

COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR DE ALUNOS DO CURSO DE TURISMO

Palavras-chave

comportamento empreendedor, ensino de turismo, gênero.

Sara Culti-Gimenez*
Maira Isabel da Costa**
Andressa Schypula***

Fernando Antonio Prado Gimenez****

Keywords

entrepreneurial behaviour, tourism education, gender.

Biografia

* Aluna do Curso de Turismo - Universidade Positivo.

** Aluna do Curso de Turismo - Universidade Positivo.

*** Alunas do Curso de Turismo - Universidade Positivo.

**** Doutor em Administração - Professor do Programa de Mestrado e Doutorado em Administração - Pontifícia Universidade Católica do Paraná

RESUMO

O objetivo do estudo foi identificar o comportamento empreendedor de alunos de um curso de graduação em turismo, que tem entre seus objetivos, o desenvolvimento de competências empreendedoras nos alunos. Para diagnosticar o potencial empreendedor de seus estudantes, ao longo dos quatro anos de formação, foi adotado um corte transversal na coleta de dados. Os resultados obtidos com 147 respondentes permitem afirmar que os alunos apresentaram um potencial empreendedor acima da média teórica (16,5) do instrumento de medida e podem ser tidos como empreendedores segundo o modelo teórico desta pesquisa.

ABSTRACT

The aim of the study was to identify entrepreneurial behaviour of a sample of undergraduate students enrolled in a Tourism course in a higher education institution that stimulates entrepreneurial behaviour. The study adopted a cross-sectional approach in order to measure potential entrepreneurial behaviour among its students. Results indicated that the sample (147 students) produced a mean entrepreneurial potential positioned above the theoretical mean (16.5), indicating that the students may be classified as entrepreneurs according to the theoretical model adopted in this study.

1. INTRODUÇÃO

O ensino universitário tem sido objeto de questionamentos recentes. Enquanto no passado, a maioria dos cursos universitários que formavam profissionais tinham uma orientação para o mercado de trabalho, recentemente, com as mudanças neste, a sociedade tem demandado das instituições de ensino superior uma nova vocação – a formação de empreendedores.

Siqueira (2005, p. 4) aponta os desafios que se impõem à universidade contemporânea: desenvolver simultaneamente o treinamento profissional (ensinar), a capacidade para buscar e produzir conhecimento (pesquisar) e a formação de cidadãos (ensinar). Nesse contexto, inserem-se os cursos de graduação da área de Ciências Sociais Aplicadas. Para alguns, o ensino de graduação necessita responder aos desafios acima mencionados incorporando nas suas prática didático-pedagógicas estratégias educacionais que possibilitem aos educandos o desenvolvimento de competências empreendedoras (FOWLER, 2001; SOUZA; GUIMARÃES, 2005).

O objetivo desse trabalho é relatar um estudo descritivo realizado em uma instituição de ensino superior paranaense com o propósito de identificar o comportamento empreendedor de alunos de um curso de graduação em turismo. Assim como nos cursos de administração (CRUZ JÚNIOR; ARAÚJO; WOLF; RIBEIRO, 2006), nos curso de turismo há demandas para a formação empreendedora (GOULART et al, 2003). Dessa forma, um curso de graduação em turismo, que tem entre seus objetivos, o desenvolvimento de competências empreendedoras nos alunos, foi escolhido como espaço de pesquisa adequado para diagnosticar, ao longo dos seus quatro anos de formação, o potencial empreendedor de seus estudantes, adotando um corte transversal na coleta de dados.

Este trabalho está estruturado em duas seções adicionais. A seguir, apresenta-se o modelo teórico sobre comportamento empreendedor adotado para servir de referencial conceitual neste estudo e os procedimentos metodológicos observados neste estudo. A última seção descreve os resultados obtidos com este estudo, suas limitações e sugestões de futuros encaminhamentos.

2. DESENVOLVIMENTO

Esta seção dedica-se à apresentação do referencial teórico que embasou o estudo e dos procedimentos de pesquisa adotados para sua execução.

2.1. COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR

Na literatura sobre empreendedorismo há autores que consideram os indivíduos aptos a serem inspirados e motivados a criar novos valores porque são empreendedores por natureza. Assim, baseado nesta consideração, um modelo conceitual foi criado visando classificar o empreendedor em categorias que o posicionariam sobre um continuum. Nele todos são empreendedores variando apenas em intensidade (CARLAND; CARLAND; HOY, 1992). Esta classificação é baseada nos objetivos esperados para o futuro empreendimento e separa os indivíduos em micro-empreendedores, empreendedores e macro-empreendedores.

Os primeiros são aqueles que vêem a organização como apenas mais um aspecto de sua vida, cujo propósito é proporcionar o auto-emprego e renda suficiente para ter liberdade para estar com a família e amigos. Para os empreendedores, conforme a classificação proposta, os sonhos de reconhecimento da sociedade, de riqueza, aliados com liberdade aparecem com mais intensidade. Já os macroempreendedores sonham em tornar o seu empreendimento o líder de seu setor, dão mais importância ao reconhecimento social e riqueza do que ao tempo livre e aspectos familiares.

Para que a classificação destes indivíduos seja feita, Carland, Carland e Hoy (1992), criadores do modelo, elaboraram um instrumento de pesquisa denominado Carland Entrepreneurship Index – CEI traduzido para Índice Carland de Empreendedorismo na versão em português (anexo). Este instrumento de pesquisa leva em consideração as quatro funções que os autores acreditam melhor descrever o empreendedor: i) traços de personalidade, ii) propensão ao risco, iii) propensão à inovação e iv) postura estratégica.

Os traços de personalidade são necessidade de realização (NR) e criatividade. A NR pode ser descrita como uma motivação social. Um indivíduo com alta necessidade de realização pode ser definido como alguém que aspira completar tarefas difíceis, trabalha para alcançar metas distantes, mantém altos padrões de desempenho e está disposto a esforçar-se para atingir níveis de excelência. Criatividade é um conjunto de habilidades, motivações e estados que estão ligados à solução de problemas. Ela é influenciada pelo ambiente e composta de três elementos: conhecimento, habilidades criativas e motivação.

Propensão à inovação pode ser considerada uma condição inerente ao empreendedorismo. A inovação incorpora duas dimensões indissociáveis e interdependentes, a tecnológica e a empreendedora. Elas são importantes na percepção e identificação de oportunidades.

A propensão ao risco tem sido considerada um comportamento inerente ao empreendedor, pois a abertura e condução de um empreendimento representam, em essência, algo arriscado. Ela pode ser entendida como a tendência e desejo do

indivíduo em aceitar ou evitar situações de incerteza relativa a uma situação em que os resultados podem ser negativos ou positivos.

Por fim, a postura estratégica pode ser entendida como relevante fator na consecução dos objetivos organizacionais, aparecendo em maior ou menor medida conforme a intenção pretendida para o negócio. Uma das peculiaridades do empreendedor é que ele toma uma postura estratégica ao identificar uma oportunidade e organizar recursos para convertê-las em produtos ou serviços aceitos no mercado.

Este modelo já foi utilizado em outros estudos com alunos de graduação bem como com empreendedores de diversos tipos de negócios. Inácio Júnior e Gimenez (2004) apresentam os resultados da aplicação do CEI em 671 respondentes e informam que o instrumento, em sua versão para o português, apresenta validade e confiabilidade significativas. Gimenez, Inácio Júnior e Sunsín (2001) relatam um estudo feito com 312 alunos de graduação em administração cujo resultado geral indicou um comportamento empreendedor médio de 20,40 pontos.

Tendo apresentado, de forma sucinta, o modelo de comportamento empreendedor desenvolvido por Carland, Carland e Hoy (1992) e citado sua utilização em estudos brasileiros, a seguir são descritos os procedimentos metodológicos observados nesta investigação.

1.2 PROCEDIMENTO DE PESQUISA

Este estudo classifica-se como descritivo e tem por objetivo verificar o potencial empreendedor dos alunos de um curso de graduação em turismo ofertado por uma instituição de ensino superior localizada no estado do Paraná.

Os alunos de todas as séries do curso foram abordados durante o horário de aula, nos meses de maio e junho de 2007, e convidados a preencher um instrumento de coleta de dados que reproduzia o CEI e solicitava dados demográficos sobre gênero, idade e série do curso. Dessa forma, a amostra obtida deve ser considerada uma amostra por adesão, não aleatória, o que impede a generalização dos resultados deste estudo.

Foram obtidas respostas de 175 alunos, distribuídos pelos turnos matutino e noturno, em 8 momentos distintos de coleta de dados. No entanto, 38 instrumentos foram descartados por não estarem corretamente preenchidos. A amostra final resultou, assim, em 147 respondentes, sendo 97 do sexo feminino e 50 do sexo masculino.

As respostas foram tabuladas conforme instruções constantes no CEI, e os respondentes foram classificados em micro-empresendedores, empresendedores e macro-empresendedores. Esta classificação observou os resultados individuais em

comparação às três faixas de classificação sugeridas por Carland, Carland e Hoy (1992), ou seja, micro-empresendedores (0 – 15 pontos), empresendedores (16 – 25 pontos) e macro-empresendedores (26 – 33 pontos).

A distribuição dos resultados do CEI foi verificada. A média do CEI foi 18,78, com desvio-padrão de 3,23, mediana e moda iguais a 19. Assim, como a distribuição se aproxima da normalidade, conforme histograma abaixo, foram utilizados testes paramétricos para verificar a diferença de médias do CEI entre as séries do curso, entre os gêneros e testar a correlação com a idade.

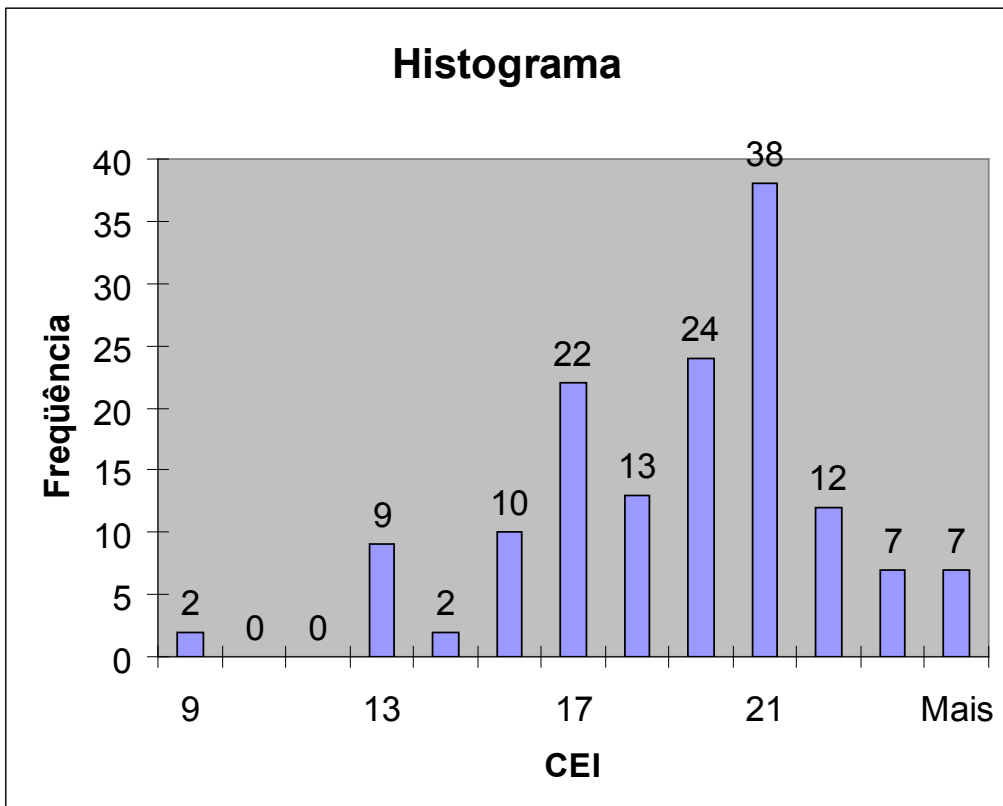


FIGURA 1 – DISTRIBUIÇÃO DE RESULTADOS DO ÍNDICE DE COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR

Na próxima seção são descritos os resultados desta pesquisa. Estes são apresentados em quatro itens: a) descrição geral da amostra; b) resultados agrupados por série de estudo; c) comparação do comportamento empreendedor por gênero, idade e série; e d) considerações finais

3. DESCRIÇÃO DOS RESULTADOS

3.1. DESCRIÇÃO GERAL DA AMOSTRA

Esta amostra foi composta por 147 estudantes do curso de turismo. A média de idade dos respondentes foi de 21,18 anos, com desvio-padrão de 4,27. Média e mediana de idade da amostra foram iguais a 20 anos. A idade mínima entre os respondentes foi de 17 anos e a máxima de 42 anos.

A distribuição da amostra por série do curso foi a seguinte: 49 alunos da 1a. série correspondendo a 33,33%; 39 alunos da 2a. série correspondendo a 26,53%; 31 alunos da 3a. série correspondendo a 21,08%; e 19,04% da amostra na 4a. série, ou seja, 28 respondentes. Embora não se tenha informação sobre o total de alunos matriculados no curso durante a coleta de dados, pode-se observar que a proporção de respondentes por série parece ter uma distribuição muito comum à maioria dos cursos de graduação, que ao longo dos anos, vão apresentando maiores índices de evasão.

Em termos de gênero, como já mencionado anteriormente, 65,99% dos respondentes são mulheres (97) e 34,01% homens (50).

Por fim, a distribuição dos resultados da amostra no CEI apresentou valor mínimo de 9 e máximo de 28. Os respondentes foram divididos em três grupos: a) 23 micro-empresendedores (15,65%); b) 123 empresenedores (83,67%); e c) 1 macro-empresendedor.

3.2 RESULTADOS AGRUPADOS POR SÉRIE

Conforme pode ser visto na tabela 1, a participação majoritária das mulheres na amostra se reproduziu em todas as séries. No entanto, a proporção de mulheres decaiu de cerca de 70% na primeira e segunda série, para próximo de 60% na última.

As médias de potencial empresendedor nas séries foram diferentes, mas todas as séries apresentaram média superior ao ponto médio da escala que é de 16,5 pontos. Isto significa que todas as séries têm uma média que pode ser descrita como empresenedora. Este resultado se confirma quando se observa a distribuição dos tipos de resultados. Em todas as séries a presença de empresenedores é dominante.

VER TABELA 1 - ANEXO 2

3.3 COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR POR GÊNERO, IDADE E SÉRIE

Na tabela 2 são expostos os resultados de testes t de student realizados para verificar a diferença de médias no CEI entre os respondentes distribuídos pela série do curso e pelo gênero.

VER TABELA 2 - ANEXO 3

Como se pode verificar, usando um valor de alfa igual a 5%, usual nas Ciências Sociais Aplicadas, não há diferença significativa entre as médias dos estudantes das amostras separadas por série no que diz respeito ao potencial empreendedor.

Por outro lado, as médias por gênero são significativamente diferentes. As mulheres da amostra tiveram uma média de 18,38, com desvio-padrão de 3,43, enquanto que os homens tiveram média de 19,54 e desvio-padrão de 2,65.

Por fim um teste de correlação de Pearson entre idade dos respondentes e resultado no CEI indicou que estas medidas são independentes com um $r = 0,009$.

Evidenciados os resultados da pesquisa, a seguir são feitas considerações finais do trabalho abordando conclusões, limitações e sugestões de estudos futuros.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados obtidos neste estudo permitem afirmar que os alunos que compõem a amostra investigada apresentaram um potencial empreendedor acima da média teórica (16,5) do instrumento de medida e podem ser então descritos como empreendedores segundo o referencial teórico adotado nesta pesquisa.

Este resultado é semelhante ao obtido por Gimenez, Inácio Júnior e Sunsín (2001) que obtiveram uma média de 20,40 para uma amostra de 312 alunos de graduação do curso de administração da Universidade Estadual de Maringá (UEM). Todavia, no estudo na UEM não foi encontrada diferença significativa na média de mulheres e homens. Isto permite indicar a necessidade de outros estudos que possibilitem verificar em amostras diferentes se o potencial empreendedor de homens e mulheres é o mesmo, ou se há diferenças de comportamento empreendedor que possam ser atribuídas ao gênero.

Um estudo longitudinal, acompanhando uma turma de alunos ao longo dos quatro anos do curso de graduação, poderia trazer indicações sobre o efeito do curso no potencial empreendedor. O referencial teórico adotado implica na possibilidade de um desenvolvimento do comportamento empreendedor ao longo do tempo. Se as práticas didático-pedagógicas de um curso são focadas no desenvolvimento de competências empreendedoras, é de se esperar que estes resultados possam ser diferentes ao longo dos anos. As autoras deste trabalho estão planejando um estudo dessa natureza.

Por fim, devido à forma de amostragem, deve-se ter em mente que os resultados deste estudo aplicam-se somente à amostra dos respondentes. Portanto, não se pode generalizar os resultados para todos os alunos do curso de turismo da instituição que foi objeto do estudo.

REFERÊNCIAS

- CARLAND, J. W.; CARLAND, J. A. C.; HOY, F. S. An entrepreneurship index: an empirical validation. In: *Frontiers of Entrepreneurship Research, 1992 Edition*.
CRUZ JÚNIOR, J. B.; ARAÚJO, P. da C.; WOLF, S. M.; RIBEIRO, T. V. A. Empreendedorismo e educação empreendedora: confrontação entre a teoria e a prática. *Revista de Ciências da Administração*, v. 8, n. 15, jan./jun. 2006.
- FOWLER, F. R. Uma visão da formação empreendedora para os novos desafios do mercado de trabalho. In: SOUZA, E. C. L. de (Org.). *Empreendedorismo – competência essencial para pequenas e médias empresas*. Brasília: ANPROTEC, 2001, p.182 -193.
- GIMENEZ, F. A. P.; INÁCIO JÚNIOR, E.; SUNSIN, L. A. de S. B. Uma investigação sobre a tendência do comportamento empreendedor. In: SOUZA, E. C. L. de (Org.) *Empreendedorismo – competência essencial para pequenas e médias empresas*. Brasília: ANPROTEC, 2001, p. 9 – 27.
- GOULART, D. F. et al. Profissional empreendedor: um pré-requisito para o mercado turístico. *Turismo – Visão e Ação*, v. 5, n. 3, set./dez. 2003.
- INÁCIO JÚNIOR, E.; GIMENEZ, F. A. P. Potencial empreendedor: um instrumento para mensuração. *Revista de Negócios*, v. 9, n. 2, abr./jun. 2004.
- SIQUEIRA, M. M. de O ensino superior e a universidade. *RAE Eletrônica*, v. 4, n. 1, art. 15, jan./jul. 2005.
- SOUZA, E. C. L. de; GUIMARÃES, T. de A. *Empreendedorismo – além do plano de negócio*. São Paulo: Atlas, 2005.

ANEXO 1

ÍNDICE CARLAND DE EMPREENDEDORISMO

Se você fosse iniciar uma empresa, assinale, com um (X) qual alternativa melhor descreve seu comportamento ou maneira de ser para cada um dos 33 pares de frases apresentados a seguir.

1.a	Objetivos por escrito para este negócio seriam cruciais.
1.b	Saber a direção geral em que você está indo é suficiente.
2.a	Eu gosto de pensar em mim mesmo como uma pessoa habilidosa.
2.b	Eu gosto de pensar em mim mesmo como uma pessoa criativa.
3.a	Eu não iniciaria este negócio se eu não tivesse certeza de que seria bem sucedido.
3.b	Eu nunca tenho certeza se este negócio dará certo ou não.
4.a	Eu gostaria que este negócio crescesse e se torna-se uma empresa forte.
4.b	O real propósito deste negócio seria dar suporte a minha família.
5.a	A coisa mais importante que eu faria para este negócio é planejar.
5.b	Eu me importaria mais com a administração do dia-a-dia deste negócio.
6.a	Eu gosto de abordar situações de uma perspectiva otimista.
6.b	Eu gosto de abordar situações de uma perspectiva analítica.
7.a	Meu objetivo primário neste negócio seria sobreviver.
7.b	Eu não descansaria até que nós fossemos os melhores.
8.a	Um plano deveria ser escrito para ser efetivo.
8.b	Um plano não escrito para desenvolvimento é suficiente.
9.a	Eu provavelmente gastaria muito tempo com este negócio.
9.b	Eu dividiria meu tempo entre este negócio, família e amigos.
10.a	Eu tendo a deixar meu coração governar minha cabeça.
10.b	Eu tendo a deixar minha cabeça governar meu coração.
11.a	Minhas prioridades incluiriam um monte de coisas fora este negócio.
11.b	Uma das coisas mais importantes em minha vida seria este negócio.
12.a	Eu seria aquele que tem de pensar e planejar.
12.b	Eu seria aquele que tem que fazer as coisas.
13.a	As pessoas que trabalhassem para mim, trabalhariam duro.
13.b	As pessoas que trabalhassem para mim, gostariam de mim.
14.a	Eu ansiaria pelo dia em que gerenciar este negócio se tornaria simples.
14.b	Se gerenciar torna-se muito simples, eu iniciaria outro negócio.
15.a	Eu penso que eu sou uma pessoa prática.
15.b	Eu penso que sou uma pessoa imaginativa.
16.a	O desafio de ser bem sucedido é tão importante quanto o dinheiro.
16.b	O dinheiro que vem com o sucesso é a coisa mais importante.
17.a	Eu sempre procuro por novas maneiras de se fazer as coisas.
17.b	Eu procuro estabelecer procedimentos padrões para que as coisas sejam feitas certas.
18.a	Eu penso que é importante ser otimista.
18.b	Eu penso que é importante ser lógico.

19.a	Eu penso que procedimentos operacionais padrões são cruciais.
19.b	Eu aprecio o desafio de inventar mais do que qualquer coisa.
20.a	Eu gastaria tanto tempo planejando quanto gerenciando este negócio.
20.b	Eu gastaria a maior parte de meu tempo gerenciando este negócio.
21.a	Eu tenho percebido que gerenciar um negócio cai na rotina.
21.b	Nada sobre gerenciar um negócio é sempre rotina.
22.a	Eu prefiro pessoas que são realistas.
22.b	Eu prefiro pessoas que são imaginativas.
23.a	A diferença entre os concorrentes é a atitude do proprietário.
23.b	Nos teríamos alguma coisa que faríamos melhor do que os concorrentes.
24.a	Meus objetivos pessoais girariam em torno deste negócio.
24.b	Minha vida real seria fora deste negócio, com minha família e amigos.
25.a	Eu adoro a idéia de tentar ser mais esperto que os concorrentes.
25.b	Se você mudar muito, você pode confundir os clientes.
26.a	A melhor abordagem é evitar o risco tanto quanto possível.
26.b	Se você quer exceder a concorrência, você tem que assumir alguns riscos.
27.a	Eu odeio a idéia de pegar dinheiro emprestado.
27.b	Empréstimo é somente outra decisão de negócios.
28.a	Qualidade e serviços não são suficientes. Você deve ter uma boa imagem.
28.b	Um preço justo e boa qualidade é tudo o que qualquer cliente realmente deseja.
29.a	As pessoas pensam em mim como um trabalhador esforçado.
29.b	As pessoas pensam em mim como alguém fácil de se relacionar
30.a	Os únicos compromissos que este negócio assumiria são aqueles relativamente certos.
30.b	Se você que quer um negócio cresça, você tem que assumir alguns riscos.
31.a	A coisa que eu mais sentiria falta em trabalhar para alguém seria a segurança.
31.b	Eu realmente não sentiria falta de trabalhar para alguém.
32.a	Eu me preocuparia com os direitos das pessoas que trabalhassem para mim.
32.b	Eu me preocuparia com os sentimentos das pessoas que trabalhassem para mim.
33.a	É mais importante ver possibilidades nas situações.
33.b	É mais importante ver as coisas da maneiras que elas são.

ANEXO 2

TABELA 1: RESULTADOS AGRUPADOS POR SÉRIE

		GÊNERO		CEI		TIPO		
		FEMININO	MASCULINO	MÉDIA	D PADRÃO	MICRO	EMPRE	MACRO
SÉRIE	1a.	35	14	19,20	3,18	6	43	0
	2a.	28	11	18,44	3,55	7	31	1
	3a.	17	14	18,13	2,27	8	23	0
	4a.	17	11	19,21	2,20	2	26	0
	TOTAL	97	50	18,78	3,23	23	123	1

Fonte: pesquisa de campo, 2007

ANEXO 3

TABELA 2 – TESTES T DE STUDENT PARA DIFERENÇA DE MÉDIA

SÉRIES	P	RESULTADO
1 ^A ./2 ^A .	0,15	Diferença não significativa
1 ^A ./3 ^A .	0,09	Diferença não significativa
1 ^A ./4 ^A .	0,49	Diferença não significativa
2 ^A ./3 ^A .	0,36	Diferença não significativa
2 ^A ./4 ^A .	0,13	Diferença não significativa
3 ^A ./4 ^A .	0,08	Diferença não significativa
GÊNERO	P	RESULTADO
F/M	0,01	Diferença significativa

Fonte: pesquisa de campo, 2007