

Mitos e realidades do empreendedorismo: visão de graduandos dos cursos superiores de Tecnologia em Gestão Comercial e em Agronegócio do UNIPAM

Kéryly Cristina de Oliveira

Pós-graduanda em Gestão Empresarial com ênfase em Gestão Empreendedora de Negócios
pelo Centro Universitário de Patos de Minas - UNIPAM. kerlyoli@hotmail.com

Milton Roberto de Castro Teixeira

Professor Mestre do Centro Universitário de Patos de Minas - UNIPAM. milton@unipam.edu.br

Resumo

Neste estudo objetivou-se descrever a visão de graduandos dos Cursos Superiores de Tecnologia em Gestão Comercial e de Tecnologia em Agronegócio, do Centro Universitário de Patos de Minas - UNIPAM, sobre quais seriam os mitos e as realidades acerca do empreendedorismo, visão esta que foi comparada com os aspectos teóricos levantados na pesquisa bibliográfica pertinente ao assunto, com o intuito de se fazer uma análise reflexiva sobre o tema abordado. O trabalho culmina na percepção das realidades e mitos mais enraizados na cultura empreendedora atual.

Palavras chave: Mitos. Realidades. Empreendedor. Empreendedorismo.

1. Introdução

O empreendedorismo no Brasil pode ser visto como uma necessidade imperiosa para a sustentação e a continuidade das empresas no mercado. As atividades desenvolvidas por empreendedores, nas mais diversas áreas de atuação, são o principal alicerce que movem o desenvolvimento socioeconômico regional, por meio da inovação, do desenvolvimento tecnológico e da geração de empregos e renda.

Entender o empreendedorismo, desde seu conceito, seu histórico, características, potencialidades, variáveis e tendências, leva à necessidade de se compreender o que pode ser considerado mito e o que pode ser considerado realidade pelos agentes responsáveis por atividades empreendedoras.

A visão dos discentes dos Cursos Superiores de Tecnologia em Gestão Comercial e em Agronegócio do Centro Universitário de Patos de Minas (UNIPAM), como universo de pesquisa capaz de mostrar a visão empreendedora de forma bastante representativa, permite a análise dos mitos e realidades criados sobre a figura do empreendedor.

Esses discentes podem ser tidos como indivíduos e grupos inseridos, ou em preparação para o ingresso no desenvolvimento de atividades empreendedoras. Assim, sua visão sobre quais seriam os mitos e as realidades ligados ao empreendedorismo, bem como o perfil empreendedor desses pesquisados, pode contribuir para a desmistificação da figura idealizada ou estereotipada criada acerca do empreendedor.

Os Cursos de Tecnologia oferecidos pela Faculdade de Ciências Administrativas (FACIA) do Centro Universitário de Patos de Minas (UNIPAM) são frequentados por discentes atuantes no mercado, como empreendedores ou intra-empresários. Vale ressaltar que uma das etapas do processo seletivo para ingresso nestes cursos é realizada por meio da análise de currículo. Assim, verifica-se que os candidatos à graduação, em sua maioria, atuam no mercado na área de competência do curso escolhido.

Partindo da constatação de que os alunos dos Cursos Superiores de Tecnologia em Gestão Comercial e em Agronegócio são empreendedores e intra-empresários atuantes no mercado de Patos de Minas e região, pode-se, por meio deste universo de pesquisa estabelecido, verificar quais são, na visão desses alunos, mitos e realidades que envolvem a imagem criada a cerca do indivíduo empreendedor.

A hipótese levantada neste estudo é de que apesar de algumas características, como iniciativa, ousadia e criatividade serem citadas pela maioria dos autores e estudiosos de empreendedorismo como características empreendedoras, criando um senso comum acerca desse tema, também é possível encontrar descrições acerca do indivíduo empreendedor de maneira idealizada, estereotipada, ou ainda, muitas vezes, distorcida. Dessa forma, o levantamento junto a indivíduos empreendedores e intra-empresários, sobre sua visão a respeito de mitos e realidades que envolvem a atividade empreendedora, permite esclarecer visões sobre o indivíduo empreendedor.

O comportamento empreendedor deve ser entendido e pesquisado, visto que são os empreendedores na atualidade os maiores responsáveis pela geração de emprego, renda e desenvolvimento socioeconômico. Chiavenato afirma que

em busca de realização pessoal, independência financeira ou simples sobrevivência, uma enorme fatia da população brasileira registrou nas juntas comerciais, entre 1985 e 2001, algo como oito milhões de empresas. Cerca de 14,2 % da população adulta está envolvida em alguma atividade empreendedora. (2005, p. 11).

Desenvolver, refletir e pesquisar sobre o empreendedorismo faz-se necessário, pois o tema apresenta várias possibilidades de exploração, visto que o empreendedorismo no Brasil não segue modismos, mas se consolida como uma necessidade primordial para a introdução e sustentação das organizações em um mercado cada vez mais inovador, dinâmico

mico e competitivo. Dessa forma, o empreendedorismo se apresenta como um fenômeno global, sendo potencial alvo de pesquisas de instituições públicas e privadas que investem amplamente no desvendar das condições que levam um empreendedor a se destacar no mercado.

Pesquisas, como a exposta neste trabalho, são desenvolvidas no intuito de desmistificar a figura do empreendedor, já que a compreensão de suas ações, de seu perfil, do seu comportamento e de suas características, contribui efetivamente para a disseminação da cultura empreendedora, fato que beneficia toda a sociedade, já que o empreendedorismo a cada dia se firma como atividade propulsora do desenvolvimento socioeconômico, tanto no cenário brasileiro como no internacional.

Ângelo (2003, p. 18) afirma que

existe uma clara correlação entre o empreendedorismo e o crescimento econômico. Os resultados mais explícitos manifestam-se na forma de inovação, desenvolvimento tecnológico e geradores de novos postos de trabalho. A riqueza gerada pelos empreendedores contribui para a melhoria da qualidade de vida da população e, não raras vezes, é reinvestida em novos empreendimentos e, de maneira indireta, nas próprias comunidades.

O trabalho apresentado tem como fundamentação teórica um levantamento de referencial bibliográfico/webliográfico acerca da temática em discussão, tendo enfoque na questão do empreendedorismo, seus mitos e realidades.

Buscou-se alcançar o objetivo da pesquisa, identificar a percepção dos alunos dos Cursos Superiores de Tecnologia em Gestão Comercial e em Agronegócio do Centro Universitário de Patos de Minas (UNIPAM), sobre os mitos e realidades do empreendedorismo, por meio de um questionário que abrange o Modelo Mitos e Realidades Sobre o Empreendedor adaptado de Timmons (1994, apud DOLABELA, 2006, p.74-75).

Segundo Silveira (2004, p.107)

[...] as pesquisas quantitativas são validas para verificar aspectos da realidade social. De maneira geral, as pesquisas quantitativas baseiam seus estudos em análise de características diferenciadas e numéricas, geralmente ao longo de alguma dimensão, entre dois ou mais grupos, procurando provar a existência de relações entre variáveis. Há preocupações com a generalização dos resultados.

O método utilizado para a obtenção de dados que subsidiam esta pesquisa é o método *Survey*. Para Malhotra (2001 p.179),

[...] o método *survey* utiliza um questionário estruturado dado a uma amostra de uma população destinado a provocar informações específicas dos entrevistados. [...] A coleta estruturada de dados utiliza um questionário formal que apresenta questões em uma ordem predeterminada – reforçam a presente definição.

O universo da amostra é composto pelos graduandos dos Cursos Superiores de Tecnologia em Gestão Comercial e de Tecnologia em Agronegócio do Centro Universitário de

Patos de Minas, ou seja, “um subgrupo dos elementos da população selecionado para participação do estudo” (MALHOTRA, 2001, p. 301). O universo de pesquisa total, representado por todos os alunos dos primeiros e quartos períodos dos cursos citados, é de cento e vinte e sete discentes regularmente matriculados.

A pesquisa foi realizada com base nas respostas de oitenta e cinco discentes, o que representa 66,93 % do universo total de pesquisa. A margem de erro estimada da pesquisa é de -5% e 5% com 90% de confiabilidade na estimativa. Os dados coletados foram analisados estatisticamente pelo programa S.P.S.S. (*Estatistical Package for the Social Sciences*), sendo realizadas operações relativas a médias, frequências, desvio-padrão e algumas correlações. A abordagem deste estudo é quantitativa (*Survey*), por se tratar de um estudo descritivo estatístico. Esse tipo de abordagem busca “quantificar” o objeto de pesquisa.

Ao fim da coleta de dados, identificou-se a visão dos graduandos dos Cursos Superiores de Tecnologia em Gestão Comercial e de Tecnologia em Agronegócio do Centro Universitário de Patos de Minas, por meio das análises dos resultados obtidos e da comparação destes com a teoria estudada, sobre o empreendedorismo: mitos e realidades.

2. Empreendedorismo

Dornelas (2001, p. 27) afirma que “a palavra empreendedor (*entrepreneur*) tem origem francesa e quer dizer aquele que assume riscos e começa algo novo”. Assim, Dornelas (2001, p. 37) caracteriza o empreendedor como “aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados”. No entanto, a conceituação de empreendedorismo passa por diversos autores sem que haja uma definição universal. Druker (1986, p. 34), afirma que

qualquer indivíduo que tenha à frente uma decisão a tomar pode aprender a ser um empreendedor e se comportar empreendedora. O empreendimento é um comportamento e não um traço de personalidade. E suas bases são o conceito e a teoria, e não a intuição.

Para Druker (1986), o comportamento empreendedor está vinculado ao cultural, ao psicológico, bem como ao tecnológico. Segundo Mancuso (*sd*) o empreendedorismo está associado ao aprendizado familiar. Fillion (1991) afirma que o meio social, ou seja, a família, a escola, os amigos com os quais a pessoa convive, contribuem para a formação do seu autoconceito, um dos fatores fundamentais do processo visionário. Para Carland et al. (1984) (*apud* Souza, 2001), a diferença entre um negócio e um empreendimento de sucesso é a inovação, sendo, pois, uma gestão empreendedora aquela que combina as características pessoais do empreendedor à estrutura que ele implementa e à busca constante da inovação.

Apesar de tantas e tão variadas visões sobre a mesma temática, pode-se encontrar, na base das várias definições elaboradas, no mínimo três características principais do em-

preendedor, sendo elas: a iniciativa, a criatividade e a capacidade de correr riscos. Hisrich e Peters, que também analisaram essa questão, explicam que

para o economista, um empreendedor é aquele que combina recursos, trabalho, materiais e outros ativos para tornar seu valor maior do que antes; também é aquele que introduz mudanças, inovações e uma nova ordem. Para um psicólogo, tal pessoa é geralmente impulsionada por certas forças – a necessidade de obter ou conseguir algo, experimentar, realizar ou talvez escapar à autoridade de outros. Para alguns homens de negócios um empreendedor aparece como uma ameaça, um concorrente agressivo, enquanto, para outros, o mesmo empreendedor pode ser um aliado, uma fonte de suprimento, um cliente ou alguém que cria riquezas para os outros, assim como encontra melhores maneiras de utilizar recursos, reduzir o desperdício e produzir empregos que outros ficarão satisfeitos em conseguir (2004, p. 29).

O empreendedor possui a capacidade de transformar ideias em realizações, e, motivadas pelo espírito empreendedor, empresas nascem da necessidade ou da oportunidade de empreender. “Oportunidade indica quando o empreendedor iniciou ou investiu em um negócio a fim de aproveitar uma oportunidade percebida no mercado. Necessidade indica quando se trata da melhor opção de trabalho disponível” (ANGELO, 2003 p. 19).

A capacidade empreendedora pressupõe a criação ou reestruturação de um empreendimento por meio da organização e análise dos riscos associados à atividade de negócio escolhida pelo empreendedor. Segundo Britto e Wever (2003, p. 22), existem cinco elementos/qualidades que caracterizam um empreendedor:

- Criatividade e inovação: empreendedores conseguem identificar oportunidades, grandes ou pequenas onde ninguém mais consegue notar;
- Habilidade ao aplicar esta criatividade: eles conseguem direcionar esforços num único objetivo;
- Força de vontade e fé: eles acreditam fervorosamente em sua habilidade de mudar o modo como as coisas são feitas e têm força de vontade e paixão para alcançar o sucesso;
- Foco na geração de valor: eles desejam fazer as coisas da melhor maneira possível, do modo mais rápido e mais barato;
- Correr riscos: quebrando regras, encurtando distâncias e indo contra o status quo.

A importância do tema Empreendedorismo, seu estudo, análise e entendimento está na imensa capacidade de geração de desenvolvimento a partir das atividades empreendedoras, sejam elas surgidas de oportunidades ou necessidades do empreendedor. Assim o empreendedor movimenta a economia e fomenta o desenvolvimento socioeconômico.

O tema empreendedorismo não é visto como um modismo do mundo corporativo e, sim, é considerado uma consequência das evoluções e mudanças tecnológicas sofridas nas últimas décadas. Essas mudanças, inseridas em um mundo globalizado no qual existe um mercado cada vez mais dinâmico e competitivo, acarretam o detrimento do emprego nos moldes tradicionais. Dessa forma, são os empreendedores que agem na criação de postos de trabalho, renda e desenvolvimento para a sociedade, ao desenvolverem suas potencialidades ou incrementarem seus negócios. Para Dornelas (2001, p. 38-40),

o processo empreendedor envolve todas as funções, atividades e ações associadas com a criação de novas empresas. Em primeiro lugar, o empreendedorismo envolve o processo de criação de algo novo, de valor. Em segundo, o empreendedorismo requer a devoção, o comprometimento de tempo e o esforço necessário para fazer a empresa crescer. E em terceiro, o empreendedorismo requer ousadia, que se assumam riscos calculados, que se tomem decisões críticas e que não se desanime com as falhas e erros [...]. O talento empreendedor resulta da percepção, direção, dedicação e muito trabalho dessas pessoas especiais, que fazem acontecer. Onde existe este talento, há a oportunidade de crescer, diversificar e desenvolver novos negócios. Mas talento sem ideias é como uma semente sem água. Quando o talento é somado à tecnologia e as pessoas têm boas ideias viáveis, o processo empreendedor está na iminência de ocorrer.

O perfil empreendedor é formado por características que diferem empreendedores/administradores de administradores. Dentre essas características, figura a iniciativa para criar um novo negócio ou revitalizar um já existente, a criatividade para transformar o ambiente, a capacidade de assumir e correr riscos, a visão empreendedora e a autoconfiança. Porém, grande é a discussão sobre a capacidade de empreender como característica inata, ou predestinação do indivíduo.

Dornelas (*op. cit.*, p. 38) postula que

cada vez mais, acredita-se que o processo empreendedor pode ser ensinado e entendido por qualquer pessoa e que o sucesso é decorrente de uma gama de fatores internos e externos ao negócio, do perfil do empreendedor e de como ele administra as adversidades que encontra no dia-a-dia de seu empreendimento. Os empreendedores inatos continuam existindo, e continuam sendo referências de sucesso, mas muitos outros podem ser capacitados para a criação de empresas duradouras.

Para que as organizações sobrevivam e se tornem sustentáveis em um cenário de transformações rápidas e constantes, seus gestores necessitam estar preparados e desenvolver suas competências empreendedoras. A gestão do risco e da incerteza requer o desenvolvimento do espírito empreendedor como ferramenta de superação por meio da gestão da inovação. Dessa forma, aprender a empreender torna-se possível. A implementação e a condução de um empreendimento exigem do indivíduo conhecimento; assim, a disseminação da cultura empreendedora aparece como fonte de recursos aos que ousam enfrentar o desafio de atuar em um mercado tão marcado pela competitividade, pelos problemas econômicos e mercadológicos e pelas exigências governamentais. Somente com iniciativa, criatividade e ousadia, torna-se possível transformar boas ideias em empreendimentos de sucesso.

E para que essa transformação ocorra, o empreendedor não atua sozinho. No Brasil, desde os anos 90, entidades, como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), atuam como propulsoras das potencialidades de micro e pequenas empresas. “O Sebrae é um dos órgãos mais conhecidos do pequeno empresário brasileiro, que busca junto a essa entidade todo suporte de que precisa para iniciar sua empresa, bem como consultorias para desenvolver pequenos problemas pontuais de seu negócio” (DORNELAS, 2001, p. 25).

Algumas visões a respeito da figura do empreendedor e de suas atividades, por ser o empreendedorismo ainda matéria em estudo e com teorias em elaboração e sem definições universais, acabam por estereotipar ou distorcer características do comportamento empreendedor. Britto e Wever (2003, p.23) afirmam que existem alguns mitos que fazem do empreendedor um ser fantástico e de suas empresas uma obra inatingível aos simples mortais.

Como pontua Filion (1999, p.12), “é comumente dito que a confusão reina no campo do empreendedorismo porque não há consenso a respeito do empreendedor e das fronteiras do paradigma”. Verificar o que são mitos e o que é realidade na atividade empreendedora, na visão de empreendedores e intra-empreendedores, contribui para a elaboração de conceitos importantes para o fomento desta cultura.

Quadro 1 – Mitos e Realidades sobre a figura do Empreendedor.

MITOS	REALIDADES
Empreendedores não são feitos, nascem.	A capacidade criativa de identificar e aproveitar uma oportunidade vem depois de dez anos de experiência, tempo que conduz a um reconhecimento de padrões. O empreendedor se faz por meio da acumulação das habilidades, know-how, experiência e contatos em um período de alguns anos. É possível alguém aprender a ser empreendedor.
Qualquer um pode começar um negócio.	Os empreendedores que reconhecem a diferença entre ideia e oportunidade e pensam grande o suficiente têm maiores chances de sucesso. A parte mais fácil é começar. Difícil é sobreviver. Talvez somente uma, entre dez e vinte novas empresas que sobrevivem cinco anos ou mais, consegue obter ganhos de capital.
Empreendedores são jogadores.	Empreendedores de sucesso assumem riscos calculados, minimizam riscos, tentam influenciar a sorte.
Empreendedores querem o espetáculo só para si.	O empreendedor individual tem uma receita que lhe permite somente “ganhar a vida”. É difícil ter um negócio de alto potencial sozinho. Os empreendedores de sucesso constroem uma equipe. 100% de nada é nada. Trabalham para aumentar o bolo, em vez de tirar a maior parte.
Empreendedores são os seus próprios chefes e são completamente independentes.	Os empreendedores estão longe de ser independentes, servem a muitos senhores (sócios, investidores, clientes, fornecedores, empregados, credores e família).
Empreendedores trabalham mais tempo e mais duro do que gerentes em grandes empresas.	Não há evidências nas pesquisas. Algumas vezes, os resultados dizem que sim, por vezes não.

Empreendedores experientam grande estresse e pagam alto preço.	É verdade, mas não mais do que em outras profissões. Contudo, eles acham seu trabalho mais gratificante. São mais ricos e não querem aposentar-se. (Os empreendedores preferem não se aposentar, na proporção de 3 por 1, em relação aos empregados).
Começar um negócio é arriscado e frequentemente acaba em falência.	Os empreendedores talentosos e experientes, que sabem identificar e agarrar oportunidades, e também recursos financeiros, frequentemente alcançam o sucesso. Além disso, a empresa pode entrar em falência, o empreendedor não. A falência é, muitas vezes, o fogo que tempera o aço da experiência do aprendizado do empreendedor.
O dinheiro é o mais importante ingrediente para se começar um negócio.	Se existir talento e o empreendedor tiver as características necessárias, o dinheiro virá. Nem sempre o empreendedor que tem dinheiro vai ter sucesso. O dinheiro é um dos ingredientes menos importantes. O dinheiro é para o empreendedor o que o pincel e a tinta são para o pintor: ferramentas inertes que, nas mãos certas, podem criar maravilhas. Mesmo depois de ter feito alguns milhões de dólares, o verdadeiro empreendedor irá trabalhar incessantemente em uma nova visão para construir uma nova empresa.
Empreendedores devem ser novos e com energia.	Idade não é barreira. Os empreendedores de sucesso têm em média por volta de 35 anos, mas há numerosos exemplos de empreendedores com 60. O que é importante: <i>know-how</i> , experiência e relações.
Empreendedores são motivados pela busca do todo-poderoso dólar.	Empreendedores de sucesso buscam construir empresas onde possam realizar ganhos de capital a longo prazo. Não procuram satisfação imediata de grandes salários e “enfeites”. Buscam realização pessoal, controle dos seus próprios destinos e realização de seus sonhos. O dinheiro é visto como uma ferramenta.
Empreendedores buscam poder e controle sobre terceiros.	O poder é antes um subproduto do que uma força motivadora. O empreendedor busca responsabilidade, realização e resultados.
Se o empreendedor é talentoso, o sucesso vai acontecer em um ou dois anos.	Raramente um negócio tem solidez em menos de três ou quatro anos. Máxima entre os capitalistas de risco: “O limão amadurece em 2,5 anos, mas as pérolas levam 7 ou 8”.
Qualquer empreendedor com uma boa ideia pode levantar capital.	Nos Estados Unidos, somente de 1 a 3, em cada 100 empreendedores, conseguem capital.
Se um empreendedor tem capital inicial suficiente, não pode perder a chance.	O oposto é frequentemente verdade, isto é, muito dinheiro no princípio pode criar euforia e a “síndrome da criança estragada”.

Fonte: adaptado de Timmons (1994, apud DOLABELA, 2006, p.74-75).

A preparação de gestores capazes de desenvolver um espírito empreendedor se tornou também uma preocupação das instituições de ensino, preocupação essa que abrange desde escolas técnicas a Universidades que se dedicam à disseminação do empreendedorismo entre seus discentes. A inclusão do tema em suas grades curriculares é justificada pela relevância que o mesmo tem para toda a sociedade, pois a atuação dos empreendedores dá sustentabilidade e propicia a evolução das organizações públicas e privadas.

Os Cursos Superiores de Tecnologia são cursos voltados para o mercado profissional priorizando uma formação eficiente e em curto prazo. São cursos práticos, com desenvolvimento de competências técnicas em um segmento profissional. Dessa forma, os cursos tecnológicos visam o desenvolvimento do empreendedorismo e do intraempreendedorismo, e também têm entre seus discentes empreendedores que buscam embasamento teórico. Em Universia (2007), encontramos que

os cursos superiores de tecnologia são abertos a candidatos que tenham concluído o ensino médio ou equivalente, abrangendo os diversos setores da economia. Os graduados nestes cursos denominam-se "tecnólogos" e são profissionais de nível superior, especializados em segmentos de uma ou mais áreas profissionais com predominância de uma delas. Este tipo de curso é autorizado pelo Ministério da Educação (MEC) e, assim como os bacharelados e as licenciaturas, confere diplomas de graduação, possibilitando a continuidade dos estudos em especialização (*lato sensu*) e pós-graduação (*stricto sensu*). Atualmente são classificados em 20 áreas profissionais definidas na legislação: Agropecuária, Artes, Comércio, Comunicação, Construção Civil, Design, Geomática, Gestão, Imagem Pessoal, Indústria, Informática, Lazer e Desenvolvimento Social, Meio Ambiente, Mineração, Química, Recursos Pesqueiros, Saúde, Telecomunicações, Turismo e Hospitalidade e Transportes. Estes cursos atendem sempre às necessidades específicas das empresas e, por isso, vêm conquistando cada vez mais espaço no mercado. Dados do INEP (Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais) informam que estes cursos cresceram 74,7% entre os anos de 2000 e 2002, mais que a totalidade dos de graduação do Brasil, que apresentaram aumento de 36%. Em 2002, existiam no País 636 cursos tecnológicos. Alguns especialistas da área educacional apostam que, no futuro próximo, todos os cursos de graduação terão de um a três anos, no máximo, de forma que o indivíduo inicie seu processo profissional o quanto antes, mantendo vida estudantil paralela à vida profissional. O que já é comum no Ensino Superior dos Estados Unidos (EUA).

A disseminação da cultura empreendedora e o estudo do empreendedorismo em todas as esferas de atuação identificáveis têm como função apontar quais são as realidades a serem disseminadas sobre o empreendedorismo, bem como para entender a atuação empreendedora ou intra-empreendedora. Assim, torna-se importante não apenas verificar as competências e a visão de empreendedores à frente das novas organizações, mas também entender os intra-empreendedores que emprestam suas potencialidades às organizações onde atuam. Para Fillion (2004, p.71),

uma das características dos intraempreendedores é a sua habilidade de se diferenciar [...]. Eles se vêem como pessoas que atendem a clientes ao invés de se sentir apenas como parte do aparato organizacional. Atribuem a si mesmos o papel de definidores daquilo que acreditam que deveria ser a missão do setor em que trabalham, dependendo de como percebem as necessidades de seus clientes.

Considerando o exposto acima, é que este estudo visa aferir quais são, na opinião dos discentes dos cursos tecnológicos supracitados, os mitos e as realidades acerca do empreendedor.

3. Apresentação dos resultados

Os dados coletados nesta pesquisa, obtidos por meio da aplicação de questionários estruturados junto a oitenta e cinco dos cento e vinte e sete discentes dos primeiros e quartos períodos dos cursos de tecnologia em Gestão Comercial e Agronegócio, serão apresentados a fim de responder ao objetivo geral e aos objetivos específicos propostos neste trabalho. Para tal, será apresentada a análise obtida a partir da tabulação dos dados colhidos em questionário.

Visando aperfeiçoar o processo de análise dos dados coletados, apresentam-se as questões investigadas em questionário, que foram respondidas a partir de duas variáveis: Verdadeiro ou Falso. O quadro a seguir codifica e descreve as questões investigadas no estudo, a fim de tornar mais didática e de compreensão mais simples a análise dos resultados:

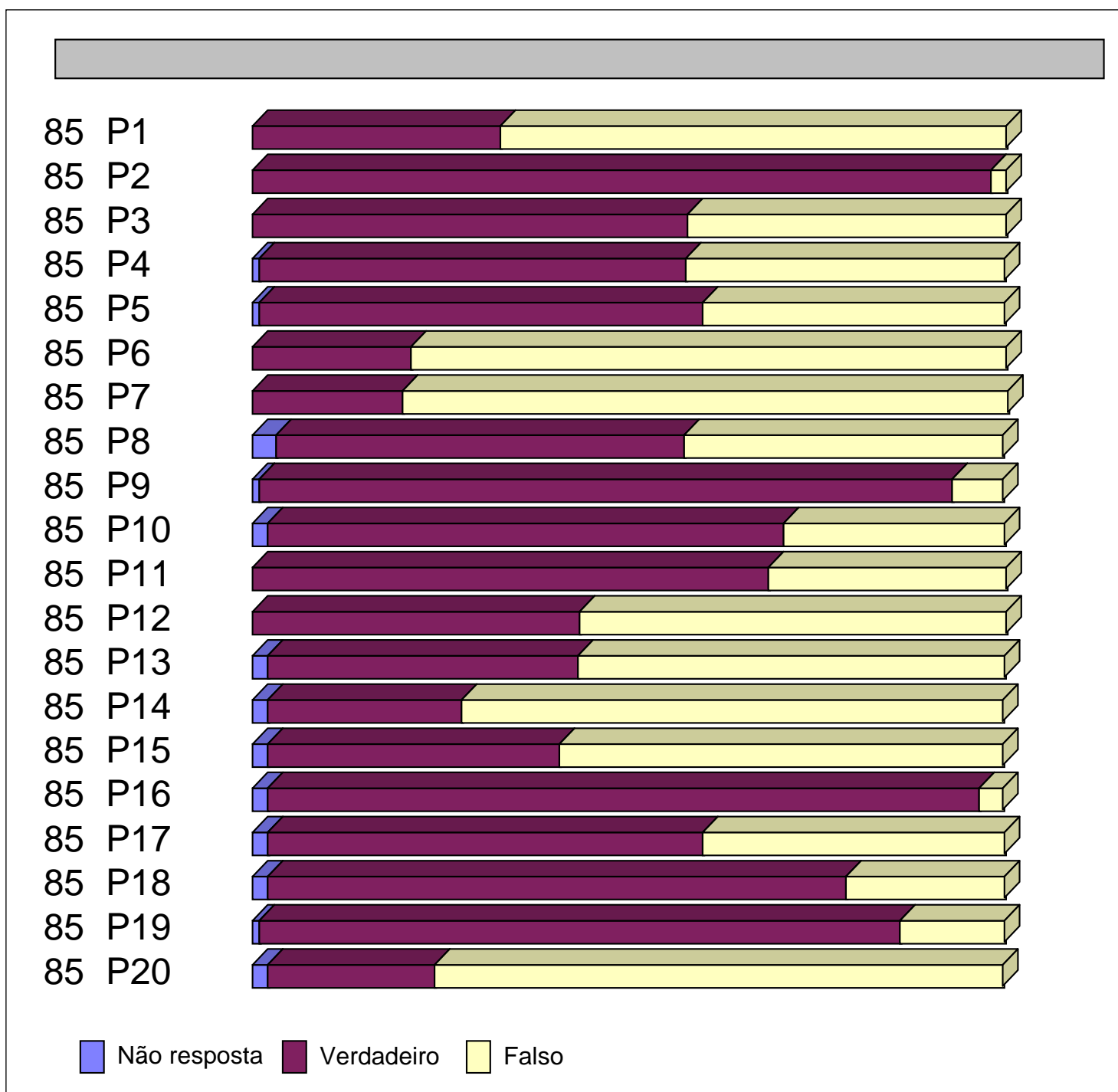
Quadro 2 – Codificação e descrição das questões investigadas em questionário.

Código	Questão investigada
P1	Empreendedores não são feitos, nascem empreendedores.
P2	É possível alguém aprender a ser empreendedor.
P3	Qualquer um pode começar um negócio.
P4	Somente uma, entre dez e vinte novas empresas que sobrevivem cinco anos ou mais, consegue obter ganhos de capital.
P5	Empreendedores são jogadores.
P6	Empreendedores querem o espetáculo só para si.
P7	Empreendedores são os seus próprios chefes e completamente independentes
P8	É difícil para o empreendedor ter um negócio de alto potencial sozinho
P9	Os empreendedores servem a muitos senhores (sócios, investidores, clientes, fornecedores, empregados, credores e família).
P10	Empreendedores trabalham mais tempo e mais duro do que gerentes em grandes empresas.
P11	Empreendedores experimentam grande estresse e pagam alto preço.
P12	Começar um negócio é arriscado e frequentemente acaba em falência.
P13	O dinheiro é o mais importante ingrediente para se começar um negócio.
P14	Empreendedores devem ser novos e com energia.
P15	Empreendedores procuram satisfação imediata de grandes salários, destaque financeiro e social.
P16	Empreendedor busca responsabilidade, realização e resultados.
P17	Se o empreendedor é talentoso o sucesso vai acontecer em um ou dois anos.

P18	Qualquer empreendedor com uma boa ideia pode levantar capital.
P19	Se um empreendedor tem capital inicial suficiente, não pode perder a chance.
P20	O dinheiro é um dos ingredientes menos importantes para o empreendedor.

Fonte: Questionário aplicado.

Gráfico 1 – Resultados das questões investigadas.



Fonte: Questionário aplicado.

Tabela 1 – Resultados das questões investigadas.

	Não resposta	Verdadeiro	Falso	TOTAL
P1	0	28	57	85
P2	0	83	2	85
P3	0	49	36	85
P4	1	48	36	85
P5	1	50	34	85
P6	0	18	67	85
P7	0	17	68	85
P8	3	46	36	85
P9	1	78	6	85
P10	2	58	25	85
P11	0	58	27	85
P12	0	37	48	85
P13	2	35	48	85
P14	2	22	61	85
P15	2	33	50	85
P16	2	80	3	85
P17	2	49	34	85
P18	2	65	18	85
P19	1	72	12	85
P20	2	19	64	85
Conjunto	23	945	732	1700

Fonte: Questionário aplicado.

A análise dos resultados tabulados permite observar que, considerando a investigação sobre o mito do empreendedorismo inato e do desenvolvido, verifica-se que 67,1 % dos pesquisados julgam falsa a afirmação (P1) de que empreendedores não são feitos, nascem empreendedores. Seguindo a mesma premissa, observa-se que segundo 97,6% dos pesquisados, é possível alguém aprender a ser empreendedor (P2). Dessa forma conclui-se que para a maioria dos pesquisados, o empreendedor surge do desenvolvimento de habilidades, experiências e identificação de oportunidades, ou seja, pode aprender a ser empreendedor, não apenas nasce empreendedor.

Dos pesquisados, 57,6% julgam verdadeira a afirmação de que qualquer um pode começar um negócio (P3). E 56,5% também julgam verdadeiro o fato de que somente uma, entre dez e vinte novas empresas que sobrevivem, cinco anos ou mais conseguem obter ganhos de capital (P4). Assim, verifica-se que apesar de concordarem sobre o fato de que

qualquer um poder abrir um negócio, os pesquisados demonstram certa consciência da dificuldade de sobrevivência dos empreendimentos.

Para 58,8% dos pesquisados, empreendedores são jogadores (P5). Sobre a questão investigada, que pretende verificar se empreendedores querem o espetáculo somente para si (P6), 78,8% dos investigados julgam falsa essa afirmação. Percebe-se que para 80% dos investigados, os empreendedores não são seus próprios chefes e também não são completamente independentes (P7).

Para 54,1% é difícil para o empreendedor ter um negócio de alto potencial sozinho (P8) e, para 91,8%, os empreendedores servem a muitos senhores (sócios, investidores, clientes, fornecedores, empregados, credores e família). Assim, verifica-se que o empreendedor não é um ser isolado, mas, sim, um indivíduo articulado em equipes de trabalho e redes de contato.

A pesquisa aponta que, para 68,2% dos alunos dos cursos de tecnologia em Gestão Comercial e Agronegócio pesquisados, os empreendedores trabalham mais tempo e mais duro do que gerentes em grandes empresas (P10). O mesmo percentual de pesquisados concorda também que empreendedores experimentam grande estresse e pagam alto preço (P11).

A afirmação de que começar um negócio é arriscado e frequentemente acaba em falência (P12) é falsa para 56,5% dos pesquisados. E, para o mesmo percentual de pesquisados, não é verdade que o dinheiro é o mais importante ingrediente para se começar um negócio (P13).

Para 71,8% dos que responderam à pesquisa, empreendedores não devem, via de regra, ser novos e com energia (P14). Assim, verificamos que na visão dos discentes, a idade não é barreira para se empreender. A maioria discentes, 58,8% concorda ainda que empreendedores não procuram satisfação imediata de grandes salários nem destaque financeiro e social (P15).

Pesquisas anteriores já propunham que antes de todas as buscas realizadas pelo empreendedor, a realização pessoal vem antes da financeira, ideia essa que é reforçada pelo fato de 94,1% dos pesquisados afirmarem que o empreendedor busca responsabilidade, realização e resultados (P16).

Considerando o postulado de que, se o empreendedor é talentoso, o sucesso vai acontecer em um ou dois anos (P17), verifica-se que para 57,6% dos pesquisados isso é verdade. Essa constatação contraria respostas dadas a perguntas anteriores, que colocam que é necessário mais tempo para que os empreendimentos se tornem sólidos. Dos pesquisados, 76,5% acreditam ainda que qualquer empreendedor com uma boa ideia pode levantar capital (P18).

Para 84,7%, se um empreendedor tem capital inicial suficiente, não pode perder a chance de empreender (P19). Percebe-se um otimismo nas respostas dos pesquisados. E,

finalizando, para 75,3% dos pesquisados o dinheiro não é um dos ingredientes menos importantes para o empreendedor (P20).

4. Considerações finais

O presente artigo científico propôs em seu objetivo geral descrever, segundo a visão de graduandos dos Cursos Superiores de Tecnologia em Gestão Comercial e Agronegócio do Centro Universitário de Patos de Minas (UNIPAM), quais seriam os mitos e realidades acerca do empreendedorismo e da figura do empreendedor.

Verifica-se que para os discentes pesquisados o mito de que empreendedores nascem com essa característica cai perante a realidade de se poder aprender a empreender. Concorde-se assim que *know-how*, experiências e habilidades levam o empreendedor a identificar e aproveitar oportunidades.

Os resultados da pesquisa mostram que empreendedores são indivíduos que buscam sua realização pessoal, porém atuam em conjunto com outros atores necessários para a concretização do empreendimento. Dessa forma, percebe-se que conforme a revisão teórica que fundamenta este estudo, é realidade que os empreendedores de sucesso constroem uma equipe e mantem redes de contato eficazes.

A pesquisa coloca como realidade o fato do comprometimento absoluto do empreendedor com seu negócio. Os pesquisados afirmam que o empreendedor trabalha em um ritmo superior ao de gerentes de grandes empresas. Esse apontamento da pesquisa está alinhado às principais características e comportamentos do empreendedor. O comprometimento faz com que o empreendedor se sacrifique, colabore com os empregados, satisfaça clientes e assuma total responsabilidade de seus fracassos ou sucessos.

O mito de que empreendedores devem ser novos e com energia não se confirma diante dos resultados da pesquisa. Empreender independe da idade do empreendedor. Percebe-se que para empreender mais que uma boa ideia fazem-se necessários fatores como *know-how*, experiência e relações.

A pesquisa apresenta resultados que colocam como realidade a importância do capital financeiro para o empreendedor, pois os resultados discordam do mito de que dinheiro é um dos ingredientes menos importantes para o empreendedor. Ainda indica que o capital inicial suficiente já é fator para o empreendedor aproveitar uma oportunidade.

O presente estudo apresenta uma visão otimista dos pesquisados, pois estes julgam realidade o fato de um empreendedor com uma boa ideia conseguir levantar o capital necessário para concretizar o empreendimento.

A busca de realização e resultados é uma realidade na trajetória do empreendedor, em oposição ao mito de que o empreendedor procura satisfação imediata de grandes salários, destaque financeiro e social.

O estudo apresenta a limitação de ter sido realizado por meio um questionário fechado, o que não permite identificar opiniões e particularidades de cada julgamento dos pesquisados. Recomenda-se a continuidade na execução de estudos acerca dos mitos e realidades da figura do empreendedor por intermédio de pesquisas em profundidade e entrevistas semiestruturadas junto a um público-alvo de representatividade nas atividades empreendedoras.

Referências

ÂNGELO, Eduardo Bom. Introdução, in: BRITO, Francisco; WEBER, Luiz. *Empreendedores Brasileiros: vivendo e aprendendo com grandes nomes*. Rio de Janeiro: Campos, 2003.

BRITTO, Francisco; WEBER, Luiz. *Empreendedores Brasileiros: vivendo e aprendendo com grandes nomes*. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

CHIAVENATO, Idalberto. *Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor*. São Paulo: Saraiva, 2005, 278 p.

CRAMER, L. *Representações sociais sobre a ação empreendedora*. Lavras: UFLA, 2002, 81p. (Dissertação de Mestrado em Administração).

DOLABELA, F. *Oficina do empreendedor*. São Paulo: Cultura, 1999.

DOLABELA, Fernando. *O Segredo de Luísa*. São Paulo: Editora de Cultura, 2006, 304 p.

DORNELAS, José Carlos Assis. *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. Rio de Janeiro: Campus, 2001, 299 p.

DRUCKER, Peter Ferdinand. *Inovação e Espírito Empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios*. Trad. Carlos J. Malferrari. São Paulo: Pioneira, 1986, 378 p.

FILION, Louis Jacques. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. *Revista de Administração*. São Paulo v. 34, n. 2, p. 05-28, abril/junho, 1999.

HISRIC, Robert D.; PETERS, Michael P. *Empreendedorismo*. Trad. Lene Belon Ribeiro. 5 ed. Porto Alegre: Bookman, 2004, 592 p.

MALHOTRA, Naresh K. *Pesquisa em marketing: uma orientação aplicada*. Trad. Nivaldo Montingelli Jr. e Alfredo Alves de Farias. 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2001. 719 p.

MANCUSO, Joseph R. *O empreendedor que existe em você*. New York. Center for Entrepreneurial Management, p. 65-80, abril/junho 2004.

SILVEIRA, Amélia et al. (coord.) *Roteiro básico para apresentação e editoração de teses, dissertações e monografias*. 2 ed. Blumenau: Edifurb, 2004.

SOUZA, Eda Castro de. A disseminação da cultura empreendedora e a mudança na relação universidade-empresa, in: _____. (org). *Empreendedorismo: competência essencial para pequenas e médias empresas*. ANPROTEC: Brasília, 2001.

UNIVERSIA – O que é um curso superior de tecnologia?
Disponível em: <http://www.universia.com.br/html/materia/materia_ecgb.html>. Acesso em 5 julho de 2007.