

Potencial empreendedor dos estudantes das Ciências Sociais Aplicadas de uma instituição de ensino superior sob a ótica do *Carland Entrepreneurship Index* (CEI)

JUTHIELLI TORMEN

(UNOESC) juthytormen@yahoo.com.br

SABRINA DO NASCIMENTO

(UNOESC) Sabrina.nascimento@unoesc.edu.br

MIGUEL ANGEL VERDINELLI

(UNIVALI) nupad@univali.br

SUZETE ANTONIETA LIZOTE

(UNIVALI) lizote@univali.br

Resumo: Esta pesquisa buscou analisar o potencial empreendedor dos discentes dos cursos de uma instituição de ensino superior (IES) privada, a partir do modelo de *Carland Entrepreneurship Index* (CEI). A amostra é composta por 205 estudantes dos cursos de Administração, Ciências Contábeis, Comércio Exterior, Tecnologia em Logística e Gestão Comercial, de uma instituição privada no estado de Santa Catarina. Na metodologia, optou-se pela pesquisa descritiva, por meio de uma *survey* de abordagem quantitativos dos dados. Para tanto, a coleta de dados utilizou o instrumento de pesquisa proposto por Carland e Carland (1996), composto por 33 pares de questões fechadas que aferem o potencial empreendedor por meio de quatro dimensões: traços de personalidade (TP), propensão à inovação (PI), propensão ao risco (PR) e a postura estratégica (PE). Na análise dos dados, utilizou planilhas eletrônicas e a estatística descritiva. Os resultados apontam que, entre os discentes investigados, identificou-se a presença do potencial empreendedor conforme a escala do CEI em suas quatro dimensões. Observou-se a predominância da categoria empreendedora presente em 81,46% dos entrevistados, seguida pela categoria microempreendedor, com 17,56%, e a categoria macroempreendedor, com 0,97%. Estes achados confirmam ainda os resultados de outros estudos empíricos que aplicaram o CEI em contextos culturais distintos.

Palavras-chave: Potencial Empreendedor. *Carland Entrepreneurship Index* (CEI). Instituição de Ensino Superior.

Entrepreneurial potential of students of Social Sciences of a higher education institution from the perspective of *Carland Entrepreneurship Index* (CEI)

Abstract: This research aimed to analyze the entrepreneurial potential of students of a higher education institution (HEI) Private from the *Carland Entrepreneurship Index* Model (IEC). The sample consists of 205 students of Business Administration courses, Accounting, Foreign Trade, Technology in Logistics and Commercial Management, a private institution in the state of Santa Catarina. The methodology was chosen descriptive research through a *survey* of quantitative data approach. Therefore, data collection used the *survey* instrument proposed by Carland and Carland (1996) consists of 33 pairs of closed questions that measure the pontecial entrepreneur through four dimensions: personality traits (TP), propensity to innovation (PI), propensity to risk (PR) and the strategic posture (PE). In the data analysis spreadsheets and descriptive statistics. The results show that among the students *surveyed* identified the presence of the potential entrepreneur as the scale of the ERC in its four dimensions. We also observed the predominance of entrepreneurial category present in 81.46% of respondents, followed by the microenterprise category with 17.56% and the category macro entrepreneur with 0.97%. These findings further confirm the results of other empirical studies that applied the CIS in different cultural contexts.

Keywords: Potential Entrepreneur. Carland Entrepreneurship Index (CEI). Institution of Higher Education.

INTRODUÇÃO

O mundo empresarial se constitui como uma fonte essencial do conhecimento do empreendedorismo principalmente para os estudantes, sobretudo os acadêmicos. Pode-se dizer que este é o ambiente ideal para se extrair o aprendizado necessário, uma vez que nele se encontram as forças produtivas, econômicas, sociais e políticas para se desenvolver um perfil empreendedor (DOLABELA, 1999). Para Dolabela (1999, p. 30), “o empreendedor cria e aloca valores para os indivíduos e para a sociedade, ou seja, é fator de inovação tecnológica e crescimento econômico”.

Dolabela (1999) ressalta que o comportamento dos empreendedores tem mais importância para uma organização do que as estruturas colocadas em jogo, porque tem embutido no seu âmago os valores do desenvolvimento. Bernardi (2012) ressalta que as características da personalidade dos indivíduos empreendedores, uma correta modelagem do negócio e um planejamento bem elaborado aumentam as chances de sucesso de uma organização. Neste contexto, o comportamento ou a intenção empreendedora de um indivíduo é necessária para que se possa iniciar uma empresa e saber decidir sobre os problemas e os riscos típicos da atividade empresarial. O empreendedor é surpreendido frequentemente por situações onde pode estar preparado ou não para tomar as decisões sobre problemas inesperados (BERNARDI, 2012).

Para Reis e Armond (2012), um empreendedor não tem seu perfil propriamente definido, este indivíduo deve obter características, tais como: disciplina, saber identificar os riscos, ter capacidade de planejamento, ser capaz de visualizar uma oportunidade de negócio antes de realizar um investimento, ser tolerável com os erros e buscar aprender com estes, ser um líder capaz de motivar e gerenciar pessoas e processos que envolvem uma organização. De acordo com Kickul et al. (2009), a criação de negócio está atrelada a busca por oportunidades, ao planejamento para o novo empreendimento, a recursos, dentre outras questões. Neste contexto, conhecer melhor o perfil do empreendedor ou seu potencial empreendedor se configura com parte preponderante das influências as quais este indivíduo está exposto para a criação ou não do seu próprio negócio.

Com o intuito de compreender o potencial empreendedor no contexto brasileiro, algumas pesquisas empíricas foram realizadas com estudantes universitários (CULTI-GIMENEZ et al., 2006; NASCIMENTO et al., 2014), com comerciantes (VIEIRA et al., 2013), clientes e futuros empreendedores (FERREIRA, 2005; FREITAS et al., 2009), e ainda, com empresários (KOERNIJEZUK, 2004). Em linha com os estudos empíricos realizados, esta pesquisa busca analisar o potencial empreendedor dos discentes dos cursos de Administração, Ciências Contábeis e Tecnologia em Gestão Comercial, Logística e Comércio Exterior de uma instituição de ensino superior (IES) privada a partir do modelo de *Carland Entrepreneurship Index* (CEI). Para

alcançar o propósito central do estudo, foram traçados os seguintes objetivos específicos: a) delinear o perfil dos discentes analisados; b) traçar as características empreendedoras a partir do CEI; c) classificar os discentes analisados de acordo com o índice proposto por Carland e Carland (1996); e d) comparar os resultados desta pesquisa com outros estudos empíricos.

EMPREENDEDORISMO

Em relação ao empreendedorismo, acreditava-se que por meio dele era possível fomentar o desenvolvimento político e econômico de um país ao incentivar as mudanças de comportamento e promover oportunidades de negócios para as pessoas. Degen (2009, p.401) afirma que

[...] no século passado, muitos economistas e professores, incluindo o autor, acreditavam que bastava incentivar o empreendedorismo entre os jovens para promover o desenvolvimento econômico, reduzindo ou mesmo eliminando a pobreza.

O empreendedorismo começou a ser fomentado a partir da metade da década de 1990, para atender as demandas organizacionais, caracterizar mudanças nas negociações, incentivar melhorias na economia perante a globalização acirrada e ainda, obrigou as empresas a buscarem soluções para remodelar sua produção e gerenciamento. Estas mudanças incluíram o reaproveitamento de materiais, a utilização seletiva de mão de obra, a modernização nas negociações, os processos logísticos e a descoberta de novos mercados (ANGELO, 2003, p.40).

Com o intuito de adequar-se às novas demandas sociais e organizacionais, o empreendedorismo vem galgando seu espaço no ambiente dinâmico em que vivemos. Nesta perspectiva, encontrar pessoas com perfil empreendedor torna-se imprescindível. Dornelas (2008) destaca que os empreendedores são pessoas com visões diferentes, que gostam do que fazem, são motivados, ousam e buscam por algo diferente no mercado e ainda, são capazes de fazer acontecer e empreender. Gerber (2011, p.22) afirma que “o empreendedor vive no futuro; nunca no passado e raras vezes no presente. Sua maior felicidade é sentir-se livre para construir imagens de conjecturas e hipóteses”. Para Degen (2009, p.15), os indivíduos empreendedores necessitam de um perfil que “se ilustra por duas características importantes para ser bem-sucedido no futuro: primeiro tentar adaptar o mundo a si; segundo, ter necessária disposição para assumir os riscos e superar desafios e sacrifícios pessoais para ter sucesso”.

Ortigara (2008) ressalta que o desafio do empreendedor é árduo em termos de negócio, tendo em vista os avanços tecnológicos e os desafios complexos que envolvem a gestão que relativamente demandariam novas competências para executar projetos com criatividade e um estilo de ação eficaz determinante para a execução de um trabalho

composto por diferenciação (ORTIGARA, 2008). Assim, torna-se relevante identificar as características individuais que envolvem a figura do empreendedor, uma vez que difere as qualidades e as influências predominantes em cada comportamento que permite desenvolver interesses, valores e percepções nos negócios (BERNARDI, 2012). Dessa forma, identificar características individuais, atitudes e perfil de comportamento dos indivíduos mostram-se relevantes para identificar o potencial empreendedor das pessoas que desejam empreender ou que possuem um espírito empreendedor para auxiliar nos processos que envolvem as organizações para que juntos gerem uma vantagem competitiva sustentável.

CARLAND ENTREPRENEURSHIP INDEX (CEI)

O índice de *Carland Entrepreneurship Index* (CEI), de acordo com Carland e Carland (1996), obtém quatro características a serem abordadas que correspondem o potencial empreendedor. Segundo Gimenez e Júnior (2004, p.112), “o CEI está direcionado a maneira de agir e pensar no que se refere a empreender, é um fator determinante para buscar diferenciação dos indivíduos e mensurar a competência necessária para o desenvolvimento pessoal”. Dessa forma, o modelo conceitual teórico proposto por Carland e Carland (1996) apresenta quatro dimensões que contemplam as características psicológicas dos empreendedores, sendo elas: Traços de Personalidade (TP), Propensão ao Risco (PR), Propensão à Inovação (PI) e Postura Estratégica (PE). Estas dimensões juntas resultam em três grupos ou categorias: microempreendedor, empreendedor e macroempreendedor que atestam o potencial de cada indivíduo.

A dimensão Traços de personalidade (TP) – compreende “a necessidade de realizar e criar, que garante competências necessárias para exercer tarefas diferenciadas com motivação e habilidade no desenvolvimento de suas atividades” (CULTI-GIMENEZ et al. 2006, p.3). Esta dimensão compreende o perfil do empreendedor que implica em ser tolerável, saber aceitar as críticas para obter sucesso. Gerber (2004, p.15) afirma que para “o empreendedor obter sucesso precisa alcançar os objetivos e manter o equilíbrio necessário para atrair resultados positivos, porém a personalidade garante atitudes, dedicação e boa vontade”.

Na dimensão Propensão ao Risco (PR) - para os empreendedores os desafios de atingir aos objetivos são maiores do que assumir as possibilidades do fracasso. Eles estão dispostos a correr qualquer risco para obter oportunidades mesmo estando errados ao tomar decisões, precisam estar preparados para determinadas situações (BYRNE, 2012). Conforme Reginato et.al. (1995, p.44),

[...] todas as atividades têm seus riscos, mas o fato é de que as pessoas deixam de empreender para não perder seus direitos e benefícios trabalhistas quando se trata de

estar trabalhando em uma empresa e adquirir recursos para não sofrer com prejuízos e perder seu patrimônio.

Quanto à dimensão Propensão à inovação (PI) - A inovação vem diferenciando os serviços empresariais ao longo dos anos, que apesar de dar ênfase na qualidade de serviços e produtos estabeleceu meios tecnológicos para garantir a visão tecnológica. E ainda, identificar os pontos positivos no mundo empreendedor, criando pontos estratégicos e ideais que atuam dentro da organização, com uma vantagem competitiva do ser humano, que possui capacidade de criação e renovação (HASCHIMOTO, 2006).

E por fim, na Postura estratégica (PE) – esta deve estar ligada ao modelo de gestão empresarial que identifica as tomadas de decisões em todas as áreas da empresa, além de garantir uma visão integrada em qualquer atuação, independentemente do porte e da sua determinada postura dentro da organização (RAZZOLINI FILHO, 2012). Para Carland e Carland (1996), esta dimensão avalia o indivíduo que tem capacidade de percepção sobre os negócios, explora as oportunidades disponíveis no momento certo e tem habilidade na tomada de decisão.

No índice de *Carland Entrepreneurship Index* (CEI), após a distribuição das características empreendedoras dispostas nas quatro dimensões citadas, se realiza a classificação de acordo com a pontuação obtida, para efeito do cálculo da escala, para mensurar o potencial empreendedor a partir de três grupos ou categorias. Na primeira categoria, o microempreendedor (0 a 15 pontos), conforme Carland, Carland e Hoy (1992), possui um negócio que não visa o crescimento direto, mas que pode se tornar uma referência em sua cidade ou comunidade. Esse tipo de empreendedor vê seu negócio como a fonte primária para a renda familiar ou para estabelecer emprego familiar. Considera sua empresa como aspecto importante da sua vida, mas não será “consumido” por ela e irá buscar a sua satisfação pessoal através de alguma atividade externa ao seu negócio. O sucesso, para o microempreendedor, pode ser medido pelo seu grau de liberdade e pela estabilidade de seu negócio, o que proporcionará condições de aproveitar a vida.

Na segunda categoria, o empreendedor (16 a 25 pontos) – os indivíduos concentram seus esforços para o lucro e crescimento do seu negócio. Seus objetivos são mais ousados que os do microempreendedor, mas ao atingir o seu padrão desejado de sucesso, possivelmente o seu foco também mudará para outros interesses externos ao negócio. Esse tipo busca a inovação, normalmente procurando melhorias para os produtos, serviços e procedimentos já estabelecidos, ao invés de engendrar algo totalmente novo, pois essas melhorias têm menos probabilidades de desestabilizar o caminho para o sucesso, que é tão importante para o empreendedor. O sucesso para as pessoas que se enquadram nesta categoria pode ser simbolizado pelo reconhecimento, admiração e riqueza (CARLAND; CARLAND; HOY, 1992).

E na terceira e última categoria, o macroempreendedor (26 a 33 pontos) – acredita que o seu próprio envolvi-

mento com seu negócio é o caminho para a autorrealização. Costuma associar o seu sucesso ao crescimento e lucro do seu negócio, mas o seu interesse não é monetário, mas, sim, como um placar, para medir o seu sucesso pessoal, pois o que realmente deseja é dominar o seu mercado. Esse tipo é considerado inovador e criativo e está constantemente em busca de novos caminhos para transformar seus sonhos em novos produtos, mercados, indústrias e desafios. Um macroempreendedor verá seu negócio como um meio de mudar a indústria e tornar-se uma força dominante. Seus esforços giram em torno do seu empreendimento, com força e determinação.

METODOLOGIA DA PESQUISA

A pesquisa é de caráter descritivo, uma vez que busca analisar o potencial empreendedor dos discentes dos cursos de Administração, Ciências Contábeis e Tecnologia em Gestão Comercial, Logística e Comércio Exterior de uma instituição de ensino superior (IES) privada a partir do modelo de *Carland Entrepreneurship Index* (CEI).

A população deste estudo é composta por 331 discentes dos cursos de graduação de Administração, Ciências Contábeis, Comércio Exterior, Tecnologia em Logística e Gestão Comercial de uma instituição de ensino privada do oeste de Santa Catarina. A amostra compreende os 205 discentes que responderam o instrumento de pesquisa em sala de aula, durante os meses de setembro e outubro de 2014, sendo o instrumento de pesquisa aplicado presencialmente. O estudo caracteriza-se como uma pesquisa de levantamento ou *survey*, ao compreender uma amostra expressiva em relação ao universo pesquisado.

A pesquisa adotou uma abordagem quantitativa. Para Fachin (2006, p.78), pesquisas de natureza quantitativa buscam a “quantificação científica envolve um sistema lógico que sustenta a atribuição de números, cujos resultados sejam eficazes”. Para a coleta de dados, utilizou-se o instrumento proposto por Carland e Carland (1996), composto por 33 pares de questões fechadas, que busca aferir o potencial empreendedor a partir de quatro dimensões: traços de personalidade (TP), propensão à inovação (PI), propensão ao risco (PR) e a postura estratégica (PE).

Ressalta-se que este instrumento foi traduzido e validado no contexto nacional por meio de vários estudos empíricos que o utilizaram. Destaca-se que o instrumento de pesquisa utilizado neste estudo é composto por dois blocos, sendo o primeiro relacionado a informações para traçar o perfil dos entrevistados, tais como: gênero, faixa etária, atividades profissionais desenvolvidas e se possui intenção de abrir seu próprio negócio. O segundo bloco é composto pelos 33 pares de questões do instrumento de Carland e Carland (1996).

No que se refere aos procedimentos de análise de dados, após a aplicação dos instrumentos de pesquisa, realizou-se a organização de todas as informações coletadas em planilhas eletrônicas, onde se utilizou a estatística descrita

para as primeiras análises. Na sequência, procedeu-se à classificação da pontuação para o cálculo do *Carland Entrepreneurship Index* (CEI), em que os respondentes considerados microempreendedores obtinham uma pontuação de 0 a 15 pontos, a categoria empreendedora é aferida pelos respondentes que atingirem de 16 a 25 pontos, e, por fim, a categoria macroempreendedora quando os respondentes atingem de 26 a 33 pontos.

DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Para realizar a discussão dos achados desta pesquisa, buscam-se suscitar os objetivos específicos que norteiam o estudo, que analisam o perfil dos discentes dos cursos de ciências sociais aplicadas investigados, identificar as características empreendedoras medidas pelo *Carland Entrepreneurship Index* (CEI), classificar o potencial empreendedor dos discentes pesquisados a partir do CEI e comparar os resultados desta pesquisa com estudos empíricos anteriores.

PERFIL DOS DISCENTES DOS CURSOS DE SOCIAIS APLICADAS ANALISADOS

Nesta pesquisa, foram analisados 205 estudantes dos cursos de ciências sociais aplicadas como Administração, Ciências Contábeis, Comércio Exterior, Tecnologia em logística e Tecnologia em Gestão comercial de uma instituição de ensino superior privada localizada no oeste do estado de Santa Catarina. Para traçar o perfil dos discentes analisados considerou-se o gênero, faixa etária, quanto às atividades profissionais desenvolvidas e se possui intenção de abrir seu próprio negócio.

Quanto ao gênero, verificou-se que 124 pessoas pertencem ao gênero feminino e 81 são do gênero masculino, e a faixa etária é composta por uma média de idade de 22,9 anos, sendo que a média de idade do gênero feminino corresponde a 22,65 anos e o gênero masculino 23,8 anos.

Em relação às atividades profissionais desenvolvidas 90,73% dos entrevistados (186 discentes) alegam que exercem atividades profissionais e possuem um trabalho remunerado e apenas 9,26% (19 discentes) alegam que não estão trabalhando no momento. Entretanto, no que concerne à intenção destes discentes de abrir seu próprio negócio, 70,73% (145 discentes) mencionaram que possuem intenção de abrir seu próprio negócio e 29,26% (60 discentes) revelaram que não pretendem empreender.

CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS MEDIDAS PELA ESCALA DO CEI

O modelo teórico adotado nesta pesquisa tem por base o *Carland Entrepreneurship Index* (CEI), o qual considera quatro características para descrever o potencial de um empreendedor, tais como: Postura Estratégica (PE); Propen-

são à Inovação (PI); Propensão ao Risco (PR) e Traços de Personalidade (TP).

Em relação à Postura Estratégica (PE),- Culti-Gimenez et al. (2006) ressaltam que esta dimensão busca identificar as oportunidades que os indivíduos têm para tomar decisões de acordo com suas necessidades, para determinar suas percepções referentes a suas intenções dentro da empresa e ainda, com o intuito de proporcionar o crescimento do seu negócio com base em seus ideais próprios. A Tabela 1 apresenta as características empreendedoras relacionadas aos discentes dos cursos de ciências sociais aplicadas investigados a partir da perspectiva da Postura Estratégica (PE).

Questões	Respostas sem característica empreendedora	Respostas sem característica empreendedora	Respostas com característica empreendedora	Respostas com característica empreendedora
	Nº de respostas	Percentual (%)	Nº de respostas	Percentual (%)
01	34	16.58%	166	80.97%
04	39	19.02%	182	88.78%
05	65	31.7%	164	80.00 %
08	19	9.26%	169	82.43%
09	137	66.82%	83	40.48%
11	125	60.97%	62	30.24%
12	68	33.17%	149	72.68%
20	72	35.12%	104	50.73%
21	132	64.39%	43	20.97%
23	81	39,51%	133	64.87%
24	101	49.26%	88	42.92%
27	83	40.48%	107	52.19%
28	122	59.51%	97	43.31%

TABELA 1 – CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS DOS DISCENTES ANALISADOS COM BASE NA POSTURA ESTRATÉGICA (PE)
 FONTE: ADAPTADO DE NASCIMENTO ET AL. (2014).

Questões	Respostas sem característica empreendedora	Respostas sem característica empreendedora	Respostas com característica empreendedora	Respostas com característica empreendedora
	Nº de respostas	Percentual (%)	Nº de respostas	Percentual (%)
17	115	56.09%	105	51.21%
19	106	51.7%	83	40,48%
22	155	75,60%	48	23.41%
25	64	31.21%	124	60.48%
33	78	38.04%	136	66.34%

TABELA 2 – CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS DOS DISCENTES ANALISADOS COM BASE NA PROPENSÃO À INOVAÇÃO (PI)
 FONTE: ADAPTADO DE NASCIMENTO ET AL. (2014).

Observa-se, na Tabela 1, nas respostas dos discentes com características empreendedoras estabelecidas a partir do o *Carland Entrepreneurship Index* (CEI), a questão que obteve maior potencial empreendedor, com 88,78% dos respondentes, foi a Questão 4: “eu gostaria que este negó-

cio crescesse e se tornasse uma empresa forte”. Na segunda posição, com 82,43% das respostas, aparece a Questão 8: “um plano deveria ser escrito para ser efetivo”. E a terceira posição foi ocupada pela Questão 1: “os objetivos por escrito para este negócio seriam cruciais” que obteve 80,97%. Estes resultados confirmam os achados da pesquisa realizada por Nascimento et al. (2014), em que as questões 4 e 8 também ficaram entre as três primeiras colocadas que definem o potencial empreendedor dos discentes em relação à postura estratégica.

Observa-se, na Tabela 1, quanto às respostas dos discentes sem características empreendedoras, a Questão 9 “eu dividiria meu tempo entre este negócio, família e amigos” obteve maior pontuação com 66,82% das respostas. A segunda posição foi ocupada pela Questão 21: “nada sobre gerenciar um negócio é sempre rotina” com 64,39% dos respondentes. E por fim, a terceira posição com 60,97% é ocupada pela Questão 11 “uma das coisas mais importantes em minha vida seria este negócio”. Estes achados corroboram com os resultados da pesquisa de Nascimento et al. (2014), onde as questões com maior pontuação entre os discentes sem características empreendedoras, também foram as questões 9 e 21.

No que se refere à Propensão à Inovação (PI), demonstra o comportamento do empreendedor na busca por oportunidades e práticas de negócios, que identifica os processos administrativos que possam trazer resultados significativos em relação à criatividade e motivação dos colaboradores da empresa, e, ainda, agirem com uma perspectiva empreendedora para gerar competência aos processos gerenciais, ao passo que podem proporcionar inovação em seus serviços e atividade para gerar um diferencial competitivo no mercado em que atuam (DORNELAS, 2008).

Na Tabela 2, discorre-se sobre as características relacionadas à Propensão à Inovação (PI). Verifica-se que, dentre as questões com características empreendedoras, se sobressai a Questão 33: “é mais importante ver as possibilidades nas situações”, com um percentual de 66,34%. A segunda posição é ocupada pela Questão 25: “eu adoro a ideia de tentar ser mais esperto que os concorrentes” com 60,48% das respostas. Na terceira posição, com 51,21%, aparece a Questão 17: “eu sempre procuro por novas maneiras de fazer as coisas”. Na pesquisa de Nascimento et al. (2014), as questões que demonstram a Propensão à

Inovação (PI) são representadas pelas questões 33, 25 e 17, que coincidem com resultados desta pesquisa.

Quanto às questões que representam os respondentes que não demonstram características empreendedoras, sua maior representatividade está na Questão 22: “eu prefiro as pessoas que são realistas”, com 75,6% das respostas, e, em segundo lugar, com 56,09%, a Questão 17: “eu procuro estabelecer procedimentos padrões para que as coisas sejam feitas certas”. E, por fim, a terceira posição, com 51,7%, é ocupada pela Questão 19: “eu penso que os procedimentos operacionais padrões são cruciais”. Estes achados confirmam os resultados de Nascimento et al. (2014).

Quanto às características empreendedoras da dimensão Traços de Personalidade (TP), Hall e Lindzey e Campebell (2000, p.229) compreendem como a “personalidade é constituída por tendências determinantes que desempenham um papel ativo no comportamento do indivíduo”. Na sequência, a Tabela 3 expressa os resultados associados às características dos respondentes que se referem aos Traços de Personalidade (TP).

Questões	Respostas sem característica empreendedora	Respostas sem característica empreendedora	Respostas com característica empreendedora	Resposta com característica empreendedora
	Nº de respostas	Percentual (%)	Nº de respostas	Percentual (%)
02	104	50.73%	102	49.75%
03	141	68.78%	56	27.31%
06	85	41.46%	119	58.04%
07	58	28.29%	134	65.36%
10	46	22.43%	140	68.29%
13	137	66.82%	71	34.63%
14	121	59.02%	62	30.24%
15	156	76.09%	52	25.36%
16	55	26.82%	148	72.19%
18	134	65.36%	95	46.34%
29	87	42.43%	123	60.00 %
32	107	52.19%	134	65.36%

TABELA 3 – CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS DOS DISCENTES ANALISADOS COM BASE NOS TRAÇOS DE PERSONALIDADE (TP)
FONTE: ADAPTADO DE NASCIMENTO ET AL. (2014).

Com base na Tabela 3, constata-se que a partir das respostas dos discentes com características empreendedoras, a primeira posição, com 72,19% das respostas dos entrevistados, se relaciona com a Questão 16: “o desafio de ser bem-sucedido é tão importante quanto o dinheiro”. Na segunda posição, com 68,29% das respostas, tem-se a Questão 10: “eu tendo deixar minha cabeça governar meu coração”, e com um empate na terceira posição aparecem as questões 7: “eu não descansaria até que nós fossemos os melhores”, e a 32: “eu me preocuparia com os direitos das pessoas que trabalhassem

para mim”, com um percentual de 65,36%, respectivamente.

Nas questões sem características empreendedoras, com 76,09%, a Questão 15: “eu penso que eu sou uma pessoa prática” ocupa a primeira posição. Em seguida, na segunda posição, com 68,78%, a Questão 3: “eu não iniciaria este negócio se eu não tivesse certeza de que seria bem sucedido”. E, por fim, na terceira posição, com 66,82%, vem a Questão 13: “as pessoas que trabalhassem para mim, gostariam de mim”. E, por fim, na dimensão de Propensão ao risco, a Tabela 4 demonstra os resultados sobre as características dos respondentes em relação à Propensão ao Risco.

Questões	Respostas com característica empreendedora	Respostas com característica empreendedora	Respostas sem característica empreendedora	Resposta sem característica empreendedora
	Nº de respostas	Percentual (%)	Nº de respostas	Percentual (%)
26	151	73.65%	44	21.46%
30	163	79.51%	47	22.92%
31	87	42.43%	78	38.04%

TABELA 4 – CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS DOS DISCENTES ANALISADOS COM BASE NA PROPENSÃO AO RISCO
FONTE: ADAPTADO DE NASCIMENTO ET AL. (2014).

Percebe-se, na Tabela 4, que nas questões em que os respondentes apresentam características empreendedoras, a primeira posição é ocupada pela Questão 30: “se você quer que um negócio cresça você tem que assumir alguns riscos”, com 79,51%. Na segunda posição, com 73,65% das respostas, aparece a Questão 26: “se você quer exceder a concorrência, você tem que assumir alguns riscos”, e a terceira posição, com 42,43%, tem-se a Questão 31: “eu realmente não sentiria falta de trabalhar para alguém”. Os

resultados apresentados corroboram parcialmente com os achados de Nascimento et al. (2014), nesta dimensão.

CLASSIFICAÇÃO DOS ENTREVISTADOS A PARTIR DO CEI

Os resultados da aplicação do índice do *Carland Entrepreneurship Index* (CEI), que classifica em microempreendedor, empreendedor e macroempreendedor os discentes das Ciências Sociais Aplicadas de uma instituição de ensino

superior localizada no estado de Santa Catarina, são expostos na Tabela 5.

Categoria do CEI	Nº de respondentes	Percentual (%)
Microempreendedor	36	17,56%
Empreendedor	167	81,46%
Macro empreendedor	02	0,97%
TOTAL	205	100%

TABELA 5 - CLASSIFICAÇÃO DOS DISCENTES A PARTIR DO ÍNDICE DE CARLAND ENTREPRENEURSHIP INDEX (CEI)

FONTE: DADOS DA PESQUISA.

A partir das informações apresentadas na Tabela 5, percebe-se que os discentes pesquisados, em sua maioria, demonstram um potencial empreendedor com 81,46% das respostas, que correspondem a 167 respondentes. Na segunda posição, têm-se os microempreendedores com 17,56% dos entrevistados, e os discentes classificados como macroempreendedor correspondem apenas dois dos entrevistados analisados. Destaca-se que estes resultados corroboram com os achados de Nascimento et al. (2014) e Culti-Gimenez et al. (2006). Na sequência, a Tabela 6 demonstra os resultados da comparação da classificação a partir do índice de *Carland Entrepreneurship Index* (CEI) entre os cursos das Ciências Sociais Aplicadas na instituição de ensino superior pesquisada.

Cursos das ciências sociais aplicadas analisados	Nº de respondentes	Microempreendedor	Empreendedor	Macroempreendedor
Gestão Comercial	07	14,28%	85,71%	0%
Ciências Contábeis	75	14,66%	85,33%	0%
Administração	67	13,43%	85,07%	1,49%
Comércio Exterior	35	28,57%	68,57%	2,85%
Tecnologia em Logística	21	23,81%	76,19%	0%

TABELA 6 - CLASSIFICAÇÃO DOS DISCENTES A PARTIR DO ÍNDICE DE CARLAND ENTREPRENEURSHIP INDEX (CEI) POR CURSO ANALISADO

FONTE: DADOS DA PESQUISA.

Na Tabela 6, constata-se que, dentre os cursos graduação das Ciências Sociais Aplicadas investigados se sobressaem aqueles classificados como potenciais empreendedores, em que a primeira posição é ocupada pelo curso de Gestão

Comercial (85,71%), seguida pelos cursos de Ciências Contábeis (85,33%) e Administração (85,07%). Na segunda categoria do CEI, com maior representatividade dentro da amostra analisada, aparecem os microempreendedores, em que se sobressaem o curso de Comércio Exterior (28,57%) dos entrevistados, Tecnologia em Logística (23,81%) e Ciências Contábeis (14,66%), respectivamente. Na terceira e última categoria macroempreendedor, tem-se a primeira posição ocupada pelo curso de Comércio Exterior (2,85%) dos respondentes, e Administração, com 1,49%.

COMPARAÇÕES DOS RESULTADOS DO PRESENTE ESTUDO COM OUTRAS INVESTIGAÇÕES EMPÍRICAS

Para realizar as comparações dos resultados desta pesquisa com os estudos empíricos realizados por Nascimento et al. (2014), que analisaram discentes dos cursos de Administração em uma IES privada catarinense, a pesquisa de Vieira et al. (2013), em que investigaram comerciantes da cidade de Londrina/PR, o estudo de Freitas et al. (2009), em que abordaram os clientes e futuros empreendedores, Culti-Gimenez et al. (2006), que também analisaram discentes do curso de Turismo, Ferreira (2005), que investigou empresas que atuam no varejo de materiais de construção civil na cidade de Curitiba/PR, e Koenijezuk (2004), que pesquisou empresários, todos buscaram aplicar o índice de *Carland Entrepreneurship Index* (CEI), conforme os achados expostos na Tabela 7.

Diante dos resultados apresentados na Tabela 7, verifica-se a predominância da categoria empreendedora presente em 81,46% dos entrevistados, seguida pela categoria microempreendedor, com 17,56%, e a categoria macroempreendedor, com 0,97%. Os achados deste estudo estão em linha com os estudos empíricos realizados por Nascimento et al. (2014), Vieira et al. (2013), Freitas et al. (2009),

Culti-Gimenez et al. (2006), Ferreira (2005) e Koenijezuk (2004), uma vez que, em todas as pesquisas, a categoria do CEI com a maior representatividade foi a empreendedora. Para Carland, Carland e Hoy (1992), os indivíduos que se

Categorias do CEI	Pesquisa atual	Nascimento et al. (2014)	Vieira et al. (2013)	Freitas et al. (2009)	Culti-Gimenez et al. (2006)	Ferreira (2005)	Koenijezuk (2004)
Microempreendedor	17,56%	13,46%	33%	12,9%	15,65%	41,75%	28,4%
Empreendedor	81,46%	83,65%	67%	86,5%	83,67%	57,28%	67,5%
Macro empreendedor	0,97%	2,88%	0%	0,6%	1%	1%	4,1%

TABELA 7 - COMPARAÇÃO DOS ACHADOS DA PESQUISA COM ESTUDOS ANTERIORES QUE UTILIZARAM O CEI
 FONTE: ADAPTADO DE NASCIMENTO ET AL. (2014).

enquadram nesta categoria da escala do CEI concentram seus esforços para o lucro e o crescimento da organização. E, ainda, buscam a inovação, procuram melhorias nos produtos e serviços realizados, ao invés de procurar algo totalmente novo. Assim, o sucesso para estes indivíduos se traduz no reconhecimento, admiração e riqueza.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa buscou analisar o potencial empreendedor dos discentes dos cursos de Administração, Ciências Contábeis e Tecnologia em Gestão Comercial, Logística e Comércio Exterior de uma instituição de ensino superior (IES) privada a partir do modelo de *Carland Entrepreneurship Index* (CEI). A amostra é composta por 205 estudantes dos cursos de Administração, Ciências Contábeis, Comércio Exterior, Tecnologia em Logística e Gestão Comercial de uma instituição privada no estado de Santa Catarina. Na metodologia, optou-se pela pesquisa descritiva, por meio de uma *survey* de abordagem quantitativos dos dados. Para tanto, a coleta de dados utilizou o instrumento de pesquisa proposto por Carland e Carland (1996), composto por 33 pares de questões fechadas que aferem o potencial empreendedor por meio de quatro dimensões: traços de personalidade (TP), propensão à inovação (PI), propensão ao risco (PR) e a postura estratégica (PE). Na análise dos dados utilizou planilhas eletrônicas e a estatística descritiva.

Em relação ao perfil dos 205 respondentes analisados dos cursos de Ciências Sociais Aplicadas, como Administração, Ciências Contábeis, Comércio Exterior, Tecnologia em logística e Tecnologia em Gestão comercial, quanto ao gênero, observou-se a predominância do gênero feminino 124 entrevistados com uma média de idade próxima dos 23 anos. Destaca-se que 90,73% dos discentes analisados exercem atividades profissionais e possuem um trabalho remunerado e que 70,73% mencionaram a intenção de abrir seu próprio negócio.

No que se refere às características empreendedoras mensuradas a partir do CEI identificou-se a presença das quatro dimensões do modelo teórico, sendo elas: Postura Estratégica (PE); Propensão ao Risco (PR); Traços de Personalidade (TP) e Propensão à Inovação (PI). Ressalta-se que estes achados corroboram parcialmente com os resultados de Nascimento et al. (2014).

Quanto à classificação do potencial empreendedor dos discentes analisados por meio do *Carland Entrepreneurship Index* (CEI), verificam-se a predominâncias de discentes com a perspectiva empreendedora (81,46%), seguidos da perspectiva de microempreendedores com 17,56% dos entrevistados e apenas dois discentes classificados como macroempreendedores, sendo que estes achados corroboram com os resultados de Nascimento et al. (2014) e CultiGimenez et al. (2006). Entretanto, ao realizar a classificação da escala do CEI por curso de graduação, percebe-se que os discentes do curso de Gestão Comercial apresenta-

ram um perfil empreendedor maior em relação aos outros cursos analisados. E ainda, nas perspectivas de microempreendedores e macroempreendedores, observa-se a predominância do curso de Comércio Exterior.

Ao realizar um cotejamento entre resultados desta pesquisa e os achados de estudos empíricos, observa-se a predominância da categoria empreendedora presente em 81,46% dos entrevistados, seguida pela categoria microempreendedor, com 17,56%, e a categoria macroempreendedor, com 0,97%. Estes resultados corroboram com os resultados de Nascimento et al. (2014), Vieira et al. (2013), Freitas et al. (2009), Culti-Gimenez et al. (2006), Ferreira (2005) e Kornijezuk (2004).

Conclui-se que no estudo entre os discentes investigados identificou-se a presença do potencial empreendedor conforme a escala do CEI, em suas quatro dimensões. Estes achados confirmam ainda os resultados de outros estudos empíricos, como os de Nascimento et al. (2014), Vieira et al. (2013), Freitas et al. (2009), Culti-Gimenez et al. (2006), Ferreira (2005) e Kornijezuk (2004), que aplicaram o CEI em contextos culturais distintos. Sugere-se para futuras pesquisas a análise das intenções empreendedoras destes discentes, que mencionaram a intenção de abrir seu próprio negócio, e ainda um estudo longitudinal para aferir o potencial empreendedor destes discentes após terem concluído os cursos de graduação.

REFERÊNCIAS

- ANGELO, E. B. **Empreendedor corporativo**: A nova postura de quem faz a diferença. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- BERNARDI, L. A. **Manual de empreendedor e gestão**: fundamentos, estratégias e dinâmicas. São Paulo: Atlas, 2012.
- BYRNE, J. **Empreendedores Extraordinários**: 25 celebridades do empreendedorismo moderno e suas finanças. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.
- CARLAND, J.W.; CARLAND, J.A.C.; HOY, F.S. An entrepreneurship index: an empirical validation. In: **Frontiers of Entrepreneurship Research**, 1992 Edition.
- CARLAND, J. C.; CARLAND, J. W. **The theoretical bases and dimensionality of the carland entrepreneurship index**. In: RISE Conference, 1996 University of jyvaskyla, Filand, p. 1-24. Disponível em: <http://www.thedrsocarland.com>. Acesso em: 25 out. 2014.
- CULTI-GIMENEZ, S.; COSTA, M. I.; SCHYPULA, A.; GIMENEZ, F. A. P. Comportamento empreendedor de alunos do curso de turismo. **Cadernos da Escola de Negócios**, v.4, n.4, jan./dez. 2006.
- DEGEN, R. J. **Empreendedor**: empreender como opção de carreira. São Paulo: Person Prentice Hall. 2009.
- DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Ed. de Cultura, 1999.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- _____. **Empreendedorismo Corporativo**: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- FACHIN, O. **Fundamentos de Metodologia**. 5 ed. São Paulo:

Saraiva, 2006.

FERREIRA, J. M. **Potencial empreendedor e liderança criativa**: um estudo com varejistas de materiais de construção da cidade de Curitiba/PR. 2005. 133 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Católica do Paraná, Curitiba, 2005.

FREITAS, A. A. F.; RIBEIRO, R. C. L.; BARBOSA, R. T.; PATRICIO, P. E. A. O potencial empreendedor de empreendedores informais clientes de programas de microcrédito: uma avaliação sob as perspectivas de capital humano e gênero. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓSGRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 33, 2009. **Anais...** São Paulo: ANPD, 2009. CD-ROM.

GERBER, M. E. **Empreender**: fazendo a diferença. São Paulo: Fundamento Educacional, 2004.

_____. **O Mito do Empreendedor**. 2. ed. São Paulo: Fundamento Educacional, 2011.

HALL, C. S.; LINDZEY, G.; CAMPBELL, J. B. **Teorias da Personalidade**. 4 ed. São Paulo: Artmed, 2000.

HASCHIMOTO, M. **Espírito Empreendedor nas Organizações**: aumentando a competitividade através do intra-empendedorismo. São Paulo: Saraiva, 2006.

INÁCIO JÚNIOR, E.; GIMENEZ, F.A.P. **Potencial Empreendedor**: um instrumento para mensuração. *Revista de Negócios*, v.9, n.2, p.107-116, 2004.

KORNIJEZUK, F. B. S. **Características empreendedoras de pequenos empresários de Brasília**. 2004. 129 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Ciência da Informação e Documentação da Universidade de Brasília, Distrito Federal, 2004.

KICKUL, J.; GUNDRY, L.K.; BARBOSA, S.D.; WHITCANACK, L. Intuition versus analysis? Testing models of cognitive style on entrepreneurial self-efficacy and the new venture creation phases. **Entrepreneurship Theory and Practice**, March, p.439-453, 2009.

NASCIMENTO, S.; PENZ, D.; AMORIM, B. C.; SILVEIRA, A. Potencial empreendedor dos discentes do curso de administração de uma instituição privada à luz do *Carland Entrepreneurship Index* (CEI). In: ENCONTRO DE ESTUDOS EM EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS, 8., 2014, Goiânia. **Anais...** Goiânia: EGEPE. 2014. CD-ROM.

ORTIGARA, A. A. **A cabeça do empreendedor**: o pensamento do fundador de uma empresa de sucesso. Florianópolis: Insular, 2008.

RAZZOLINI FILHO, E. **Administração da Pequena e Média Empresa**. Curitiba: IESD Brasil S.A., 2012.

REGINATO, A. P. et al. **Projeto talentos empreendedores**: voar é preciso; Iniciação Empresarial. Rio Grande do Sul: Sebrae, 1995, p.152.

REIS, Evandro Paes dos; ARMOND, Álvaro Cardoso. **Empreendedorismo**. Curitiba: IESD Brasil S.A., 2012.

VIEIRA, S. F.; NEGREIROS, L. F.; MELATTI, G. A.; GIMENEZ, F. A. P.; SOUZA, J. F. C. F.; PELISSON, C. Formação de estratégias em micro e pequenas empresas do comércio de Londrina: uma abordagem sob a perspectiva das configurações. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, v.7, n. 1, jan./abr. 2013.