas 3,9% dos alunos empreendedores possuem renda familiar abaixo de 2 (dois) salários mínimos, enquanto 12,5% dos alunos não empreendedores possuem a mesma renda.

4.2.2 Identidade do aluno ingressante

Dos 75 alunos pesquisados, 36 são alunos ingressantes, ou seja, alunos que possuem o código de matrícula do ano de 2012. Seguem os resultados da pesquisa:

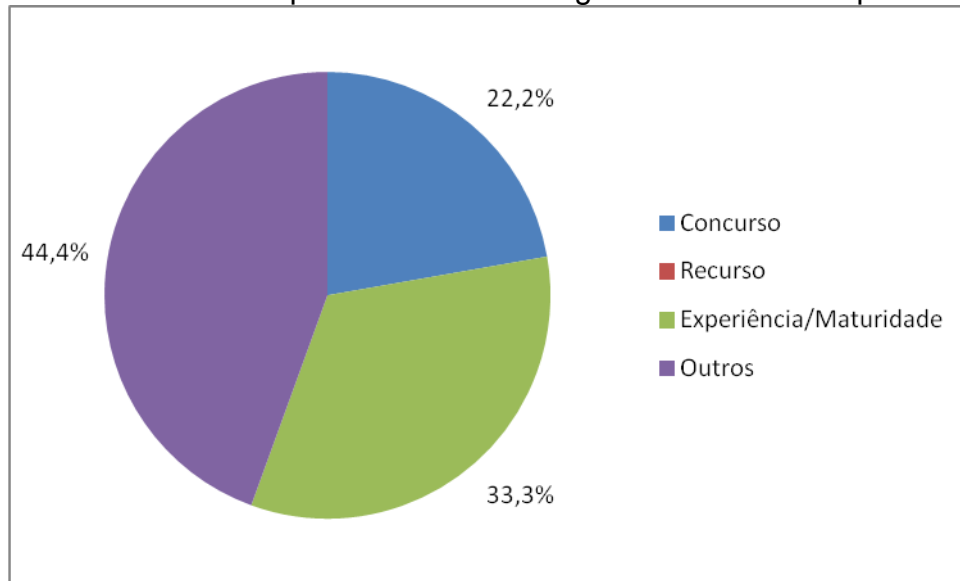
Gráfico 7 – Alunos ingressantes interessados a empreender



Fonte: elaborado pela autora

Pode-se perceber que a grande maioria, 75% dos alunos, possuem o interesse de empreender ou cuidar de um negócio de família em até 1 ano após sua formação, enquanto 25% dos alunos não pretendem empreender, ou pelo menos não no ano após sua formatura.

Gráfico 8 – Motivos que levam o aluno ingressante a não empreender

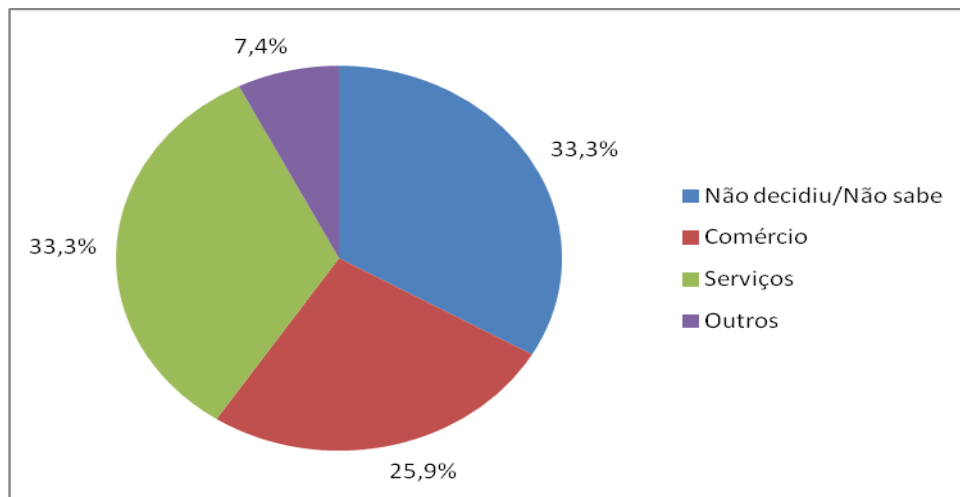


Fonte: elaborado pela autora

Dos alunos não empreendedores, quase a metade, 44,4%, informaram outros motivos para não empreenderem. Motivos como: ter o curso de Administração como formação complementar, não sabem a área onde pretendem atuar ainda ou pretendem começar algo sim, mas não nesse espaço de tempo.

Seguindo em ordem decrescente, 33,3% dos alunos informaram que não pretendem começar um negócio após o curso por falta de experiência e/ou maturidade, e 22,2% dos alunos pretendem investir na carreira pública, estudando para conquistar uma vaga em um concurso público. Nenhum aluno pensou em motivos financeiros e recursos.

Gráfico 9 – Tipos de negócios visados pelos alunos ingressantes



Fonte: elaborado pela autora

Dos alunos empreendedores, há um empate entre alunos que pretendem investir na área de serviços e alunos que pretendem abrir um negócio, mas ainda não decidiram ou não sabem por qual área seguirão, ambos com 33,3%.

A área de comercio é a segunda mais visada, com 25,9%. E 7,4% dos alunos pretendem investir em outros tipos de empresas, como cuidar da empresa familiar.

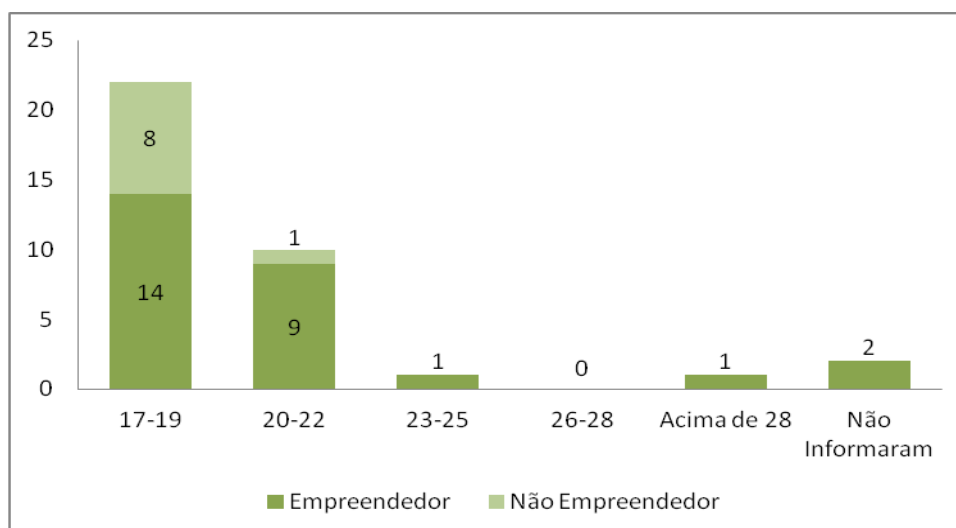
Quadro 04 – Media de idade dos alunos ingressantes

Idade	Valor	%
17-19	22	61,1%
20-22	10	27,8%
23-25	1	2,8%
26-28	0	0,0%
Acima de 28	1	2,8%
Não Informaram	2	5,6%
Total	36	100,0%

Fonte: elaborado pela autora

Pode-se perceber que mais da metade dos alunos pesquisados, 61,1%, têm entre 17 e 19 anos. 27,8% têm entre 20 e 22 anos. 5,6% dos alunos não informaram sua idade. Os alunos entre 23 e 25 anos e acima de 28 anos encontram-se com 2,8% cada. Não existem alunos entre 26 e 28 anos.

Gráfico 10 – Media de idade dos alunos ingressantes



Fonte: elaborado pela autora

Dentre esses estudantes, a maioria dos alunos não empreendedores, 88,9%, e empreendedores, 51,9%, têm entre 17 e 19 anos.

A porcentagem de alunos empreendedores entre 20 e 22 anos é igual a

33,3% e de alunos não empreendedores é igual a 11,1% e 3,7% dos alunos empreendedores encontram-se entre 23 e 25 anos, além de que 3,7% encontram-se com 28 anos ou mais e 7,4% não informaram sua idade.

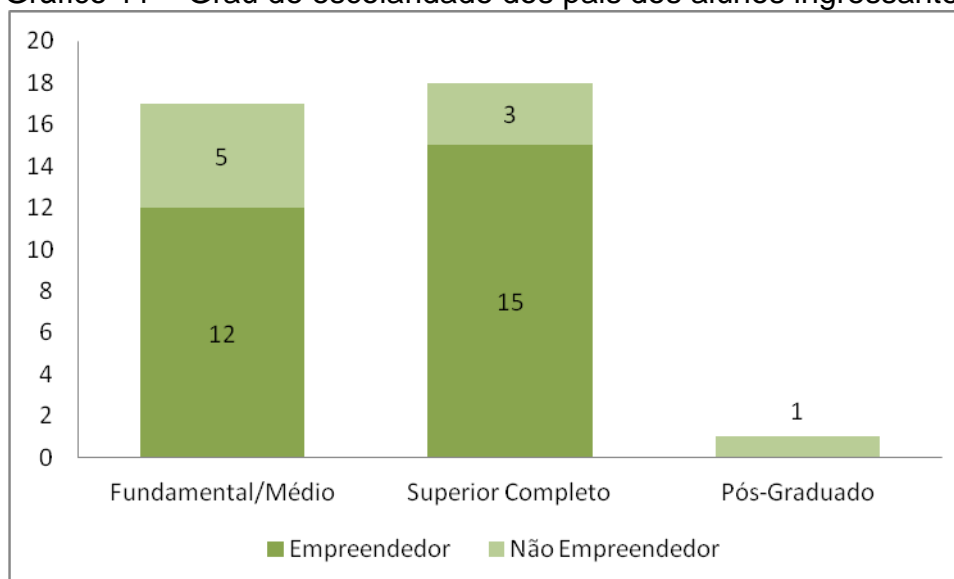
Não existem alunos empreendedores entre 26 e 28 anos e não existem alunos não empreendedores acima dos 23 anos. Pode-se também observar que existem mais Alunos Empreendedores mais velhos do que Alunos Não Empreendedores.

Quadro 05 – Grau de escolaridade dos pais dos alunos ingressantes

Nível de formação dos pais	Valor	%
Fundamental/Médio	17	47,2%
Superior Completo	18	50,0%
Pós-Graduado	1	2,8%
Total	36	100,0%

Fonte: elaborado pela autora

Gráfico 11 – Grau de escolaridade dos pais dos alunos ingressantes



Fonte: elaborado pela autora

Dos alunos empreendedores, 55,6% possuem pais com formação em nível superior completo e 44,4% possuem pais com formação em nível fundamental ou médio. Nenhum aluno empreendedor possui pais com pós-graduação.

A maioria dos alunos não empreendedores, 55,6%, possui pais com formação em nível fundamental ou médio e 33,3% possuem pais com formação em nível superior. 11,1% dos alunos não empreendedores possuem pais com pós-

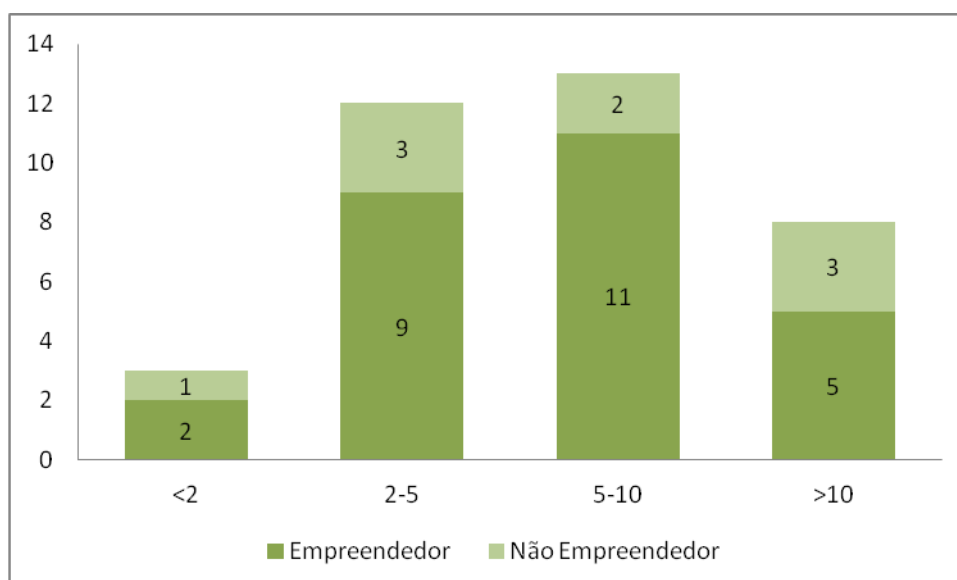
graduação.

Quadro 06 – Renda familiar media dos alunos ingressantes (em salários mínimos)

Renda familiar	Valor	%
<2	3	8,3%
2-5	12	33,3%
5-10	13	36,1%
>10	8	22,2%
Total	36	100,0%

Fonte: elaborado pela autora

Gráfico 12 – Renda familiar media dos alunos ingressantes (em salários mínimos)



Fonte: elaborado pela autora

Percebe-se que a media da renda familiar da maioria dos alunos empreendedores fica entre 5 (cinco) e 10 (dez) salarios mínimos, 40,7%, enquanto a dos alunos não empreendedores encontra-se empatada entre 2 (dois) e 5 (cinco) salarios mínimos e acima de 10 (dez) salarios mínimos, ambas com 33,3%.

Seguindo, 7,4% dos alunos empreendedores e 11,1% dos alunos não empreendedores possuem renda familiar abaixo de dois salarios mínimos.

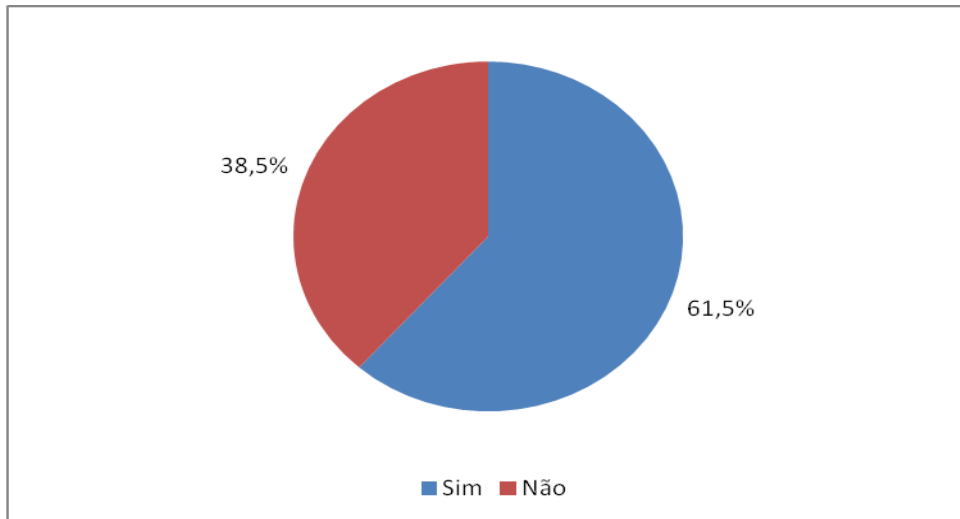
Dos alunos empreendedores, 33,3% possuem renda familiar entre 2 e 5 salarios mínimos e 18,5% possuem renda familiar acima de 10 (dez) salarios mínimos.

Dos alunos não empreendedores, 22,2% possuem renda familiar entre 5 (cinco) e 10 (dez) salarios mínimos.

4.2.3 Identidade do aluno concludente

Dos 75 alunos pesquisados, 39 são alunos concludentes, ou seja, alunos que possuem o código de matrícula do ano de 2007 até o ano de 2009. Seguem os resultados da pesquisa:

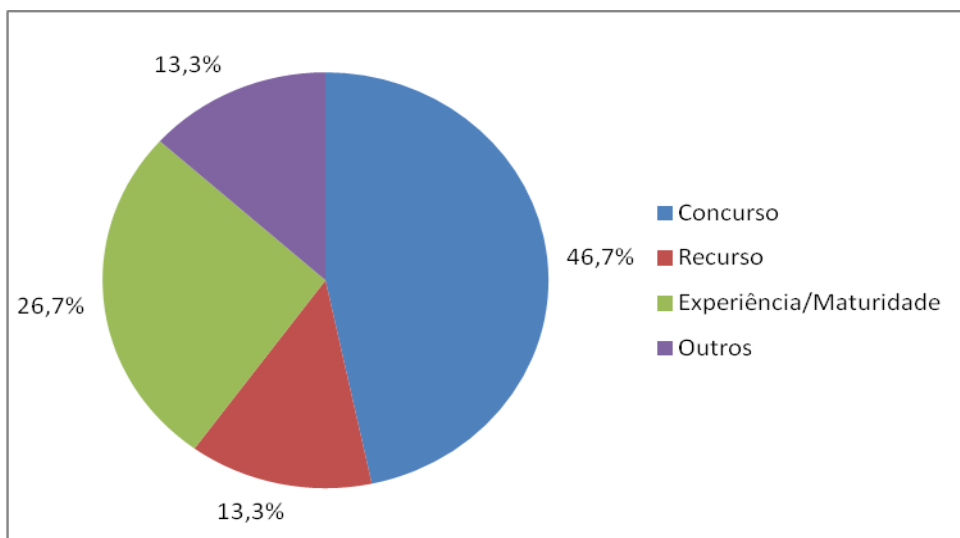
Gráfico 13 – Alunos concludentes interessados a empreender



Fonte: elaborado pela autora

Segundo os dados coletados a maioria dos alunos, 61,5%, têm o interesse de empreender ou cuidar de um negócio de família em até 1(um) ano após sua formação, enquanto 38,5% não pretendem empreender ou não pretendem empreender no ano após sua formatura.

Gráfico 14 – Motivos que levam o aluno concludente a não empreender

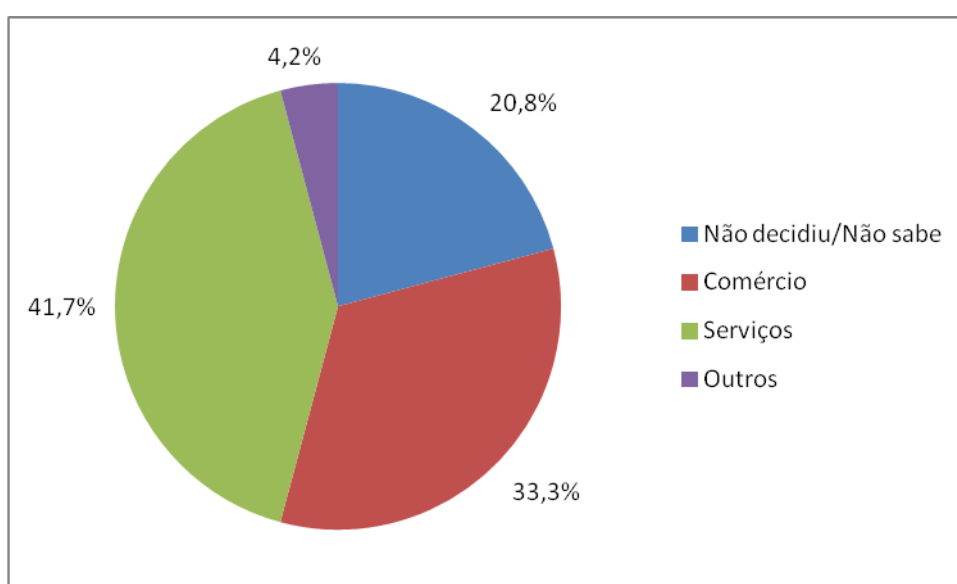


Fonte: elaborado pela autora

Dos alunos não empreendedores, quase a metade, 46,7%, informaram que pretendem investir na carreira pública, estudando para conquistar uma vaga em um concurso público, e 26,7% dos alunos informaram que não pretendem começar um negócio após o curso por falta de experiência e/ou maturidade.

Outros motivos, como ter o curso de administração como formação complementar ou não informaram, e motivos financeiros como falta de recursos possuem 13,3% cada.

Gráfico 15 – Tipos de negócios visados pelos alunos concludentes



Fonte: elaborado pela autora

Dos alunos empreendedores, a maioria, 41,7%, pretendem investir no setor de serviços. 33,3% no setor de comércio. 20,8% ainda não decidiram ou não sabem por qual setor optar, e 4,2% pretendem investir em outros tipos de empresas tal como, como cuidar da empresa familiar.

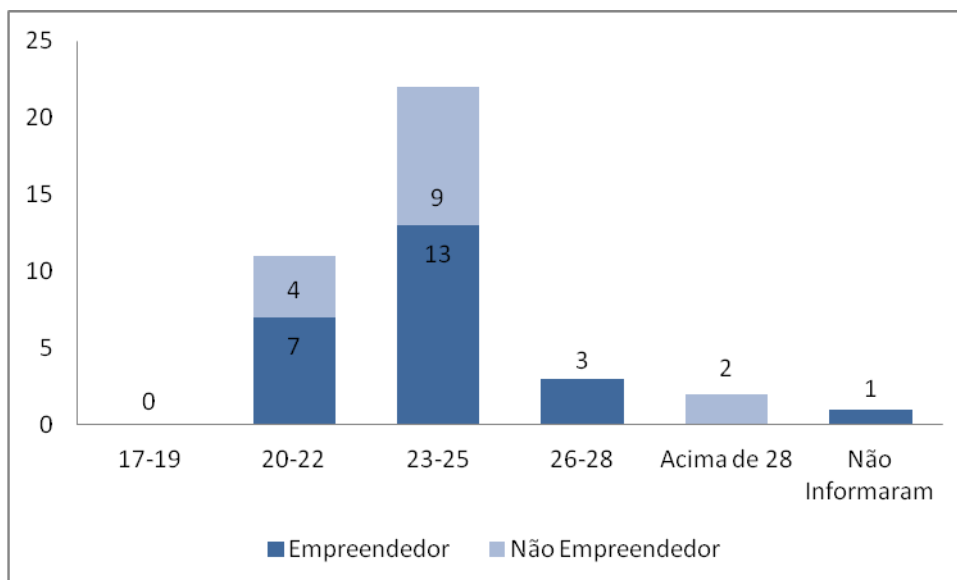
Quadro 07 – Media de idade dos alunos concludentes

Idade	Valor	%
17-19	0	0,0%
20-22	11	28,2%
23-25	22	56,4%
26-28	3	7,7%
Acima de 28	2	5,1%
Não Informaram	1	2,6%
Total	39	100,0%

Fonte: elaborado pela autora

Pode-se perceber que a grande maioria dos alunos egressos possui entre 20 e 25 anos, 84,6%, e que não há nenhum aluno com menos de 19 anos.

Gráfico 16 – Media de idade dos alunos concludentes



Fonte: elaborado pela autora

Destes alunos, tanto alunos empreendedores, 54,2%, quanto alunos não empreendedores, 60%, encontram-se em sua maioria entre 23 e 25 anos de idade, 29,2% dos alunos empreendedores e 26,7% dos alunos não empreendedores encontram-se entre 20 e 22 anos.

Dos alunos empreendedores, 12,5% possuem entre 26 e 28 anos e 4,2% não informaram sua idade. Dos alunos não empreendedores, 13,3% possuem idade acima dos 28 anos. Não existem alunos entre 26 e 28 anos.

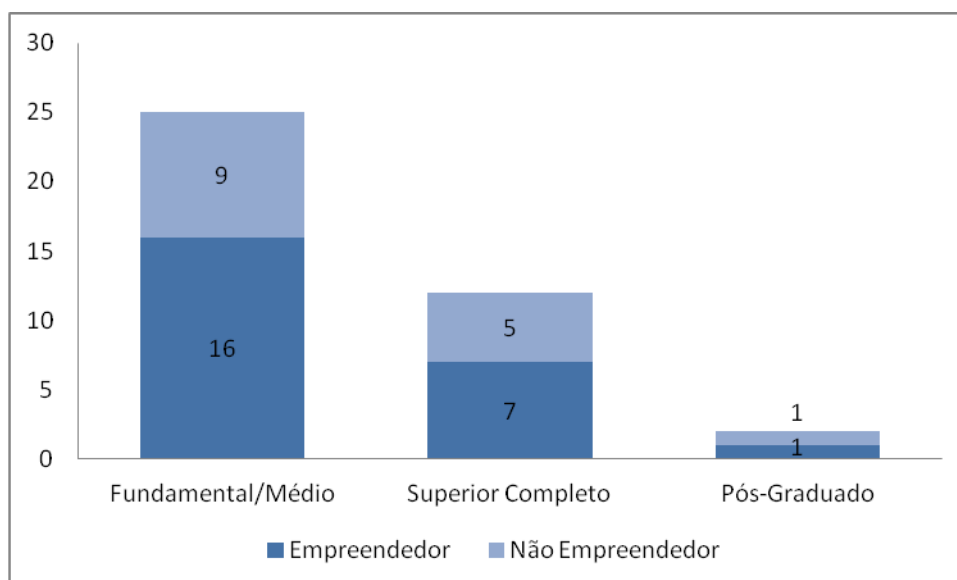
Não existem alunos, empreendedores ou não empreendedores, com menos de 20 anos.

Quadro 08 – Grau de escolaridade dos pais dos alunos concludentes

Nível de formação dos pais	Valor	%
Fundamental/Médio	25	64,1%
Superior Completo	12	30,8%
Pós-Graduado	2	5,1%
Total	39	100,0%

Fonte: elaborado pela autora

Gráfico 17 – Grau de escolaridade dos pais dos alunos concludentes



Fonte: elaborado pela autora

A maioria, tanto dos alunos empreendedores, 66,7%, quanto dos alunos não empreendedores, 60%, possuem pais com formação de nível fundamental ou médio, e 29,2% de alunos empreendedores e 33,3% de alunos não empreendedores possuem pais com formação em nível superior completo.

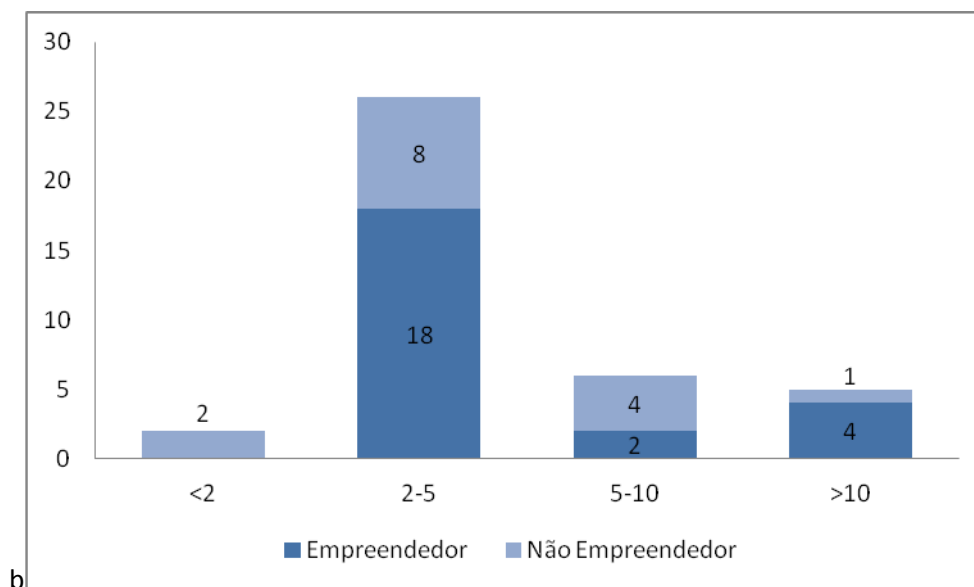
Os alunos com pais que possuem pós-graduação correspondem a 4,2% dos alunos empreendedores e 6,7% dos alunos não empreendedores.

Quadro 09 – Renda familiar media dos alunos concludentes
(em salários mínimos)

Renda familiar	Valor	%
<2	2	5,1%
2-5	26	66,7%
5-10	6	15,4%
>10	5	12,8%
Total	39	100,0%

Fonte: elaborado pela autora

Gráfico 18 – Renda familiar media dos alunos concludentes (em salarios mínimos)



Fonte: elaborado pela autora

Pode-se perceber que a media da renda familiar de alunos empreendedores, 75%, e de alunos não empreendedores, 53,3%, encontra-se entre 2 (dois) e 5 (cinco) salarios mínimos, 26,7% dos alunos não empreendedores possuem renda 5 (cinco) e 10 (dez) salarios mínimos enquanto 16,7% dos alunos empreendedores possuem renda maior que 10 (dez) salarios mínimos.

Dos alunos não empreendedores, 13,3% possuem renda familiar menos que dois salarios mínimos e 6,7% possuem renda familiar acima de 10 (dez) salarios mínimos.

Dos alunos empreendedores, 8,3% possuem renda familiar entre 5 (cinco) e 10 (dez) salarios mínimos. Nenhum possui renda familiar menor que dois salarios mínimos.

5 O IMPACTO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA UFMA NOS ALUNOS E NO MERCADO

Como já discutido anteriormente, o curso de administração da UFMA foi concebido como uma ferramenta para a formação do profissional voltado para o empreendedorismo, contribuindo para a transformação da realidade social, econômica e política do Maranhão.

A seguir, analisar-se-á como essa realidade poderá ser transformada e qual o impacto econômico que o curso de administração, através de seus alunos, poderá causar.

5.1 A perspectiva de investimento e crescimento do mercado local

No Maranhão, o nível de profissionalismo das empresas ainda é baixo, em grande parte decorrente do número insuficiente de administradores atuando nos níveis estratégicos, tático e operacional dessas empresas, pois os próprios donos ou responsáveis pelas empresas em sua maioria, não são administradores por formação, havendo uma carência de conhecimento para gerência e investimento em oportunidades.

Problemas como baixa qualidade, fraco desempenho, gestão não adequada de recursos humanos e baixo índice de capacitação torna a empresa maranhense pouco competitiva.

Porém, na última década, o estado tem passado por uma transformação na sua economia. O estímulo na iniciativa privada tem exigido um maior grau de competitividade e conseqüente melhoria de qualidade por parte das empresas; um consumidor mais exigente e mais consciênte de seus direitos quanto à qualidade dos serviços e do atendimento tem obrigas as empresas locais a investirem e produzirem melhor. Ainda assim, ainda persiste no Maranhão uma escassez de administradores capazes de conduzirem esse processo de mudança.

Segundo afirmam Barros e Pereira (2008, p. 977):

A contribuição do empreendedor ao desenvolvimento econômico ocorre fundamentalmente pela inovação que introduz e pela concorrência no mercado. 'A inovação de produtos e de processos de produção está no coração da competitividade de um país, conforme destacou Porter (1992). A concorrência leva ao aumento da eficiência econômica (Nickel, Nicolitsas, & Dryden, 1997)'.

Pode-se então dizer que os empreendedores são a principal força da economia, influenciando-na ao mudarem o mercado, gerando concorrência e estimulando a economia.

A lógica é que a partir de novos negócios empreendedores no mercado há dois caminhos a serem percorridos. O primeiro é a ocorrência de inovação no mercado, o que afeta diretamente e positivamente o desempenho da firma. O segundo é o estímulo na concorrência, o que leva a saída de empresas do mercado, fusões entre empresas e inovações nas firmas existentes, o que leva a uma nova estrutura de mercado, uma estrutura mais eficiente. “O resultado final de ambos os caminhos é o aumento do desempenho econômico, ocorrendo o crescimento do PIB e da empregabilidade” (BARROS e PEREIRA, 2008, p. 984).

No entanto, nos países emergentes, como é o caso do Brasil, essa lógica não se aplica, pois ao contrário do que se observa em países tecnologicamente mais avançados, “a maior atividade empreendedora no Brasil está associada a menores taxas de crescimento econômico regional” (BARROS e PEREIRA, 2008, p. 986).

O resultado da pesquisa feita por Barros e Pereira (2008) aponta que nos municípios onde há maior proporção de trabalhadores por conta-própria, o desemprego é menor, porém a natureza dessa maior atividade empreendedora não leva a um melhor desempenho econômico, medido pelo crescimento do PIB local, pois a maioria dos empreendedores o fazem por necessidade. “Ao contrário do empreendedor inovador que fareja uma oportunidade de negócio, o empreendedor por necessidade pouco contribui para o dinamismo da economia local.” (BARROS e PEREIRA, 2008, p. 989).

‘Primeiro, o empreendedorismo no Brasil contribui para uma menor taxa de desemprego nos municípios. Este resultado também foi verificado para países da OCDE (Audretsch et al., 2005)’ e em regiões do Reino Unido (Robson, 1998)’.
Segundo, o tipo de atividade empreendedora que prevalece (empreendedorismo por falta de melhor alternativa de trabalho produtivo) é menor em municípios com maior crescimento econômico.

[...] ‘Este resultado, que revela uma associação negativa entre a atividade empreendedora por necessidade e o crescimento econômico, corrobora uma conclusão de trabalho recente numa amostra de 36 países (Stel et al., 2005)’. Nos 25 países relativamente ricos desta amostra, a atividade empreendedora associa-se positivamente com maior taxa de crescimento econômico, enquanto nos 11 países relativamente pobres, onde o Brasil foi incluído, a relação é inversa. (BARROS e PEREIRA, 2008, p. 989)

Pode-se afirmar então que o curso de administração, através da formação de alunos empreendedores por oportunidade podem influenciar positivamente na economia, pois este tipo de empreendedor é o responsável pelas mudanças e crescimento do mercado, pois pela análise da pesquisa feita com os alunos de administração da UFMA, pode-se afirmar que esses alunos pretendem empreender de forma consciente, tendo em vista que a maioria dos estudantes pesquisados já pensou no assunto e pretende empreender conscientemente no setor de serviços.

6 CONCLUSÃO

Através da análise dos dados obtidos na pesquisa pode-se verificar que a porcentagem de alunos dispostos a empreender em até um ano após o término de sua graduação no curso de administração da UFMA diminuiu ao longo do curso.

Os prováveis motivos para essa situação podem ser relacionados ao amadurecimento do aluno, que começa a analisar mais seriamente sobre o que é preciso para empreender, e com o conjunto de conhecimentos adquiridos ao longo do curso acaba por descobrir que empreender requer paciência, planejamento e recursos.

O lado negativo verificado é que muitos alunos não empreenderão em até um ano após o término do curso. No entanto, encontrou-se um dado muito positivo que refere-se aos alunos que irão empreender posteriormente, quando empreenderem, terão uma maior chance de sobrevivência.

Acredita-se que mantidas as condições pesquisadas os alunos concluintes do curso de administração da UFMA serão empreendedores por oportunidade, pois, estes possuem todos os conhecimentos para planejar o negócio antes de iniciá-lo, além de que esses terão o conhecimento necessário que os permitam saber identificar boas oportunidades de negócios.

Segundo a análise pode-se concluir também que idade e renda não influem significativamente na decisão de empreender ou não, pois as médias dos alunos empreendedores e alunos não empreendedores foram relativamente equilibradas.

Desse modo, conclui-se que em resposta a problematização, tem-se que os alunos de administração da UFMA poderão se tornar bons empreendedores por oportunidade, pois demonstraram que a opção de empreender deve ser feita de forma racional, buscando-se abrir um negócio onde exista oportunidade e necessidade no mercado, analisam o aspecto financeiro e a renda necessária para começar a investir e percebe-se que os alunos que empreendem o fazem com paixão, pois investem em negócios no mercado que eles gostariam de trabalhar e em algo que eles mesmos gostariam de ser clientes.

REFERÊNCIAS

BARROS, Aluizio Antonio de; PEREIRA, Claudia Maria Miranda de. **Empreendedorismo e crescimento economico**: uma análise empírica. 2008. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rac/v12n4/05.pdf>>. Acesso em: 07/02/2013.

COELHO, Ricardo Correa. **Estado, governo e mercado**. Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração/UFSC; [Brasília]: CAPES: UAB, 2009.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **O melhor de Peter Drucker**: a administração. São Paulo: Nobel, 2001.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2007.

LOPES, Rose Mary A. **Educação Empreendedora**: conceitos, modelos e práticas. Rio de Janeiro: Elsevier ; São Paulo: SEBRAE, 2010.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Introdução à administração**. 5. ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 2000.

_____. **Teoria geral da administração**: da revolução urbana à revolução digital. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

SMITH, Adam. **A Riqueza das Nações**. São Paulo: Nova Cultural, 1988. (Coleção os economistas)

UFMA, **Projeto pedagógico do curso de administração**. São Luis, 2006.

UFMA, **DECCA**. 2013. Disponível em: < <http://www.decca.ufma.br/>>. Acesso em 12 de Janeiro de 2013.

APÊNDICE

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
 DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS E ADMINISTRAÇÃO
 ALUNA: Ticiania de Carvalho Farias

Questionário para elaboração de TCC Monografia

Nome: _____ Idade: _____

Período: _____

Qual o grau de formação dos seus pais/responsáveis?

Fundamental/Médio Superior Completo Pós- Graduação

Qual a sua renda familiar? (em salários mínimos)

>2 2 à 5 5 à 10 <10

Pretende começar um negocio até 1 ano após formado? Ou cuidar de algum negocio familiar?

Sim Não

Se sim, qual tipo de negocio? Se não, por quê?
