

## **MOTIVAÇÃO DOS ESTUDANTES DE ADMINISTRAÇÃO AO CURSAR DOMÍNIO ADICIONAL EM EMPREENDEDORISMO**

**Aluno: Lidiane Duarte Silva de Oliveira**  
**Orientador: Sandra Regina da Rocha Pinto**

### **Introdução**

O desejo de se tornar empresário ou trabalhar numa grande empresa ocupando um cargo gerencial é uma das principais motivações ao optar pelo curso de Administração. De acordo com o objetivo que a pesquisa se propõe, é importante salientar a diferença existente entre empresário e empreendedor, onde o empreendedor é aquele que possui uma atitude inovadora capaz de criar uma nova situação para o seu empreendimento ou o seu trabalho, enquanto o empresário é aquele que se ocupa com os aspectos operacionais da administração da sua empresa [1]. Assim, empresário e administrador são considerados como sendo sinônimos. Considerando que as pessoas geralmente se tornam aquilo que estudam, verifica-se a importância do ensino em empreendedorismo para que sejam mais do que um mero profissional. Embora a palavra empreendedorismo remeta ao processo de abrir um negócio próprio, o conceito aplicado está vinculado a comportamento e atitude das pessoas, de forma abrangente, considerando as dimensões de atuação do empreendedor, desde a sua forma mais tradicional (como proprietário de uma empresa) até o intra-empendedor (colaborador de uma organização já existente) e o herdeiro de empreendimento familiar. Sendo assim, o objetivo do presente trabalho é responder a seguinte questão: qual o objetivo profissional dos graduandos em administração em cursar o domínio adicional em empreendedorismo?

### **Base Teórica**

A motivação pode ser definida como o motivo – desejo, carência, necessidade, ambição, medo, entre outros – que direciona o comportamento de uma pessoa. Um dos principais efeitos da motivação sobre o comportamento é a influência na escolha de objetivos. Considerando que a motivação seja um dos mais significativos pré-requisitos para a aprendizagem, o indivíduo tem a capacidade de aprender a empreender desde que esteja motivado por uma visão e, conseqüentemente, busque o aprendizado contínuo [2].

O intra-empendedor considera os recursos do ambiente corporativo atrativos e tem o desejo de fazer coisas novas, mas quer permanecer com a segurança que a grande empresa oferece. A força impulsionadora do empreendedor tradicional é uma necessidade pessoal de realização, geralmente associada a uma visão bastante específica daquilo que se deseja realizar [3]. O sucessor de um empreendimento familiar – filho do fundador – não desempenha papel similar ao do pai, simplesmente porque não tem a liberdade de se escolherem, principalmente porque o negócio não representa uma escolha livre, mas uma fatalidade [4].

### **Metodologia**

De acordo com o objetivo da pesquisa, toma-se como objeto de estudo a análise do discurso de estudantes de graduação em administração que cursam ensino em empreendedorismo na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Trata-se de uma pesquisa qualitativa, que se deu por meio de estudo de caso. É caracterizada como descritiva e explicativa, pois se objetiva expor características de determinado fenômeno e, concomitantemente, justificar-lhe os motivos. Os dados foram coletados por meio de entrevistas em profundidade.

Desta forma, buscou-se identificar, primariamente, quais são os fatores motivacionais que os estudantes de Administração que cursam o Domínio Adicional em Empreendedorismo possuem para desenvolver características empreendedoras. Secundariamente, buscou-se entender de que forma as variáveis, tanto intrínsecas quanto extrínsecas, influenciam a atitude empreendedora destes estudantes e como eles pretendem aplicar os conhecimentos de empreendedorismo na sua vida profissional.

#### Domínio Adicional em Empreendedorismo

Possui caráter inclusivo e proposta abrangente para a formação de empreendedores, baseando-se em um conjunto de disciplinas e vivências que abordam os aspectos comportamentais do empreendedor e aspectos técnicos do empreendimento para que qualquer aluno, independente de sua formação profissional, possa desenvolver um repertório de atitudes empreendedoras para a construção da carreira e a inserção profissional.

#### Conclusões

Embora alguns estudantes tenham o desejo de seguir carreira numa grande empresa, eles têm intenção de “um dia, quem sabe” ter o seu próprio negócio, de acordo com as condições econômicas e as oportunidades que surgirem. Porém, deve-se destacar que estes procuram estabilidade, não como forma de garantia ou segurança no emprego, mas certa “remuneração estável”, pois têm consciência de que cabe a ele mesmo a função de se manter empregável, ou seja, ele se considera responsável pela sua própria empregabilidade e manutenção no mercado de trabalho.

Percebe-se que o interesse dos estudantes entrevistados é abrir o seu próprio negócio. Alguns, inclusive, a partir da experiência adquirida no mercado de trabalho, estão em processo de planejamento e até mesmo de administração do próprio empreendimento. A experiência e convivência com empreendimentos familiares não representam uma escolha obrigatória no processo de sucessão, uma fatalidade, mas uma forma de motivação para que o aluno também tenha o seu próprio negócio. Conseqüentemente, também influencia na escolha do curso universitário.

Os futuros e atuais empreendedores afirmam que a principal motivação está no desafio de realizar coisas de que gostam e se identificam e, conseqüentemente, estar influenciando de forma positiva as pessoas com quem estão interagindo, isto é, os seus stakeholders. A responsabilidade e a satisfação da geração de empregos foram fatores citados como de grande importância do fenômeno empreendedorismo. Sendo assim, os estudantes demonstram preocupação com as conseqüências do empreendedorismo não apenas na dimensão individual, mas também de forma coletiva e integradora.

#### Referências

- Drucker, Peter. Inovação e Espírito Empreendedor. São Paulo: Pioneira, 1986.  
MURRAY, Edward J. Motivação e emoção. Rio de Janeiro: Guanabara, 1986.  
PINCHOT, GIFFORD. Intrapreneuring – Por que você não precisa deixar a empresa para tornar-se um empreendedor. São Paulo: Harbra, 1985.  
ANDRADE, D. M.; LIMA, J. B.; ANTONIALLI, L. M. Significados do processo de sucessão em uma empresa familiar. Anais XXX EnANPAD, Salvador, 2006.