

INTENÇÕES EMPREENDEDORAS DOS ESTUDANTES DE GRADUAÇÃO E ESCOLAS PROFISSIONALIZANTES: O CASO DO PROGRAMA CEARENSE DE INCUBAÇÃO CORREDORES DIGITAIS

ROBERTA DUTRA DE ANDRADE

Universidade Estadual do Ceará, Mestrado Acadêmico em Administração, Brasil
robertadutra@hotmail.com

GISELE APARECIDA CHAVES ANTENOR

Universidade Estadual do Ceará, Mestrado Acadêmico em Administração, Brasil
giseleantenor@gmail.com

ELDA FONTINELE TAHIM

Universidade Estadual do Ceará, Mestrado Acadêmico em Administração, Brasil
fontineletahim@gmail.com

FABÍOLA GOMES FARIAS

Universidade Estadual do Ceará, Mestrado Acadêmico em Administração, Brasil
fariasfabiola@gmail.com

RESUMO

É consenso que a criação de novas empresas é fator indispensável para a geração de estratégias de recuperação, crescimento econômico e competitividade. Logo, o empreendedorismo pode e deve ser ensinado e incentivado. Esta pesquisa visa analisar o impacto do Programa Corredores Digitais na formação e incentivo ao empreendedorismo e na construção do perfil empreendedor dos seus participantes. Assim, busca-se identificar se as atividades proporcionadas por esses programas influenciam nas intenções futuras de empreender por parte dos seus participantes, a partir do modelo teórico de Carvalho e Gonzalez (2006), que abordou os fatores que influenciam a intenção empreendedora de jovens estudantes, como antecedentes pessoais, conhecimentos empresariais, motivações empreendedoras, autoeficácia empreendedora e contexto institucional. Como objeto de estudo, foi analisado o programa cearense coordenado pela Secretaria da Ciência, Tecnologia e Educação Superior do Estado do Ceará, denominado Corredores Digitais, cujo o objetivo é a formação empreendedora de jovens de baixa renda. O estudo foi realizado com abordagem qualitativa, de natureza aplicada, com objetivo descritivo e procedimentos de pesquisa estudo de caso. Dois instrumentos de coleta de dados primários foram utilizados: questionários semiestruturados com perguntas abertas, dicotômicas e de múltipla escolha, além de grupo focal com seis jovens finalistas do programa. Verificou-se que a experiência proporcionada pelo Programa Corredores Digitais foi fundamental para formar e oferecer a prática do “empreender”, entretanto, os conhecimentos empresariais ainda não estão completamente consolidados. Foi constatado que os jovens pesquisados têm intenções empreendedoras em aspectos como independência, desenvolvimento pessoal e de aprovação social, mais até do que obtenção de riqueza. A propensão a riscos ainda foi um fator limitante quanto à intenção empreendedora dos jovens que participaram da pesquisa, mas os ambientes

institucionais que fazem parte do seu cotidiano estão cada vez mais os instigando ao empreendedorismo, inovação e, sobretudo, a desenvolverem e colocarem suas ideias em prática.

PALAVRAS CHAVE: Empreendedorismo, Educação para o Empreendedorismo, Intenções Empreendedoras, Habilidades empreendedoras

1. INTRODUÇÃO

As firmas são de fundamental importância para garantir o progresso social e econômico de seu entorno, gerando emprego e renda para a comunidade e competitividade para o país. Para Schumpeter (1942), as economias são incapazes de criar novos empregos em números suficientes para satisfazer a população economicamente ativa. Este fator, segundo Pereira (1991), aliado a supressões massivas de empregos e compressão de efetivos, faz com que os empresários, como agentes empreendedores, desempenhem papel basilar para a solução do desemprego.

A criação de novas empresas, para Birley (1989), é fator substancial para a criação de estratégias de recuperação e crescimento econômico. Assim sendo, o empreendedorismo pode e deve ser ensinado e, principalmente, incentivado (OOSTERBEEK; PRAAG; IJSSELSTEIN, 2010; PARKER, 2007; ROXAS; KUCKERTZ, 2011). A junção de empreendedorismo e educação é indispensável, uma vez que as instituições de ensino detêm recursos humanos de alta qualificação e um conjunto de conhecimento e habilidades indispensáveis para formação de pessoas capacitadas e ligadas ao empreendedorismo (FAYOLLE; DEGEORGE, 2006; ROCHA; SILVA; SIMÕES, 2012).

Em uma sociedade de constante mudanças, a competitividade das empresas consiste em entregar novos produtos e negócios com maior valor agregado, Lucas (2001) observa que, embora a formação empreendedora tenha recebido investimentos crescentes, principalmente em um processo formal de aprendizagem do empreendedorismo em instituições de ensino, outros autores observam que muitos empreendimentos apresentam pouco desempenho inovador (IATA; ZIMMER, 2016).

A partir deste ponto de vista, parece capital investigar a figura do aluno como potencial empresário e empreendedor, que identifica oportunidade e cria novos negócios capazes de reunir recursos necessários para enfrentar riscos e incertezas e gerar emprego e renda. Tais alunos devem reunir características individuais para o desempenho da função empresarial e competências para o *entrepreneurship* (SEARBOROUGH; ZIMMERER, 1993).

Seguindo esta linha de análise e utilizando como ponto de partida o modelo teórico de Carvalho e Gonzalez (2006), que aborda diversos fatores que influenciam a intenção empreendedora de jovens estudantes, pretende-se analisar como e quais fatores determinam a intenção empreendedora dos jovens em programas de formação em negócios. Para tanto, realizou-se um estudo de caso do programa Corredores Digitais, implantado pela Secretaria da Ciência e Tecnologia (SECITECE) em parceria com Prefeituras municipais, Universidades e Escolas Profissionalizantes, cujo o objetivo foi a formação empreendedora de jovens de baixa renda do estado do Ceará.

O programa tem como objetivo a formação empreendedora de jovens de baixa renda e foi elaborado com base na metodologia pedagógica recomendada por investidores da área, direcionada para a criatividade e conceituação abstrata, permitindo a concepção de produtos

inovadores (PAÇO, *et al.*, 2011). O Corredores Digitais foi também escolhido por sua abrangência, compreendendo oito municípios estrategicamente distribuídos ao longo do estado do Ceará, que localiza-se na região Nordeste do Brasil e apresenta um longo contexto histórico de exclusão econômica, baixa renda, atraso econômico e tecnológico amplificado pelo clima árido e pela seca característica da região.

Nesse cenário, segundo o Serviço de apoio às micro e pequenas empresas do Ceará - SEBRAE/CE, o número de negócios por conta própria cresce em função do número de pessoas que perderam seus empregos e não conseguiram se recolocar novamente no mercado de trabalho, do êxodo rural não qualificado e em função da falta de políticas públicas eficazes impulsionando o empreendedorismo local pela necessidade de autogeração de emprego e renda.

De natureza aplicada, este estudo foi realizado com abordagem qualitativa, com objetivo descritivo e procedimentos de pesquisa estudo de caso. Para esta pesquisa, utilizaram-se dois instrumentos de coleta de dados primários. Inicialmente foram aplicados questionários semiestruturados baseados nos modelos de Spencer e Spencer (1993), Ajzen (1991), Shapero (1982), Davidson (1995) e, mais recentemente, em Carvalho e Gonzalez (2006). As entrevistas foram realizadas com vinte um jovens que participaram da fase de incubação, de todos os municípios participantes. Para realizar a triangulação das evidências e aprofundar o *corpus* empírico, também foi realizado grupo focal com seis jovens finalistas do programa.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. Empreendedorismo inovador

Schumpeter (1942) define a inovação como um processo de descontinuidade no qual o desenvolvimento ocorre a partir de novas combinações por meio da produção de novos produtos ou melhoria de produtos já existentes pela utilização de métodos diferentes. Para Dolabela (1999), o empreendedorismo diz respeito a qualquer inovação que tenha alguma relação com a prosperidade da empresa de forma a fazer o empreendimento crescer na indústria em que está inserido.

Em face à inovação, Frizzo *et al.* (2016), preconiza que o empreendedor necessita de um método de gestão equivalente ao processo que deseja implementar, uma vez que a estrutura organizacional acarreta o dever de mudança de perfil dos gestores, que precisam resolver novos desafios gerados no processo de inovação, sob pena destes tornarem-se degenerativos para a firma (SOUZA, 2011).

Para Claiborne (2007), a busca por um novo perfil de empreendedor envolve aprendizagem coletiva em um contexto que permita alinhar condições sociais e resultados inovadores para garantir resultados e gerar aportes financeiros que sustentem o processo de inovação (LAZONIC, 2004). Parolin e Volpato (2008) entendem que as condições socioeconômicas influem diretamente no potencial empreendedor de alto valor agregado, potencial de crescimento e escalabilidade.

Face a diversas formas de fomentar a inovação, cabe destacar a parceria entre universidades e empresas e os programas de incubação e aceleração às iniciativas empreendedoras. A primeira é

peça crucial na formação e no desenvolvimento de competências dos indivíduos contribuindo para o desenvolvimento de uma sociedade empreendedora. A segunda, impulsiona substancialmente o empreendedorismo inovador por meio da identificação, captação e aperfeiçoamento de ideias inovativas potenciais com propensão a transformar-se em negócios com alto valor agregado.

2.2. Educação para o empreendedorismo

Diversos autores definem a educação para o empreendedorismo como um processo que estimula indivíduos, de forma dinâmica e socializada, a identificar oportunidades para transformar suas ideias inovadoras com objetivo principal de desenvolvimento pessoal desse indivíduo e seu conhecimento formal (ODEGÄRD, 2011; RASHEED, 2000).

Nesse contexto, a educação representa um elemento crucial para o desenvolvimento de uma sociedade empreendedora, proporcionando formação específica para jovens que estão próximos a entrar em uma vida economicamente ativa. A sensibilização desses jovens e a criação de programas de empreendedorismo podem estimulá-los a encarar o autoemprego como opção válida e por isso, a educação para o empreendedorismo já vem sendo prioridade na política de muitos países industrialmente desenvolvidos e em desenvolvimento (HUBER; SLOOF; VAN PRAAG, 2012; KECKERTZ, 2011; LEPROUTE *et al.*, 2010; PAÇO *et al.*, 2011).

Apesar de flagrante parte da literatura entender que o empreendedorismo entre os jovens deve ser incentivado e fortalecido por tratar-se de peça-chave para o desenvolvimento econômico das nações, o estudo do impacto desses programas e atividades ainda não geram consenso já que parte deles conseguem demonstrar a relação entre as atividades de empreendedorismo com as intenções futuras de empreender destes jovens (ROCHA, SILVA, SIMÕES, 2012; ODEGÄRD, 2011), e outra parte não revela conclusões sintomáticas (OOSTERBEEK; VAN PRAAG; IJSSELSTEIN, 2010).

2.3. Intenções empreendedoras

A análise das intenções empreendedoras serve para prever comportamentos nos indivíduos em relação à sua propensão em abrir seu próprio negócio (DAVIDSSON, 1995). De acordo com o objetivo deste trabalho, a pesquisa foi aplicada em um ambiente propício à existência de potenciais empreendedores e empresários: primeiro por tratar-se de jovens em um momento de vida que antecede a sua entrada em um mercado de trabalho e, segundo, por estes estarem vinculados à instituições de ensino superior ou profissionalizantes.

Para Trice (1991), as aspirações profissionais de jovens em fase de formação permitem prever de forma relevante uma eventual escolha profissional futura. Para estudar as intenções empreendedoras no programa Corredores Digitais foi utilizado o modelo proposto por Carvalho e Gonzalez (2006) que apresenta cinco instrumentos para avaliação dos elementos-chave das intenções empreendedoras em jovens graduandos tratados a seguir:

2.3.1. Antecedentes pessoais

Diversos autores consideram existir uma relação importante entre determinadas variáveis pertinentes aos antecedentes pessoais e o comportamento empreendedor além de traços de personalidade do próprio indivíduo e fatores de natureza sóciodemográfica (LÓPEZ; POZO;

MARTÍN, 1999). Especificamente nessa investigação interessam os elementos acadêmicos, demográficos e envolvente institucional e familiar.

Os estudos revelam que embora não seja estritamente necessário um alto nível de instrução para criar um negócio, as pessoas com nível educacional mais elevado podem ter maiores chances de êxito (HISRICH, 1990). Das hipóteses levantadas por Carvalho e Gonzalez (2006), espera-se que alunos nos últimos anos de graduação manifestem maior propensão à criação de empresas, assim como os alunos que trabalham e estudam.

A idade também é considerada fator importante para a determinação das intenções empreendedoras e diversos autores alegam que os indivíduos costumam tomar a decisão de empreender entre 25 e 40 anos (DAVIDSSON, 1995; REYNOLDS, 1995). Em relação ao sexo, evidências empíricas apontam a existência de diferenças nos traços de personalidades entre os sexos e a justificativa para tal estaria nas características psicológicas e na valorização do trabalho como realização pessoal (CARVALHO, 1997).

Carvalho (1997) sugere que, na maioria dos casos, os empreendedores são os filhos mais velhos oriundos de famílias muito numerosas. Tal fato é reverberado por diversos outros autores que tratam do empreendedorismo por necessidade como forma de escapar de situações de marginalidade tão comum no Brasil (DAVIDSSON, 1995; WILKEN, 1979). Uma infância difícil também é citada como fator característico de alguns empresários que os leva a criar sua empresa para fugir da pobreza e do abandono familiar (CARVALHO, 1997; COLLINS; MOORE, 1964).

Gibb (1993) assinala que a união da educação formal com a experiência profissional anterior gera mais conhecimentos e habilidades além de permitir a prática da função gerencial. Por último, os estudos de antecedentes familiares apontam para a relevância do fato de haver familiares empreendedores, nível de renda e formação acadêmica dos pais, além do fato de que grande parte dos empreendedores possuem parentes já empresários (SHAPERÓ; SOKOL, 1982).

2.3.2. Conhecimentos empresariais

Vasta literatura entende o conhecimento empresarial como o conjunto de competências necessárias ao desempenho da atividade empresarial (DURKAN *et al.*, 1993; MAN, 2001; McCLEALLAND, 1987; SNELL; LAU, 1994) e Carvalho e Gonzalez (2006) enfatiza a oportunidade, a estratégia, a organização, o relacionamento e o compromisso e o fator conceitual.

Para Man (2001), oportunidade é muito importante para o *entrepreneurship* por ser a habilidade de identificar e tirar o maior proveito possível das novas oportunidades de negócio que surgem e autores como Gibb (1987) e McGregor *et al.* (2000) reconhecem a capacidade de relacionamento como fator de fundamental importância ao desenvolvimento do negócio.

O conhecimento conceitual está associado ao conhecimento administrativo e diz respeito a capacidade cognitiva, aprendizagem, e pensamento analítico orientado para a tomada de decisões e resoluções de problemas (HUNT, 1998; LAU; CHAN, MAN, 1999). Tais estratégias são definidas por Freire (1999) como o conjunto de decisões e ações que geram maior valor agregado aos clientes.

Aqui, Carvalho e Gonzalez (2006) afirmam ser razoável supor que empreendedores de sucesso sejam pessoas normalmente diligentes, proativas, dedicadas e responsáveis e que, quanto mais

elevados seus conhecimentos empresariais, maior a probabilidade de empreender, uma vez que sente-se mais preparado para o desempenho da função empresarial.

2.3.3. Motivações empreendedoras

Os estudos investigativos dos motivos que levam pessoas a criarem seus próprios negócios abordam fundamentalmente alguns fatores motivacionais como: percepção da instrumentalidade da riqueza, necessidade de aprovação, independência e desenvolvimento pessoal (CARVALHO, 1997; DUBINI, 1988; PEREIRA, 2001). Para Veciana (1989), a necessidade de independência está conexas à realização pessoal, descrita como a perspectiva de criar sua própria empresa e colocar em prática suas ideias.

A necessidade de desenvolvimento pessoal está ligada a vontade de realizar bem as tarefas e atingir altos padrões de qualidade para alcançar realização pessoal. Normalmente, a necessidade de realização está associada à aceitação de responsabilidades, propensão a assumir riscos e capacidades de inovar, planejar a longo prazo e avaliar o resultado de suas ações (HAMILTON, 1988; SHAPERO, 1982). Por fim, Carvalho e Gonzalez (2006) sugerem que quanto maiores as motivações empreendedoras assinaladas pelas necessidades de autonomia, desenvolvimento pessoal, aprovação e percepção da instrumentalidade da riqueza, maiores serão suas intenções empreendedoras.

2.3.4. Autoeficácia empreendedora

Bandura elucidou a teoria da autoeficácia em 1977 para explicar a intensidade com que uma pessoa acredita em sua capacidade para realizar determinada tarefa ou ação. Afirmou tratar-se de um traço de personalidade que afeta a motivação, a seleção da carreira e a percepção individual de riscos e tolerância para assumi-los. Estudos posteriores apresentam a convicção individual como principal determinante para a intenção empreendedora avaliando a percepção do indivíduo sobre a viabilidade de abertura de um negócio (DAVIDSSON, 1995; KRUEGER, 1994; SCHERER *et al.*, 1989). Posto isso, o modelo adotado supõe que quanto maior a autoeficácia empreendedora, maior a disposição para criar uma empresa.

2.3.5. Envolvente institucional

Com base nos estudos de Autio *et al.* (1997) que avalia a influência da envolvente institucional a partir da percepção individual dos jovens, Carvalho e Gonzalez (2016) buscaram analisar se o ambiente das instituições pode favorecer e incentivar a iniciativa empreendedora dos alunos.

Neste estudo será investigado se programas para formação empreendedora têm real impacto direto nos jovens estudantes de graduação e ensino profissionalizante ou se as perspectivas deles antes de participarem do programa se mantêm inalteradas no que diz respeito ao interesse em abrir um negócio e ter um perfil empreendedor.

O programa analisado, Corredores Digitais, foi escolhido por possuir vertentes teóricas e práticas que estimulam a criatividade e permitem a concepção de novos produtos e serviços inovadores. Dentre as atividades propostas destacam-se os treinamentos à distância em diversos temas análogos ao empreendedorismo, acompanhamento presencial, mentorias, *workshops*, *bootcamps* e, por fim, um *demoday* para os jovens empreendedores apresentarem seus planos de negócios para uma banca de investidores.

3. METODOLOGIA

Estudos recentes sobre intenções empreendedoras encontrados na literatura são de abordagem quantitativa e buscam avaliar a relação entre a intenção empreendedora a fatores e variáveis que possam determiná-la. Neste estudo buscou-se verificar o como determinam e para tanto, a abordagem qualitativa se mostrou a mais apropriada. De acordo com Stake (2011), na pesquisa qualitativa o pesquisador busca dados que representam a experiência das pessoas em situações específicas. A natureza da pesquisa é aplicada, uma vez que visa gerar conhecimentos para aplicação prática dirigidos à solução de problemas específicos (PRODANOV; FREITAS, 2013).

Quanto aos objetivos, trata-se de uma pesquisa descritiva, onde, ainda de acordo com Prodanov e Freitas (2013), os fatos são observados, registrados e analisados sem que o pesquisador interfira sobre eles. Neste sentido, a pesquisa buscou descrever as características de um grupo de alunos que participaram de um programa de empreendedorismo, tentando verificar como os fatores e variáveis determinaram a intenção destes em empreenderem.

Esta pesquisa se apoiou nos procedimentos do estudo de caso, permitindo amplo e detalhado conhecimento de um objeto de pesquisa, podendo permitir novas descobertas de aspectos que não foram ainda revelados ou previstos inicialmente (YIN, 2001). Para Prodanov e Freitas (2013) a estratégia de pesquisa com estudo de caso pode orientar a busca de explicações e interpretações convincentes para situações que envolvam fenômenos sociais complexos, assim como a concepção de uma teoria explicativa do caso que possibilite condições para se fazerem inferências analíticas sobre proposições constatadas no estudo e outros conhecimentos encontrados.

Nesta pesquisa o objetivo de análise foi o programa cearense coordenado pela SECITECE, denominado Corredores Digitais, cujo o objetivo é a formação empreendedora de jovens de baixa renda, oriundos de instituições de ensino superior e escolas profissionalizantes do estado. O programa se dividiu nas fases de pré- incubação, incubação e *demoday*.

A partir de uma primeira seletiva, onde uma banca avaliadora analisou os modelos de negócio preenchidos em formato *Canvas* e as apresentações do tipo *pitch* enviadas pelos grupos, foram selecionadas 10 equipes por município, e Fortaleza com 20 equipes. Os municípios foram: Fortaleza, Maracanaú, Tauá, Jaguaribe, Sobral, Beberibe, Quixadá e São Benedito. Para prosseguirem rumo a fase de “capacitação empreendedora”. As equipes vencedoras passaram por formação em empreendedorismo, por meio de Ensino à Distância (EAD), utilizando-se de plataforma online com os conteúdos análogos ao ensino de empreendedorismo.

Após a formação em empreendedorismo, foi realizada mais uma seletiva, desta vez para a fase de “incubação”, onde continuaram no programa quatro equipes de cada município. Os incubados então receberam apoio de mentores e ajuda de custo para a confecção de um MVP (*Minimum Viable Product*). Esta fase durou quatro meses e a cada quinzena eram entregues partes do modelo de negócio e do MVP. Foram trinta e seis equipes incubadas e destas, doze foram até a fase final de *Demoday*.

Para esta pesquisa foram utilizados dois instrumentos de coleta de dados primários. Inicialmente utilizou-se de questionários semiestruturados baseados nos modelos de Spencer e Spencer (1993),

Ajzen (1991), Shapero (1982), Davidson (1995); Man (2001) e, mais recentemente, em Carvalho e Gonzalez (2006), que traz como fatores determinantes para a intenção empreendedora os antecedentes pessoais, conhecimentos empresariais, motivações empreendedoras, percepção de autoeficácia empreendedora e envolvimento institucional.

As entrevistas foram realizadas com vinte um jovens que participaram da fase de incubação e houve um grupo focal com seis jovens finalistas do programa. Tudo foi gravado e transcrito. Para tentar compreender as formas de comunicações para além dos seus significados imediatos, foi feita a análise de conteúdo proposta por Bardin (2011) que caracteriza-se por enriquecer a tentativa exploratória e análise sistemática de todas as formas de expressão, formais e informais.

3.1. Amostra e coleta de dados

A população em estudo foram jovens, regularmente matriculados no ensino superior ou profissionalizante, que participaram e concluíram o programa Corredores digitais. Estes foram escolhidos como população por estudarem em cursos relacionados à área de tecnologia da informação e afins, áreas ditas fundamentalmente inovadoras, e por estarem situados ao longo de um dos estados mais atrasados tecnologicamente e economicamente do país resultando, em muitos casos, em empreendedorismo por necessidade de autogeração de emprego e renda (SEBRAE/CE, 2016).

Foram entrevistados 21 jovens participantes e finalistas do programa de um total de 32 finalistas. Ademais, realizou-se um grupo focal formado por seis participantes, totalizando 27 jovens ouvidos. Com idade média entre 18 e 21 anos, foram ouvidos jovens de todos os municípios participantes do programa.

Nesta investigação, recorreu-se ao modelo proposto por Carvalho e Gonzalez (2006) para identificar os fatores determinantes da intenção empreendedora considerando que a concretização de uma ideia ou negócio é precedida pela intenção e que esta é entendida como um estado de espírito em que a atenção do indivíduo está apontado para determinada situação com vista ao alcance de metas (BIRD, 1988).

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

4.1. Antecedentes pessoais

Em geral, todos os jovens relataram experiências profissionais anteriores, ainda que não tenham empreendido. Sobre a formação dos pais, metade tinham até o ensino fundamental e apenas um tinha curso superior com pós graduação. Nove jovens tinham experiências de empreendedorismo na família. Com relação a renda familiar, mais de 50% dos jovens tinham renda familiar de até um salário mínimo e que 77% dos jovens dependiam economicamente dos pais.

4.2. Conhecimentos empresariais

A abordagem utilizada para identificar a percepção dos entrevistados sobre os elementos chave da intenção empreendedora foi usar perguntas-estímulo para evocação da narrativa dos respondentes. Então, nas entrevistas e no grupo focal os pesquisadores convidaram os respondentes a se colocarem no lugar de um empresário e fazer uma autoavaliação quanto aos

seus conhecimentos... “Se eu fosse proprietário de uma empresa, considero ter habilidades e conhecimentos para...” e foi solicitado que escolhessem e comentassem os conhecimentos que se sentem habilitados a praticar.

Dentre os principais conhecimentos empresariais, a saber, oportunidade, relacionamento, conceptual, organização, estratégia e compromisso, os que os entrevistados mais se declaram habilitados a fazer em um negócio foram os relacionados a oportunidade, como criar novos produtos e serviços. Essa é, de acordo com Man (2001), uma das características mais distintivas do empreendedor. Para o autor o que define o empresário e seu sucesso é o sentido de oportunidade, observação e ação de acordo com as oportunidades. 77% dos entrevistados se declararam preparados para identificar oportunidades.

As habilidades com relação a relacionamento ainda são um desafio para os estudantes. Comunicar-se de forma correta, foi o conhecimento que apenas 7 dos respondentes se sentem habilitados, apesar de acharem que se relacionam e interagem parcialmente bem com as pessoas. “Estamos mediano... Precisamos melhorar a timidez, o nervosismo, a forma de prender a atenção das pessoas, de chegar nas pessoas...”, declarou R. R.

Do ponto de vista conceitual, que representa a capacidade cognitiva, analítica, aprendizagem, tomada de decisão e resolução de problemas (CARVALHO e GONZALEZ, 2006), verificou-se que apesar de apenas 8 jovens se sentirem preparados para aplicar suas próprias ideias na empresa, o dobro deles se sentem aptos a implantar ideias inovadoras na empresa. Para tal questão, os jovens se declararam ainda pouco propensos a correr riscos: “prefiro aplicar soluções que já tiveram sucesso em outros lugares”, como afirma A.P.

Enfrentar os problemas sob diferentes pontos de vista e até mesmo como oportunidade foram apontados pelos jovens como uma forma de descobrir novas ideias e oportunidades para a empresa, como afirma R.M. “Nós tentamos ver o problema por vários ângulos, sentamos, conversamos e tentamos ver o melhor pra empresa e vamos gerando a solução. Às vezes a gente lista e vê qual é a melhor”.

Como critério para analisar as ideias os jovens afirmam: “o que vai ser melhor pra empresa. Menos risco e vai ser melhor pra gente”. É possível verificar que apesar de aprofundarem-se no problema e analisá-lo por várias perspectivas, a tomada de decisão é baseada na solução com menor risco possível.

Quanto aos conhecimentos relacionados à organização da empresa, os respondentes ficaram nitidamente divididos. Enquanto 15 se sentiram aptos a coordenar tarefas e liderar, apenas oito se sentiram capazes de planejar as operações do negócio, supervisionar subordinados e gerir os recursos da empresa. Chandler e Jansen (1992) nos trazem a necessidade da função administrativa para o bom desempenho da empresa. Um dos entrevistados que participou do grupo focal revelou: “neste momento acho que tá mais centralizado em uma pessoa... A gente fez a divisão de quem ficaria responsável e pelo que. Mas sempre eram pauta de reunião que precisávamos de um líder”.

Outra capacidade que se pressupõe função principal do empreendedor é a direção da empresa, por meio do desenvolvimento e implementação de estratégias para alcançar os objetivos do negócio (FREIRE, 1999; CARVALHO e GONZALEZ, 2006). Nesta temática verificou-se a segunda maior habilidade considerada pelo respondentes, a de analisar os resultados da empresa.

Entretanto, as habilidades que antecedem e que dão conta da elaboração do plano estratégico da empresa, organização do trabalho em função dos objetivos da empresa, estruturar o negócio e avaliar os negócios tendo em conta os objetivos definidos foram consideradas por dez respondentes como “parcialmente” habilitados.

O compromisso e a atitude responsável e proativa dos empresários, também são habilidades decisivas para um empreendedor gerir sua empresa (MAN, 2001; CARVALHO e GONZALEZ, 2006). Metade dos entrevistados desta pesquisa se sentiam preparados com relação a estes conhecimentos empresariais. Percebe-se ainda nas respostas obtidas que tais conhecimentos ainda não estão plenamente consolidados, apesar da capacitação e experiência que tiveram por meio do programa.

4.3. Motivações empreendedoras

Tentando compreender os motivos que levam os indivíduos a criarem sua própria empresa a partir de estudos teóricos e empíricos encontrados no trabalho de Man (2001) e aprimorado nos estudos de Carvalho e Gonzalez (2006), perguntou-se aos entrevistados “Eu gostaria de criar minha própria empresa para...” e apresentado em uma ficha as opções relacionadas aos fatores motivacionais obtendo-se as seguintes respostas.

Quanto à independência, 73% dos entrevistados avaliaram que o principal motivo para criarem uma empresa seria a possibilidade de pôr em prática suas próprias ideias. Tal resultado chama a atenção visto que essa foi uma habilidade pouco dominada no campo dos conhecimentos empresariais, como analisada no item anterior. A necessidade de independência superou as necessidades de autonomia no trabalho e maior flexibilidade. Para I.C, é uma forma de também mitigar riscos: “se tiver trabalhando para alguém, você tem aquele risco, mas você trabalhando no seu negócio, se quebrar, no outro dia já pode começar de novo”.

Sobre a necessidade de desenvolvimento pessoal constatamos que estão de acordo com McClelland (1987), visto que os entrevistados revelam que empreenderiam para implementar negócio inovador e para sua própria realização pessoal, como declara I.C “eu penso que quando a pessoa contrata a gente é pra construir os sonhos delas, eu quero trabalhar para construir os meus sonhos”. Tais fatores superaram inclusive a escolha de empreender para serem ricos ou a possibilidade de aumentar os rendimentos.

De acordo com a pesquisa de Carvalho e Gonzalez, (2006, pág. 55), “quanto mais elevadas forem as motivações empreendedoras designadas por necessidade de independência ou autonomia, necessidade de desenvolvimento pessoal, percepção da instrumentalidade de riqueza e necessidade de aprovação”, maior será sua intenção favorável à criar sua própria empresa. Percebe-se claramente que os jovens pesquisados têm intenções empreendedoras em aspectos como independência, desenvolvimento pessoal e de aprovação social.

4.4. Autoeficácia empreendedora

Considerando a autoeficácia explicada pelo grau que cada pessoa acredita nas suas próprias capacidades para desempenhar suas funções, produzir resultados e obter sucesso, dez dos entrevistados se avaliaram autoeficazes para serem empresários de sucesso e dezoito avaliaram-se eficazes para obtenção da independência sendo empresários. Todos avaliaram baixas as possibilidades de falência eventual, caso abrissem seu próprio negócio. Mas para R.S., a

possibilidade de falência baixa está mais relacionada à área em que atua, conforme sua fala: “Eu acho que seria poucas, porque na nossa área a quantidade de novas tecnologias *pra* surgir são inúmeras, então acho que seria pouco por isso”.

Constata-se que na pesquisa em questão os jovens se sentem autoeficazes na maior parte dos fatores, apesar de em alguns casos se avaliarem que a área em que atuam seja mais determinante do que sua capacidade reverberando as hipóteses de Carvalho e Gonzalez (2006).

4.5. Envolvimento institucional

Tentando avaliar o ambiente institucional no qual estão envolvidos, verificou-se que apesar de ainda não se sentirem tão bem preparados para seguirem a carreira de empresários e não encontrarem muitos alunos empreendendo, encontram nesses ambientes motivação para o empreendedorismo, autonomia para realização de trabalhos e sobretudo, são encorajados a pôr em prática suas próprias ideias. No grupo focal, obtivemos os seguintes relatos: “R.D - Pra mim foi favorável, porque na própria minha universidade tinha equipes concorrendo e recebemos suporte com a questão de sala, mentores, orientadores e isso foi de suma importância pro nosso crescimento. “P.O - O programa me deu uma base pra iniciar qualquer tipo de empreendimento, então futuramente, se eu quiser, eu vou ter uma bagagem que os Corredores Digitais me ofereceu”.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve como ponto de partida o modelo teórico de Carvalho e Gonzalez (2006), que abordou os fatores que influenciam a intenção empreendedora de jovens estudantes como antecedentes pessoais, conhecimentos empresariais, motivações empreendedoras, autoeficácia empreendedora e contexto institucional. Pretendeu-se analisar como tais fatores determinaram a intenção empreendedora dos jovens participantes do Programa Corredores Digitais, realizado em conjunto pela SECITECE, Prefeituras municipais e Universidades e Escolas Profissionalizantes, cujo o objetivo foi a formação empreendedora de jovens de baixa renda do estado do Ceará.

O estudo de abordagem qualitativa e natureza aplicada, utilizou dois instrumentos de coleta de dados primários: questionários semiestruturados e entrevistas. Estas foram realizadas com vinte um jovens, além de grupo focal com seis jovens finalistas do programa.

A abordagem utilizada para identificar a percepção dos entrevistados sobre os elementos chave da intenção empreendedora foi usar perguntas-estímulo para evocação da narrativa dos respondentes. Então, nas entrevistas e no grupo focal, os pesquisadores convidaram os respondentes a se colocarem no lugar de um empresário e fazer uma autoavaliação “e se...”.

Ao final da análise e discussão dos resultados foi possível constatar a importância do programa para a formação dos jovens, apesar de verificar que em poucos fatores verificou-se total propriedade por parte destes. Para Carvalho e Gonzalez (2006) quanto mais os indivíduos se apropriam dos fatores que consideram determinantes para intenção empreendedora, mais estarão propensos a empreender. Constatou-se que a experiência proporcionada pelo Programa Corredores Digitais foi fundamental para a formação empreendedora, apesar dos conhecimentos empresariais ainda não estarem completamente consolidados.

Verificou-se que os jovens pesquisados têm intenções empreendedoras em aspectos como independência, desenvolvimento pessoal e de aprovação social, mais até do que ao fator obtenção de riqueza, talvez explicado pelos antecedentes pessoais com relação a idade, dependência dos pais. Estudos mais aprofundados sobre esse fator podem ser indicados.

A propensão a riscos ainda foi um fator limitante quanto à intenção empreendedora dos jovens que participaram da pesquisa. Mas como os próprios respondentes indicaram, os ambientes institucionais que fazem parte do seu cotidiano estão, cada vez mais, os instigando ao empreendedorismo e inovação. Os modelos tradicionais de trabalho estão passando por profundas mudanças e as aspirações dos jovens também. O reconhecimento social e a possibilidade de contribuir com a sociedade com inovações se tornam cada vez mais importantes do que a generalização da obtenção do lucro por si só. Não restam dúvidas que programas e outros mecanismos de formação precisam ser estimulados e aprimorados.

REFERÊNCIAS

- Ajzen, I. (2011). Theory of planned behavior. *Handb Theor Soc Psychol Vol One, 1*(2011), 438.
- Autio, E., Keeley, R. H., Klofsten, M., & Ulfstedt, T. (1997). Entrepreneurial intent among students: testing an intent model in Asia, Scandinavia and USA.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological review, 84*(2), 191.
- Bardin, L. (2011). *Análise de Conteúdo*/Laurence Bardin; Tradução Luís Antero Reto, Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições, 70.
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of management Review, 13*(3), 442-453.
- Birley, S. (1989). Female entrepreneurs: are they really any different?. *Journal of small business management, 27*(1), 32.
- Brice, J. (2004). The role of personality dimensions on the formation of entrepreneurial intentions. In *Annual Usasbe National Conference* (Vol. 18).
- Carvalho, P., & González, L. (2006). Modelo explicativo sobre a intenção empreendedora. *Comportamento Organizacional e Gestão, 43*-65.
- Chandler, G. N., & Jansen, E. (1992). The founder's self-assessed competence and venture performance. *Journal of Business venturing, 7*(3), 223-236.
- Dolabela, F. (1999). Oficina do empreendedor.
- Dubini, P. (1989). The influence of motivations and environment on business start-ups: Some hints for public policies. *Journal of business venturing, 4*(1), 11-26.
- Durkan, P., Harrison, R., Lindsay, P., & Thompson, E. (1993). Competence and executive education and development in an SME environment. *Irish Business and Administrative Research, 14*(1), 65-80.
- Fayolle, A., & Degeorge, J. M. (2006). Attitudes, intentions, and behaviour: New approaches to evaluating entrepreneurship education. *International entrepreneurship education. Issues and newness, 74*-89.
- Freire, A. (1997). *Estratégia: sucesso em Portugal*.
- Gibb, A. A. (1993). Enterprise culture and education understanding enterprise education and its links with small business, entrepreneurship and wider educational goals. *International small business journal, 11*(3), 11-34.
- Hamilton, R. T. (1987). Motivations and aspirations of business founders. *International Small Business Journal, 6*(1), 70-78.
- Hisrich, R. D. (1990). Entrepreneurship/intrapreneurship. *American Psychologist, 45*(2), 209.
- Huber, L. Sloof, R. & Van Praag, M. (2012). *The effect of early entrepreneurship education: evidence from a ransomized field experiment*. The institute for the study of labour, Discussion Parrer n° 6512, 4-22.

- Hunt, J. M. (1997). Toward the development of a competency model of family firm leadership.
- Krueger, N. (1994). Strategic Optimism: Antecedents of Perceived Probabilities of New Venture Success. In *Academy of Management meeting, BPS Division*.
- Kuckertz, A. (2011). Entrepreneurship education—status quo and prospective developments.
- Lau, T., Chan, K. F., & Man, T. W. Y. (1999). Entrepreneurial and managerial competencies: small business owner-managers in Hong Kong. *Hong Kong Management and Labour: Change and Continuity, Routledge, London*, 220-236.
- Lazonick, W. (2004). Indigenous innovation and economic development: Lessons from China's leap into the information age. *Industry and Innovation*, 11(4), 273-297.
- Leprouste, J.; Van Den Berghe, W.; Tilleuil, O. e Crinjs, H. (2010), «A new approach to testing the effects of entrepreneurship education among secondary school pupils».
- Lucas, E. (2001). A disseminação da cultura empreendedora e a mudança na relação universidade-empresa. *Encontro de estudos sobre empreendedorismo e gestão de pequenas empresas*, II, Londrina. 241-252.
- Man, W. Y. T. (2001). *Entrepreneurial competencies and the performance of small and medium enterprises in the Hong Kong services sector* (Doctoral dissertation, The Hong Kong Polytechnic University).
- McClelland, D. C. (1987), «Characteristics of successful entrepreneurs». *Journal of Creative Behavior*, vol.(3), pp. 219-233.
- McGregor, J., & Tweed, D. (2001). Gender and managerial competence: support for theories of androgyny?. *Women in Management Review*, 16(6), 279-287.
- Oosterbeek, H., Van Praag, M., & Ijsselstein, A. (2010). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation. *European economic review*, 54(3), 442-454.
- Paço, A.; Ferreira, J.; Raposo, M.; Rodrigues, R. e Dinis, A. (2011), «Behaviors and entrepreneurial intention: empirical findings about secondary students». *Journal of International Entrepreneurship*, vol.(9), pp. 20-38.
- Parolin, H., & Volpato, M. (2008). Faces do Empreendedorismo Inovador. *Curitiba: SENAI/SESI/IEL*.
- Pereira, F. J. C. (2001). *A representação social do empresário: fatores de criação de empresas*.
- Prodanov, C. C., & de Freitas, E. C. (2013). *Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico*. 2ª Edição. Editora Feevale.
- Rasheed, H. (2000). Developing Entrepreneurial Potential in Youth of Entrepreneurial Education and Venture Creation. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 5(3), 83-109.
- Reynolds, P. D. (1995). Who starts new firms? Linear additive versus interaction based models. *Frontiers of entrepreneurship research*, 32-46.
- Scarborough, N. M., & Zimmerer, T. (1996). *Effective small business management* (Vol. 2). Prentice Hall.
- Schumpeter, J. A. (1942). *Socialism, capitalism and democracy*. Harper and Brothers.
- Shapiro, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship.
- Snell, R., & Lau, A. (1994). Exploring local competences salient for expanding small businesses. *Journal of Management Development*, 13(4), 4-15.
- Spencer, L. M. (2003). y SPENCER, SM (1993): Competence at work. *Modelos for*.
- Stake, R. E. (2011). *Pesquisa qualitativa: estudando como as coisas funcionam*. Penso Editora.
- Storey, D. J. (2016). *Understanding the small business sector*. Routledge.
- Trice, A. D. (1991). A retrospective study of career development: I. Relationship among first aspirations, parental occupations, and current occupations. *Psychological Reports*, 68(1), 287-290.
- Veciana, J. M. V. (1989). Características del empresario en España. *Papeles de economía española*, (39), 19-36
- Yin, R. K. (2001). *Estudo de Caso: Planejamento e Métodos*. Bookman editora.
- Zimmer, P., Mitsuê Iata, C., Artur de Souza, J., de Almeida Cunha, C., & José, C. (2016). Tax Incentives for Innovation in Brazil: Obstacles for Use of the Good Law (Law 11.196/2005). *Journal of technology management & innovation*, 11(4), 38-46.