

EMPREENDEDORISMO E A FORMAÇÃO DA CULTURA EMPREENDEDORA NOS JOVENS

Eber Luis Capistrano Martins

Coordenador Técnico - Instituto Euvaldo Lodi/FIEMT

E-mail: eberluis@ielmt.com.br

Dario de Oliveira Lima Filho

Prof. Dr. da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul - UFMS

E-mail: dolima@nin.ufms.br

Resumo: Este artigo discute o empreendedorismo e seu impacto no seio dos jovens universitários. Faz uma análise sobre sua influência na sociedade como alternativa à geração de novos empregos. Aborda questões sobre o futuro empreendedor dos jovens acadêmicos do curso de graduação em administração de empresas, debatendo aspectos sobre sua realização profissional e inserção no mercado de trabalho.

Palavras-chave: empreendedorismo, jovem empreendedor, inserção profissional.

EMPREENDEDORISMO E A FORMAÇÃO DA CULTURA EMPREENDEDORA NOS JOVENS

1. Introdução

As mudanças observadas no cenário econômico mundial induzem as sociedades em desenvolvimento, tal como o Brasil, a um repensar no modo como devam se posicionar no mercado competitivo globalizado. Este novo posicionamento exige um processo de maturidade que esteja “antenado” com as influências colocadas mundialmente no ambiente sócio-econômico, destacando, principalmente, àquelas referentes as mudanças na relação entre educação e trabalho.

As sociedades desenvolvidas se diferenciam das demais pela maneira como elas determinam seu processo inovador, ou seja, de criação e de agregação de valor econômico. Acreditamos que sociedade é tão mais rica, quanto sua capacidade interna de gerar conhecimento e de se estimular a produção. Nesse sentido, é *sine qua non* promover nas pessoas que compõe determinada sociedade, seus desejos de realização, suas habilidades e potenciais de criação. Quando refletimos sobre este contexto, entendemos porque o tema empreendedorismo é uma pauta prioritária para o desenvolvimento do nosso País.

Estudos de casos de várias regiões economicamente bem sucedidas da Europa, sugerem que a viabilidade de economias locais depende de grupos de pequenas e médias empresas, que constituem as plataformas mais significativas para forças de trabalho flexíveis, adaptáveis e capazes (FORMICA, 1999).

Para que possamos desenvolver uma agenda de discussão para o empreendedorismo no Brasil, se faz mister identificar quais são os aspectos condicionantes na formação empresarial, e ainda, como se estimula uma sociedade jovem para o campo do empreendedorismo empresarial.

Dentro deste contexto, o objetivo desse trabalho é discutir o papel do empreendedorismo e sua influência na formação de cultura empreendedora, particularmente nos jovens universitários, buscando sinalizar sua percepção de futuro profissional e de como pretendem se estabelecer no mercado de trabalho.

2. Fundamentos Teóricos

2.1 Empreendedorismo e a Geração de Empregos

Quando abordamos o tema empreendedorismo, somos induzidos a pensar que se trata de uma questão voltada a atender as necessidades das camadas superiores da nossa sociedade. Todavia, falar em empreendedorismo, neste momento, traduz a real necessidade de ampliarmos nossa capacidade de geração de empregos e crescimento econômico.

É necessário, sobretudo, entender o desenvolvimento econômico contemporâneo tal que possibilite as pessoas de diferentes camadas sociais a agregação de renda e valor a sua atividade, quer principalmente pelo estímulo ao empreendedorismo.

Muito se tem dito que as questões emergentes com o processo de globalização afetaram, primeiramente, as economias e, posteriormente, a sociedade de um ponto de vista social. Ao entendermos que mudanças estão acontecendo no mundo, e que existe, de fato, uma perda no espaço profissional no mercado de trabalho, estamos discutindo uma redução no emprego e, conseqüentemente, um aumento no contingente de mão-de-obra de reserva.

Esta situação impacta a camada de jovens de nosso País, a qual repercute na discussão de novos caminhos para sua inserção profissional. O quadro de escassez de empregos, em

meio ao excedente de mão de obra, torna os jovens um dos principais segmentos da população ativa mais fragilizados (POCHMANN, 1999). Para esse autor, sem uma alteração consistente nas condições atuais, a pressão dos jovens no mercado de trabalho continuará resultando em maior desemprego, já que o País, por decorrência da globalização econômica, não parece comprometido com a necessária geração de uma ampla quantidade de postos de trabalho .

Se para o jovem de família pobre a efetivação de uma trajetória ocupacional no mercado de trabalho já não era fácil, agora, então, tornou-se mais difícil. Também os jovens pertencentes às famílias melhor posicionadas tendem a encontrar crescentes barreiras para produzir e reproduzir o padrão de vida de seus pais, mesmo detendo escolaridade equivalente ou até mais elevada. Nesse quadro de agravamento das condições de ingresso e permanência do jovem no mercado de trabalho, urge o estabelecimento de medidas apropriadas. Percebe-se, ainda, um desistímulo a ações empreendedoras na maioria dos jovens, o que permite dizer que o País precisa discutir os aspectos que promovam o desenvolvimento da inovação, da criação e do fazer (POCHMANN, 1999).

Ao iniciarmos nossa trajetória de estudo, estamos sinalizando alguns pontos os quais julgamos que devam ser mais evidenciados e debatidos. Primeiramente, reparamos da necessidade de se conhecer o papel do empreendedorismo, e de como este pode contribuir para o desenvolvimento de nossa sociedade.

2.2 O papel do empreendedorismo

A percepção da importância do empreendedorismo para o desenvolvimento da economia em nosso país é ponto de debate atual sobre o futuro do Brasil. DOLABELA (2000a) aponta que a maioria das pessoas, desde que estimulada, pode desenvolver mentalidade e habilidades empreendedoras, tornando-se capaz de criar empresas e gerar novos empregos. Para esse mesmo autor, só agora o ensino do empreendedorismo começa a ampliar os espaços no Brasil e deixa claro porque esse tema deve estar em pauta :

O Estudo do comportamento do empreendedor é fonte de novas formas para a compreensão do ser humano em seu processo de criação de riquezas e de realização pessoal. Sob este prisma, o empreendedorismo é visto também como um campo intensamente relacionado com o processo de entendimento e construção da liberdade humana (p. 97).

Ao contrário da longa tradição registrada na Europa, Estados Unidos e Canadá, no Brasil poucas instituições de ensino superior têm implantado programas de empreendedorismo em seus currículos regulares. Quando se aborda o empreendedorismo, defronta-se com o senso comum da maioria das pessoas, que considera que as características empreendedoras do ser humano são inatas e, portanto, apenas uma minoria eleita nasceria com esse dom, enquanto a maioria estaria destinada a exercer sua atividade econômica na condição de assalariado (DOLABELA, 2000a).

Os EUA, por exemplo, são famosos por suas atividades em empreendedorismo. Seus empreendedores são conhecidos mundialmente, desde Henry Ford e Thomas Edison até Steven Jobs e Bill Gates. Além desses gigantes, existem milhões de outros empreendedores americanos fundadores de vários pequenos negócios.

Mesmo nos países desenvolvidos, onde o ensino de empreendedorismo está mais avançado, tem sido uma árdua tarefa convencer a sociedade de que as características empreendedoras de uma pessoa possam ser adquiridas e desenvolvidas por meio de um aprendizado especial. As teorias modernas que orientam os programas mais avançados de formação de empreendedores no mundo industrializado, apregoam que é fundamental

preparar as pessoas para aprenderem a agir e pensar por conta própria, com criatividade, com liderança e visão de futuro, para inovar e ocupar o seu espaço no mercado, transformando esse ato também em prazer e emoção (BROCKHAUS, 1999) .

2.3. O Empreendedor empresarial

Caracterizar o que seja um empreendedor empresarial traduz-se num desafio permanente de investigação, sobretudo pela diversidade de variáveis de cerceiam esse ambiente. DOLABELA (1999a) revela que o empreendedor traduz-se em uma atitude de ser, ou seja, um modo de vida com valores compreendidos pela ótica capitalista da constante busca de oportunidades.

Ao assumir riscos, envolver a si mesmo e possibilitar empregos para outras pessoas, traz consigo um sinônimo de aventureiro em terras desconhecidas. Todavia, a aventura individual de cada empresa traz em seu bojo certo número de características comuns que emerge tanto da observação direta, quanto da literatura específica sobre o tema. Por isso, torna-se importante conhecer o caminho inicial de qualquer empreendedor, tendo sido em sua maioria, representado via pequenas empresas.

Uma das principais características das pequenas empresas, segundo LEONE (1999), é o papel do empreendedor, ou seja, a necessidade fundamental do proprietário-gerente em sua ambição profissional perante a sociedade capitalista.

Para FILION (1999), a discussão sobre as pequenas empresas deve, necessariamente, ser precedida por um debate em torno do conceito de empreendedor. Sua definição é a seguinte:

O empreendedor é uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos, e que mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios. Um empreendedor que continua a aprender a respeito de possíveis oportunidades de negócios e a tomar decisões moderadamente arriscadas que objetivam a inovação, continuará a desempenhar um papel empreendedor [...]. Um empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões (p. 19).

Na primeira parte da definição, há o destaque do empreendedor como uma pessoa criativa que gosta de estabelecer objetivos passíveis de atingimento. Os objetivos nem sempre estão escritos, mas existem e constituem o maior vínculo ou a visão em torno da qual o empreendedor organiza todas as outras atividades. Os empreendedores agem em função do atingimento dos objetivos e desenvolvem características de tenacidade, internalidade e criatividade (FILION, 1999).

Para BHIDÉ (2001), as características pessoais dos empreendedores bem-sucedidos envolvem alta tolerância à ambigüidade (implica seguir em frente com poucas informações, pouco capital e até sem idéias inovadoras); muita percepção, controle de si mesmos e sabem vender idéias; e possuem velocidade e capacidade de adaptação .

Outro aspecto que se discute é o vínculo entre os empreendedores e a capacidade de detectar oportunidades. Esse fato sugere que o empreendedor desenvolve alto nível de consciência do ambiente em que vive. De fato, enquanto eles continuarem a detectar mais oportunidades e agirem no sentido de explorá-las, continuarão a ter um papel empreendedor (FILION, 1999).

STEVENSON (2001), um especialista em gestão empreendedora da Escola de Administração de Empresas da Universidade de Harvard (EUA), afirma que a pessoa para ser

empreendedora deve ter um espírito empreendedor, ou seja, ser uma pessoa que busca oportunidades além dos recursos de que normalmente dispõe. Existe no ambiente empresarial uma série de parâmetros e especificidades que tornam cada negócio muito difícil de se avaliar superficialmente sem uma técnica e um aprendizado que possibilite esta identificação de oportunidades. Esse mesmo autor revela que não se ensina ninguém a buscar oportunidades. O que se deve ensinar sobre a busca de oportunidades é a diferença entre uma idéia e uma oportunidade.

O conceito de empreendedor aponta também para a necessidade de aprendizado contínuo, não somente sobre o que está acontecendo no seu ambiente do dia-a-dia, mas sobretudo, para detectarem novas oportunidades. O foco principal do seu processo de aprendizagem é sempre a capacidade de detectar oportunidades, a qual lhes permite continuar a desempenhar seu papel de empreendedor (FILION 1999).

Um outro ponto importante na característica empreendedora é a fixação de metas pessoais antes de estabelecer objetivos do negócio que vai iniciar. Porquê? Basicamente, existem pessoas que se envolvem de forma absoluta com as coisas, mantendo um controle total sobre o negócio em seus mínimos detalhes, e isso pode chegar a absorvê-las completamente, porém as tornará felizes. Outras, por sua vez, aspiram a mais tempo livre ou a transcender por meio de sua obra. Assim, os empreendedores devem perguntar-se o que é que realmente querem fazer de sua vida. Só quando estiverem em condições de decidir o que querem obter do novo empreendimento e quais são suas metas pessoais, é que poderão determinar que tipo de empresa desejam construir, que risco aceitam assumir e se possuem uma estratégia boa para conseguir isso (BHIDE 2001).

Em geral toda oportunidade de um novo empreendimento parte de uma idéia de um produto ou serviço e de como se transformar esta idéia em um negócio viável. Nesse sentido, BHIDÉ (2001) recomenda três questões a serem respondidas por uma pessoa que deseja ser empreendedora: (a) que objetivos almejam? (b) quais estratégias podem ser aplicadas? e (c) se está em condições de executá-la. Muitas pessoas iniciam novos negócios sem ter um objetivo bem definido, ou sem estabelecer as estratégias a seguir, por isso essas perguntas, segundo esse autor, devem estar sempre presentes, desde o momento em que se projeta uma nova empresa.

2.4. O espírito empreendedor nos jovens

De modo a entendermos o papel do empreendedorismo no contexto dos jovens, se faz necessário responder a algumas questões, e dentre quais destacamos duas de maior importância. Primeiramente, é possível fazer com que o espírito empreendedor seja assimilado pelos jovens? STEVENSON (2001) acredita que existem pessoas que não conseguem ser empreendedoras. Cita que se alguém tiver dificuldades de se comunicar com os demais, é muito difícil que se torne um empreendedor. Entretanto assegura que se forem dadas certas condições a uma pessoa, é possível ajudá-la a desenvolver novas habilidades. O básico é que essa pessoa possua capacidade de comunicação, vontade de empreender e conheça o terreno, no qual terá de se movimentar.

Em segundo lugar, precisamos saber qual é a percepção dos jovens sobre o seu futuro profissional e sua inserção no mercado de trabalho, e qual sua relação com o empreendedorismo. Segundo DOLABELA (1999a), a formação que nossas escolas continuam a dar aos jovens desta geração, não é adequada à nova realidade econômica imposta pelo modelo globalizado. Os objetivos dos jovens passam mais pela perseguição de sua habilidade profissional e desenvolvimento de carreira em uma grande empresa, do que na criação de seu espaço no mundo empresarial de risco, afirma esse autor.

Por que será que vão procurar emprego? Será porque não estão preparados para outra forma de inserção profissional? A visão que possuem do mundo empresarial os leva a caminhos de dificuldade intensa e risco acentuado? Os desafios dizem respeito não só a mudanças no ensino, mas também à visão que a nossa sociedade tem do mundo. DOLABELA (1999a), defende que o ensino seja o agente de mudança cultural mais efetivo.

Para KIYOSAKI (2000), o conselho mais perigoso que se pode dar a um jovem é “Vá para a escola, tire boas notas e procure um emprego seguro”. São necessárias mudanças e quebras de paradigmas na estrutura de nossa sociedade, principalmente no seio familiar de modo a se enfrentar as novas regras impostas pelo mercado globalizado.

Como valorizar o empreendedor, sem que a sociedade sabia de fato e conceitualmente o que venha a ser um empreendedor? Se na nossa atual sociedade não há uma discussão acalorada sobre o tema, é sinal do baixo nível de impacto deste tema em nossos valores.

Não que o empreendedorismo venha ser a salvação e a felicidade de vida de cada jovem no País, mas o que se quer apontar é aquilo que DOLABELA (1999b) relata em seus estudos, ou seja, a busca da sua identidade profissional é muito mais estimulante e desafiadora no seio do empreendedorismo do que na “barra da saia” de um bom emprego. Entretanto, sem o espírito empreendedor sendo estimulado, fica mais difícil que um jovem aceite assumir esta condição desafiadora. Neste contexto, o empreendedorismo pode contribuir no desenvolvimento do espírito empreendedor nos jovens.

De fato, é importante discutir a percepção de cada jovem em relação a sua vida profissional e a sua inserção no mercado de trabalho. Todavia, limitamo-nos, a debater com acadêmicos do curso de graduação em administração de empresas, está problemática de investigação.

3. Metodologia

De modo a se alcançar o objetivo de pesquisa, entrevistamos um grupo de 95 alunos, do 3º e 4º anos, pertencentes ao curso de graduação em administração de empresas da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), em Campo Grande (MS), visando conhecer suas percepções em termos de futuro profissional.

Escolhemos os acadêmicos do curso de graduação em administração de empresas por estarem mais próximos e interessados pelo tema empreendedorismo empresarial.

Utilizamos o método de pesquisa descritiva/quantitativa, sem efeito de representatividade amostral do universo alvo, distribuindo a amostra proporcionalmente segundo o gênero, independentemente da faixa etária. A pesquisa foi espontânea e não induzida, aplicada através de questionário estruturado e de múltipla escolha nas respostas.

4. Resultados

Uma das principais características do empreendedor empresarial é a capacidade de imaginar, desenvolver e realizar visões, conforme enfatiza FILION (1999). Ao conduzirmos a presente investigação, estamos buscando sinalizar esses aspectos empreendedores nos acadêmicos da graduação em administração, sobretudo, avaliando sua percepção de sonho profissional com sua realização pós universidade.

4.1 Características dos entrevistados

Os dados coletados junto aos alunos apontaram a predominância da faixa etária entre 20 e 30 anos, representando mais de 70% da amostra pesquisada. Exatamente 53% dos entrevistados são do sexo masculino, e 46% do sexo feminino.

A renda familiar de 40% dos entrevistados ficou na faixa entre R\$ 1.501 e R\$3.000, seguida por 25% na faixa de renda até R\$ 1.500,00; 25% se situou no intervalo entre R\$ 3.001 e R\$ 5.000. Apenas 9,5% dos entrevistados apontaram renda familiar superior a R\$5.001.

Em termos de atividades extra-curriculares, ou seja, sua atuação fora da escola, os acadêmicos da graduação em administração informaram serem empregados (44%), outros 34,7% relataram serem estagiários e apenas 9,5% apontaram como sendo empresários.

4.2 O sonho de ser empreendedor

De modo a evidenciar o contexto empreendedor, perguntamos aos acadêmicos de administração o que de fato pretendem como futuro de vida profissional. Do total dos entrevistados, 63% indicaram o desejo de ter um negócio próprio, ou seja, “voar com suas próprias asas”, alçar um vôo empresarial visando uma realização profissional. Identificamos, também, que 27% dos entrevistados pensam em se realizar profissionalmente atrás de um bom emprego, enquanto que 10,5% não sabem o que de fato querem para seu futuro .

Dos entrevistados que afirmaram que seu sonho de vida se realizaria montando um negócio próprio, a parcela jovem pesquisada participou com 73% de intenção. Os acadêmicos do curso de graduação em administração situados na faixa etária entre 20 e 30 anos demonstraram ter um ideal de vida mais voltado a ser dono de um negócio próprio, revelando mais sensibilidade e desejo empreendedor, que os demais entrevistados da faixa etária superior.

Isto caracteriza que existe uma vontade empreendedora inicial nos jovens, despertada pela imagem positiva que possuem sobre o empreendedor empresarial, o que para 66% do total de entrevistados se revelou como sendo uma pessoa que faz o que gosta e trabalha com vontade. Apenas 1% dos entrevistados acham que o empresário é uma pessoa infeliz que vive para o trabalho.

O sexo masculino se caracterizou como sendo mais atraído pelo desejo empreendedor, visto que, 68% dos que sonham em ser donos de seu negócio próprio, são pertencentes a esse gênero. Percebe-se que a pressão social sobre o homem contribui para influenciar seu desejo de realização financeira em escala mais diferenciada que a da mulher. O sonho empreendedor detectado no sexo feminino ficou com o percentual de 32%.

Por outro lado, identificamos que quem ganha menos sonha mais em ser um empreendedor, ou seja, mapeando os entrevistados que sonham em se realizar abrindo uma empresa, verificamos que quem possui renda familiar mensal de até R\$ 3.000 tem um percentual de interesse empreendedor superior a quem ganha acima desse nível de renda.

Um aspecto importante detectado nos entrevistados que sonham em ser empreendedor é que os homens sofrem mais influência da família do que as entrevistadas do sexo feminino, independentemente da renda familiar mensal. Embora a vontade própria de ser empreendedor seja manifestada pela maioria dos entrevistados, o impacto da influência familiar pró-empresariamento centrou-se mais no gênero masculino.

De modo geral para mais de 48% dos entrevistados, outro fator positivo para o desejo empreendedor foi o estímulo recebido por estar na universidade, e esta, por sua vez, propiciar debates e ações em prol do empreendedorismo.

4.3 - Do sonho à realidade

Vimos que uma grande parcela dos entrevistados mostra interesse pela vida empresarial. O sonho de ser empresário, ter seu próprio negócio, entretanto, fica comprometido por alguns aspectos quando testamos o que de fato pretendem fazer ao sair da universidade.

Detectamos que 56,8% dos entrevistados planejam buscar um bom emprego em primeiro lugar, ao sair da universidade, sendo que apenas 20% afirmaram que abrirão um negócio próprio logo após sua graduação. Cerca de 15% optam pela inserção no mercado de trabalho como profissional liberal, o que também consideramos uma atitude empreendedora, e ainda, 8 % se colocaram na posição de indefinido.

Um fator importante é que quem deseja mais ser empreendedor possui característica de renda familiar inferior a R\$ 3.000, o que o leva a buscar a formação inicial de uma poupança para que num futuro próximo se concretize o sonho empreendedor. Sabemos que isto é muito difícil, pois a partir do momento em que assume e aproveita os benefícios de um bom emprego, aumenta a chance de acomodação e diminui o desafio empreendedor na maioria dos casos.

Mesmo existindo uma vontade inicial de ser empreendedor, mesmo avaliando como positiva a imagem de ser empresário, mesmo sendo de vontade própria, mesmo apoiado pela família, o que verificamos, de fato, é que existe um receio dos entrevistados em arriscar e fracassar logo no início na carreira profissional.

Contrariamente aos entrevistados do sexo masculino, as jovens mulheres além de sonharem menos com a atividade empreendedora, também são as que mais buscam o bom emprego ao sair da universidade.

Observamos ainda, que a maturidade dos entrevistados com idade superior a 30 anos destacou uma maior proximidade entre o que sonham com o que realizam ao sair da universidade, visto que, embora os jovens sonhem muito com o ser empreendedor, são mais tendenciosos a buscarem um bom emprego, do que os adultos.

Estas questões reforçam que a presença do espírito empreendedor deve ser combinada com fatores de estímulo a entrada no ambiente empresarial, tal que, inicialmente a perda da não realização do sonho pela maioria dos jovens, poderá traduzir-se num estado de insatisfação futura de realização profissional.

Esta preocupação social nos motiva a questionar o ambiente futuro de redução no nível de emprego e seu impacto sobre estes jovens, a tal ponto de evidenciarmos que o desenvolvimento econômico no futuro próximo, carece de mecanismos que estimulem tais jovens em seu desafio empreendedor.

5. Conclusão

Este estudo abordou o tema empreendedorismo e sua relação com a cultura empreendedora de jovens acadêmicos do curso de graduação em administração de empresas da UFMS. Foi conduzida uma pesquisa descritiva junto a 96 alunos, objetivando caracterizar o impacto empreendedor enquanto sonho profissional e a inserção no mercado de trabalho.

Entendemos que as regras do mundo empresarial globalizaram-se e estão a cada dia cultivando novas mudanças, insuflando nossa sociedade a um repensar contínuo sobre o seu desenvolvimento sócio-econômico.

Neste momento a importância do debate sobre o empreendedorismo ressalta nossa percepção que temos de valorizar ações educativas e esclarecedoras dos caminhos que versam a realidade das mudanças na relação entre capital e trabalho. Apresentamos que o empreendedor é um estado de ser e suas características podem ser trabalhadas e estimuladas junto a comunidade jovem de nosso país.

Ao nos preocuparmos em evidenciar a percepção do futuro empreendedor nos jovens acadêmicos do curso de graduação em administração de empresas, buscamos contribuições para a constatação da verdadeira intenção entre o sonho profissional e sua concretização de fato.

A existência do *gap* entre o desejo e a realização reflete a denominada “síndrome do emprego” e a presença de valores antigos em nossa sociedade, conforme destaca DOLABELA (2000a). Vislumbrar as mudanças, entender que o futuro caminha para o fim do emprego tal como é hoje em dia, é ponto mister de debate em prol de nosso desenvolvimento sócio-econômico.

FORMICA (1999) enfatiza a importância do empreendedorismo como processo fundamental na formação e estímulo às pequenas empresas, as quais serão estratégicas no futuro econômico de nossa sociedade. Dessa forma, conseguimos atingir nosso objetivo de mostrar que precisamos conscientizar os jovens do seu papel de fomentador do novo emprego, aliás de seu próprio emprego. Ao se tratar de pequenos negócios, ou seja, do incentivo ao empreendedor estamos, de fato, sinalizando para um grande percentual da futura população economicamente ativa.

Detectamos em nosso estudo que existe um interesse dos jovens acadêmicos do curso de graduação em administração de empresas em terem um negócio próprio. Este sonho profissional, via empreendedorismo, que os entrevistados apontam, deve ser trabalhado e estimulado, de modo a que se concretize como projeto empresarial, contrariando a tendência hoje evidenciada de se buscar primeiramente um bom emprego.

Em princípio, parece-nos simplista a análise de que os jovens no Brasil são, em sua maioria, passivos ao buscar apenas um bom emprego em seu início profissional. Mais complexo seria inferir que as instituições de ensino e a sociedade não os prepararam para o que se denomina de empreendedores de negócios.

Afinal, ter um bom emprego é valor cultural do nosso País, ou será comodidade dos acadêmicos do graduação em administração de empresa, ou ainda, trata-se de falta de estímulo sociocultural e educacional.

Muito embora tenhamos algumas respostas, o fato primordial é que estamos perdendo nossos potenciais talentos derivados do seio acadêmico, para os chamados bons empregos. Nosso País precisa de bons empresários e nossos jovens devem ser conscientizados sobre o verdadeiro papel do empreendedor na sociedade.

Neste momento, as ações de valorização do empreendedor, somadas as ações de educação empreendedora, despontam como mecanismos articulados que podem modificar os rumos dos jovens, em termos de futuro profissional e realização pessoal.

O presente estudo traz assim uma modesta contribuição ao meio acadêmico, na medida em que permite refletir sobre o empreendedorismo e os jovens, possibilitando que a discussão de alternativas para o desenvolvimento da sociedade esteja na agenda prioritária do País.

Devemos perseverar pela continuidade de estudos nesta temática, visto que nossos esforços são iniciais e repercutem de aprofundamentos, principalmente no que tange ao conhecimento dos valores e das características dos empreendedores no Brasil.

6. Referencias Bibliográficas

- Bhidé, Amar. “Origem e evolução do empreendedor”. **HSM Management**. N. 25 (março-abril, 2001), pp. 78-82 .
- Brockhaus, Robert H. “The influence of entrepreneurship on the economy of the united states”. In: **Seminário a Universidade Formando Empreendedores**. Brasília: 1999.
- Dolabela, Fernando. **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Cultura Editores, 1999a.
- Dolabela, Fernando. **O Segredo de Luiza**. São Paulo: Cultura Editores, 1999b.
- Dolabela, Fernando . “O ensino do empreendedorismo : panorama brasileiro” . **Empreendedorismo : ciência, técnica e arte**. Brasília: CNI – IEL Nacional, 2000a.
- Dolabela, Fernando. **A vez do sonho** . São Paulo. Cultura Editores, 2000b.
- Exame. “Empreendedores”. **Exame**, Edição Especial, dezembro 1999, pp 68-129 .

- Filion, Louis J. “Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios”. **Revista de Administração - USP**, Vol 34/2 (abril-junho 1999), pp 5-28.
- Formica, Piero. “Inovação e Empreendedorismo: um ponto de vista do contexto italiano das PMEs”. In: **Seminário a Universidade Formando Empreendedores**. Brasília, 1999.
- Kiyosaki, Robert T. **Pai Rico Pai Pobre**. Rio de Janeiro: Campus Editora, 2000.
- La Rovere, Renata L. “Perspectivas das micro, pequenas e médias empresas no Brasil”. **Revista de Administração – UFRJ**. Vol. 5 (n. especial 2001), pp. 137-151 .
- Leone, Nilda. “As especificidades das pequenas e médias empresas”. **Revista de Administração - USP**, Vol 34/2 (abril-junho 1999), pp. 91-94.
- Stevenson, Howard H. “O compromisso é conseguir”. **HSM Management**. N. 25 (março-abril 2001), pp. 72-76.
- Pochmann, Marcio. “Emprego e desemprego juvenil no Brasil : as transformações nos anos 1990”. **Revista da Faculdade de Educação Universidade Federal Fluminense**, N.01 (maio 2000), pp. 52-72.