

Perfil do Jovem Empreendedor: Estudo de Caso sobre o Perfil Empreendedor dos alunos e egressos do curso de Administração de uma faculdade particular de Juiz de Fora/MG¹

VIEIRA, Graziela de Abreu²

Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora – CES/JF

MARQUES, Débora³

Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora – CES/JF

Linha de Pesquisa: Empreendedorismo e Negócios Inovadores

RESUMO

Neste artigo, discute-se sobre o empreendedorismo jovem e como ele pode ser fomentado no ensino superior, de modo a estimular alunos a seguir uma carreira empreendedora. Diante disso, este artigo teve como objetivo identificar o perfil empreendedor dos alunos e egressos do curso de Administração de uma faculdade particular de Juiz de Fora/MG, a fim de observar se os estudantes possuem potencial empreendedor, características ao empreendedorismo, e o quanto, na percepção deles, a graduação fomentou ações empreendedoras. Para isso, foi aplicado um questionário com 50 alunos e egressos da instituição e uma entrevista com o coordenador do curso, abordando a temática em questão. Os resultados obtidos por meio dos questionários aplicados, revelam a existência de alguns traços de características empreendedoras nos alunos, como habilidades em identificar oportunidades de novos negócios. Pôde-se verificar, também, que o corpo docente utiliza métodos didático-pedagógicos de ensino e estimula seus alunos a desenvolverem a prática do empreendedorismo como carreira profissional.

Palavras-chave: Empreendedorismo Jovem. Ensino do empreendedorismo. Perfil Empreendedor. Empreendedorismo Universitário. Características empreendedoras.

¹Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora, como requisito parcial para a conclusão do Curso de Graduação em Administração.

²Graduada em Administração pelo Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora.

³Professora do curso de Administração do Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora.

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo vem sendo tema de estudo nos últimos anos e é percebido como uma forma adicional de criação de empregos e de inserção dos jovens no mercado de trabalho (SOARES; MACHADO, 2005). Como as relações de emprego estão mudando, nas universidades há uma necessidade cada vez maior de preparar os alunos para enfrentar um mercado de trabalho em que não há mais garantias de emprego ou de estabilidade.

Esses jovens se deparam com uma série de dificuldades e encontram no empreendedorismo um meio para alcançar seus objetivos profissionais e financeiros. Devido a isso, os países têm investido em educação empreendedora nas instituições de ensino, buscando formar novos empreendedores, com ideias e espírito inovador (PARDINI; SANTOS, 2008).

No Brasil, a cada ano que passa, percebe-se o crescimento do número de jovens empreendedores que se arriscam no mercado. No entanto, definir um perfil empreendedor para os jovens é uma tarefa complexa, haja vista que existem diversos estudos que se propuseram a identificar um perfil adequado, (CHIVENATO, 2007; DORNELAS, 2014; BRITTO e WEVER, 2003 e BERNARDI, 2012).

Desta forma, neste artigo, objetivou-se identificar o perfil empreendedor dos alunos e egressos do curso de Administração de uma faculdade particular de Juiz de Fora/MG, afim de observar se os estudantes possuem potencial empreendedor, características relacionadas ao empreendedorismo, e o quanto a graduação fomenta ações empreendedoras. Para isso, foi aplicado um questionário com alunos e egressos da instituição e foi feita uma entrevista com o coordenador do curso, abordando a temática em questão.

A apresentação deste artigo está organizada em quatro seções, sendo a primeira um embasamento teórico sobre empreendedorismo, empreendedorismo jovem e perfil empreendedor, a segunda a metodologia utilizada na pesquisa, a terceira a análise dos dados e, por fim, a quarta, em que são apresentadas as considerações finais.

2 EMPREENDEDORISMO

O termo empreendedorismo passou a ganhar visibilidade por ser considerado um fator chave para o crescimento econômico, criação de empregos e estabilidade

social. O mesmo teve surgimento no período em que Marco Pólotentou estabelecer uma nova rota comercial para o Oriente, com a finalidade de vender as mercadorias(DORNELAS, 2014).

A palavra empreendedor tem origem na língua francesa e quer dizer aquele que assume riscos e começa algo novo (DORNELAS, 2014). Entre tantas definições, uma das mais antigas é a de Schumpeter (1949): O empreendedor é aquele que gera desenvolvimento econômico pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pelo uso de novos recursos e materiais. Dolabela (2008) considera o empreendedor como aquele que está insatisfeito com sua realidade e transforma isso em descobertas positivas. De modo semelhante, para Fillion (1999), empreendedorismo é um campo em que se estuda a atividade empreendedora. Nesse sentido, empreendedorismo pode ser definido como o “envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades” (DORNELAS, 2014, p.29).

No Brasil, o movimento do empreendedorismo, segundo Dornelas (2014), começou a tomar forma na década de 1990, particularmente pela criação de entidades como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) e a Sociedade Brasileira para Exportação de Software (Softex). Conforme o autor, antes disso, o empreendedor praticamente não encontrava informações para auxiliá-lo na jornada empreendedora. Dados recentes do *Global Entrepreneurship Monitor*⁴(GEM) apontam que o Brasil possui 51,9 milhões de pessoas envolvidas direta ou indiretamente em processo de criação de um negócio próprio (GEM, 2018).

Partindo do pressuposto de que o empreendedorismo auxilia no crescimento e no desenvolvimento econômico de um país, tornou-se necessário conhecer o empreendedor e suas atitudes para implementar ações que estimulem a melhoria do ambiente empreendedor, principalmente devido à observação de que, geralmente, dois fatores motivam a atividade empreendedora, eles subdividem-se em: empreendedores por oportunidade, que são aqueles que optam por iniciar um negócio após identificarem uma oportunidade visando a geração de empregos,

⁴Global Entrepreneurship Monitor – consiste em um programa de pesquisa, de abrangência mundial, que avalia anualmente o nível nacional da atividade empreendedora levando em consideração o comportamento dos indivíduos com respeito à criação e gerenciamento de novos negócios, sendo realizado pela equipe do Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP) com o apoio do SEBRAE.

lucros e riquezas e empreendedores por necessidade, que são aqueles que criam um negócio pela falta de outras possibilidades para geração de renda e de ocupação (GEM, 2018).

Apesar das dificuldades, o Brasil vem incentivando a cultura empreendedora, oferecendo apoio aos empreendedores por meio do auxílio de alguns órgãos, como o Sebrae, as fundações estaduais de apoio à pesquisa, as incubadoras de novos negócios e o ensino superior, ao ofertar disciplinas, palestras e cursos sobre empreendedorismo (MAXIMIANO, 2006).

2.1 EMPREENDEDORISMO JOVEM

O empreendedorismo jovem evidencia-se como meio de inclusão de jovens no mercado de trabalho e, em contrapartida, é fator primordial para o desenvolvimento socioeconômico brasileiro (LIMA-FILHO *et al.* 2009). Devido a tal fato, o empreendedorismo jovem tem sido investigado recentemente por pesquisadores brasileiros, entre eles Gomes *et al.* (2014), que sugerem a educação para o empreendedorismo em todos os níveis de ensino com o intuito de preparar e estimular as pessoas a escolherem essa opção de carreira, minimizando os riscos de fracasso para alcançar a sustentabilidade de novos negócios iniciados por jovens.

As pesquisas realizadas anualmente pelo GEM apresentam o crescimento dos empreendedores jovens, além disso, as instituições de ensino passaram a se preocupar e tornaram obrigatória a temática em seus planos de cursos. No Brasil, segundo o GEM (2018), ocorreu um crescimento do público jovem (18 a 24 anos) entre os novos empreendedores. De 2017 para 2018, a participação dessa faixa etária subiu de 18,9% para 22,2% do total de empreendedores que iniciavam uma atividade empresarial, com negócios (formais ou informais) de até 3,5 anos.

Conforme Zuini (2016) destaca, ainda que o desejo de se tornar empreendedor possa ser despertado em qualquer idade, nos jovens, ele tem aflorado cada vez mais cedo. Estudos, como a pesquisa Guess⁵ (2014), revelam que o jovem brasileiro tem cada vez mais escolhido o empreendedorismo como alternativa real de carreira. Além disso, pesquisas realizadas pela Confederação Nacional dos Jovens Empresários (CONAJE), em 2015, mostra que as empresas de empreendedores jovens estão se tornando cada vez mais estáveis e duradouras.

⁵GUESS – é um estudo que busca caracterizar o espírito, as atividades e as intenções de empreendedores de estudantes universitários.

2.2 PERFIL EMPREENDEDOR

A definição do perfil do empreendedor, na visão de Dolabela (1999, p. 36), é importante “para que possamos aprender a agir, adotando comportamentos e atitudes adequadas”.

Entretanto, existem os empreendedores natos, que são aqueles que já nascem com as características necessárias para empreender com sucesso, ou seja, aqueles que nascem com o dom de serem empreendedores, e existe também o empreendedor que é influenciado pelo meio no qual está inserido e pela influência da família e amigos (DOLABELA, 1999).

Com base nas diversas definições encontradas na literatura em relação ao perfil empreendedor, o Quadro 1, traz a síntese das características do perfil empreendedor citadas por autores:

QUADRO1 - Características Empreendedoras

Autor	Características
Chiavenato (2007)	Necessidade de realização, disposição para assumir riscos e autoconfiança.
Dornelas (2014)	Visionários; sabem tomar decisões; indivíduos que fazem a diferença; determinados e dinâmicos; otimistas e apaixonados pelo que fazem; bem relacionados; planejam; assumem riscos calculados; e criam valor para a sociedade.
Brito e Wever (2003)	Criatividade e inovação; habilidade ao aplicar esta criatividade; força de vontade e fé; e foca na geração de valor.
Bernardi (2012)	Senso de oportunidade, dominância, agressividade e energia para realizar, autoconfiança, otimismo, dinamismo, independência, persistência, flexibilidade e resistência a frustrações, criatividade, propensão ao risco, liderança carismática, habilidade de equilibrar sonho e realização, e habilidade de relacionamento.

Fonte: Formulado pelas autoras

Ao analisar as concepções dos autores a respeito das características empreendedoras, conclui-se, assim, que o empreendedor é tido como aquele capaz de liderar equipes, calcular os riscos do negócio, desenvolver boas ideias, sendo determinado a levar seu negócio adiante perante as dificuldades e agregando valor para a sociedade.

3 METODOLOGIA

Entende-se como metodologia o caminho que se percorre para alcançar o objetivo proposto, ou seja, quais métodos foram utilizados no decorrer do trabalho de pesquisa (MARCONI; LAKATOS, 2010).

Para este trabalho, visou identificar se os alunos e egressos do curso de Administração de uma faculdade particular de Juiz de Fora/MG têm as características de perfil empreendedor e em que medida o curso fomenta as atividades empreendedoras junto a seu corpo discente.

Para isso, parte-se de uma pesquisa indutiva, utilizando como referencial teórico a pesquisa bibliográfica: “A pesquisa bibliográfica é o estudo sistematizado desenvolvido com base em material publicado em livros, revistas, jornais, redes eletrônicas, isto é, material acessível ao público em geral” (VERGARA, 2005, p.48). Para a realização da coleta de dados, foi realizado um estudo de caso que, de acordo com Gil (2008), permite um maior conhecimento do objeto de estudo e focaliza um objeto em específico.

Quanto aos fins, esta pesquisa pode ser considerada como pesquisa exploratória, por proporcionar maior compreensão do fenômeno investigado e descritiva, pois busca descrever o perfil dos alunos do curso de Administração, expondo características dessa amostra. Quanto à natureza da pesquisa, considera-se qualitativa-quantitativa, não probabilística (VERGARA, 2005).

O questionário (Apêndice A) utilizado para abordar essa análise foi elaborado *online*, por meio da plataforma do Google Formulários, pertencente ao Google *Drive*, o mesmo foi enviado para os alunos de diversos períodos da Instituição, entre o período de 20 de agosto a 20 de setembro de 2019. Ele foi composto por 20 perguntas – abertas e fechadas, sendo que 9 questões foram feitas para traçar o perfil socioeconômico dos alunos, 7 questões para identificar o perfil empreendedor e 4 questões relacionadas à contribuição do curso para o desenvolvimento empreendedor dos alunos. A pesquisa foi aplicada para um *corpus* de 50 alunos, sendo 39 alunos e 11 egressos. Antes da aplicação do questionário com os alunos da instituição, foi realizado um pré-teste com 4 alunos do curso de Administração para obter um *feedback* em relação às questões elaboradas, a fim de verificar se estavam de acordo com o objetivo proposto.

Além disso, foi realizada uma entrevista com o coordenador do curso de Administração da faculdade, para verificar como é estimulado o empreendedorismo nos alunos e as percepções quanto à carreira empreendedora.

4 ANÁLISES E RESULTADOS

Para a obtenção dos dados necessários, foram aplicados cinquenta questionários aos alunos e egressos do curso de Administração da faculdade particular, em tela, dividida em três partes. O questionário buscou verificar se os estudantes possuem potencial empreendedor e as características necessárias para o empreendedorismo, se a formação está adequada para atender às necessidades de mercado e como o curso influencia o perfil desses alunos.

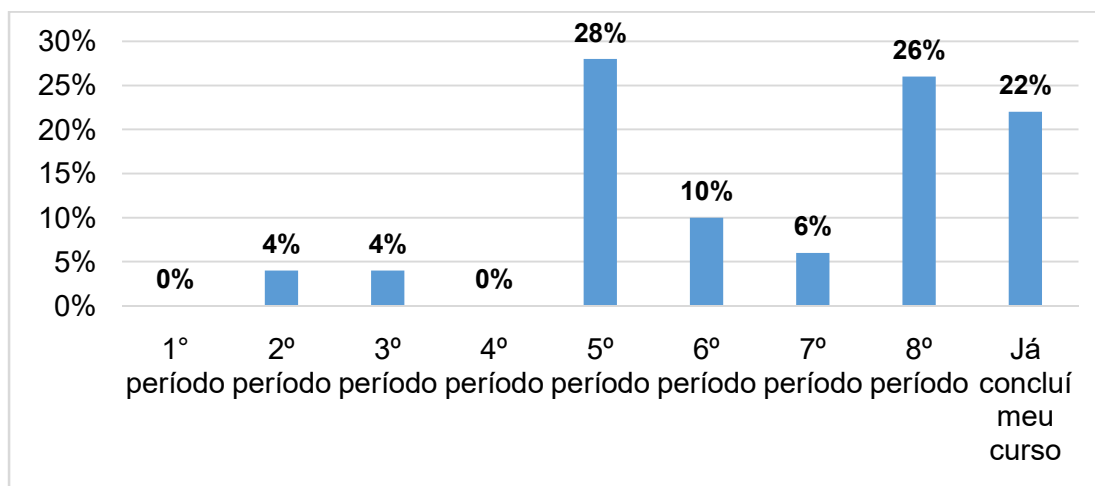
Para uma melhor apresentação dos dados, segmentamos nossa pesquisa em três seções, voltadas: (i) ao perfilamento dos alunos; (ii) à análise das características dos alunos que têm potencial para empreender e (iii) à avaliação que eles mesmos fazem de como a instituição fomenta o empreendedorismo.

4.1 PERFIL DOS ALUNOS DA INSTITUIÇÃO

A primeira parte da pesquisa abrangeu 9 questões fechadas abordando o perfil individual de cada aluno, buscando identificar as principais informações socioeconômicas.

Dos 50 questionários aplicados, 78% dos respondentes são alunos matriculados no curso de administração e 22% egressos. O período acadêmico em que se encontram é representado no gráfico 1:

Gráfico 1- Período dos alunos

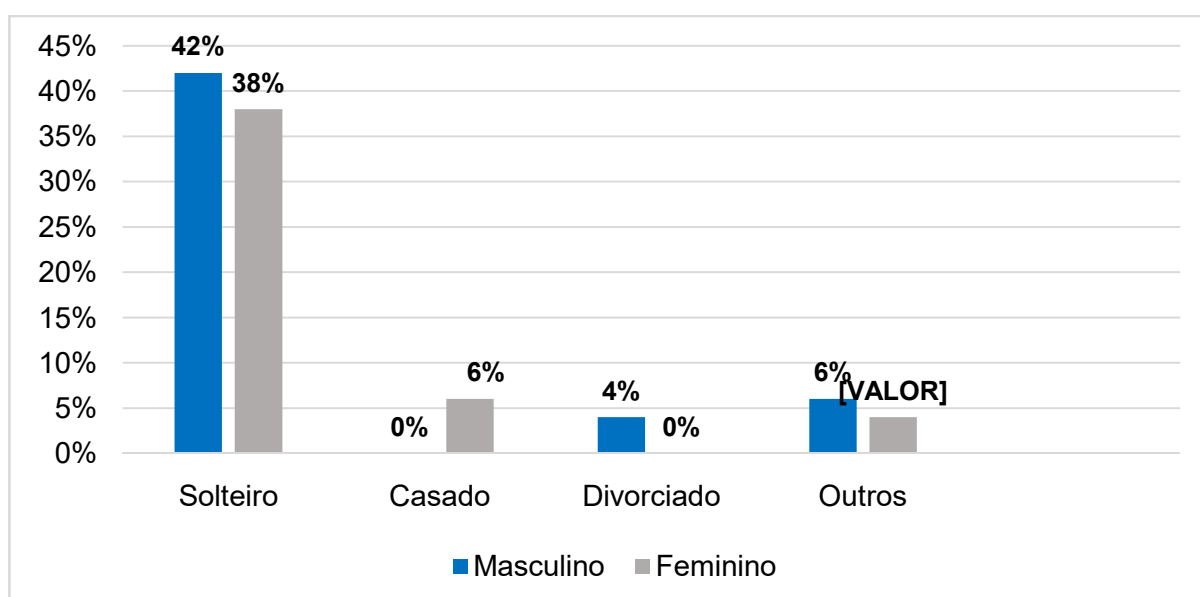


Fonte: Dados da pesquisa(2019)

Conforme se verifica no gráfico 1, observa-se que o 5º período predomina com 28% dos alunos respondentes, seguidos de 26% do 8º período, 22% dos concluintes e os demais períodos representando 24% no total. O 1º e o 4º período não tiveram respondentes.

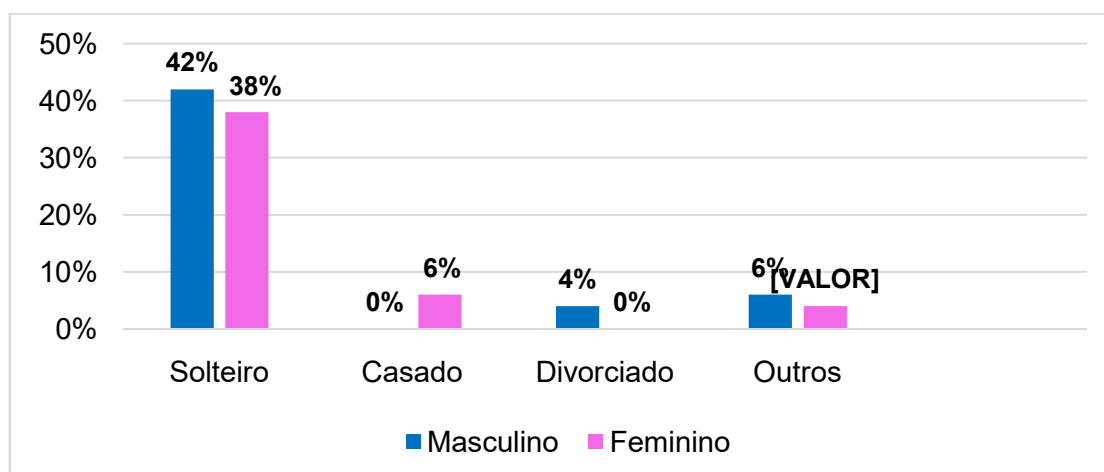
Quanto ao gênero dos alunos e a faixa etária, observa-se através do gráfico 2, que 52% dos alunos corresponde ao gênero masculino e 48% ao gênero feminino. Dentre esses alunos, existe a mesma proporção de homens e mulheres que estão na faixa etária entre 21 e 25 anos (32%) e até 20 anos (2%). Os demais representam 18% entre 26 e 30 anos; 8% entre 31 e 35 anos e 6% acima de 35 anos. Essa análise permite identificar uma variação do público respondente que inclui alunos de diversos períodos até concluintes. Ainda, esse dado mostra que a maior parte dos alunos está entre 21 e 30 anos. Segundo o levantamento do CONAJE (2018), 54% dos jovens potenciais empreendedores são homens, enquanto apenas 46% são mulheres e a faixa etária predominante é entre 21 a 25 anos, o que se coaduna com o perfilamento em tela.

Gráfico 2 - Relação de gênero e faixa etária dos alunos respondentes



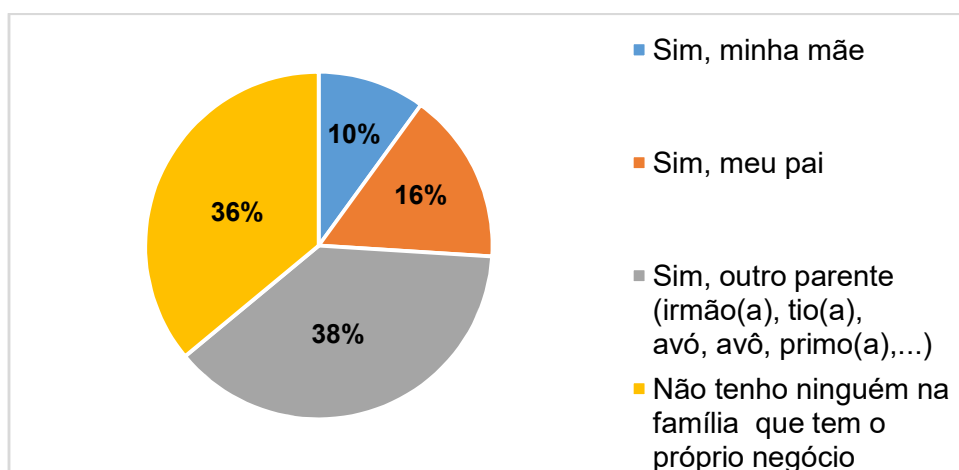
Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Levando em consideração o estado civil dos alunos, o gráfico 3, mostra, que 80% dos alunos declaram ser solteiros, desse total, 42% são do gênero masculino e 38% do gênero feminino. Apenas 6% das mulheres são casadas, 4% dos homens são divorciados e 10% se encontram em outras situações.

Gráfico 3- Estado Civil dos alunos

Fonte: Dados da pesquisa(2019)

Em relação aos familiares que possuem ou não o negócio próprio, o gráfico 4, apresenta dados relativos a esses empreendimentos:

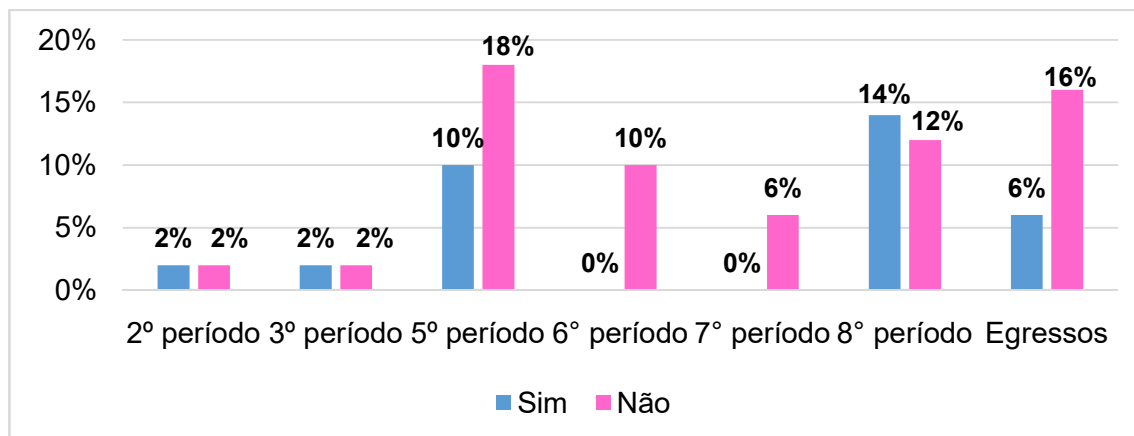
Gráfico 4- Parentes que possuem ou não negócio próprio

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

De acordo com o gráfico 4, do total dos entrevistados, a maior parte dos alunos tem algum familiar próximo – mãe, pai ou parente – que possuem negócios – totalizando 64%. Esse percentual expressivo destaca que os alunos da instituição já vêm com alguma influência familiar quanto às atividades empreendedoras. Já 36% não têm nenhum parente com negócio próprio. Conforme Dolabela (1999) destaca, o indivíduo que possui em seu convívio pessoas empreendedoras tem maior possibilidade de também se tornar empreendedor, principalmente se essas pessoas fizerem parte do seu nível primário de relação.

Quanto à oportunidade de empreender dos alunos, o gráfico 5, apresenta essa proporção por período:

Gráfico 5 - Oportunidade de empreender

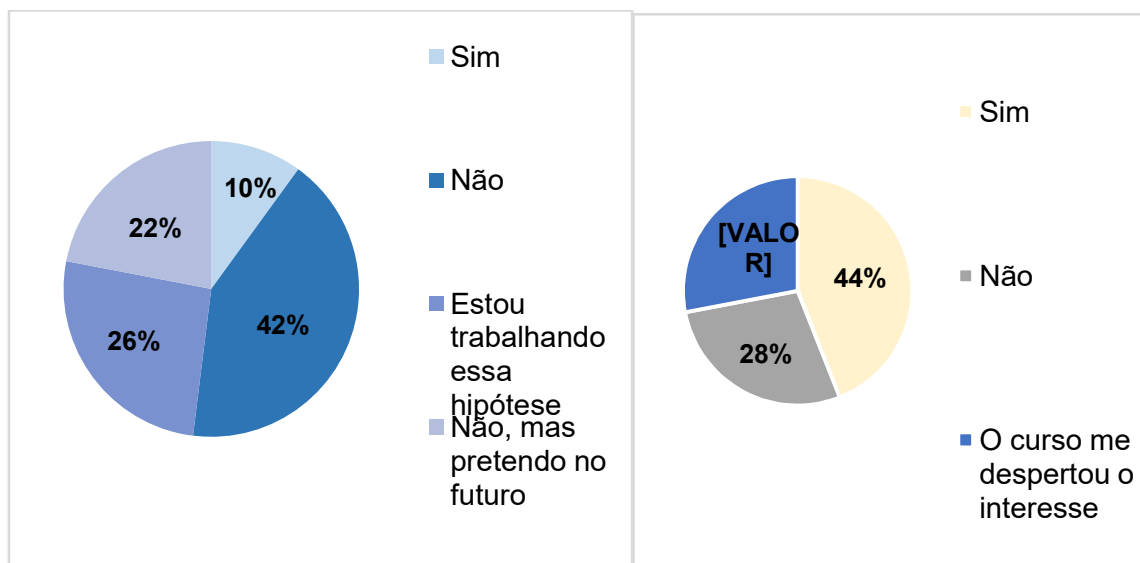


Fonte: Dados da pesquisa (2019)

A respeito do gráfico 5, conclui-se que 66% não tiveram a oportunidade de empreender e 34% tiveram. Desses que tiveram oportunidade, 14% se encontram no 8º período; 10% no 5º período; 6% são egressos, seguidos de 2% para o 2º e 3º período. O 1º e o 4º período não tiveram respondentes. Levando em consideração os dados da pesquisa, identificou-se que desses que tiveram oportunidade, 71% são do gênero masculino e 29% do gênero feminino, o que demonstra que abordar questões de empreendedorismo feminino possa ser interessante a fim de equilibrar a visualização dessas oportunidades para empreender também pelas alunas. Além disso, 82% dos matriculados foram os que tiveram oportunidade comparados aos 18% que já se formaram, o que demonstra que a faculdade, de algum modo, tem aproximado esses alunos de oportunidades para empreender – seja por fomentar processos de geração de ideias, seja por expor a cases de sucesso presenciais ou virtuais.

O gráfico 6, apresenta os alunos que já estão desenvolvendo alguma atividade empreendedora e o gráfico 7, está relacionado ao curso de Administração despertar o interesse de se tornar empreendedor, temos:

Gráfico 6 - Participação em alguma atividade empreendedora antes de iniciar o curso
Gráfico 7 - O interesse de se tornar atividade empreendedora antes de iniciar o curso



Fonte: Dados da pesquisa (2019) Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Como apresenta o gráfico 6, em relação à participação em alguma atividade empreendedora, somente 10% se encontra empreendendo, no entanto, há que se destacar que 48% dos alunos, independente do período em que se encontram, têm a intenção de ter um negócio no futuro ou estão trabalhando a hipótese. Esse dado mostra que o engajamento para empreender existe no corpo discente da instituição, já que 58% dos alunos já estão empreendendo ou querem empreender nos próximos anos, o que demonstra que o fomento ao empreendedorismo e o acesso a disciplinas e atividades relativas a essa temática têm surtido efeito, para além de outros fatores pessoais (como ter exemplos de empreendedores na família, dentre outros). Desses que estão em atividade empreendedora, 60% são do gênero feminino e 40% do gênero masculino: nesse ponto, é interessante notar que as mulheres estão empreendendo em maior quantidade, 100% dos alunos têm entre 21 e 25 anos, sendo que desses, 80% estão matriculados e 20% são egressos.

Em relação ao curso de Administração despertar o interesse de se tornar empreendedor, analisando o gráfico 7, obteve-se os seguintes resultados: 28% considera que o curso despertou o interesse, 44% afirmam que já tinham o interesse de se tornarem empreendedores antes mesmo de ingressarem na instituição e 28% considera que o curso não despertou o interesse. Desses que consideram que o curso despertou o interesse, os grupos que mais consideram são os egressos e os alunos do 6º período. O fato desses alunos do 6º período considerarem que o curso

despertou o interesse pode estar relacionado ao fato de que na grade curricular do curso, tem a matéria “Empreendedorismo e Plano de Negócios” nesse período.

Olhando os dados apresentados, tem-se que a maior parte dos alunos querem empreender, têm entre 21 e 30 anos, possuem exemplos empreendedores familiares e pensam que o curso de Administração da faculdade contribuiu para o desejo de escolha da carreira empreendedora.

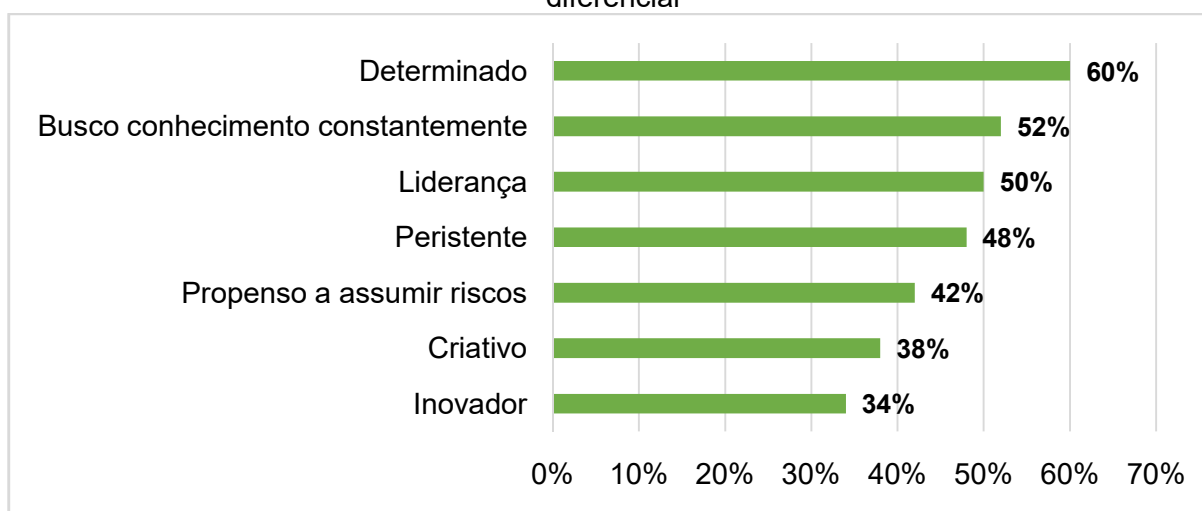
4.2 CARACTERÍSTICAS DOS ALUNOS COM POTENCIAL EMPREENDEDOR

A segunda parte do questionário foi composta por 7 questões e teve a finalidade de identificar as características gerais e técnicas dos respondentes como possíveis empreendedores.

Consoante ao que foi abordado no referencial teórico, o empreendedor possui algumas características que o difere em relação às outras pessoas, como: assumir riscos, ser criativo, buscar a inovação e gera valor para a sociedade (MENEZES, 2003).

Em relação às características que os alunos levam em consideração como sendo seu diferencial, o gráfico 8, mostra que 60% dos alunos considera-se como sendo determinados, seguidos de 52% que buscam conhecimento constante e 50% que se consideram como líderes.

Gráfico 8 - Características que os alunos levam em consideração como sendo seu diferencial

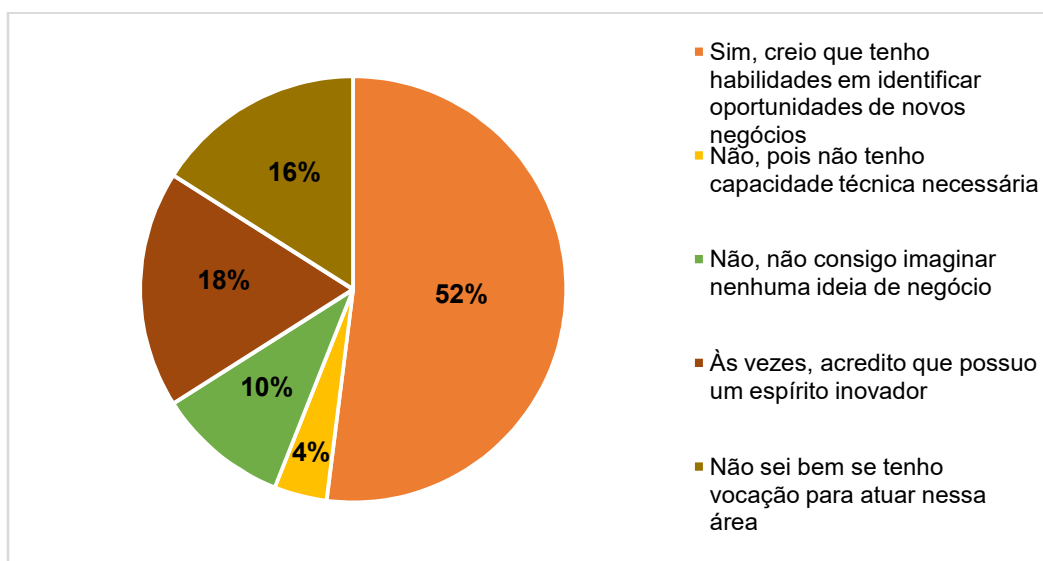


Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Os dados acima enfatizam que os alunos têm algumas características de perfil empreendedor, tais como as apontadas por Dornelas (2014): determinação, persistência e propensos a assumir riscos.

O gráfico 9, abaixo, apresenta a opinião dos alunos quanto ao potencial empreendedor:

Gráfico 9 - Potencial empreendedor dos alunos

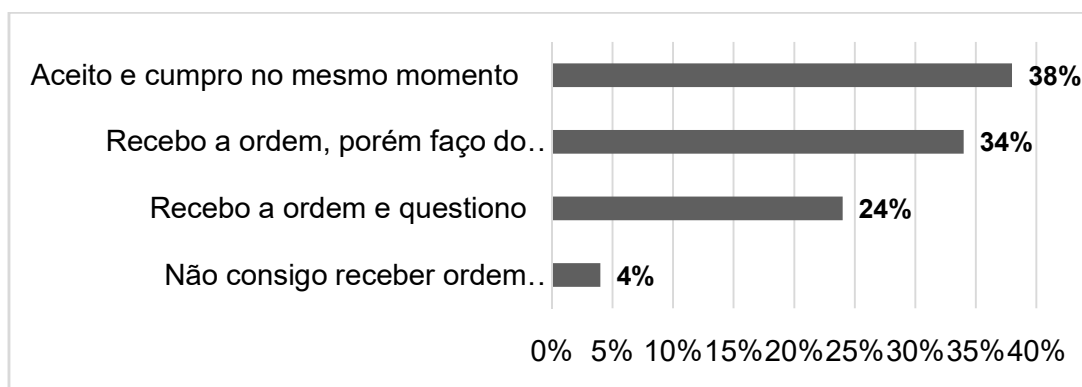


Fonte: Dados da pesquisa (2019)

O gráfico 9 destaca uma característica interessante: 70% dos alunos respondentes se enxergam como potenciais empreendedores por estarem habilitados para identificar oportunidades de novos negócios e por se verem como aqueles que possuem um “espírito inovador”.

O gráfico 10, apresenta, a atitude dos alunos em relação ao recebimento de ordens/insubordinação.

Gráfico 10 – Atitude dos alunos em relação a uma ordem

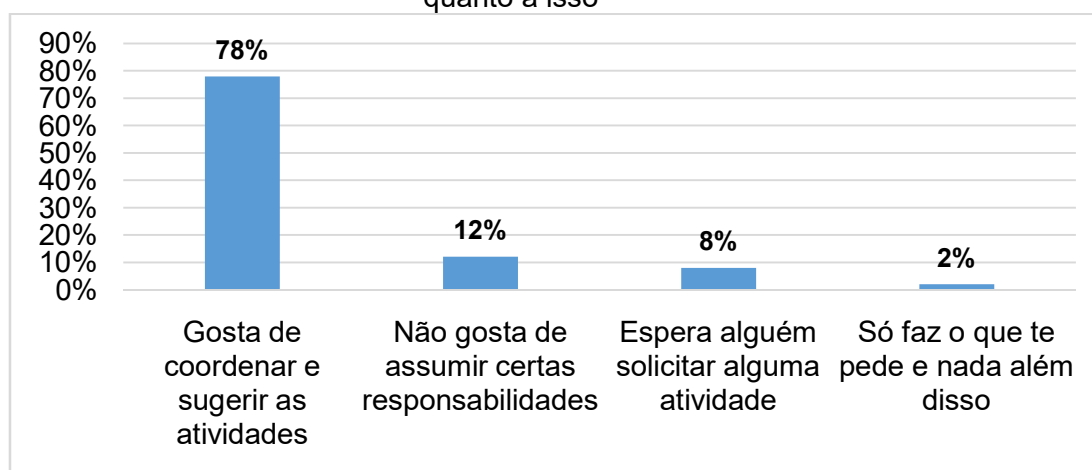


Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Através do gráfico 10, percebe-se que, 72% dos alunos não veem problemas em serem liderados: 38% deles aceitam e cumprem a ordem no mesmo momento, 36% recebem a ordem, porém, fazem-na do seu próprio jeito, o que demonstra capacidade crítica e criatividade na execução de comandos. Interessante notar ainda nos resultados restantes: 24% dos alunos recebem ordens e, geralmente, questionam-nas, o que reitera a perspectiva crítica, aguçada durante o curso de Administração e pelas suas próprias experiências de vida e de seu perfil pessoal e 4% não conseguem receber ordens facilmente, o que sinaliza a necessidade de se adequar a comunicação.

Quanto à relação em executarem tarefas em equipes, o gráfico 11 apresenta a percepção dos alunos.

Gráfico 11– Relação de execução de tarefas em equipe e a percepção dos alunos quanto a isso

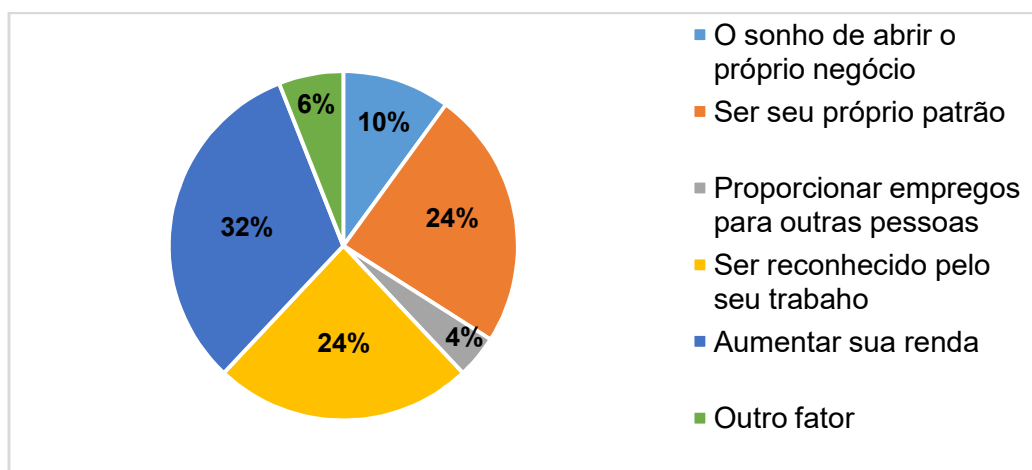


Fonte: Dados da pesquisa (2019)

No gráfico 11, é possível verificar que 78% dos alunos gostam de coordenar e sugerir as atividades, o que demonstra espírito de liderança e iniciativa, características empreendedoras importantes. Dos alunos respondentes, 12% não gostam de assumir certas responsabilidades, 8% esperam alguém solicitar alguma atividade e 2% só fazem o que te pedem e nada além disso. Nesse cenário, 22% não apresentam características relevantes ao empreendedorismo, como pro-atividade e atitude. Vale a pena destacar que esses dados destacam o potencial empreendedor, haja vista que a maior parte dos alunos (quase 80% deles) têm abertura para assumir riscos (ao sugerir atividades), pro-atividade e espírito de liderança.

O gráfico 12, apresenta o que levaria os alunos a se tornarem empreendedores:

Gráfico 12 - O que levaria os alunos a se tornarem empreendedores



Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Em relação ao gráfico 12, nota-se que 32% dos alunos tornar-se-iam empreendedores para aumentarem suas rendas, o que endossa uma das motivações para empreender: o empreendedorismo por necessidade. Isso destaca, ainda, que os discentes da instituição veem a carreira empreendedora como uma possibilidade de carreira para a vida. Dos alunos respondentes, 24% querem ser seus próprios patrões e 10% têm o sonho de abrir o próprio negócio.

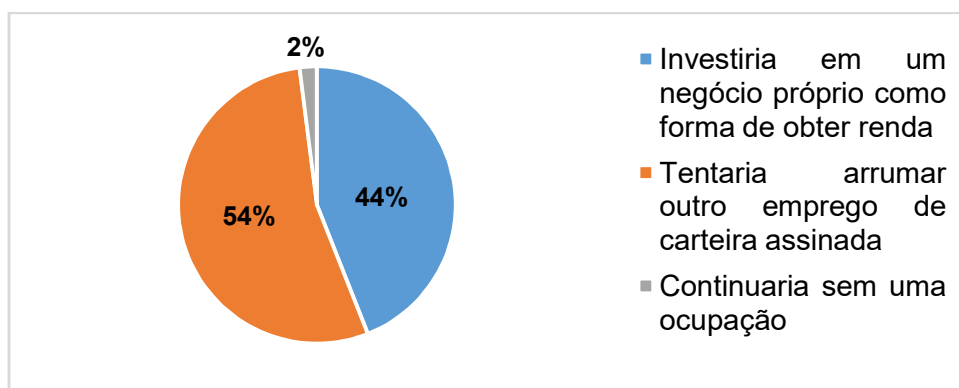
No somatório, 66% dos alunos respondentes têm inclinação para a abertura de um negócio, motivados pela necessidade de aumento de renda, de autonomia profissional (serem seus próprios patrões) ou pelo sonho em abrir um negócio e viver dele. Esses dados destacam a forte inclinação dos alunos do curso de Administração da instituição para a escolha de uma carreira empreendedora.

Das respostas apresentadas, 6% dos alunos consideram outros fatores, tais como: criar algo novo; ofertar um diferencial para a sociedade; ver uma necessidade e atendê-la e proporcionar ao cliente uma experiência única e inesquecível. Ainda, 4% dos alunos empreenderia para proporcionar empregos para outras pessoas. De acordo com Bernardi (2012), são várias as motivações e razões para empreender: realização de um sonho, implementação de ideias e ser reconhecido por elas, independência, fuga da rotina profissional, maiores responsabilidades e riscos, auto

realização, maior ganho de renda e status. Essas motivações foram parcialmente vistas na análise em tela.

Quando questionados sobre o que fariam se estivessem desempregados, o gráfico 13, apresenta essa opinião:

Gráfico 13 – Decisão dos alunos se estivessem desempregados

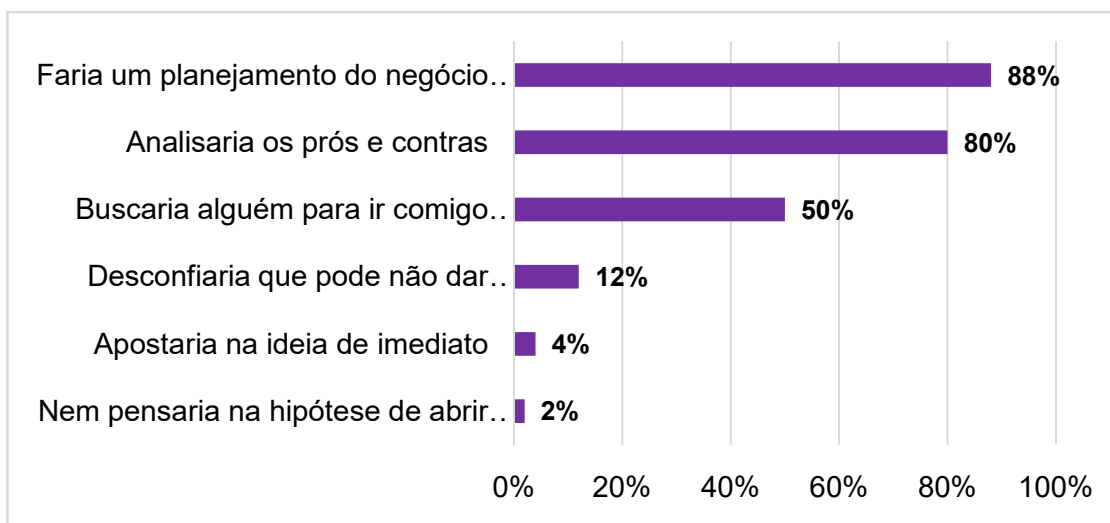


Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Levando em consideração o gráfico 13, é possível inferir que 54% dos alunos tentariam arrumar outro emprego de carteira assinada, enquanto que 44% investiriam em um negócio próprio como forma de obter renda. Ainda que a maior parte vislumbre o emprego formal, é interessante notar como que quase metade dos alunos (44%) visualizam a carreira empreendedora como uma possibilidade de carreira para a vida.

O gráfico 14, abaixo, apresenta os fatores que os alunos analisariam antes de iniciar um negócio:

Gráfico 14 – Fatores que os alunos analisariam antes de iniciar um negócio



Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Verifica-se, através do gráfico 14, a perspectiva crítico-analítica dos alunos da instituição, do curso de Administração: 168%⁶ destacaram a importância de se utilizar ferramentas de planejamento de um negócio, como viabilidade financeira e a análise de custo-benefício. Os dados mostram, ainda, que 50% dos alunos buscariam sócios para abrirem seus negócios. Esses resultados permitem perceber que os alunos enxergam a relevância das análises e dos planejamentos de novos negócios e que entendem o papel relevante que as sociedades têm no ambiente empresarial.

Através das análises apresentadas acima, é possível identificar que os alunos do curso de Administração da instituição apresentam um perfil empreendedor, pois, por meio das respostas, identificou-se que os alunos acreditam ter habilidades em identificar oportunidades de novos negócios, empreenderiam para aumentar suas rendas, possuem características empreendedoras como: liderança, disposição para assumir riscos, pro-atividade e enxergam a importância do planejamento e da análise de custo-benefício como fio condutor para a abertura de novos negócios, sendo que quase metade deles (44%) estaria disposto a seguir uma carreira empreendedora em detrimento de estar em um emprego formal.

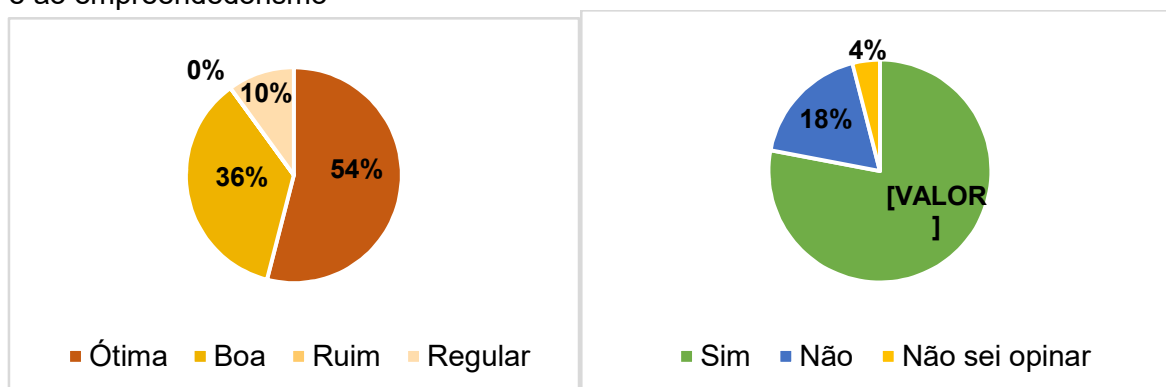
4.3 AVALIAÇÃO DA INSTITUIÇÃO EM RELAÇÃO AO EMPREENDEDORISMO

⁶Essa questão ofertava a possibilidade de marcar mais de uma opção, por esse motivo os percentuais apresentados são maiores que 100%.

Nesta terceira parte, buscou-se avaliar a instituição através de 4 questões em relação à contribuição do curso para o desenvolvimento empreendedor dos alunos, quais as formas que a instituição desenvolve e promove o empreendedorismo e se estimula a inovação e a carreira empreendedora para eles.

Em relação a qualidade de ensino do curso de Administração da instituição, o gráfico 15, apresenta a opinião dos alunos, como completo o gráfico 16, apresenta a opinião dos alunos em relação ao estímulo a inovação e o empreendedorismo em suas/seus alunas/os por parte da instituição:

Gráfico 15 – Opinião dos alunos em relação à qualidade do curso de Administração
Gráfico 16 – Opinião dos alunos a respeito do estímulo a inovação e ao empreendedorismo



Fonte: Dados da pesquisa (2019) Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Houve uma minoria (10%), que considerou a qualidade do ensino no curso de Administração regular. Esse dado foi justificado devido: à desatualização de algumas matérias, à percepção de que a instituição é indiferente na questão de formação dos alunos em relação ao incentivo do empreendedorismo; a qualidade da aula de alguns professores e consideram que, apesar de terem vários canais de reclamação, os alunos, muitas das vezes, são ignorados e não obtém o devido retorno.

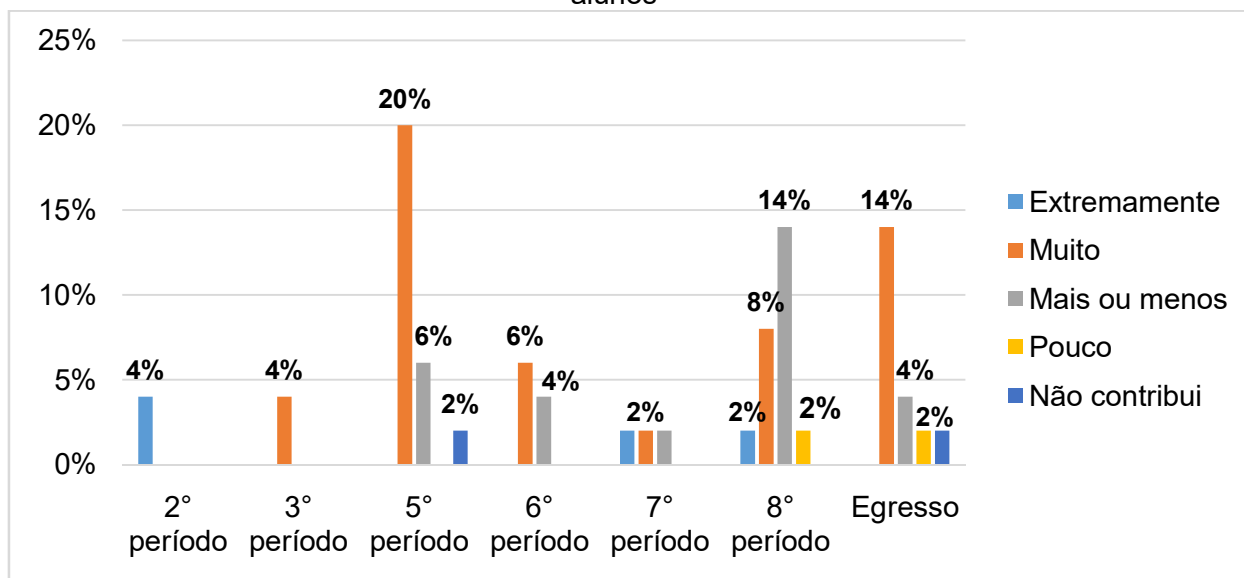
Contudo, a análise do gráfico destaca que, na percepção dos alunos respondentes, a maior parte, maciçamente (90%) considera a qualidade do ensino prestado no curso de Administração da instituição como ótima (54%) ou boa (36%),

o que representa um alto índice de satisfação e de percepção da qualidade do curso ofertado.

Conforme apresenta o gráfico 16, 78% dos alunos consideram que a faculdade em estudo estimula a inovação e o empreendedorismo nos alunos, enquanto 18% acredita que não e apenas 4% não consegue opinar. Esses dados mostram que a percepção dos alunos é positiva, ou seja, quase 80% dos alunos percebe que o curso de Administração da instituição os estimula a inovar e a empreender. Coaduna-se com as respostas dos alunos, a fala do coordenador do curso de Administração, onde o respondente destaca que a instituição prepara os alunos em diversos aspectos essenciais para o mercado de trabalho e oferece disciplinas específicas sobre o tema, como: “Empreendedorismo e Plano de Negócios” e “Criatividade e Inovação” em sua grade curricular.

A contribuição para o desenvolvimento empreendedor dos alunos é analisada e segue no gráfico 17:

Gráfico17- Contribuição da faculdade para o desenvolvimento empreendedor dos alunos



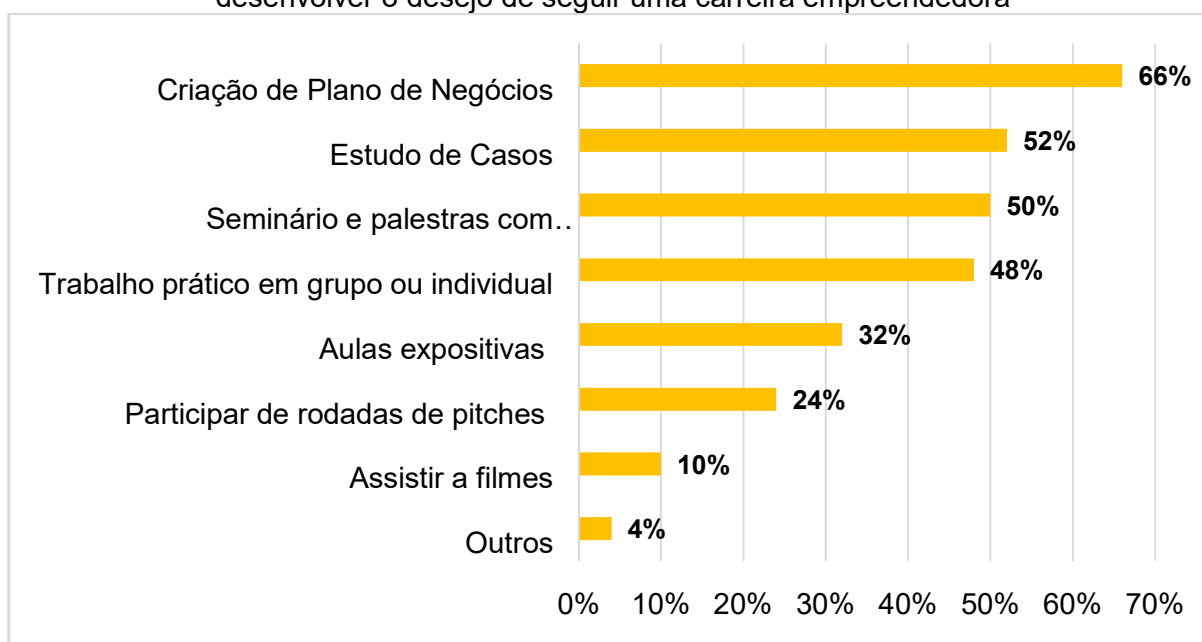
Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Na análise, na qual se correlaciona o nível de percepção com o estímulo ao empreendedorismo pelos alunos e o período/egresso, tem-se que 54% dos alunos consideram que a instituição contribui muito para o desenvolvimento empreendedor, o período em que mais considera é o 5º e os egressos. Esses dados destacam que a maior parte dos alunos considera que o curso de Administração da instituição

estimula-os a seguir uma carreira empreendedora, o que se coaduna com as análises já apresentadas em outras seções deste artigo.

O gráfico 18 mostra o que os alunos consideram métodos didático-pedagógicos mais importantes daqueles que são utilizados pela faculdade na questão do ensino do Empreendedorismo:

Gráfico 18- Métodos utilizados pela faculdade que os alunos consideram importantes para desenvolver o desejo de seguir uma carreira empreendedora



Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Conforme o gráfico 18 destaca, os métodos que os alunos consideram válidos para desenvolver o desejo de seguir uma carreira empreendedora são: criação de plano de negócio (66%), acesso a estudos de casos (52%), participação em seminários e palestras com empreendedores (50%), trabalho prático em grupo ou individual (48%), aulas expositivas (32%), participar de rodadas de *pitches* (24%),

assistir a filmes (10%) e outros (4%). Dentro dessa opção de “outros” os alunos sugeriram participar do Movimento Empresa Júnior (MEJ). Cabe destacar que era possível marcar mais de uma opção.

Segundo Cunha e Steiner (2005) para desenvolver o empreendedorismo são quatro as metodologias mais utilizadas: “depoimentos de empreendedores, estudos de caso, desenvolvimento de projetos e desenvolvimento de planos de negócios”. Diante dessa perspectiva, conclui-se que a instituição utiliza essas metodologias para despertar nos alunos o interesse de se tornar empreendedor. O coordenador do curso de Administração reforça que, além dos estímulos realizados dentro da sala de aula, o curso oferece Startup Universitário, Projetos de Pesquisas, Projetos de Extensão, Grupos de Estudo, Visitas Técnicas a empresas que são referências, estágio extracurricular e estágio curricular.

Diante das respostas dos alunos em relação à instituição, percebe-se que o curso de administração, junto com os seus docentes contribui, para o desenvolvimento empreendedor dos alunos e faz uso de metodologias sugeridas pelo os autores da área para estimular a prática empreendedora. Além disso, o coordenador do curso de Administração, destaca que a instituição, desde o início de 2018, participa do Programa Startup Universitário do Governo de Minas Gerais. Como produto deste programa, nasceu a ideia da construção de um *Coworking* na instituição.

De modo correlato observa-se que as estratégias pensadas pelo curso de Administração da instituição são percebidas pelos alunos no que tange ao ensino do Empreendedorismo: a maior parte dos alunos percebe que há metodologias e engajamento para fomentar uma carreira empreendedora.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste artigo foi o de investigar e analisar se os alunos e egressos do curso de Administração de uma instituição privada de Juiz de Fora/MG têm as características de perfil empreendedor e em que medida o curso fomenta e estimula as atividades empreendedoras junto a seu corpo discente.

A partir da análise através dos questionários aplicados, os resultados revelam a existência de algumas características empreendedoras nos alunos, como habilidades em identificar oportunidades de novos negócios. Destaca-se que quase a metade dos alunos tem a intenção de ter um negócio no futuro ou está trabalhando a

hipótese, o que sinaliza que, se os alunos respondentes não têm um perfil empreendedor formado, certamente o desenvolvem ao longo do curso. Em relação à instituição de ensino, pôde-se verificar que o corpo docente utiliza práticas como palestras com empreendedores, criação de plano de negócio, estudo de casos, entre outros como forma de estimular seus alunos a desenvolver a prática do empreendedorismo como carreira profissional.

Como pesquisas futuras, seria interessante perfilar os alunos e egressos que já têm empresas e as características destas.

ABSTRACT

In this article, discuss about young entrepreneurship and how it can be molded at graduation, in order to stimulate students to follow a business career. By that, this article had as objective identify the entrepreneurial profile from the students and graduates of Business from a private college in Juiz de Fora / MG, in order to observe if the students have potential entrepreneur, characteristics to entrepreneurship, and how many, in their perception, the graduation fomented entrepreneurship actions. For this, a questionnaire was applied with 50 students from the institution and the interview with the course coordinator, addressing the issue at hand. The results obtained through the applied questionnaires, reveal the existence of some traces of entrepreneurial characteristics in the students, the skills in identify opportunities on new bussiness. Can verify that the faculty uses didactic-pedagogical methods of teaching and encouragement your students to develop the practice of entrepreneurship as a professional career.

Keywords: Young Entrepreneurship. Entrepreneurship education. Entrepreneurial Profile. University Entrepreneurship. Entrepreneurial Characteristics.

REFERÊNCIAS

BERNARDI, Luiz Antônio. **Manual de Empreendedorismo e Gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

BRITTO, Francisco; WEVER, Luiz. **Empreendedores brasileiros: vivendo e aprendendo com grandes nomes**. 2. ed. Rio de Janeiro, 2003.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo:** dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas. 2.ed. Revista e atualizada. São Paulo: Saraiva, 2007.

CONAJE, Confederação Nacional dos Jovens Empresários. Relatório 2016 Perfil do Jovem Empreendedor Brasileiro. Disponível em: <http://conaje.com.br/wp-content/uploads/Relat%C3%B3rio-da-2%C2%AA-edi%C3%A7%C3%A3o-da-pesquisa.pdf>. Acesso em: 05 de junho de 2019.

CONAJE, Confederação Nacional dos Jovens Empresários. Relatório 2018 Perfil do Jovem Empreendedor Brasileiro. Disponível em: <http://conaje.com.br/wp-content/uploads/RELATORIO-FINAL-Perfil-do-Jovem-Empreendedor-Brasileiro.pdf>. Acesso em: 07 de outubro de 2019.

CUNHA, R. de A. N.; STEINER, P. J. N. **Desenvolvendo Empreendedores:** o desafio da Universidade do século XXI. XI Seminário Latino-Iberoamericano de Gestión Tecnológica – Salvador, Bahia, Brasil, 25 a 28 de out de 2005.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa:** Uma ideia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor:** a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo:** Transformando ideias em negócios. 5.ed, Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

FILION, Loius Jacques. **Empreendedorismo:** empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. Revista de Administração, v.34, n.2, 1999. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/18122/empreendedorismo--empreendedores-e-proprietarios-gerentes-de-pequenos-negocios>. Acesso em: 03 de junho de 2019.

FIRJAN – Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro Sistema. **Jovens Empresários Empreendedores:** Valores, crenças e relações com o trabalho, 2016. Disponível em: <https://www.firjan.com.br/lumis/portal/file/fileDownload.jsp?fileId=2C908A8F58D545C90158DEB35F2B1A68&inline=1>. Acesso em: 03 de junho de 2019.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor. Empreendedorismo no Brasil 2018. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/02/Relat%C3%B3rio-Executivo-Brasil-2018-v3-web.pdf>. Acesso em: 07 de junho de 2019.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOMES, D. C. *et al.* **Empreendedorismo jovem**: da escola para o mercado de trabalho. *Holos*, v. 5, ano 30, 2014.

GUESS, Global University Entrepreneurial Sprint Students` Survey. Educação Superior em Empreendedorismo e Intenções Empreendedoras dos Estudantes Relatório do Estudo GUESSS Brasil 2013-2014. Disponível em: http://www.guesssurvey.org/resources/nat_2013/cp-2014-03-relatorio-estudo-guesss-brasil-2013-2014.pdf. Acesso em: 05 de junho de 2019.

LIMA-FILHO, Dario de Oliveira; SPROESSER, Renato Luiz; MARTINS, EberLuis Capistrano. **Empreendedorismo e Jovens Empreendedores**. *Revista de Ciências da Administração*, v. 11, n. 24, p. 246-277, mai/ago – 2009. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/adm/article/view/2175-8077.2009v11n24p246/12623>. Acesso em: 12 de agosto de 2019.

MARCONI, Marina de Andrade e LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 7ª edição. São Paulo: Atlas, 2010.

MAXIMIANO, Antônio Cesar Amaru. **Administração para empreendedores**: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

MENEZES, Luís César de Moura. **Gestão de Projetos**. 2ª edição. São Paulo: Atlas, 2003.

PARDINI, Daniel Jardim; SANTOS, Renata Veloso. **Empreendedorismo e interdisciplinaridade**: uma proposta metodológica no ensino de graduação. Belo Horizonte: *Revista de Administração da FEAD*, 2008.

SOARES, M. A. F.; MACHADO, H. P.V. **Jovens empreendedores**: perfil, dificuldades na gestão e perspectivas dos empreendimentos. In: V Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (EGEPE), Anais... Curitiba, 2005.

SCHUMPETER, Joseph Alois. **Teoria do desenvolvimento econômico**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1949.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2005.

ZUINI, Priscila. Site da revista Pequenas Empresas & Grandes Negócios, 2016. Disponível em: <https://revistapegn.globo.com/Videos/priscila-decifra/noticia/2016/03/empreender-por-oportunidade-ou-necessidade-entenda-diferenca.html>. Acesso em: 03 de setembro de 2019.

APÊNDICE A – Perfil Empreendedor da(o)s Aluna(o)s do curso de Administração de uma faculdade particular de Juiz de Fora/MG

Perfil

1) Gênero:

Masculino Feminino Outro

2) Idade (em anos):

Até 20 anos Entre 26 e 30 anos Acima de 35 anos
 Entre 21 e 25 anos Entre 31 e 35 anos

3) Estado Civil:

Solteiro Casado Separado/divorciado Outro

4) Você se encontra?

Matriculado Egresso (ou seja, já se formou)

5) Em qual período da graduação você se encontra?

- 1º período 3º período 5º período 7º período Egresso
 2º período 4º período 6º período 8º período

6) Você tem alguma pessoa na família que tem o próprio negócio?

- Sim, minha mãe Sim, outro parente (irmão(a), tio(a), avó, avô, primo(a),...)
 Sim, meu pai Não tenho ninguém na família que tem o próprio negócio

7) Você já teve oportunidade de abrir um negócio próprio ou se tornar sócio (a) de alguém?

- Sim Não

8) Ao escolher o curso de Administração, você já tinha o interesse de se tornar empreendedor?

- Sim O curso me despertou o interesse
 Não Nenhuma das opções

9) Atualmente, você se encontra em alguma atividade empreendedora?

- Sim Estou trabalhando essa hipótese
 Não Não, mas pretendo no futuro

Características Empreendedoras

10) Você se identifica com alguma característica abaixo? É possível marcar mais de uma:

- Determinado Liderança Outra
 Propenso a assumir riscos Persistente
 Busco conhecimento constantemente Criativo
 Outra. Qual? _____

11) Você acredita que tem potencial empreendedor?

- Sim, creio que tenho habilidade em identificar oportunidades de novos negócios

- () Não, pois não tenho capacidade técnica necessária
- () Não, não consigo imaginar nenhuma ideia de negócio
- () Às vezes, acredito que possuo um espírito inovador
- () Não sei bem se tenho vocação para atuar nessa área

12) Quando você é liderado, ou seja, recebe ordens, geralmente, como você se sente?

- () Aceito e cumpro no mesmo momento
- () Recebo a ordem e questiono
- () Não consigo receber ordem facilmente
- () Recebo a ordem, porém faço do meu jeito

13) Em tarefas em equipes, você, geralmente:

- () Gosta de coordenar e sugerir as atividades
- () Espera alguém solicitar alguma atividade
- () Não gosta de assumir certas responsabilidades
- () Só faz o que te pedem e nada além disso

14) O que te levaria a se tornar empreendedor?

- () O sonho de abrir o próprio negócio
- () Ser seu próprio patrão
- () Proporcionar empregos para outras pessoas
- () Ser reconhecido pelo seu trabalho
- () Aumentar a sua renda
- () Outro. Qual? _____

15) Se você estivesse desempregado, o que faria?

- () Investiria em um negócio próprio como forma de obter renda
- () Tentaria arrumar outro emprego de carteira assinada
- () Continuar sem uma ocupação

16) Se fosse abrir um negócio, quais fatores analisaria antes de começar? É possível marcar mais de uma opção:

-) Analisaria os prós e contras
-) Apostaria na ideia de imediato
-) Desconfiaria que pode não dar certo e "deixaria pra lá"
-) Nem pensaria na hipótese de abrir um negócio
-) Faria um planejamento do negócio e analisaria a viabilidade financeira
-) Buscaria alguém para ir comigo nessa empreitada

Avaliação da Instituição em relação ao empreendedorismo

17) De maneira geral, o que você acha da qualidade de ensino do curso de Administração da faculdade?

-) Ruim
-) Regular
-) Boa
-) Ótima

Se respondeu "ruim" ou "regular" na questão acima, destaque por que:

18) Você considera que a faculdade contribui para o desenvolvimento empreendedor dos alunos?

-) Extremamente
-) Muito
-) Mais ou menos
-) Pouco
-) Não contribui

19) Quais dos métodos mais utilizados pela a faculdade você considera importantes para desenvolver o desejo de seguir uma carreira empreendedora? É possível marcar mais de uma opção:

-) Aulas Expositivas
-) Criação de Plano de Negócio
-) Estudos de Casos
-) Trabalhos práticos (individuais ou em grupo)
-) Seminários e palestras com empreendedores

- Assistir a filmes
- Participar de concursos de negócios e rodadas de pitches (apresentações orais rápidas sobre o modelo de negócio)
- Outros. Qual(is)? _____

20) Você considera que a faculdade estimula a inovação e o empreendedorismo em suas/seus alunas/os?

- Sim Não Não sei opinar

APÊNDICE B – Roteiro da Entrevista com o Coordenador do Curso de Administração

- 1)** Quais ações estratégicas são delineadas para fomentar o empreendedorismo nos alunos do curso de Administração?
- 2)** Quantas disciplinas no curso de Administração estão associadas ao empreendedorismo?
- 3)** Em relação ao ensino do empreendedorismo, quais abordagens didático-pedagógicas você, como coordenador, considera serem mais efetivas? Por quê?
- 4)** Quais são os estímulos para além da sala de aula que a faculdade disponibiliza para os alunos do curso de Administração empreenderem?

Há algo mais que gostaria de comentar?