



UNIVERSIDADE FEDERAL DA FRONTEIRA SUL
CAMPUS CERRO LARGO
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

CARMEM LUANA WERLE

**O PERFIL EMPREENDEDOR E A PROPENSÃO À CRIAÇÃO DE EMPRESAS POR
ESTUDANTES DOS CURSOS DE ADMINISTRAÇÃO DE CERRO LARGO- RS**

CERRO LARGO

2018

CARMEM LUANA WERLE

**O PERFIL EMPREENDEDOR E A PROPENSÃO À CRIAÇÃO DE EMPRESAS POR
ESTUDANTES DOS CURSOS DE ADMINISTRAÇÃO DE CERRO LARGO- RS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para obtenção de Grau de Bacharel em Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul, *Campus* Cerro Largo.

Orientador: Prof. Me. Fabricio Costa de Oliveira

CERRO LARGO

2018

W488e WERLE, Carmem Luana .
O perfil empreendedor e a propensão à criação de
empresas por estudantes dos cursos de Administração de Cerro
Largo – RS / Carmem Luana Werle.-- 2018.
104 f. ; il.

Orientador: Prof. Me. Fabricio Costa de Oliveira.
Trabalho de conclusão de curso (graduação) –
Universidade federal da Fronteira Sul, Bacharel em
Administração, Cerro Largo, RS, 2018.

1. Empreendedorismo. 2. Administração. 3. Economia. I.
Oliveira, Fabricio Costa de orient. II. Universidade Federal da
Fronteira Sul. III. Título.

CDD: 658.421

CARMEM LUANA WERLE

**O PERFIL EMPREENDEDOR E A PROPENSÃO À CRIAÇÃO DE EMPRESAS
POR ESTUDANTES DOS CURSOS DE ADMINISTRAÇÃO DE CERRO
LARGO- RS**

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado como requisito para obtenção de grau de Bacharel em Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul.

Orientador: Prof. Me. Fabricio Costa de Oliveira

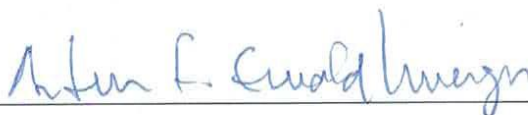
Este trabalho de conclusão de curso foi defendido e aprovado pela banca em:

13/11/2018

BANCA EXAMINADORA



Prof^o Fabricio Costa de Oliveira- UFFS



Prof^o Artur Filipe Ewald Wuerges- UFFS



Me. Franciso Angst- UFFS

Dedico este trabalho primeiramente a Deus, por ser a base da minha existência e por guiar cada passo do meu caminho. Aos meus pais, madrinha Nair, irmãos, família e amigos, que sempre deram total apoio e estiveram perto de mim durante a jornada acadêmica. Às demais pessoas que de uma ou outra forma demonstraram apoio, a minha profunda gratidão.

AGRADECIMENTOS

Quero agradecer primeiramente a Deus, pela vida, força e coragem durante esta longa jornada, pela persistência e por não me deixar desanimar nos momentos difíceis que passei. Aos meus amados pais, irmãos e todos familiares que com muito carinho e apoio incentivaram-me ao cumprimento de mais esta etapa da minha vida. E principalmente a minha madrinha Nair a quem devo muito, por ter sido minha base durante toda a vida e que tanto sonhou com esta conquista e hoje vibra comigo lá do céu, dedico este trabalho em sua homenagem. A todos os professores do curso, que foram tão importantes em minha vida acadêmica e no desenvolvimento deste trabalho, em especial ao meu orientador Fabricio Costa de Oliveira, pela paciência, pelo auxílio e por todo tempo que dedicou ao meu trabalho e por ter compartilhado suas experiências para que minha formação fosse um aprendizado de vida. Aos meus colegas e amigos, em especial ao Carlos Miguel que desde o início do curso mostrou-se um amigo fiel, com quem pude contar durante todos os momentos, compartilhando as vitórias e dividindo as tristezas. Aos participantes do estudo que dedicaram seu tempo para o fornecimento das informações que tornaram essa pesquisa possível. E a todos aqueles que de alguma forma estiveram e estão próximos de mim, fazendo cada minuto valer a pena.

RESUMO

Este trabalho teve como foco a identificação do perfil empreendedor e a propensão à criação de empresas por parte dos estudantes dos cursos de Administração da cidade de Cerro Largo- RS. Levantou-se o seguinte problema de pesquisa: Os estudantes do curso de Administração da UFFS e URI de Cerro Largo possuem perfil empreendedor e apresentam a propensão a criarem seu próprio negócio? Para chegar à resposta dessa questão foi realizada uma pesquisa de cunho qualitativo e quantitativo, por meio da aplicação de um questionário contendo perguntas relacionadas ao nível de perfil empreendedor dos alunos, propensão à abertura de empresas e questões para as sugestões ao projeto pedagógico dos cursos. A pesquisa é caracterizada como um censo, que contou com a participação de 199 alunos das duas instituições. A aplicação do questionário foi feita durante o mês de setembro de 2018. Os resultados apontam que a maioria dos alunos das duas instituições possuem um elevado nível de perfil empreendedor e há predomínio dos estudantes que desejam empreender. Ainda buscou-se analisar os fatores que despertam o interesse do aluno em empreender e os obstáculos e facilidades percebidos, onde o fator que mais colabora para o estudante empreender é o desejo pessoal, quanto aos obstáculos destacam-se as questões burocráticas e mercadológicas e as facilidades foram as questões de mercado e facilidade de ideias. Por último, realizou-se sugestões aos Projetos Pedagógicos dos Cursos, as principais propostas foram a inserção de mais atividades práticas, propostas de novas disciplinas e alterações em algumas existentes.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Características empreendedoras. Criação de negócios.

ABSTRACT

This paper focuses on the identification of the entrepreneurial profile and the propensity to create companies by the students of the courses of Administration of the city of Cerro Largo-RS. Bring up the following problem: The students of the Administration course of UFFS and URI of Cerro Largo have an entrepreneurial profile and are they inclined to create their own business? In order to arrive at the answer of this question, a qualitative and quantitative research was carried out, through the application of a questionnaire containing questions related to the entrepreneurs profile of the students, propensity to open companies and questions to the suggestions to the pedagogical project of the courses. The survey is characterized as a census, which was attended by 199 students from both institutions. The questionnaire was applied during the month of September 2018. The results indicate that most of the students of the two institutions have a high level of entrepreneurial profile and there is a predominance of students who wish to undertake. It was also sought to analyze the factors that arouse the student's interest in undertaking and the obstacles and perceived facilities, where the most important factor for the student to undertake is personal desire, as obstacles stand out bureaucratic and marketing issues and facilities were the questions of market and ease of ideas. Finally, suggestions were made to the Pedagogical Projects of the Courses, the main proposals were the insertion of more practical activities, proposals of new disciplines and changes in some existing ones.

Keywords: Entrepreneurship. Entrepreneurial characteristics. Business creation.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1- Evolução das características empreendedoras por vários autores.....	23
Quadro 2- Características dos empreendedores de sucesso	26
Quadro 3- Habilidades exigidas de um empreendedor.....	27
Quadro 4- Características dos empreendedores de sucesso, relacionados com realização, planejamento e poder.....	29
Quadro 5- Fases do processo empreendedor	33
Quadro 6- Fatores que dificultam o empreendedorismo	40
Quadro 7- Categorização das questões do Bloco II- Propensão à abertura de empresas	47
Quadro 8- Categorização das disciplinas citadas pelos alunos (Bloco III- Sugestões para o Projeto Pedagógico do curso).....	48
Quadro 9- Categorização das questões do Bloco III- Sugestões ao Projeto Pedagógico dos Cursos	49
Quadro 10- Motivos pelos quais desejam abrir ou não abrir uma empresa (UFFS)	55
Quadro 11- Dificuldades na abertura de uma empresa (UFFS).	56
Quadro 12- Facilidades na abertura de uma empresa (UFFS).....	57
Quadro 13- Lados positivos de ser um empreendedor (UFFS).....	58
Quadro 14- Lados negativos de ser um empreendedor (UFFS).	58
Quadro 15- Disciplinas relacionadas ao empreendedorismo (UFFS).	59
Quadro 16- Motivos de estímulo ou não estímulo ao empreendedorismo por parte da instituição (UFFS).....	61
Quadro 17- Motivos pelos quais a instituição prepara ou não o aluno para ser um empreendedor (UFFS).....	62
Quadro 18- Motivos por se sentir mais estimulado a empreender após ingressar no curso (UFFS).....	63
Quadro 19- Explicações sobre o que falta ou não no curso relacionado ao empreendedorismo (UFFS).....	63
Quadro 20- Média, moda e frequência por questão (UFFS).	66
Quadro 21- Média, moda e frequência por bloco (UFFS).....	67
Quadro 22- Motivos pelos quais desejam ou não abrir uma empresa (URI).	70
Quadro 23- Dificuldades na abertura de uma empresa (URI).....	71
Quadro 24- Facilidades na abertura de uma empresa (URI).	72
Quadro 25- Lados positivos de ser um empreendedor (URI).....	72

Quadro 26- Lados negativos de ser um empreendedor (URI).....	73
Quadro 27- Disciplinas relacionadas ao empreendedorismo (URI).....	74
Quadro 28- Motivos de estímulo ou não estímulo ao empreendedorismo por parte da instituição (URI).....	75
Quadro 29- Motivos pelos quais a instituição prepara ou não prepara o aluno para ser um empreendedor (URI).....	76
Quadro 30- Motivos por se sentir mais estimulado ou menos estimulado a empreender após ingressar no curso (URI).....	77
Quadro 31- Explicações sobre o que falta ou não no curso relacionado ao empreendedorismo (URI).....	77
Quadro 32- Média, moda e frequência (URI).....	79
Quadro 33- Média, moda e frequência por bloco (URI).	81
Quadro 34- Atividades práticas sugeridas para o desenvolvimento do empreendedorismo no curso de Administração da UFFS.	82
Quadro 35- Alterações nas disciplinas (UFFS).	85
Quadro 36- Sugestão de novas disciplinas ao curso (UFFS).	86
Quadro 37- Alterações nas disciplinas (URI).....	87

LISTA DE FIGURAS

Figura 1- O processo empreendedor na visão de Timmons.	34
Figura 2- Fatores que influenciam no processo empreendedor.	35

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1- Fase do curso dos alunos da UFFS.	54
Gráfico 2- Pontuação do perfil empreendedor UFFS (Dornelas).....	65
Gráfico 3- Fase do curso dos alunos da URI.	69
Gráfico 4- Pontuação do perfil empreendedor URI (Dornelas).	79

LISTA DE TABELAS

Tabela 1- Distribuição da frequência de idade dos respondentes da UFFS.	54
Tabela 2- Distribuição da frequência de idade dos respondentes da URI.	69

LISTA DE SIGLAS

ANPROTEC	Associação dos Parques Tecnológicos Brasileiros
BNDS	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
CNPq	Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico
EMPRETEC	Programa de Desenvolvimento de Empreendedores
ENDEAVOR	Organização líder no apoio a empreendedores de alto impacto ao redor do mundo
FINEP	Financiadora de Estudos e Projetos
GEM	<i>Global Entrepreneurship Monitor</i>
GENESIS	Geração de Novas Empresas de Software, Informação e Serviços
ICMS	Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços
IPTU	Imposto Predial e Territorial Urbano
ISS	Imposto Sobre Serviços
MBA	<i>Master in Business Administration</i>
MEI	Microempreendedor Individual
ONG's	Organizações não Governamentais
PIB	Produto Interno Bruto
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SENAC	Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial
SENAI	Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial
SOFTEX	Sociedade Brasileira para Exportação de Software
TEA	Taxa de Empreendedores em Estágio Inicial
TEE	Taxa de Empreendedor Estabelecido
UFFS	Universidade Federal da Fronteira Sul
URI	Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	15
1.1 PROBLEMA DE PESQUISA	17
1.2 OBJETIVOS	17
1.2.1 Objetivo Geral	17
1.2.2 Objetivos específicos	18
1.3 JUSTIFICATIVA	18
2 REFERENCIAL TEÓRICO	21
2.1 CONCEITUAÇÃO E EVOLUÇÃO DO EMPREENDEDORISMO	21
2.2 CARACTERÍSTICAS E FATORES DO PERFIL EMPREENDEDOR	25
2.3 TIPOS DE EMPREENDEDORES	30
2.4 O PROCESSO EMPREENDEDOR	33
2.5 CONDIÇÕES FAVORÁVEIS E OBSTÁCULOS EXISTENTES NA ABERTURA DE UM NOVO NEGÓCIO	37
2.5.1 Condições favoráveis para empreender	37
2.5.2 Obstáculos ao empreendedorismo	38
2.6 EMPREENDEDORISMO ACADÊMICO	41
3 METODOLOGIA	44
3.1 CONCEPÇÃO DE PESQUISA	44
3.2 POPULAÇÃO	44
3.3 INSTRUMENTO DE COLETA	45
3.4 ANÁLISE DOS DADOS	46
3.5 ÉTICA NA PESQUISA	52
4 APRESENTAÇÃO, ANÁLISE E DISCUSSÕES DOS RESULTADOS	53
4.1 INSTITUIÇÃO UFFS	53
4.1.1 Perfil geral dos alunos	53
4.1.2 Propensão à abertura de empresas	55
4.1.3 Sugestões para o Projeto Pedagógico do Curso	59
4.1.4 Nível de Perfil Empreendedor dos alunos	64
4.2 INSTITUIÇÃO URI	68
4.2.1 Perfil geral dos alunos	68
4.2.2 Propensão à abertura de empresas	70
4.2.3 Sugestões para o Projeto Pedagógico do Curso	74

4.2.4 Nível de Perfil Empreendedor dos alunos	78
4.3 PROPOSTAS DE MELHORIA AOS PROJETOS PEDAGÓGICOS DOS CURSOS	81
4.3.1 Propostas ao Curso de Administração da UFFS	82
4.3.2 Propostas ao Curso de Administração da URI	86
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	89
REFERÊNCIAS	91
APÊNDICE A- QUESTIONÁRIO PARA A REALIZAÇÃO DE PESQUISA SOBRE O PERFIL EMPREENDEDOR E A PROPENSÃO À CRIAÇÃO DE EMPRESAS POR ALUNOS DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO (VERSÃO INICIAL)	98
APÊNDICE B- QUESTIONÁRIO PARA A REALIZAÇÃO DE PESQUISA SOBRE O PERFIL EMPREENDEDOR E A PROPENSÃO À CRIAÇÃO DE EMPRESAS POR ALUNOS DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO (VERSÃO FINAL)	100
APÊNDICE C- TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)	

1 INTRODUÇÃO

O interesse pelo estudo do empreendedorismo está se tornando cada vez mais importante e cresceu de forma acelerada nos últimos anos. Pesquisas e debates sobre o fenômeno do empreendedorismo estão alcançando progressivamente espaço e visibilidade, devido à sua capacidade de estimular o crescimento e o desenvolvimento econômico, através da criação de empregos e renda (SALIM; SILVA, 2013). É uma das áreas que mais contribui para o desenvolvimento do Brasil, pois os novos empreendimentos correspondem a 53% da expansão da economia (ENDEAVOR BRASIL, 2014).

O Brasil, apesar de ainda possuir muitos fatores limitantes ao empreendedorismo, como a burocracia, complexidade da legislação e falta de apoio financeiro, está evoluindo gradualmente e conta com elementos que colaboram para a difusão do empreendedorismo, dispondo de um vasto acesso a informações sobre negócios e empreendedorismo, políticas públicas, eventos e organizações de apoio e também de um ecossistema empreendedor que contempla as incubadoras, aceleradoras e organizações do setor (*GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR*, 2015). Além disso, ainda é um tema muito falado e propagado pela mídia (ENDEAVOR BRASIL, 2014).

O empreendedorismo já está inserido na literatura há muitos anos, porém foi na década de 80, a partir de dois eventos, que se deu um grande estímulo. O primeiro impulso foi a publicação da primeira enciclopédia contendo o que havia de melhor e mais moderno sobre o assunto e abordava diversos temas e conteúdos sobre o empreendedorismo. E o segundo marco foi através da Conferência de Babson, que iniciou os debates sobre o campo (FILION, 1999). No entanto segundo Dornelas (2012), no Brasil o empreendedorismo acelerou-se a partir de 1990 com a criação do SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e da SOFTEX (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) e aumentou ainda mais entre os anos de 2000 a 2010 quando mais ações de suporte ao empreendedorismo e geração de negócios surgiram.

Mais recentemente observa-se a disseminação da cultura empreendedora através da propagação da teoria, impulsionada por meio das universidades e centros de empreendedorismo, com a produção de livros, artigos científicos, revistas, realização de congressos e workshops. Além da teoria, autores em seus livros e pesquisas buscam compreender o empreendedorismo na prática, por meio de entrevistas e estudos de caso com empreendedores de sucesso (ARAÚJO; DAVEL, 2017).

Ainda, “o termo ‘empreendedorismo’ é uma livre tradução que se faz da palavra *entrepreneurship*, que contém as ideias de iniciativa e inovação. É um termo que implica uma forma de ser, uma concepção de mundo e uma forma de se relacionar” (DOLABELA, 2008, p. 24). Os empreendedores possuem um perfil contemplado por uma série de características, são vistos como indivíduos determinados e dinâmicos, sabem tomar decisões corretas e na hora certa, fazem a diferença na sociedade contribuindo com algo novo, exploram as oportunidades e as detectam facilmente, planejam muito antes de agir assumindo assim riscos calculados, são pessoas otimistas, entre outros inúmeros atributos citados na literatura (DORNELAS, 2012).

A função do empreendedor por diversas vezes é confundida com a do administrador ou gerente, apesar de apresentar várias semelhanças, o empreendedor demanda mais habilidades. Conforme Dornelas (2008, p. 15) “todo empreendedor necessariamente deve ser um bom administrador para obter sucesso, no entanto, nem todo administrador é um empreendedor. O empreendedor tem algo a mais, algumas características e atitudes que o diferenciam do administrador tradicional”.

Por muito tempo acreditou-se que o empreendedor de sucesso só poderia ser inato, ou seja, que o indivíduo já nasce sabendo empreender, porém no decorrer dos anos, aponta-se que o empreendedorismo pode ser aprendido e a vontade de empreender surge por influência, tanto do meio em que está inserido, quanto de alguém tido como um modelo de empreendedor (DORNELAS, 2008). Dolabela (2008) exhibe três níveis de relações que levam ao propósito de empreender, o primeiro nível diz respeito a família e conhecidos, o segundo nível relaciona-se com as redes de ligação, trabalho, determinadas atividades e por último o terceiro nível correspondente a cursos, livros, viagens, congressos, feiras, entre outros. Mendes (2009) acrescenta que os elementos condicionantes ao empreendedorismo podem se dar por meio de um incentivo positivo, por que recebeu uma herança ou em razão de ter tido uma experiência negativa no mercado de trabalho.

Ademais Dornelas (2012) apresenta que a decisão de empreender surge de fatores sociais, externos, ambientais e competências pessoais, que circulam em torno de um evento gerador. Ainda há aqueles que empreendem por oportunidade ou necessidade, os empreendedores por oportunidade transformam uma ideia em oportunidade, planejam a trajetória, conhecem seus objetivos e o negócio em que vão atuar, já os empreendedores por necessidade, se arriscam em um negócio sem um estudo prévio, e encontram no empreendedorismo uma chance de se inserir no mercado de trabalho, ou sair da crise (DORNELAS, 2008). Estudos do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2016) demonstram que o empreendedorismo por necessidade cedeu espaço para o empreendedorismo por

oportunidade, tendo um maior índice de crescimento, onde em 2015 o empreendedorismo por oportunidade era de 56,5% e em 2016 subiu para 57,4%, já o empreendedorismo por necessidade em 2015 era de 43,5% e em 2016 teve uma queda para 42,6%.

Desta forma percebe-se que os benefícios do empreendedorismo estão sendo cada vez mais notados, pois promovem mudanças em vários aspectos, eliminando barreiras comerciais, transformando a cultura das empresas, passando de métodos antigos para formas inovadoras, com formação de novos conceitos e formando novas relações de trabalho, novos empregos e encurtando distâncias (DORNELAS, 2012). Além disso possui forte relação com o desenvolvimento regional, pois oportuniza o acesso a bens e serviços, levando a uma economia criativa e estimulando a concorrência com o mercado externo (ROCHA; MENDES, 2016), sendo esse um fator crucial já que o país ainda é inferior no que diz respeito ao empreendedorismo se comparado a outros países (ARAUJO; DAVEL, 2017). Por isso, entidades públicas, organizações não governamentais (ONGs), governos, instituições de ensino, principalmente universidade estão buscando formas de incentivar o empreendedorismo e formar indivíduos que além de gerenciar uma empresa, possam ter um perfil empreendedor e criar negócios sólidos e inovadores.

Em vista disso, o presente trabalho tem como tema o empreendedorismo, envolvendo o perfil empreendedor e a criação de negócios. Busca identificar as características empreendedoras bem como verificar a vontade de abrir um novo negócio dos alunos do curso de Administração da UFFS (Universidade Federal da Fronteira Sul) e URI (Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões) da cidade de Cerro Largo, RS.

1.1 PROBLEMA DE PESQUISA

Pretende-se buscar respostas para o seguinte questionamento. Os estudantes do curso de Administração da UFFS e URI de Cerro Largo possuem perfil empreendedor e apresentam propensão a criarem seus próprios negócios?

1.2 OBJETIVOS

A seguir, são apresentados o objetivo geral e os objetivos específicos que servem de base para a realização deste estudo.

1.2.1 Objetivo Geral

Identificar o perfil empreendedor e a propensão à criação de novos negócios dos estudantes do curso de Administração das instituições UFFS e URI da cidade de Cerro Largo-RS.

1.2.2 Objetivos específicos

- a) Mensurar o nível de perfil empreendedor dos estudantes do curso de Administração da UFFS e da URI de Cerro Largo;
- b) Apresentar o perfil empreendedor dos alunos da UFFS e da URI;
- c) Analisar os fatores que despertam o interesse em abrir seus próprios negócios, bem como seus obstáculos e facilidades;
- d) Sugerir possíveis alterações no Projeto Pedagógico dos Cursos.

1.3 JUSTIFICATIVA

O crescimento do empreendedorismo tem recebido mais atenção nos últimos anos, principalmente devido ao maior número de abertura de novos negócios, que geram empregos e riquezas. Pode-se perceber através de estudos do GEM (2016) que 36,0% dos entrevistados entre 18 e 64 anos tem um negócio ou está envolvido na criação de um, dos quais 19,6% representam a taxa de empreendedores em estágio inicial (TEA), caracterizados por possuírem no máximo 3,5 anos de atividade e 16,9% compostos pela taxa de empreendedores estabelecidos (TEE), com mais de 3,5 anos em funcionamento. Observando assim um considerável aumento das atividades empreendedoras, pois no ano de 2002 o número de empreendedores entre 18 e 64 anos representava o total de 20,9% e em 2016 passou para 36,0%.

Porém, apesar da crescente abertura de empresas, há uma grande preocupação em mantê-las funcionando, para que se tornem duradouras, evitando assim a mortalidade das mesmas. Essa preocupação tem crescido progressivamente, pois observa-se uma taxa considerável de mortalidade empresarial. Lenzi; Kiesel e Zucco (2010) apresentam um índice de 60% de mortalidade empresarial causado principalmente pelo mau gerenciamento e despreparo dos gestores, que causa prejuízo para a economia e para os empresários. Por este motivo há um maior empenho em busca do progresso no empreendedorismo.

Nota-se que maior parte dos negócios criados no país são formados por pequenos empresários, sendo que as micro e pequenas empresas representam 21% do produto interno

bruto (PIB) e 28% das empresas existentes (DORNELAS, 2012) e a criação dessas empresas simboliza o número de 1 milhão de novos microempreendedores individuais (MEI) /ano, com uma tendência de crescimento para o ano de 2018 (SEBRAE, 2018). Consequentemente deve-se dar atenção maior para a sobrevivência das mesmas. Verifica-se que o empreendedorismo surge em quase todas as áreas públicas, escolas, institutos, universidades, centros de emprego, parlamento, entre outras. Em algumas é desenvolvido com mais força do que em outras (SANTOS, 2018). Por isso, dentro das universidades, o interesse em explorar, desenvolver e incentivar o perfil empreendedor é fortalecido de maneira intensa. Segundo Garcia et. al (2012) o empreendedorismo acadêmico contribui para o desenvolvimento econômico elevado pois os estudantes de graduação e pós-graduação são capazes de empreender negócios intensivos em conhecimento, pois podem aplicar os conceitos aprendidos nas instituições. É necessário aprender a empreender, por isso a importância da capacitação.

Observa-se que a educação empreendedora na graduação pode possibilitar uma melhor formação e preparo para o mercado de trabalho, cada vez mais competitivo, e que necessita de pessoas com iniciativas, agentes de mudança e desenvolvimento (OLIVEIRA; MELO; MUYLDER, 2016). Santos (2018) enfatiza que a posse de atitudes empreendedoras é uma solução para o desemprego. Desse modo, aqueles que possuem características empreendedoras inserem-se mais facilmente no mundo dos negócios (ITELVINO et al, 2018). Por isso, a formação para o empreendedorismo já faz parte do currículo de muitas universidades e disciplinas sobre o tema estão sendo inseridas para que despertem nos jovens o gosto e a vontade pela arte de empreender. Portanto repara-se a necessidade da busca permanente de elevação dos padrões de ensino.

Dentro do curso de administração por exemplo entende-se que há fundamentalmente a necessidade de se formar um administrador com perfil empreendedor, já que antigamente o foco do curso era formar um administrador capacitado para gerenciar as grandes empresas e multinacionais, porém hoje o foco mudou e os administradores estão sendo mais estimulados a criarem seus próprios negócios (DORNELAS, 2008). Alves (2015) apresenta a seguinte afirmação: “Como administradores, devemos estar dispostos a executar, aprender e mediar sempre com todos os atores da empresa e do mercado, pois dessa forma os desafios viram oportunidades de sucesso”. Ainda mais que 33% dos empreendedores iniciais, são compostos por jovens de 18 a 24 anos (GEM, 2015) e pode-se dizer que a maioria, ao sair de uma instituição de ensino, parte diretamente para o mercado de trabalho, tendo que estar preparados para empreender de forma eficiente.

Dessa maneira, o estudo em questão, mesmo não sendo abrangente o suficiente para sanar todos os problemas existentes na área, pretende contribuir para a comunidade acadêmica no sentido de proporcionar mais essa ferramenta na compreensão do contexto em que está inserida, colaborando para o aumento do acervo de trabalhos na área e auxiliar nas ações que visam a promoção da formação do perfil empreendedor.

Para a acadêmica, esta pesquisa será extremamente importante, pois irá contribuir para o crescimento e aprimoramento da profissional que irá se tornar, sendo que a mesma como futura administradora deve possuir um perfil empreendedor para destacar-se e gerenciar um empreendimento. O tema ainda foi escolhido tendo por base critérios de interesse pessoal, motivado pela curiosidade em conhecer e aprofundar-se na área.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo será apresentada a sustentação teórica do presente trabalho. Inicialmente aborda-se a conceituação e evolução do empreendedorismo, posteriormente na segunda seção busca-se o entendimento das características e fatores do perfil empreendedor. No terceiro tópico faz-se uma exploração sobre os tipos de empreendedores. Em seguida no quarto item realiza-se o levantamento do processo empreendedor. Já na quinta seção aborda-se as condições favoráveis e obstáculos existentes na abertura de um novo negócio. E por último trata-se de questões sobre o empreendedorismo acadêmico.

2.1 CONCEITUAÇÃO E EVOLUÇÃO DO EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo pode ser conceituado de diversas formas, e alguns dos conceitos trazidos pela literatura serão observados nessa seção. Dornelas (2012, p. 28) define o empreendedorismo como “o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades”. É o composto de ações e práticas que levam um indivíduo a alcançar resultados desejáveis que os satisfaçam (LENZI; KIESEL; ZUCCO, 2010). “É o fenômeno social associado à atividade empreendedora” (ENDEAVOR BRASIL, 2017, p. 104).

Desse modo o empreendedorismo é uma função social incorporada a um cenário social, onde são estabelecidas conexões que envolvem redes de apoio moral constituídas por familiares e amigos, e redes profissionais formadas por mentores, associados, filiações, etc. (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2014). O tema não é considerado uma ciência, apesar de que cada vez mais se publique e pesquise sobre. Assim o principal conhecimento relacionado a área não está nos livros, mas sim à sua volta, nas pessoas e no ambiente (DOLABELA, 2008).

O empreendedorismo já existe há centenas de anos e sua aplicação foi sendo descoberta e desenvolvida aos poucos. Inicialmente a maioria de suas utilizações eram associadas com o capitalista e ao empresário. As primeiras aplicações foram relacionadas ao explorador Marco Polo, considerado um aventureiro por estabelecer uma rota comercial para o Oriente assinando um contrato com um capitalista que iria vender suas mercadorias (DORNELAS, 2012). Ainda na Idade Média Francesa o empreendedor era aquele que gerenciava tarefas e projetos, mas não assumia riscos, nessa época o uso das palavras, empresário, empresa e o verbo empreender, começaram a se intensificar. Logo depois no século XVII era intitulado como uma pessoa corajosa e honesta pronta para assumir riscos financeiros, através de acordos com o governo,

onde lucros ou prejuízos eram de inteira responsabilidade do empreendedor. No século XVIII o capitalista e o empreendedor foram totalmente diferenciados, através do processo de industrialização, e a palavra empreendedor passou a designar aquele que empreende um negócio e realiza diversas funções ao mesmo tempo (DORNELAS, 2012; MENDES, 2009). Ainda nos séculos XIX e XX os empreendedores foram muito confundidos com gerentes ou administradores (DORNELAS, 2012).

A expressão ‘empreendedor’ possui origem francesa e é uma tradução do termo ‘entrepreneur’ designada a alguém que assume riscos e produz algo novo. Foi usado pela primeira vez em 1725, pelo escritor e economista Richard Cantillon que foi considerado um dos criadores do termo e um dos primeiros a diferenciar o empreendedor que tinha a característica de assumir riscos, do capitalista, que era alguém que não assumia riscos (CHIAVENATO, 2012; DORNELAS, 2012). Posteriormente encontra-se uma grande contribuição de economistas para o empreendedorismo.

Por volta de 1800 Jean-Baptiste Say identificou o empreendedor como o indivíduo que transfere recursos econômicos de um setor de menor produtividade para uma área onde pudessem oferecer maior rentabilidade (MENDES, 2009). Em 1871 Carl Menger o nomeou como alguém que se antecipa as necessidades futuras. Logo, em 1948 Ludwig von Mises declarou o empreendedor como um tomador de decisões. E Friedrich von Hayek, em 1959, abordou o assunto como um processo de descoberta de condições produtivas e oportunidades de mercado (CHIAVENATO, 2012).

Chiavenato (2012) e Dornelas (2012) destacam Joseph Schumpeter como um dos autores que trouxe uma das mais antigas definições e que melhor reflete o espírito empreendedor. O autor em 1950 apontou que o empreendedor deseja e é capaz de transformar uma nova ideia em uma inovação bem-sucedida e apresentou a concepção de destruição criativa, que se faz por meio de mudança, com a introdução de novos produtos, serviços, novos recursos e materiais sendo entendido também como destruição da ordem econômica, que é responsável pelo dinamismo das indústrias e crescimento a longo prazo.

Assim com tantos atributos já designados ao empreendedorismo, a tentativa de entender quem é o empreendedor existe há muitos anos e perdura até a atualidade (DORNELAS, 2015). Na literatura encontra-se muitas contribuições ao conceito do empreendedorismo e as características que formam um empreendedor, essas colaborações são demonstradas através do Quadro 1.

Quadro 1- Evolução das características empreendedoras por vários autores

Período	Autores	Características empreendedoras encontradas
1848	Mill	Tolerância a assumir riscos
1917	Weber	Autoridade formal
1934	Schumpeter	Inovação, iniciativa
1954	Sutton	Desejo de responsabilidade
1959	Hartman	Busca da autoridade formal
1961	McClelland	Três necessidades do empreendedor: poder, afiliação, sucesso
1963	Davids	Ambição, independência, autoconfiança
1964	Pickle	Foco, relacionamento, comunicação, conhecimento técnico
1966	Rotter	Locus de controle interno e externo
1969	Gould	Percepção de oportunidade, motivado pela realização
1970	Drucker	Desejo de colocar sua carreira e segurança financeira na linha de frente e correr riscos em nome de uma ideia, dedicando tempo e capital
1971	Palmer	Mensuração do risco
1972	Draheim	Experiência, credibilidade
1973	Winter	Necessidade de poder
1974	Borland	Autocontrole
1975	Shapero	Iniciativa, organiza mecanismos sociais e econômicos e aceita os riscos do fracasso
1976	Bruce	Tomada de decisões e riscos
1977	Gasse	Orientado para valores pessoais
1978	Timmons	Centrado, orientado a meta
1979	DeCarlo e Lyons	Independência e liderança
1980	Hull, Bosley e Udell	Interesse em fama e dinheiro
1981	Weish e White	Controle, responsabilidade, autoconfiança
1982	Casson	Toma decisões criteriosa e coordena recursos escassos
1985	Sexton e Bowman	Grande tolerância a ambiguidade
1986	Bandura	O empreendedor busca a auto eficácia
1999	Filion	Visão, imaginação, oportunidade e objetivos
2002	Baumol	Máquina de inovação do livre mercado
2003	Dornelas	Oportunidade, inovação, criação, iniciativa, gerenciamento de riscos, planejamento, persistência, relacionamentos
2004	Santos	Criatividade, inovação, novos negócios
2007	Mendes	Criatividade, capacidade de transformar um simples obstáculo em oportunidades de negócios

Fonte: Elaborado pela autora, adaptado de Chiavenato (2012), Lenzi; Kiesel; Zucco (2010), Mendes (2009).

Por meio do Quadro 1 observa-se que frequentemente se repetem as características dadas ao empreendedor, muitas delas foram usadas por muitos autores. Estudos realizados mostram que as características dos empreendedores mais citadas na literatura no período de 1972 a 2005 foram: capacidade de correr riscos, independência/ autonomia, capacidade de inovar e necessidade de realização (DORNELAS, 2015).

Um marco para o crescimento do empreendedorismo ocorreu ainda no final do século XX, que foi a rapidez dos avanços tecnológicos, como o surgimento da internet, dando origem a mais empreendedores e a expansão da competitividade. O mundo passou por várias transformações, com o surgimento de invenções provenientes de ideias criativas e inovadoras, realizadas por pessoas que podem ser chamadas de empreendedores que mudaram o estilo de vida das pessoas. (DORNELAS, 2008).

O movimento do empreendedorismo no Brasil, começou então a progredir no final de 1990 quando ações práticas em prol do empreendedorismo foram desenvolvidas no Brasil. Dornelas (2008; 2012) cita algumas das atividades em favor do empreendedor:

- a) Programas SOFTEX e GENESIS (Geração de Novas Empresas de Software, Informação e Serviços, criados em 1990, ao apoio de atividades empreendedoras em software;
- b) Programa Brasil empreendedor, com a capacitação de 6 milhões de empreendedores e um investimento de 8 bilhões de reais;
- c) EMPRETEC e Jovem Empreendedor do Sebrae para formação de empreendedores;
- d) Movimento de criação de empresas Pontocom em 1999 e 2000 surgindo várias empresas *Start-ups* por jovens;
- e) Crescimento de incubadoras no Brasil;
- f) Evolução da legislação em prol das micro e pequenas empresas;
- g) Repercussão da semana anual do empreendedorismo, com discussão dos resultados da pesquisa GEM (Monitoramento de empreendedorismo global);
- h) Cursos e programas nas universidades para o ensino do empreendedorismo e criação de negócios;
- i) Cursos de MBA (*Master of Business Administration*) e cursos à distância para formação de empreendedores;
- j) Maior apoio através do SEBRAE, ENDEAVOR, ANPROTEC, ONGs, institutos e empresas, e investimentos do FINEP, CNPq, BNDS, entre outras.

Apesar dos avanços, o Brasil ainda é inferior aos Estados Unidos, países da Europa e da Ásia, devido às centenas de iniciativas dos governos, organizações privadas e investimentos de milhões de dólares em programas de apoio ao empreendedorismo que esses países possuem (DORNELAS, 2008).

Entretanto o empreendedorismo é apontado como uma revolução silenciosa para o século XXI (DORNELAS, 2012), pois aos poucos irá se perceber que é o empreendedorismo a energia que move a economia, leva a mudanças determinantes e transformações efetivas (CHIAVENATO, 2012).

Portanto, nesta seção apresentou-se os principais aspectos relacionados ao surgimento do empreendedorismo, desenvolvimento dos conceitos, principais autores que colaboraram com a área, evolução das características empreendedoras e as principais ações que estimularam o desenvolvimento do empreendedorismo. Na próxima seção aborda-se sobre as características e fatores do perfil empreendedor.

2.2 CARACTERÍSTICAS E FATORES DO PERFIL EMPREENDEDOR

O empreendedor é aquele que faz planos para concretizar o futuro e aceita a responsabilidade de construir empresas, cidades e países. Seu papel é modificar a sociedade, assumir como missão de vida a responsabilidade, a dor e a delícia de empreender (FERRARI, 2009). São pessoas, que buscam gerar valor por meio da criação ou expansão de alguma atividade econômica, identificando e explorando novos produtos, processos e mercados (ENDEAVOR BRASIL, 2017). É o indivíduo provido de uma racionalidade especial, inquieta, tem desejo de autonomia, independência, é lutador, não tem medo de desafios, enfrenta a realidade, transforma oportunidades em ações, e metas e objetivos em resultados consistentes (CHIAVENATO, 2012), não se contenta com a mesmice, são comprometidos com seus sonhos, se destacam em sua área de atuação (DORNELAS, 2015).

O espírito empreendedor envolve emoção, paixão, impulso, intuição, mas também muita racionalidade. Para ser um bom empreendedor deve-se balancear os aspectos racionais e emocionais (CHIAVENATO, 2012). É aquele que estabelece a visão e os objetivos, depois localiza os recursos, define tarefas e papéis que criam uma estrutura de organização. Seu trabalho é centrado no planejamento de processos que resultam de uma visão diferenciada no meio e é apoiado na cultura da liderança (DOLABELA, 2008). E empreende por causa do gosto pela inovação e autonomia (FIALHO, 2018).

Além disso, os empreendedores devem englobar, a autoconsciência (conhecer e entender seu temperamento e emoções), autodisciplina (habilidade de controlar seus impulsos, pensar antes de agir), empatia (entender o modo de ser emocional de outras pessoas), motivação (propensão a seguir metas e objetivos com persistência) e habilidade social (capacidade de relacionar-se (MENDES, 2009).

Isto posto, o empreendedor de sucesso recebe inúmeras características que o identificam, sendo que as mesmas podem ser visualizadas no Quadro 2.

Quadro 2- Características dos empreendedores de sucesso

Características	Descrição
São visionários	Eles têm a visão de como será o futuro para seu negócio e sua vida.
Sabem tomar decisões	Não são inseguros, tomam as decisões corretas, na hora certa e implementam suas ações rapidamente.
São indivíduos que fazem a diferença	Sabem agregar valor aos serviços e produtos que colocam no mercado.
Sabem explorar ao máximo as oportunidades	As boas ideias são geradas daquilo que todos conseguem ver sem poder identificar algo prático para transformá-las em oportunidade, por meio de dados e informação.
São determinados e dinâmicos	Implementam suas ações com total comprometimento. Possuem uma vontade ímpar de 'fazer acontecer', e cultivam certo inconformismo diante a rotina.
São dedicados	Dedicam-se inteiramente ao seu negócio, 24 horas por dia, deixando muitas vezes sua família e amigos e saúde em segundo plano.
São otimistas e apaixonados pelo que fazem	O amor ao trabalho é o combustível que os mantém animados e autodeterminados. E o otimismo faz com que enxerguem o sucesso e não o fracasso.
São independentes e constroem o seu próprio destino	Querem ser independentes ao invés de empregados, abrir seus próprios caminhos, ser seu próprio patrão e gerar empregos.
Ficam ricos	O objetivo principal não é ficar rico, acreditam que o dinheiro é consequência do sucesso.
São líderes e formadores de equipe	Possuem um senso de liderança incomum, são respeitados e adorados por seus funcionários. Sabem que para obter êxito e sucesso, dependem de uma equipe de profissionais competentes.
São bem relacionados (networking)	Sabem construir uma rede de contatos que o auxiliam dentro e fora da organização, enxergam nas pessoas uma das suas mais importantes fontes de aprendizado
São organizados	Sabem obter e alocar recursos materiais, humanos, tecnológicos e financeiros de forma racional procurando o melhor desempenho.
Planejam, planejam e planejam	Planejam cada passo, desde um rascunho de uma ideia, até a apresentação de um plano a investidores.
Possuem conhecimento	São sedentos pelo saber e aprendem continuamente, pois sabem que, quanto maior o domínio sobre um ramo de negócio, maior é sua chance de êxito.
Assumem riscos calculados	O verdadeiro empreendedor assume riscos calculados e sabe gerenciá-los, avaliando as reais chances de sucesso. Para ele quanto maior o desafio, mais estimulante será a jornada empreendedora.
Criam valor para a sociedade	Por meio de geração de emprego, dinamizando a economia e inovando, em busca de soluções para melhorar a vida das pessoas.

Fonte: Elaborado pela autora, adaptado de Dornelas (2015).

Mendes (2009) também colabora, acrescentando ideias de que empreendedores de sucesso são comprometidos e acreditam no que fazem, são dotados de uma forte intuição e criam métodos próprios e dotados de um forte sentido de realização. São seres que buscam descobrir novos caminhos (SALIM; SILVA, 2013). Os empreendedores manifestam suas ações através da atividade empreendedora, entendida como a ação humana empreendedora na busca da geração de valor, por meio da criação ou expansão da atividade econômica, identificando novos produtos, processos e mercados; (ENDEAVOR BRASIL, 2017). As vezes proporciona uma inovação incrível e outras vezes implementa apenas uma iniciativa prática que acrescenta algo bem conhecido em um lugar onde ainda não havia sido implementado. (SALIM; SILVA, 2013)

O empreendedorismo é um fenômeno coletivo e comunitário, pois cabe a comunidade criar um ambiente propício e favorável para a formação de um espírito empreendedor. Fatores que contribuem para o surgimento de uma cultura empreendedora e criação de novos negócios são associados a economia, legislação, questões sociodemográficas, fatores familiares e pessoais. (GEM, 2016).

Além disso ainda é um fenômeno cultural, é fruto de hábitos, práticas e valores (DOLABELA, 2008). Sarkar (2007) cita 5 etapas em que se pode receber influências que levam ao empreendedorismo: a infância (através dos pais ou família); adolescência (escola, preferências vocacionais, amizades e comunidade); idade adulta (educação, formação, sociedade, amigos, trabalho e família); meia idade (fatores ocupacionais, relações de trabalho, família, amizades e interações com o ambiente); e terceira idade (através do rendimento alcançado, situação familiar, objetivos comunitários, oportunidades extras de trabalho e satisfação no trabalho).

As características pessoais dos empreendedores são essenciais quando se fala na decisão de empreender. Valores e virtudes são características determinantes no sucesso ou fracasso do ser empreendedor. Os valores são as preferências ou opções morais de uma sociedade. Entretanto o empreendedor possui valores individuais que orientam sua conduta, alguns dos valores são, a felicidade, liberdade, plenitude, excelência, autonomia e independência, sentido de realização e reconhecimento. Em relação às virtudes, elas expressam a realidade interior de cada um e podem ser virtudes do empreendedor a responsabilidade, disciplina, honestidade, humildade, integridade, respeito, equanimidade e o não-julgamento (MENDES, 2009).

Além de valores e virtudes, ainda deve-se levar em conta as habilidades exigidas de um empreendedor, que podem ser visualizadas no Quadro 3, sendo agrupadas em três áreas: técnicas, gerenciais e características pessoais.

Quadro 3- Habilidades exigidas de um empreendedor

Habilidades	Características
Técnicas	Saber escrever, ouvir as pessoas, captar informações, ser organizado, ser líder e coordenar equipes.
Gerenciais	Desenvolvimento, criação e gerenciamento de diversas áreas de uma empresa, como marketing, administração, finanças, produção, etc.
Características pessoais	Disciplina, inovação, persistência, visão, aceitar mudanças, entre outras.

Fonte: Elaborado pela autora, baseado em Dornelas (2012).

Chiavenato (2012) ainda apresenta três características básicas do empreendedor, a necessidade de realização, a disposição para assumir riscos e a autoconfiança.

O empreendedor possui ainda outras peculiaridades que podem ser notadas, esses atributos são apresentados a seguir (SALIM; SILVA, 2013):

- a) Poder de observação do empreendedor - hábito de observar a realidade, tomando atitudes de busca de soluções para possíveis problemas;
- b) Capacidade de inovar - criar o hábito de imaginar soluções para o que ainda não foi resolvido, ou foi resolvido de forma insatisfatória;
- c) Experiência no emprego - observam as situações diárias no seu trabalho e procuram formas de realizar melhorias;
- d) Crises - é na crise que nascem as invenções e grandes estratégias;
- e) Experiência como consumidores - consumidores atentos conseguem descobrir pontos fracos de um produto e encontram soluções, e;
- f) Ideias que deram certo em outros lugares - se baseiam em ideias de outros que deram certo e as validam com perspectivas de sucesso.

A vontade de empreender surge por razões diversas, como, necessidade de conquista, controle, capacidade de assumir riscos, sensação de liberdade, vontade de provar sua capacidade, disposição para desenvolver ideias, vontade de ser seu próprio patrão, ganhar mais dinheiro, por necessidade ou oportunidade normalmente (PEREIRA; VERRI, 2014). Outras variáveis observadas são trazidas por Watchravesringkan et al., destacadas na obra de Schaefer et al (2018): Valores pessoais (autorrealização, sentimento de satisfação, respeito próprio, ser bem respeitado, segurança, excitação, diversão e alegria de viver, sentimento de pertencimento, relações calorosas com os outros; atitudes empreendedoras (prefere ser o próprio chefe do que ter um emprego seguro, só consegue ganhar muito dinheiro se trabalhar por conta própria, prefere criar uma nova empresa do que ser gestor de uma já existente, gosta da ideia de trabalhar por conta própria, abrir um negócio soa atrativo, capaz de resolver problemas, gerenciar o dinheiro, tomar decisões, criatividade e liderar.

Ainda a motivação para empreender tem a ver com (CRESPAM, FONSECA, GROHMANN, 2009):

- a) Características pessoais (coragem, autonomia, controle pessoal, facilidade de construção de relacionamentos, grau de conformidade, necessidade de realização, visão de futuro, propensão ao risco calculado);
- b) Ambiente pessoal (influência familiar, sustentação social, gênero, experiência anterior, necessidade de aperfeiçoamento);
- c) Objetivos pessoais (desafio, remuneração, expansão de negócio, alcance de objetivos iniciais);

- d) Ambiente de negócios (organização e planejamento, geração de emprego, expansão de mercado, expectativas de crescimento, dificuldades no macroambiente, relação societária, estratégia diferenciada no relacionamento com os clientes, concorrência indireta);
- e) Ideia do negócio (experiências anteriores, formação educacional, oportunidade).

Os empreendedores ademais são caracterizados por um conjunto de comportamentos e hábitos que podem ser adquiridos, praticados e desenvolvidos, adotam a atitude de observação da realidade, que os leva a ter uma boa percepção das oportunidades, são capazes de capturar e avaliar oportunidades e a partir de suas ideias desenvolver planos para realizar seus objetivos, desenvolvem habilidade para obter apoio de colaboradores e financiadores, são habituados a tomar decisões e buscam criar valor para a sociedade através de seus empreendimentos (SALIM; SILVA, 2013).

Em relação as atitudes empreendedoras eles buscam: honrar seus compromissos perante fornecedores, colaboradores e clientes; são honestos consigo mesmos e com os outros, respeitam os diferentes pontos de vista mesmo não concordando, utilizam sua experiência de vida como uma oportunidade de aprendizagem, apoiam o crescimento pessoal e profissional de que estar ao seu redor (MENDES, 2009).

Contudo os empreendedores de sucesso possuem atributos relacionados com a realização, planejamento e poder que podem ser vistos no Quadro 04.

Quadro 4- Características dos empreendedores de sucesso, relacionados com realização, planejamento e poder

Característica	Descrição
Realização	busca de oportunidades e iniciativas, correr riscos calculados, exigir qualidade e eficiência, persistência, comprometimento
Planejamento	busca de informações, estabelecimento de metas, planejamento e monitoramento sistemático
Poder	persuasão e rede de contatos, independência e autoconfiança

Fonte: Adaptado de Dornelas (2015).

Os empreendedores de sucesso segundo Pereira (2018):

- a) formam uma rede de relacionamento, conhecem novas pessoas, participam de eventos, fóruns, conversam, trocam ideias, estão sempre dispostos a ajudar os outros;
- b) aprendem a comunicar-se, falar em público, dialogar, conduzir uma reunião;
- c) trabalham duro, dedicação, persistência, disciplina;
- d) evitam o isolamento, fazem parte de um grupo, não existe sucesso sem apoio da família e amigos;
- e) entendem que obstáculos podem ser oportunidades, os obstáculos servem de aprendizado;

- f) aceitam que a prática leva a excelência, as pessoas de sucesso praticam muito antes de tomar grandes decisões;
- g) são perseverantes, não se deixam abater nas primeiras dificuldades;
- h) colocam a pessoa certa no lugar certo, a pessoa certa está sempre treinando buscando se aprimorar e;
- i) tem objetivos e metas bem definidos.

Diante disso, para que todas essas características possam ser exploradas e desenvolvidas é necessário um ambiente favorável, esse ambiente do empreendedorismo gira em torno da inovação, a inovação é o centro do ambiente empreendedor, que envolve vários outros aspectos para poder ser desenvolvida, como a comunicação, informação, distribuição, facilidade de exportação e importação, tecnologia, globalização e surgimento de novos conceitos (SALIM; SILVA, 2013).

Assim sendo, este capítulo expôs as principais características inerentes ao empreendedor, valores, virtudes e habilidades dos empreendedores de sucesso, influências que o empreendedor recebe e o surgimento da vontade de empreender. Na próxima seção serão visualizados os principais tipos de empreendedores e suas descrições.

2.3 TIPOS DE EMPREENDEDORES

Não existe um único tipo de empreendedor ou um modelo ideal a ser seguido, cada tipo possui seu modo e sua motivação para empreender, por isso não é possível identificar qual o tipo que ao ser seguido, garante o sucesso do empreendimento. Enfatiza-se que a maioria dos indivíduos não apresenta um só perfil, mas sim, vários ao mesmo tempo (ENDEAVOR BRASIL, 2014).

O empreendedor nato é aquele conhecido por “nascer empreendendo”, é o empreendedor em sua forma mais pura, busca realizar seus sonhos, tem tendência a empreender sempre, mesmo que trabalhe para outras pessoas. (ENDEAVOR BRASIL, 2014). Por muito tempo acreditou-se que só existia esse tipo de empreendedor, que se o indivíduo não tivesse nascido com essas características não seria um empreendedor no futuro.

O empreendedor pode ser voluntário, ou seja, possuir uma motivação para empreender, ou involuntário, que é forçado a empreender por algum motivo, como o desemprego. Porém aquele que apenas cria uma empresa e não institui algo novo a ela, não pode ser considerado um empreendedor (DOLABELA, 2008).

Conforme Dornelas (2015) os empreendedores podem ser classificados em nove tipos, que são separados dessa forma:

- a) Empreendedor informal (necessidade): cria um negócio próprio por não ter alternativas de acesso ao mercado de trabalho ou foi demitido. Suas iniciativas empreendedoras são simples e pouco inovadoras;
- b) Empreendedor cooperado: São exemplos desse tipo os catadores de material reciclável que criam uma associação para ganhar em escala e negociar a venda do que produzem. É um possível caminho para deixar de ser um empreendedor por necessidade;
- c) Empreendedor individual: É o antigo empreendedor informal e de necessidade que começa a ter uma empresa de fato, contrata funcionários e pode crescer;
- d) Empreendedor franqueado: É aquele que inicia uma empresa a partir de uma marca já desenvolvida por um franqueador;
- e) Empreendedor social: Tem como missão de vida construir um mundo melhor para as pessoas. Suas características são similares as dos demais empreendedores, porém a diferença é que eles se realizam vendo seus projetos trazerem resultados aos outros e não a si próprios;
- f) Empreendedor corporativo: São funcionários conscientes de seu papel na organização na qual trabalham, trazem ideias e executam projetos, visando o crescimento da empresa no longo prazo. Esse tipo tem ficado mais em evidência, devido aos grandes benefícios que traz as organizações;
- g) Empreendedor público: São pessoas comprometidas como coletivo, que não se deixam cair na monotonia por ter estabilidade no emprego e querem melhorar o local de trabalho e os serviços onde atuam;
- h) Empreendedor do conhecimento: Se tem como exemplo um atleta que se prepara com dedicação, planeja a melhor estratégia para otimizar seu desempenho e executa com perfeição o que planejou;
- i) Empreendedor do negócio próprio: É o indivíduo que busca autonomia, quer ser patrão e cria uma empresa “estilo de vida”, sem grandes pretensões de crescimento. Porém o negócio estilo de vida é de alto risco, porque há muitos concorrentes fazendo o mesmo. Também há o empreendedor no negócio próprio que pensa grande e também arrisca, mas pode construir uma empresa duradoura e que muda o local onde vive, sua região e país.

Ainda Dornelas (2012; 2015) define cinco subtipos de empreendedores: Empreendedor nato (o mitológico) são conhecidos e aclamados, suas histórias são brilhantes, geralmente começaram do zero e criam impérios. Começam a trabalhar muito jovens e tem como exemplos

a seguir os valores familiares e religiosos; empreendedor que aprende (o inesperado), é uma pessoa que nunca pensou em ser empreendedor. Antes de se tornar empreendedor acreditava que não gostava de assumir riscos; serial (cria novos negócios), é apaixonado pelo ato de empreender. É uma pessoa dinâmica, gosta de desafios e está atento a tudo que acontece ao seu redor. Sua maior habilidade é acreditar nas oportunidades e não descansar enquanto não as implementar; herdeiro (sucessão familiar), recebe a missão de dar continuidade ao negócio da família, ele aprende a arte de empreender com exemplos da família e segue seus passos e; empreendedor ‘normal’(planejado), busca minimizar os riscos, tem uma visão de futuro clara e trabalha em função de metas. Esse empreendedor seria o mais completo.

Os empreendedores, também podem ser classificados de outras maneiras. Encontra-se o empreendedor revolucionário, que cria novos mercados por meio de algo único, e o conservador que cria negócios em mercados existentes. Atualmente, muito se fala empreendedorismo corporativo, que está ganhando espaço por causa das vantagens que traz, ele pode ser entendido como o processo identificação, desenvolvimento e captura de novos negócios dentro de uma empresa (CHIAVENATO, 2012).

Ademais destaca-se o empreendedor startup, que é aquele que identifica uma oportunidade e apresenta um novo empreendimento, o ecoempresário, voltado mais para a sustentabilidade, usando materiais recicláveis em seus negócios, e o empreendedor tecnológico, que se arrisca em mercados onde a taxa de sobrevivência é baixa, possui familiaridade com o mundo acadêmico, e investe em negócios na economia digital (BAGGIO; BAGGIO, 2014).

Os empreendedores também apresentam distinções em seus estilos de fazer negócios. Chiavenato (2012) apresenta dois padrões de empreendedores. De um lado está o empreendedor executor, caracterizado como aquele que não possui muito conhecimento de gestão de negócios, inicia o negócio a partir de habilidades técnicas, não possui preparo para se comunicar bem, nem avaliar o mercado e menos ainda de tomar decisões. Já o empreendedor administrador possui educação técnica, conhece e domina a administração e o comportamento organizacional, procura sempre estudar e aprender mais.

Além dos tipos já citados anteriormente, encontra-se na literatura outras categorias que podem ser consideradas. O tipo meu jeito quer fazer as coisas da forma que acredita que tem que ser, e procura ser reconhecido por isso, fiel a suas crenças, ambições e valores, tem dificuldade de trabalhar em algo que não acredite. O situacionista é levado a empreender por questões mais circunstanciais, por uma oportunidade que “caiu no colo”, por grande insatisfação com o mercado de trabalho, ou uma vontade de tentar algo novo, é o tipo mais comum de ser encontrado no Brasil. Já os idealistas, visam ao lucro, mas não a qualquer custo,

eles buscam contribuir para uma transformação social ou ajudar a melhorar a vida de um grupo de pessoas, e por fim ainda há o modelo busca do milhão, que enxerga no empreendedorismo uma forma de alcançar fortuna, seu maior foco é o lucro (ENDEAVOR BRASIL, 2014).

Isto posto, observou-se nesta seção os tipos de empreendedores, nota-se que há vários tipos citados na literatura e que nenhum é considerado superior ao outro, pois cada indivíduo possui suas próprias características e métodos diferentes de agir perante um negócio. Em seguida, no próximo capítulo se apresentam as etapas e particularidades do processo empreendedor.

2.4 O PROCESSO EMPREENDEDOR

Após considerar todas as definições, características e análise dos tipos de empreendedor, parte-se para a parte mais relevante e interessante, que é o processo de iniciar um novo negócio. O conceito de abertura de empresas pode ser entendido como “o conjunto de processos que permite o início das atividades comerciais de uma empresa” (ENDEAVOR, 2017, p.11)

Inicialmente o empreendedor procura identificar uma oportunidade, para isso, normalmente se faz os seguintes questionamentos: o que não está funcionando bem na realidade? O que poderia ser mais simples ou funcionar melhor? Como diminuir os custos sem perder qualidade? Como diminuir os prazos? Como melhorar a vida das pessoas? (SALIM; SILVA, 2013).

Para dar início ao processo de empreender, além de identificar uma oportunidade, deve-se procurar meios para implementar a mesma. Desse modo apresenta-se as fases do processo empreendedor, que podem ser visualizadas no Quadro 5.

Quadro 5- Fases do processo empreendedor

Fases	Processos
1	Identificar e avaliar uma oportunidade
2	Desenvolver o plano de negócio
3	Determinar os recursos necessários
4	Administrar o empreendimento

Fonte: Mendes (2009).

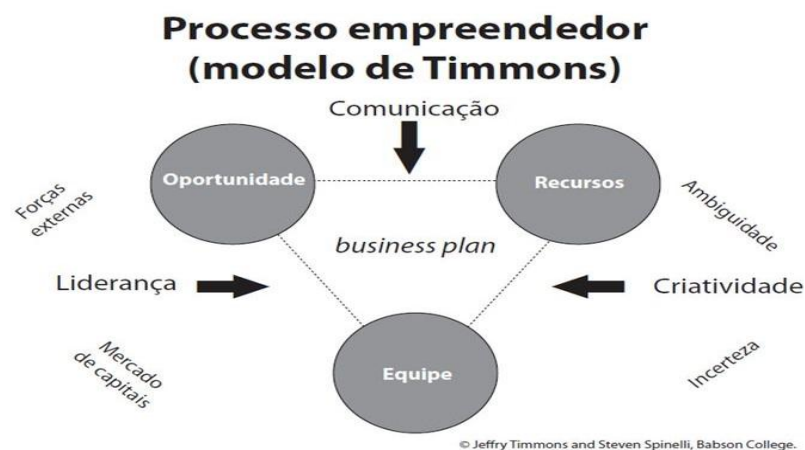
O Quadro 5 apresenta as fases do processo empreendedor que são divididas em quatro fases que ocorrem uma posterior a outra, iniciando pela identificação a avaliação de uma oportunidade, onde o gestor deve analisar as oportunidades existentes e com qual delas se identifica mais, posteriormente, parte-se para o desenvolvimento de um plano de negócios, em

que apresenta-se a viabilidade do projeto. A terceira etapa consiste na determinação dos recursos necessários para colocar o negócio em prática, e por último a administração do empreendimento já em funcionamento.

Uma empresa surge condicionada por vários fatores e três deles são: fatores objetivos (escassez de um bem particular, estrutura de mercado favorável, capitais disponíveis para créditos, leis que viabilizem e facilitem empreendimentos), subjetivos (vocação empresarial, aptidão e capacita o empresarial, cultura, moral e  tica em favor da empresa e o empresário, instinto de sobrevivência) e operacionais (facilidade para fazer negócios, arte para identificar e guardar ideias, elabora o de planos de negócios, registro oficial de empresas, roteiro a seguir para abrir uma empresa) (AGÜERO, 2013).

O processo empreendedor também precisa ser condicionado por vários outros aspectos que agrupam o processo de identifica o da oportunidade, aloca o de recursos, forma o de uma equipe qualificada, que envolve a criatividade, comunica o, liderança e ainda as forças externas, ambiguidade, incertezas e mercados de capitais que tem poder de influenciar na decisão de sucesso ou insucesso do empreendimento. Na Figura 1 pode-se examinar esse processo global através da visão de *Timmons*.

Figura 1- O processo empreendedor na visão de Timmons.



Fonte: Dornelas, 2012.

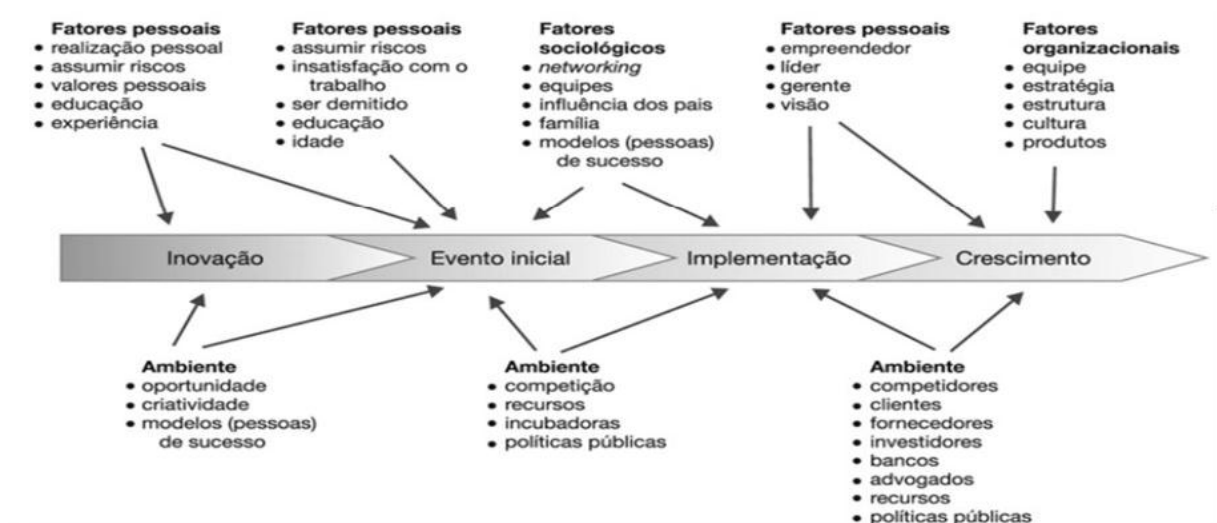
Para ser bem-sucedido não basta apenas criar um negócio, deve também se conhecer o produto, serviço, cliente, o mercado, a visão e missão e estabelecer estratégias, saber gerenciar

para manter e sustentar por um longo prazo e obter retornos. Deve ter noções de planejamento, organização, direção e controle (CHIAVENATO, 2012).

Uma pesquisa realizada por Dornelas (2015) com empreendedores que obtiveram sucesso mostra que os principais fatores que influenciam na decisão de empreender, é a percepção de oportunidade, em seguida a influência de familiares e amigos, o desejo de possuir o próprio negócio, a ocasião de demissão, independência financeira, liberdade para colocar ideias em prática, entre outros.

A decisão de tornar-se um empreendedor decorre de diversos fatores como, fatores sociais, ambientais, externos, internos e habilidades (MENDES, 2009). Dornelas (2012) contribui para o entendimento do processo empreendedor, trazendo em sua literatura uma exposição dos fatores que influenciam no processo empreendedor, que pode ser visto na Figura 2.

Figura 2- Fatores que influenciam no processo empreendedor.



Fonte: Dornelas, 2012.

As fases relacionadas na Figura 2 devem ser executadas em ordem, pois uma depende da outra para ser realizada. Mas antes de dar início a essas etapas, o empreendedor deve mergulhar fundo no planejamento, e avaliar cada detalhe da oportunidade, para não haver frustrações posteriormente.

Porém o processo empreendedor deve ser pensado muito antes de colocado em ação. A preocupação com a qualidade dos processos que antecedem a abertura de uma empresa se dá pelo grande número de empresas que fracassaram, esse fracasso está relacionado

principalmente com a falta de habilidades administrativas, financeiras, mercadológicas, etc. Por isso para a organização ter vida longa, é preciso uma visão em longo prazo, além de compreender fatores críticos para o desenvolvimento econômico. Para o negócio triunfar os fatores imprescindíveis são as pessoas (talentos), ideias (tecnologia), recursos (capital), conhecimento (*know-how*) (MENDES, 2009). A sobrevivência de empresas está relacionada a um conjunto de fatores: conjuntura econômica favorável, políticas públicas que criem um ambiente favorável a atividade empreendedora e características pessoais. (SEBRAE, 2017).

Antes de tomar a decisão de iniciar um empreendimento deve-se pensar algumas questões fundamentais, Chiavenato (2012) apresenta os principais itens a serem refletidos: Primeiramente exige-se uma reflexão de quais as decisões iniciais e básicas para desenvolver as atividades inerentes ao negócio; em seguida, como planejar, organizar, conseguir recursos financeiros e pessoas; como assegurar a viabilidade, competitividade e a sustentabilidade da empresa; e por último como manter a lucratividade a curto e longo prazo. Analisar os prós e contras, torna-se fundamental antes de iniciar um novo negócio. Existe o lado bom de ter seu próprio negócio como a autonomia, sensação de sempre ser dono das decisões, fazer os próprios horários. Mas há o lado ruim, pois, o empreendedor muitas vezes acaba por ser escravo do trabalho, trabalha sob pressão e assume riscos financeiros (DORNELAS, 2015).

Contudo para que o empreendimento dê certo necessita-se de conhecimento, experiência no ramo, preparação técnica e profissional, entendimento de gestão, saber formar uma equipe qualificada, analisar se possui recursos disponíveis e buscar formas de conseguir (DORNELAS, 2015). Além disso, as características pessoais que favorecem a sobrevivência dos negócios são a experiência anterior do empreendedor na atividade, preparo em termos de gestão (fluxo de caixa, gestão de custos), maior nível de escolaridade, conhecimentos, habilidades e atitudes empreendedoras e motivações (SEBRAE, 2017).

Neste capítulo conheceu-se os aspectos ligados ao processo de iniciar uma nova empresa, inicialmente fatores relacionados à identificação de uma oportunidade, em seguida a busca de meios para implementá-la, necessitando fundamentalmente conhecer o mercado e o cliente e planejando muito antes de tomar as decisões. Na próxima seção serão apresentadas as principais condições favoráveis e obstáculos existentes na abertura de um empreendimento.

2.5 CONDIÇÕES FAVORÁVEIS E OBSTÁCULOS EXISTENTES NA ABERTURA DE UM NOVO NEGÓCIO

Sabe-se que o Brasil avançou bastante no que diz respeito à área de empreendedorismo nos últimos anos, por isso já dispões de muitas condições favoráveis que incentivam o comportamento empreendedor e a abertura de novos negócios. Por outro lado, os obstáculos existentes impedem um crescimento maior ainda.

2.5.1 Condições favoráveis para empreender

As circunstâncias favoráveis ocorrem através de programas e apoios de diversos setores. De acordo com especialistas os principais fatores favoráveis ao empreendedorismo no Brasil são, a abertura de mercado, a capacidade empreendedora, programas governamentais, entre outros existentes (GEM, 2016).

O movimento empreendedor brasileiro é estimulado essencialmente pelo SEBRAE, FINEP, ENDEAVOR, SENAC, SENAI e ANPROTEC (SALIM; SILVA, 2013). Como exemplo pode-se observar os serviços oferecidos pelo SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), como o programa Jovem empreendedor, Semana MEI, Feira do Empreendedor e Desafio SEBRAE (RIBEIRO; CAMPOS, 2017). Além disso, o Sebrae é a principal entidade que apoia os empreendedores brasileiros (DORNELAS, 2012) e atua no fortalecimento do empreendedorismo e na aceleração do processo de formalização da economia, através de parcerias com os setores público e privado. Promove o acesso ao crédito, estimula o associativismo, fomenta feiras e rodadas de negócios, oferece consultoria empresarial (SEBRAE, 2015).

Já o instituto empreender Endeavor que tem como missão eliminar os fatores limitantes ao surgimento do empreendedorismo, como a dificuldade de acesso a capital, falta de informação e carência de suporte. O instituto também realiza a análise do empreendedorismo nas cidades brasileiras e informa ao público em geral através de relatórios (DORNELAS, 2012).

Outros meios são os parques tecnológicos que são instrumentos de integração de vários atores, ambientes de inovação que podem transformar a economia regional e nacional através de conhecimento. *Coworking*, são espaços que representam uma oportunidade de compartilhamento de ideias, estimulando a criação de novos negócios. Núcleo de Inovação e Tecnologia (NIT) que são ambientes estabelecidos com o objetivo de desenvolver, apoiar e proteger as políticas de inovação (NUNES, 2018).

Outra entidade que apoia a área é a universidade que inclui os centros de pesquisa, que podem auxiliar as empresas nos problemas relacionados a tecnologia, a inovação, possui pesquisadores capacitados e ainda as empresas juniores que prestam consultoria por um preço abaixo do preço de mercado (DORNELAS, 2012). Ainda pode-se destacar as incubadoras de empresas que são entidades sem fins lucrativos, dão suporte as pessoas que queiram transformar seus projetos em produtos e serviços, visto como um meio de estímulo a criação de novos negócios, (DORNELAS, 2012). Além disso, para auxiliar nos negócios encontra-se a prática de mentoria, o mentor é alguém mais experiente, que dá conselhos, compartilha suas experiências, transmite valores, ideias, atitudes, ajuda na tomada de decisão (ENDEAVOR; SEBRAE, 2016).

2.5.2 Obstáculos ao empreendedorismo

Em contraste às condições favoráveis, encontra-se a limitação para empreender. O apoio ao empreendedorismo e a dinâmica empreendedora do país ainda não são prioridades nas políticas e ações governamentais (DORNELAS, 2012). Empreender no Brasil não é fácil, o país aparece entre os 15 piores países no quesito de facilidade de abrir novos negócios segundo um relatório da Endeavor e 86% das empresas existentes no Brasil não conseguem cumprir todas as normas existentes e um grande problema é que o país não está progredindo para melhorar o ambiente de negócios, principalmente o que diz respeito a burocracia (ENDEAVOR BRASIL 2017).

Pesquisas realizadas pelo Endeavor Brasil (2017) mostram que os problemas relacionados a burocracia, ao ambiente regulatório, que envolve tudo o que toma tempo, como a abertura da empresa, dificuldades com impostos e acompanhamento de atualizações tributárias, é um dos maiores entraves ao empreendedorismo, devido sua grande complexidade. A burocracia está em todas as fases do negócio, na abertura, durante o funcionamento e até no encerramento, com isso observa-se a alta complexidade da legislação brasileira.

O ambiente regulatório abrange os seguintes processos (ENDAVOR BRASIL, 2017):

- a) Tempo de processos, o tempo de abertura de empresas no Brasil é em média de 62 dias;
- b) Tempo de regularização de imóveis, necessitando em média 283 em tramitação;
- c) Taxa de congestionamento em tribunais estaduais, em 2016, de cada 100 ações 67 ainda estavam em andamento no fim do ano;

- d) Custo de impostos, alto custo de impostos como imposto sobre circulação de mercadorias e prestação de serviços (ICMS), imposto predial e territorial urbano (IPTU), imposto sobre serviços (ISS);
- e) Complexidade tributária que contempla as obrigações acessórias estaduais e municipais, o cumprimento dessas obrigações demanda tempo, custo de taxas e contratação de profissionais que muitas vezes inviabiliza o negócio.

Também um dos entraves ao desenvolvimento do empreendedorismo está no apoio financeiro, onde há a escassez de formas de financiamento (GEM, 2015). A disponibilidade de recursos para investir no negócio é determinante para o futuro da empresa, como muitos que desejam abrir seu negócio não possuem recursos financeiros próprios, precisam de ajuda para conseguir. No Brasil as duas principais formas para novos empreendimentos conseguirem recursos financeiros é através do capital disponível via dívida (bancos, privados ou públicos) e capital de risco (venda de uma parte do novo empreendimento, para um sócio) (ENDEAVOR BRASIL, 2017).

Porém com a crise, que proporcionou uma queda no PIB (produto interno bruto) de 7,2% entre 2015 e 2016 o acesso ao capital pelas empresas ficou comprometido, assim há maior aversão ao risco. (ENDEAVOR BRASIL, 2017).

Um impedimento ao desenvolvimento do empreendedorismo ainda diz respeito aos limites na formação de mão de obra qualificada, onde há deficiência na educação de jovens e adultos para atender as demandas de mercado, ocorre a falta de direcionamento prático (ENDEAVOR BRASIL, 2017). Essa deficiência é encontrada em todos os níveis de ensino: fundamental, médio e superior (DORNELAS, 2012).

Como visto anteriormente nas circunstâncias favoráveis ao empreendedorismo, o país possui programas de apoio como o SEBRAE, FINEP, ENDEAVOR, entre outros, porém apesar de diversas instituições prestarem serviços de apoio ao empreendedorismo, apenas 13,4% dos empreendedores brasileiros procuram esses órgãos para auxiliar na gerência de seus negócios. O SEBRAE ainda, é a entidade mais conhecida e 68,1% dos que buscam auxílio recorrem a esse órgão, seguido pelo SENAC (19%) e SENAI (14,9%). Entretanto muitos dos que não buscam ajuda, é porque alegam que não possuem conhecimento da existência desses órgãos, ou não tem interesse. (GEM, 2016).

Os fatores que dificultam o empreendedorismo são diversos e muitos são repetidos diversas vezes pela literatura relacionada ao tema, no Quadro 6 pode-se verificar alguns elementos limitantes.

Quadro 6- Fatores que dificultam o empreendedorismo

Fator	Descrição
Conjuntura econômica	entraves na legislação, custo do empreendimento, dificuldade de captar recursos
Localização	definição do local para instalação da empresa, escassez de áreas dotadas de boa infraestrutura
Burocracia	processo formal de constituição e registro da empresa, demora
Tecnologia	falta de experiência na aquisição de máquinas e equipamentos adequado a serem empregados no processo produtivo
Mercadológica	consolidação da empresa e aceitação do produto ou serviço no mercado
Concorrência	pressão para diferenciar-se do concorrente e ter uma vantagem competitiva
Financeira	falta de incentivos na captação de recursos
Período inicial de operação	fragilidade e insegurança do empreendedor

Fonte: Elaborado pela autora, adaptado de Fialho, 2018.

Além dos aspectos citados no Quadro 6, de acordo com os empreendedores, os maiores desafios que eles encontram tem a ver com: gestão de pessoas (ter um bom time é o primeiro passo pra que o negócio cresça e gere impacto); gestão financeira (organização do fluxo de caixa, alocação dos recursos); jurídico e regulação (contratos e processos e complexidade dos impostos); inovação (criação e melhoria dos produtos e processos); marketing e vendas (marca, ponto de venda, pacificação, satisfação do cliente, estratégias); operações e processos; infraestrutura e; acesso a crédito e investimentos (ENDEAVOR BRASIL, 2016). Quanto a porcentagem dos desafios encontrados o acesso ao crédito e investimentos aparece com 22%, a gestão de pessoas 18%, a gestão financeira conta com 17% da porcentagem e a inovação também aparece com 17%, e os outros itens são vistos como menos desafiadores (ENDEAVOR; SEBRAE, 2016).

Logo os especialistas possuem um ponto de vista diferenciado dos empreendedores onde segundo ele os fatores limitantes principais são as políticas governamentais que aparecem com 77,4%, seguidas pelo apoio financeiro, educação e capacitação, características e força de trabalho (GEM, 2016).

Outros medos/receios para empreender, dizem respeito a dinheiro, falta de conhecimento e preparo, medo de falhar, não conseguir desenvolver um negócio melhor, com diferencial em relação a concorrência, mudar sua forma de pensar e trabalhar (KAWAMOTO JÚNIOR; ALBUQUERQUE; GOMES, 2015). O medo de fracassar pode ser um limitador da atividade empreendedora (GEM, 2016).

Ao final desta seção pode-se perceber que há várias condições favoráveis, como a abertura de mercado, programas de apoio, universidades que estimulam a pesquisa científica sobre o empreendedorismo, entre outros, por outro lado aparecem os obstáculos relacionados à burocracia, dificuldades de apoio financeiro, mão de obra qualificada, economia, etc. Porém

cabe ao empreendedor absorver as coisas boas e tentar eliminar os lados negativos. No próximo capítulo busca-se compreender perspectivas sobre o empreendedorismo acadêmico.

2.6 EMPREENDEDORISMO ACADÊMICO

A origem do empreendedorismo além de estar ligada as empresas, é associada aos cursos de administração. Foi dentro do meio acadêmico que se desenvolveu o ensino do empreendedorismo. O ensino nasceu nos Estados Unidos, quando Myles Mace em 1947 iniciou o primeiro curso de empreendedorismo em Harvard, em seguida Peter Drucker no ano de 1953 iniciou mais um curso na Universidade de Nova York. Assim em 1974 já existiam 104 cursos de empreendedorismo e perto de 2000 já se chegava a 1400 (LOPES, 2010).

Porém no Brasil, apenas em 1981 que se introduziu o curso de empreendedorismo, com foco na gestão de negócios, ele foi criado pelo professor Ronald Degen dentro da Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas. Em sequência a Universidade de São Paulo em 1984, deu início a um curso sobre criação de empresas (LOPES, 2010). Dolabela em 1992, na Universidade Federal de Minas Gerais criou o curso de empreendedorismo (DOLABELA, 2008).

A universidade e entidades estudantis são essenciais para despertar o desejo de empreender (ENDEAVOR; SEBRAE, 2016). A formação de novas empresas tem forte relação com as instituições de ensino, onde são formados profissionais qualificados, diferenciados e mais sintonizados com o mercado de trabalho exigente que se encontra (IIZUKA; MORAES, 2014). Por isso o empreendedorismo é um tema indispensável em universidades e escolas. A educação empreendedora tem por propósito desenvolver o espírito empreendedor. A prática do ensino contribui para a redução da mortalidade infantil das empresas, pois os empreendedores possuem uma visão global do processo (DOLABELA, 2008).

O objetivo de qualquer curso de empreendedorismo deveria concentrar-se na identificação e entendimento das habilidades do empreendedor, identificação e análise de oportunidades, em como ocorre o processo empreendedor, a importância do tema para o desenvolvimento econômico, na elaboração de um plano de negócios, identificação de fontes e obtenção de financiamento e como gerenciar e fazer a empresa desenvolver-se (DORNELAS, 2012).

As universidades precisam estar mais conectadas com seus alunos, mercado de trabalho e comunidade. As disciplinas de empreendedorismo são superficiais e não são aprofundadas, não exploram tudo o que poderiam explorar. Ainda, poucos são os cursos que oferecem

disciplinas de empreendedorismo, faculdades de negócios e administração são os centros mais utilizados para gerar conteúdos de empreendedorismo, porém não são totalmente aproveitados (ENDEAVOR; SEBRAE, 2016)

A metodologia usada em muitos cursos muitas vezes não é adequada para formar empreendedores, é importante que os professores e educadores sejam preparados para capacitar os alunos na adoção do empreendedorismo, e que as disciplinas sejam ministradas em todos os cursos (LOPES, 2010). A universidade pode potencializar e inspirar o empreendedorismo, mas atualmente não estão atendendo as expectativas dos alunos, enquanto cerca de 65% dos professores estão satisfeitos com iniciativas de empreendedorismo dentro da universidade, a satisfação dos alunos é de 36%. As matérias relacionadas a inspiração para empreender estão inseridas em 54,4% das disciplinas de empreendedorismo, porém os programas que proporcionam maior visão de inovação, criação de negócios e gestão de pequenos negócios estão presentes em somente 6,2% das instituições. É preciso multiplicar o número de universitários que criam empresas inovadoras (ENDEAVOR; SEBRAE, 2016).

Cursar disciplinas de empreendedorismo estimula diretamente o perfil empreendedor. Entretanto os temas das disciplinas de empreendedorismo são restritos e não abordam o necessário para preparar o empreendedor para sua jornada, pois a maioria das matérias são no início ou no fim do curso (ENDEAVOR; SEBRAE, 2016).

Durante a formação é importante que os estudantes façam uso de práticas que possibilitam o contato com o ambiente social, e estimulem o exercício da geração de negócios (LOPES, 2010) para que ocorra a introdução de uma visão e postura empreendedora e inovadora. Essas práticas possibilitam alterar o perfil do empresário brasileiro (ITELVINO et al, 2018). O uso apenas de conceitos não é suficiente para a qualidade do ensino (SALIM; SILVA, 2013). Ainda há e escassez de iniciativas extracurriculares, falta de bolsas para pesquisadores, infraestrutura, feiras de empreendedorismo, rodas de conversas com empreendedores, competição de ideia de negócio, plano de negócios, etc. Ou seja, eventos que coloquem o aluno como protagonista (ENDEAVOR; SEBRAE, 2016).

Já no curso de administração as disciplinas de empreendedorismo são fundamentais, pois o curso tem como objetivo preparar pessoas capazes de contribuir para o desenvolvimento das empresas, dentro do ambiente turbulento em que se encontram, para isso é necessária a formação de um profissional capaz de inovar, detectar oportunidades de negócios etc. A administração é um curso de destaque no Brasil, devido grande número de cursos existentes e alunos cursando a matéria, porém muitas vezes esses cursos são criticados por formar

profissionais que não atendem as demandas das organizações atuais, vistos como ultrapassados (MAZZUCHETTI; UECKER; UECKER, 2015).

A relação universidade/empresa ainda é distante, as instituições estão desconectadas do mercado 46% dos professores que se consideram influências no empreendedorismo nunca tiveram experiência como empreendedores (ENDEAVOR; SEBRAE, 2016). Para melhorar essa conexão as universidades devem trabalhar em conjuntos com outras instituições e escolas para uma formação eficiente do empreendedorismo. A formação já deveria iniciar pelas crianças ao ingressar no sistema escolar, continuando no ensino fundamental e médio, até chegar nas universidades (SARKAR, 2007). A comunidade também não está muito próxima das universidades e muitas acaba fechando as portas de suas organizações para alunos que desejam pôr em prática seu aprendizado, pouco interação com a comunidade. Observa-se que apenas 10,9% das atividades ligadas ao empreendedorismo existentes dentro da universidade são abertas e conectadas ao público externo (ENDEAVOR; SEBRAE, 2016)

Portanto, o empreendedorismo na academia precisa ser modificado e constantemente trabalhado, pois a metodologia atual ainda não é suficiente para despertar os estudantes a empreender. Visto que abrir uma empresa não é um dos seus principais objetivos, pois 73,3 % dos acadêmicos não tem intenção de abrir um negócio, muitas vezes por não serem estimulados e impulsionados (ENDEAVOR; SEBRAE, 2016).

Neste capítulo observou-se fatores ligados ao surgimento do empreendedorismo dentro das universidades, no Brasil e no mundo, importância do empreendedorismo dentro do ambiente acadêmico e a expansão de disciplinas relacionadas ao empreendedorismo em diversos cursos, principalmente do de Administração. Em seguida na seção 3, apresenta-se a metodologia.

3 METODOLOGIA

Este capítulo tem como objetivo apresentar a metodologia que foi utilizada para alcançar os resultados do presente estudo. Primeiramente será apresentada a concepção de pesquisa, na sequência a definição da população, o método de coleta dos dados, apresentação, análise e discussões dos resultados, ética na pesquisa e, por fim as limitações da pesquisa.

3.1 CONCEPÇÃO DE PESQUISA

O presente estudo realizado se caracteriza como uma pesquisa conclusiva do tipo descritiva, pois procura “descrever alguma coisa- normalmente, características ou funções de mercado” (MALHOTRA, 2012, p. 61).

Os dados utilizados foram primários, que “são originados por um pesquisador para finalidade específica de abordar o problema que está sendo considerado” (MALHOTRA, 2012, p.80), utilizados para responder aos objetivos específicos e foram obtidos através de um questionário.

Quanto a abordagem se trata de uma pesquisa quantitativa e qualitativa. Elas diferenciam- se, pois, a “pesquisa quantitativa traduz em números as opiniões e informações e as informações obtidas na pesquisa qualitativa não podem ser quantificáveis” (RODRIGUES et al., 2007, p. 5). Ainda a pesquisa qualitativa proporciona melhor visão e compreensão do contexto do problema, enquanto a pesquisa quantitativa procura quantificar os dados e, normalmente, aplica alguma forma de análise estatística (MALHOTRA, 2012). Assim os dados quantitativos dentro do trabalho são usados para identificar as variáveis do perfil empreendedor, conduzindo a um resultado com poucas chances de distorções. E a parte qualitativa proporciona uma melhor compreensão dos fatores que levam ao estudante querer ter seu próprio negócio, há uma compreensão mais profunda do assunto abordado.

3.2 POPULAÇÃO

A população da pesquisa que pode ser conceituada como o “total de indivíduos que possuem as mesmas características definidas para um determinado estudo”, (RODRIGUES et al., 2007, p.19) neste estudo ela é composta por todos os alunos do curso de administração da Universidade Federal da Fronteira Sul e Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões, nos *Campi* da Cidade de Cerro Largo, maiores de 18 anos, ou seja, foi realizado

um censo com toda a população. Para a realização da pesquisa foi levado em conta os alunos com matrícula ativa na primeira quinzena de agosto, desse modo o número de alunos participantes foi de um total de 199 alunos, sendo 155 da UFFS e 44 da URI.

3.3 INSTRUMENTO DE COLETA

A coleta dos dados foi realizada no mês de setembro, a partir de um questionário com perguntas abertas e fechadas. O questionário (Apêndice B) é constituído de quatro blocos, no primeiro constam quatro questões sobre o respondente, relacionadas à idade, gênero, fase do curso e a instituição de ensino. O segundo bloco é formado por três questões abertas relacionadas à propensão a abertura de empresas. O terceiro engloba quatro perguntas abertas, sobre sugestões para o Projeto Pedagógico do Curso. E no quarto e último bloco depara-se com trinta questões sobre o nível de perfil empreendedor. Essas questões foram respondidas com base na escala do tipo *Likert* de 5 pontos, “nessa escala os respondentes se posicionam de acordo com uma medida de concordância atribuída ao item e, de acordo com esta informação, se infere a medida do construto” (JÚNIOR; COSTA, 2014 p.4), onde 1 representa “insuficiente”, 2 “fraco”, 3 “regular”, 4 “bom”, e 5 “excelente”, e foi retirado da obra de Dornelas (2012), sendo então um instrumento já aplicado e validado anteriormente. As questões dos Blocos I, II e III foram elaboradas pela autora.

Antes da aplicação do questionário para a amostra definida, após a aprovação do trabalho pelo Comitê de Ética em Pesquisa, foi feita a análise de especialistas com cinco professores do curso de Administração, sendo quatro deles da UFFS e um da URI, tendo graduações nas áreas de Administração e Ciências Contábeis, especializações em Administração, Marketing e Estratégia, Qualidade na Administração, mestrados em Administração, Agronegócios, Ciências Contábeis, Desenvolvimento, Extensão Rural e doutorados em Administração, Agronegócios, Desenvolvimento Regional. O questionário (Apêndice A) que é a versão inicial, foi enviado a estes professores por E-mail, onde cada um pode fazer suas considerações. Um dos professores solicitou a análise do questionário de forma presencial para uma melhor explicação do mesmo. Desse modo, após o diagnóstico e considerações dos especialistas, o questionário foi devolvido à pesquisadora e foram feitas as devidas correções e alterações necessárias. As alterações que ocorreram podem ser observadas através do Apêndice B, que é a versão final que foi aplicada aos alunos.

O instrumento foi aplicado diretamente, através do contato pessoal da autora da pesquisa para com os pesquisados, por meio de aplicação dentro das duas instituições, indo de sala em

sala. Foram necessárias quatro semanas para a aplicação, uma semana na URI, no período de 03 a 07 de setembro, e três semanas na UFFS, no período de 10 a 28 de setembro, levando em conta apenas os dias úteis. Esse tempo maior para a aplicação na UFFS é motivado pelo número de alunos que é bem superior nessa instituição.

Esse questionário foi entregue ao respondente junto com duas cópias do TCLE (Termo de Consentimento Livre e Esclarecido) (Apêndice C), que foram assinadas por ele, uma cópia foi devolvida ao pesquisador, e a outra ficou com o respondente.

3.4 ANÁLISE DOS DADOS

Após a coleta de dados, executada por meio de questionário (apêndice B), os dados do Bloco IV foram tabulados por meio da planilha eletrônica BrOffice Calc e examinados com o uso da estatística descritiva. Posteriormente, analisados na forma descritiva através do editor de texto BrOffice Writer e por meio da elaboração de gráficos, quadros e tabelas. Os dados qualitativos foram examinados por meio da análise de conteúdo, nesse tipo de análise “o texto é um meio de expressão do sujeito, onde o analista busca categorizar as unidades de texto (palavras ou frases) que se repetem, inferindo uma expressão que as representem” (CAREGNATO; MUTTI, 2006, p. 682). Posteriormente os dados foram categorizados, a categorização pode ser definida como “uma operação de classificação de elementos constitutivos de um conjunto por diferenciação e seguidamente, por reagrupamento segundo gênero” (CAMPOS, 2004, p. 613). As categorias foram criadas após a coleta dos dados, assim, caracterizam-se por não apriorística, ou seja, “que emergem totalmente do contexto das respostas dos sujeitos da pesquisa, o que inicialmente exige do pesquisador um intenso ir e vir ao material analisado e teorias embasadoras” (CAMPOS, 2004, p. 614). Ainda, o agrupamento das unidades de análise foi feito por freqüenciamento, que leva em conta a repetição de conteúdos comuns à maioria dos respondentes. Ademais, após os dados serem organizados por meio da categorização, os mesmos foram codificados, esse processo consiste na sistematização dos dados brutos, e transformação dos mesmos em categorias que permitam a posterior discussão precisas das características mais relevantes do conteúdo (CAMPOS, 2004). Para cada uma das perguntas abertas relacionadas nos blocos II e III do questionário, criou-se categorias que foram baseadas nas respostas dos alunos. O respondente em cada questão tinha a opção explicar sua resposta, para cada justificativa fez-se a categorização das respostas e posteriormente a codificação com números e seu significado através de palavras-chave. Desse modo, elaborou-se um quadro, para cada um dos blocos, onde demonstra-se como cada questão

foi categorizada. Primeiramente criou-se as categorias para as questões do bloco II relacionadas a propensão à abertura de empresas que podem ser visualizadas no Quadro 7.

Quadro 7- Categorização das questões do Bloco II- Propensão à abertura de empresas

CÓDIGO	PALAVRAS-CHAVE	CATEGORIAS
Porque você tem/ não tem o desejo de possuir seu próprio negócio?		
1	Não tem interesse	Não tenho Interesse/ Não penso em abrir um negócio/ tenho outros objetivos
2	Desejo pessoal/ objetivo	Desejo pessoal /sonho/ meta/ objetivo/ sempre teve esse desejo
3	Lucro	lucro/melhorar a vida financeira
4	Contribuir com a economia/ necessidades de mercado	Abrir uma empresa para contribuir com a economia/ atender as necessidades de mercado
5	Já possui um negócio	Já possui um negócio
6	Aplicar os conhecimentos / adquirir experiência	Deseja aplicar os conhecimentos dentro do seu negócio/ adquirir experiência
7	Dificuldades financeiras/ dificuldades no mercado	Não deseja abrir uma empresa pelas dificuldades financeiras/ dificuldades no mercado
8	Concurso público/ estabilidade	Prefere tentar um concurso público/ busca pela estabilidade
9	Autonomia	Possibilidade de autonomia sendo dono de uma empresa
Quais as dificuldades você percebe na abertura de uma empresa?		
1	Questões burocráticas	Burocracia/ custos de abertura/ baixo incentivo do governo/ parte fiscal e tributária
2	Questões de mercado	Questões de mercado/ diferenciação no mercado/ entrada no mercado/ fidelização do cliente/ mudanças/ concorrência
3	Pessoas descapacitadas	Pessoas descapacitadas/ ser um bom empreendedor/ ter uma visão inovadora/ dificuldade de manter a empresa
4	Falta de investimento	Falta de investimento
5	Questão pessoal	Questão pessoal
Quais facilidades você percebe na abertura de uma empresa?		
1	Pessoal capacitado	Mão de obra/ pessoal capacitado
2	Questões de mercado	Questões de mercado/ amplo mercado/ consumidor/ atrair o cliente
3	Facilidade de crédito	Facilidade de crédito/ investimento/ incentivos
4	Facilidade de ideias/ fazer o que gosta	Objetivo de negócio/ facilidade de ideias e objetivos/ conhecimento/ fazer o que gosta
5	Autonomia/ flexibilidade	Autonomia na tomada de decisões/ flexibilidade
6	Não	Não vê facilidades
7	Outra	Outra/ desvio de impostos
Na sua opinião, quais os lados positivos de ser um empreendedor?		
1	Independência/ autonomia/ flexibilidade	Independência/ autonomia/ flexibilidade/ fazer o que gosta
2	Inovar/ mudar	Inovar/ mudar /atualizar/ coragem
3	Lucros	Lucros/ ganhos/ crescimento de negócio
4	Reconhecimento/ experiências	Reconhecimento/ aprendizado/ trabalho em equipe/ experiências/ desafios diários
5	Gerar empregos	Gerar empregos
6	Não vê	Não vê pontos positivos
Na sua opinião, quais os lados negativos de ser um empreendedor?		
1	Dificuldades financeiras	Dificuldades financeiras/ problemas econômicos
2	Falta de incentivo/burocracia	Falta de incentivo/ burocracia
3	Demanda muito tempo	Ocupa muito tempo

4	Muita responsabilidade	Muita responsabilidade/ resolver problemas/ riscos/ estresse
5	Concorrência	Concorrência
6	Não observa nenhum ponto negativo	Não vejo nenhum ponto negativo
7	Medo de falência	Medo de falência
8	Existe apenas dificuldades	As dificuldades são inúmeras, só vejo dificuldades

Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

Como observado no Quadro 7, foram criados códigos, através de números para facilitar a organização dos dados, cada código representa uma ou algumas palavras-chave, que foram geradas através das categorias oriundas das respostas dos alunos, ou seja, os dados brutos foram transformados em categorias e as várias categorias geraram as palavras-chave.

Ainda, realizou-se o mesmo processo para as perguntas do bloco III denominado sugestões para o projeto pedagógico do curso, para este bloco elaborou-se dois quadros.

Quadro 8- Categorização das disciplinas citadas pelos alunos (Bloco III- Sugestões para o Projeto Pedagógico do curso)

CÓDIGO	DISCIPLINAS
Disciplinas do curso relacionadas ao empreendedorismo (URI)	
1	Empreendedorismo e Formalização do Negócio
2	Direito de Empresa
3	Administração de Serviços
4	Fundamentos do Marketing
5	Gestão de Novas Tecnologias
6	Todas
7	Teoria Geral da Administração II
8	Comportamento Humano nas Organizações
9	Economia Brasileira e Regional
10	Engenharia Econômica e Financeira
11	Consultoria Empresarial
12	Redes de empresas
13	Gestão do Meio Ambiente
14	Custos Empresariais
15	Elaboração e Análise de projetos
16	Planejamento e Estratégias empresariais
17	Pesquisa de marketing
18	Economia I
19	Organização, Sistemas e Métodos
20	Administração de Recursos Humanos
21	Gestão de Custos no Agronegócios
22	Logística empresarial
23	Administração de Recursos Materiais
24	Administração da Produção e Operações
25	Teoria Geral da Administração
26	Contabilidade Aplicada
27	Administração Financeira
28	Não sabe responder
29	Gestão de Vendas
Disciplinas do curso relacionadas ao empreendedorismo (UFFS)	
1	Empreendedorismo, Criatividade e Inovação
2	Empreendimentos e Modelos de Negociação

3	Administração Financeira
4	Administração da Produção
5	Organização, Sistemas e Métodos
6	Recursos Humanos
7	Introdução à Administração
8	Administração de Marketing
9	Contabilidade Introdutória
10	Todas
11	Administração Estratégica
12	Estatística Básica
13	Teoria Geral da Administração
14	Pesquisa Mercadológica
15	Economia
16	Pesquisa Operacional
17	Planejamento Financeiro e Orçamentário
18	Introdução ao Pensamento Social
19	Negócios Internacionais
20	Direito Empresarial
21	Psicologia Organizacional
22	Matemática Financeira
23	Administração de Custos
24	Não sabe dizer
25	Administração e Análise de Projetos
26	Estratégia Mercadológica
27	Iniciação a Prática Científica
28	Mercado de Capitais
29	Desenvolvimento Regional

Fonte: Elaborada pela autora, 2018.

No Quadro 8 observa-se as disciplinas que foram citadas pelos alunos, inicialmente são colocadas as disciplinas citadas pelos alunos da URI e depois as disciplinas relatadas pelos estudantes da UFFS, para cada instituição criou-se 29 códigos.

Já o Quadro 9 aponta o restante das questões do Bloco III, onde criou-se códigos, palavras-chave e categorias para quatro questões.

Quadro 9- Categorização das questões do Bloco III- Sugestões ao Projeto Pedagógico dos Cursos

CÓDIGO	PALAVRAS-CHAVE	CATEGORIAS
Porque você acha que o curso estimula/ não o empreendedorismo?		
1	O conteúdo e os professores estimulam	O conteúdo estimula/ disciplinas/ professores comentam sobre o assunto em sala de aula
2	Semanas acadêmicas	Através de semanas acadêmicas
3	Empresa Júnior/ URI Júnior	URI júnior/ integração júnior
4	Palestras/eventos	Palestras/eventos
5	Projetos	Através de projetos
6	Não sabe responder	Não sei responder
7	Visitas técnicas	Visitas técnicas/campo
8	As disciplinas não preparam / falta prática	Disciplinas fracas/ falta prática/ falta incentivo
9	Tudo depende do aluno	Depende do aluno/ seu foco
10	Não percebe estímulo	Não percebo estímulo

Porque você acredita que sua instituição de ensino, prepara/ não prepara o aluno para ser um empreendedor?		
1	Preparação através das aulas	Conteúdo condizente/preparação através das aulas
2	Falta prática	Falta prática/exemplos reais
3	Não sabe responder	Ainda não sei responder
4	Pouco debate sobre empreendedorismo	Pouco falado sobre o tema/ pouco incentivo e preparo
5	Preparação através de cursos/projetos	Cursos/ treinamentos/ projetos
6	Preparação através de visitas técnicas	Viagens/ visitas técnicas
7	Prepara apenas para ser gestor	Prepara para ser gestor/ não empreendedor
8	Tudo depende do aluno	Depende apenas do aluno/ foco do aluno
9	Faz os alunos se sentirem incapazes	Faz os alunos se sentirem incapazes
Porque após ingressar no curso, você se sentiu mais/ menos estimulado a empreender do que antes?		
1	Não possui o objetivo de empreender	Meu foco não é empreender/ não tenho esse objetivo
2	Não se sente preparado	Ainda não estou preparado
3	As disciplinas ajudaram a estimular/adquirir mais conhecimento	As disciplinas ajudaram a estimular/ adquirir mais conhecimento
4	Disciplinas não satisfazem/ falta prática	As disciplinas não satisfazem/ não mostram a realidade/ falta prática
5	Estímulo através de palestras/projetos	Os projetos ajudaram/ uri júnior/ integração júnior/ trabalhos práticos/ palestras
6	Desestimulou	Desestimulou
7	Sempre quis empreender	Sempre quis empreender
Porque as disciplinas relacionadas ao empreendedorismo, satisfazem/ não satisfazem suas expectativas? Porque são suficientes/ não são suficientes? O que está faltando/ não está faltando?		
1	O tema poderia ser mais aprofundado	Faltam muitas coisas/poderia ser mais aprofundada
2	Satisfazem	Satisfazem
3	Falta prática	Falta prática
4	Ainda não cursou muitas disciplinas	Ainda não tive muitas disciplinas/não sei opinar
5	Matérias fracas	Matérias fracas
6	Falta de interesse do aluno	Falta interesse do aluno

Para atender o primeiro objetivo específico que é mensurar o nível de perfil empreendedor dos estudantes do curso de Administração da UFFS e URI, foram aplicadas trinta questões referentes ao perfil empreendedor (Bloco IV do questionário). A análise desses dados foi feita com base na obra de Dornelas (2012) que possui um método de análise pronto desse instrumento. Assim o resultado é feito pela soma de pontos onde a análise dos dados é feita da seguinte forma: aquele que atinge de 120 a 150 pontos provavelmente já é um empreendedor, possui características comuns aos empreendedores e tem tudo para se diferenciar no mundo dos negócios; de 90 a 119 pontos possui muitas características empreendedoras e as vezes se comporta como um, porém pode melhorar ainda mais, se equilibrar os pontos ainda fracos com os pontos já fortes; 60 a 89 pontos, ainda não é muito empreendedor e provavelmente se

comporta, na maior parte do tempo, como um administrador e não um “fazedor”. Para se diferenciar e começar a praticar atitudes empreendedoras deve procurar analisar os seus principais pontos fracos e definir estratégias pessoais para eliminá-los; menos de 59 pontos: não é um empreendedor e, se continuar a agir como age, dificilmente será um. Isto não significa que esse indivíduo não tem qualidades, apenas que prefere seguir a ser seguido. Se essa pessoa pretende ter um negócio próprio, deve reavaliar sua carreira e seus objetivos pessoais.

Para verificar o impacto de cada característica nos níveis abordados acima por Dornelas, essas 30 questões foram examinadas a partir do resultado obtido pela escala de *Likert* de 5 pontos, onde se fez o uso da estatística descritiva que “é constituída pelo conjunto de métodos destinados à organização e descrição dos dados através de indicadores sintéticos e sumários” (SILVESTRE, 2007, p. 4), usando-se a média, frequência e moda para cada uma das perguntas e posteriormente para cada um dos blocos, onde usou-se a média ponderada. O bloco um refere-se às características de comprometimento e dedicação, e contém as questões de 1 a 6, o bloco dois, referente a obsessão pelas oportunidades conta com as questões 7 a 9, já o terceiro bloco representa as questões sobre tolerância ao risco, ambiguidade e incerteza, que vai da 10 a 14. O quarto, engloba os quesitos 15 a 19 sobre criatividade, autoconfiança e habilidade de adaptação, em seguida o bloco cinco possui as questões 20 a 25 relacionadas a motivação e superação e o sexto e último tem a ver com a liderança e é composto pelas questões 26 a 30. Essa análise também foi utilizada para responder o segundo e quarto objetivos.

Para atender o segundo objetivo específico que visa apresentar o perfil empreendedor dos alunos da UFFS e URI demonstrou os resultados através do percentual de incidência em cada uma das categorias, ou seja, analisar os questionários de cada instituição separadamente.

As respostas das questões referentes ao terceiro e quarto objetivo, sendo o terceiro analisar os fatores que despertam o interesse de empreender, bem como seus obstáculos e facilidades, e o quarto sugerir possíveis alterações no Projeto Pedagógico dos cursos, foram analisadas de forma qualitativa.

Especificamente para o quarto objetivo, as sugestões nos Projetos Pedagógicos dos cursos foram feitas com base nas respostas dos alunos, e na literatura existente sobre o tema, através de artigos, revistas, e outros trabalhos publicados.

3.5 ÉTICA NA PESQUISA

Para atender os requisitos de ética na pesquisa, o presente trabalho foi submetido ao Comitê de Ética da Universidade Federal da Fronteira Sul, Campus Cerro Largo, para que a pesquisa fosse avaliada, com intuito de não causar nenhum dano aos respondentes, estabelecendo segurança tanto para o pesquisador como para a população que a pesquisa abrange. A ética na pesquisa deve fazer parte de todo trabalho do pesquisador, por isso os convidados a responder o questionário receberam um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), explicando a finalidade do estudo, seus benefícios e riscos que a pesquisa pode trazer. Ainda para que a pesquisa fosse realizada nas duas instituições de ensino, URI e UFFS, foi assinada pelos responsáveis a Declaração de Ciência e Concordância das instituições.

O Trabalho foi aprovado cumprindo todos os requisitos estabelecidos, pelo número do CAAE 91996518.5.0000.5564, não existindo impedimentos éticos para a realização da pesquisa.

4 APRESENTAÇÃO, ANÁLISE E DISCUSSÕES DOS RESULTADOS

Neste capítulo serão apresentados e discutidos os principais resultados obtidos por meio da coleta de dados realizada com os alunos do curso de Administração das instituições UFFS e URI da cidade de Cerro Largo- RS. A apresentação dos dados será dividida por instituição, inicialmente serão discutidos os dados da instituição UFFS e posteriormente da URI. Assim, para cada universidade, a discussão será realizada considerando a estrutura do questionário aplicado. Inicialmente, o primeiro bloco de análises aborda o perfil geral dos alunos, como o gênero, idade e fase do curso. No segundo bloco discute-se sobre a propensão à abertura de empresas. No terceiro bloco, são apresentadas as sugestões para o Projeto Pedagógico do curso. E no quarto bloco as considerações sobre o nível de perfil empreendedor dos alunos. No total para as duas instituições obteve-se 199 respondentes.

4.1 INSTITUIÇÃO UFFS

Para o curso de Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul, *Campus* de Cerro Largo aplicou-se um total de 155 questionários durante o mês de setembro. O curso de Administração da UFFS tem como objetivo promover ações com vistas à formação do profissional administrador, amparado por uma visão sistêmica sobre sua realidade. Visa promover a compreensão sobre o espaço rural em suas dimensões sociais, políticas, econômicas e ambientais. O curso está alicerçado no eixo epistemológico da formação do profissional-administrador empreendedor voltado para o desenvolvimento rural e a gestão agroindustrial (UFFS, 2018). Desse modo apresenta-se nas seguintes seções os resultados e análises desta instituição de ensino.

4.1.1 Perfil geral dos alunos

Nesta seção será apresentada, através de tabelas e gráficos, a identificação do perfil dos respondentes desta pesquisa. Para esta instituição, 155 alunos responderam ao questionário aplicado, dos quais 67,10% pertencem ao sexo feminino e 32,90% pertencem ao sexo masculino, o que demonstra que tem-se predominância do sexo feminino no curso de Administração.

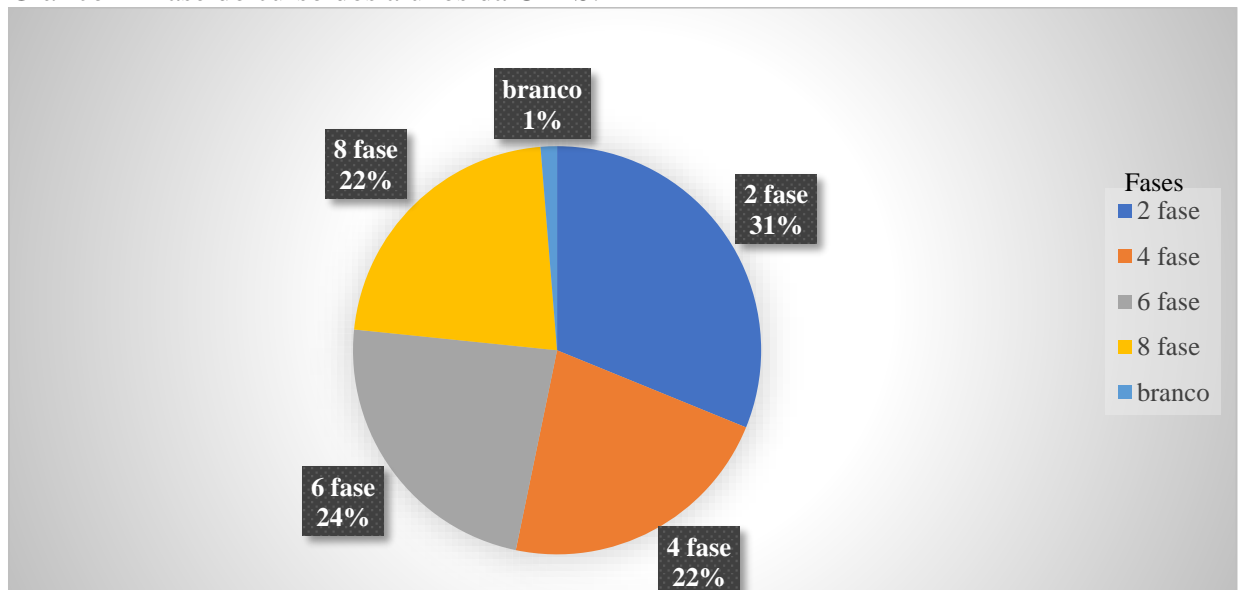
Tabela 1- Distribuição da frequência de idade dos respondentes da UFFS.

Idade	Frequência	Percentual	Porcentagem válida	Porcentagem cumulativa
Até 21 anos	114	73,55	73,55	73,55
Entre 22 e 25 anos	28	18,06	18,06	91,61
Entre 26 e 30 anos	6	3,87	3,87	95,48
Entre 31 e 35 anos	2	1,29	1,29	96,77
Mais de 35 anos	3	1,93	1,93	98,70
Não responderam	2	1,29	1,29	100,00
Total	155	100,00	100,00	

Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

A Tabela 1 representa a distribuição dos respondentes quanto à idade, onde do total de 155 respondentes, 73,55% possuem até 21 anos, seguidos por 18,06% que tem idade entre 22 e 25 anos. Os alunos que possuem idade superior a 25 anos representam uma minoria. Frente a isso, pode-se perceber que no curso há uma maior concentração de alunos mais jovens, que provavelmente logo após o término do seu ensino médio, ingressaram no ensino superior. Franco (2008) destaca que cada vez mais os alunos procuram logo após o término do ensino médio ingressar em uma instituição de ensino superior, este fenômeno ocorre principalmente pela ampliação de vagas nas universidades.

Gráfico 1- Fase do curso dos alunos da UFFS.



Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

O gráfico 1 representa a fase do curso em que os alunos se encontram matriculados, 31% estão na segunda fase, ou seja, iniciando o curso, em seguida aparecem 24% cursando a sexta fase e na quarta e oitava fase tem-se a porcentagem de 22% dos alunos matriculados respectivamente. Observa-se que há um maior número de alunos matriculados na segunda fase e menos nas outras fases do curso, isso se dá pois ao longo do tempo alguns alunos acabam abandonando o curso por diversos motivos, Biazus (2004) destaca que essa evasão acaba resultando em prejuízos para o aluno, instituição e todos os envolvidos. Assim a universidade deve buscar entender porque está ocorrendo esse processo de evasão e buscar soluções para sanar as causas.

4.1.2 Propensão à abertura de empresas

A seguir serão apresentadas as questões sobre a propensão à abertura de empresas, que fazem parte do Bloco II do questionário. Nesta seção aborda-se as motivações dos alunos para iniciarem ou não um negócio, as dificuldades e facilidades na abertura de uma empresa e por último os lados positivos e negativos de ser um empreendedor sob o ponto de vista dos alunos participantes da pesquisa. Como os alunos tinham a liberdade de citar mais de uma justificativa, a porcentagem ultrapassa os 100% em todas as questões.

Inicialmente os alunos foram questionados quanto ao desejo de possuir o seu próprio negócio, onde 60% dos alunos possuem a vontade de abrir uma empresa e 40% não desejam. Esses dados demonstram que o ato de empreender deve ser agregado aos conteúdos e ações trabalhadas na universidade, pois esta, forma indivíduos dotados de atitudes empreendedoras que buscam cada vez mais planejar, criar e inovar (MARTINS, 2010). O Quadro 10 apresenta os principais motivos pelos quais eles possuem ou não esse desejo.

Quadro 10- Motivos pelos quais desejam abrir ou não abrir uma empresa (UFFS)

Motivos	Nº de vezes em que a resposta foi citada	Porcentagem de respondentes que citaram a questão
Quer abrir uma empresa por desejo pessoal/ objetivo	37	31,09%
Possibilidade de autonomia sendo dono de uma empresa	29	24,37%
Não tem interesse em abrir um negócio	17	14,29%
Não deseja abrir uma empresa pelas dificuldades financeiras/ dificuldades no mercado	16	13,45%
Abrir uma empresa para obter lucro	12	10,08%
Deseja aplicar os conhecimentos dentro do seu negócio/ adquirir experiência	12	10,08%

Abriu uma empresa para contribuir com a economia/ atender as necessidades de mercado	10	8,40%
Prefere tentar um concurso público/ busca pela estabilidade	10	8,40%
Já possui um negócio	4	3,36%

Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

Para essa questão houve um total de 119 respondentes. De acordo com o Quadro 10, das pessoas que responderam, 31,09% citaram que desejam abrir uma empresa por desejo pessoal, em muitos casos os traços de personalidade possuem grande influência na decisão de empreender, Crespam, Fonseca e Grohmann (2009) corroboram com a ideia de que o empreendedorismo acontece em função do empreendedor e da multidimensão que o cerca. Além disso, 24,37% disseram que sendo dono de uma empresa existe a possibilidade de ter autonomia no negócio e tomar as próprias decisões sem depender de ninguém. Daqueles que não desejam empreender, 14,29% responderam que não tem interesse em abrir um negócio e que não faz parte do seu sonho e objetivo de vida. Em seguida, 13,45% não querem abrir uma empresa pelas dificuldades econômicas e de mercado.

Quando perguntados sobre as dificuldades que percebem na abertura da empresa, obteve-se as seguintes respostas, visualizadas no Quadro 11. Dos 155 alunos participantes, 147 responderam à questão.

Quadro 11- Dificuldades na abertura de uma empresa (UFFS).

Motivos	Nº de vezes em que a resposta foi citada	Porcentagem de respondentes que citaram a questão
Questões burocráticas	88	59,86%
Falta de investimento	48	32,65%
Questões de mercado	43	29,25%
Pessoas descapacitadas	25	17,01%
Questão pessoal	2	1,36%

Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

Mediante o Quadro 11, 59,86% dos respondentes disseram que a principal dificuldade na abertura de uma empresa tem a ver com as questões burocráticas, Endeavor Brasil (2017) em suas pesquisas apresenta este fator como uma das maiores limitações ao empreendedorismo, pois assim o país não consegue progredir para melhorar o ambiente de negócios. Para isso, o curso por meio de disciplinas pode mostrar caminhos para diminuir os impactos da burocracia, para que ela não se torne uma barreira tão grande que o aluno desista de empreender. Em

seguida 32,65% colocaram a falta de investimento como dificuldade, relatando que há falta de apoio financeiro e não possuem recursos próprios para investir no negócio. Observa-se que estes estudantes mostram-se receosos quanto à parte de recursos financeiros, mesmo que hoje em dia é possível que se consiga recursos através do capital disponível via dívida (bancos) e capital de risco (por meio de sócios), quando se fala em dinheiro há um grande medo de arriscar-se. Outra dificuldade foi em relação às questões de mercado (29,25%), como fidelização de clientes, permanência no mercado e concorrência, essas questões contradizem um pouco as características de um empreendedor, pois eles buscam conhecer bem a realidade e o local em que irão empreender, buscam formas de se destacar e diferenciar-se no mercado e não tem medo de fracassar e implementar suas ideias (SALIM; SILVA, 2013). E na opinião de 17,01% dos alunos é muito complicado encontrar pessoas capacitadas para manter um negócio.

Referente às facilidades na abertura de uma empresa, obteve-se um total de 71 pessoas que responderam.

Quadro 12- Facilidades na abertura de uma empresa (UFFS).

Motivos	Nº de vezes em que a resposta foi citada	Porcentagem de respondentes que citaram a questão
Questões de mercado	21	29,58%
Facilidade de ideias/ fazer o que gosta	21	29,58%
Facilidade de crédito	18	25,35%
Autonomia na tomada de decisões/flexibilidade	10	14,08%
Não vê facilidades	6	8,45%
Outra	2	2,82%
Pessoal capacitado	1	1,41%

Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

De acordo com o Quadro 12, quanto a percepção sobre as facilidades de abrir uma empresa, 29,58% dos alunos citaram as questões de mercado e outros 29,58% evidenciaram as facilidades de ideias e fazer o que gostam, esse motivo é muito relacionado com as características de um empreendedor, Dornelas (2015) aponta que o empreendedor consegue facilmente produzir boas ideias e estas são geradas daquilo que todos conseguem ver sem poder identificar algo prático para transformá-las em oportunidade. Já 25,35% citaram a facilidade concessão de crédito. Estes dados contrastam muito o quadro anterior que abordava as dificuldades de abrir uma empresa, pois alguns dos itens mais citados como dificuldades (questões de mercado e parte de investimento financeiro), aqui são vistos como facilidades, ou seja, cada aluno possui sua percepção.

Em relação à percepção dos lados positivos de ser um empreendedor, os alunos tiveram as seguintes opiniões, destacadas no Quadro 13.

Quadro 13- Lados positivos de ser um empreendedor (UFFS).

Motivos	Nº de vezes em que a resposta foi citada	Porcentagem de respondentes que citaram a questão
Independência/ autonomia/ flexibilidade	92	69,70%
Reconhecimento/ experiências	42	31,82%
Inovar/ mudar	21	15,91%
Lucros	13	9,85%
Gerar empregos	4	3,03%
Não vê pontos positivos	1	0,76%

Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

Dos 132 alunos que responderam, 69,70% citaram que o lado positivo de ser um empreendedor tem a ver com a independência, autonomia e flexibilidade, 31,82% disseram que o empreendedor é privilegiado pelo reconhecimento e experiências que adquire, afirmando esses dados, Mendes (2009) cita que o empreendedor possui valores individuais que orientam sua conduta e estes necessitam sentir-se mais livres, por isso a busca pela felicidade, liberdade, plenitude, excelência, autonomia, independência e sentido de realização e reconhecimento. Ainda 15,91% citaram a possibilidade de inovação e mudança como lados positivos e 9,85% relatam que os lucros que um empreendedor pode vir a conseguir são bastante positivos, contrariando a afirmação de Dornelas (2015), que diz que os empreendedores não tem como objetivo principal ganhar dinheiro, eles acreditam que o dinheiro é consequência do sucesso.

Quando indagados sobre os lados negativos de ser um empreendedor os alunos tiveram as seguintes respostas, visualizadas no Quadro 14. Para essa pergunta 126 pessoas responderam.

Quadro 14- Lados negativos de ser um empreendedor (UFFS).

Motivos	Nº de vezes em que a resposta foi citada	Porcentagem de respondentes que citaram a questão
Muita responsabilidade	89	70,63%
Medo de falência	35	27,78%
Falta de incentivo/burocracia	15	11,90%
Dificuldades financeiras	13	10,32%
Demanda muito tempo	9	7,14%
Concorrência	8	6,35%
Existe apenas dificuldades	3	2,38%

Não observa nenhum ponto negativo	1	0,79%
-----------------------------------	---	-------

Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

Mediante o Quadro 14, a resposta que a maioria (70,63%) dos alunos citou como dificuldade foi a responsabilidade excessiva que um empreendedor possui, opondo-se à literatura, onde vários autores citam que o empreendedor possui o desejo pela responsabilidade. Relaciona-se também a questão da responsabilidade com a idade dos respondentes, pois há um público predominantemente jovem com até 21 anos e a maturidade dos alunos influencia o comportamento, talvez por isso pouco mais de 70% tenham apontado o fator “muita responsabilidade” como lado negativo. Seguidos por medo de falência (27,78%), falta de incentivos e burocracia (11,90%) e dificuldades financeiras (10,32%), representando as respostas mais significativas. Quanto ao medo da falência faz-se a seguinte reflexão, “os alunos estão cursando administração, onde estão sendo preparados para gerenciar suas futuras empresas ou as empresas dos outros, porque então, com todo esse preparo, eles ainda possuem o medo de falir uma empresa?” pensa-se que a instituição possui grande influência nesse aspecto, pois diante desses dados deve-se reavaliar os métodos de ensino, buscando relativizar esta questão, sem esquecer que o meio interfere no processo de aprendizagem. Pode-se também justificar esse medo de falência, por haver no curso muitos alunos jovens, onde sua maturidade ainda será desenvolvida ao longo do curso.

4.1.3 Sugestões para o Projeto Pedagógico do Curso

Nesta seção serão apresentadas as questões referentes às sugestões para o Projeto Pedagógico do Curso. O Quadro 15 apresenta as disciplinas que os alunos acreditam que estejam relacionadas com o empreendedorismo, 147 pessoas responderam a esta pergunta.

Quadro 15- Disciplinas relacionadas ao empreendedorismo (UFFS).

Disciplinas	Nº de vezes em que a disciplina foi citada	Porcentagem de respondentes que citaram a disciplina
Empreendedorismo, Criatividade e Inovação	50	34,01%
Empreendimentos e Modelos de Negociação	44	29,93%
Economia	36	24,49%
Administração de Marketing	30	20,41%
Recursos Humanos	21	14,29%
Contabilidade Introdutória	16	10,88%
Teoria Geral da Administração	14	9,52%
Introdução à Administração	14	9,52%
Administração Financeira	12	8,16%

Pesquisa Mercadológica	8	5,44%
Matemática Financeira	8	5,44%
Todas	6	4,08%
Administração Estratégica	5	3,40%
Direito Empresarial	5	3,40%
Planejamento Financeiro e Orçamentário	4	2,72%
Não sabe dizer	4	2,72%
Administração da Produção	3	2,04%
Psicologia Organizacional	3	2,04%
Estatística Básica	3	2,04%
Pesquisa Operacional	3	2,04%
Administração de Custos	3	2,04%
Organização, Sistemas e Métodos	2	1,36%
Introdução ao Pensamento Social	2	1,36%
Negócios Internacionais	2	1,36%
Administração e Análise de Projetos	2	1,36%
Estratégia Mercadológica	2	1,36%
Mercado de Capitais	2	1,36%
Iniciação a Prática Científica	1	0,68%
Desenvolvimento Regional	1	0,68%

Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

Como observado no Quadro 15 os alunos citaram 27 disciplinas que acreditam que tenha relação com a área de empreendedorismo, a matéria mais citada por eles foi a de Empreendedorismo, criatividade e inovação, sendo que 34,01% dos respondentes a citaram, a segunda disciplina mais comentada foi a de Empreendimentos e modelos de negociação com 29,93% das respostas. Em seguida encontram-se as disciplinas de Economia (24,49%), Administração de Marketing (20,41%), Recursos Humanos (14,29%) e Contabilidade Introdutória (10,88%). As outras disciplinas foram citadas com menos frequência.

Diante disso, nota-se que poucos alunos disseram que todas as disciplinas estão relacionadas ao empreendedorismo, um fato que chama atenção porque todas de certa forma podem acrescentar em algo para a formação de habilidades e técnicas de um empreendedor, que deve ter uma visão sistêmica da organização e conhecer cada aspecto que envolve o funcionamento de uma empresa, ou muitas vezes os alunos absorvem o conhecimento das disciplinas mas que talvez não percebam de momento que esse conteúdo é útil para um empreendedor.

Os alunos também foram questionados se o curso de Administração da sua instituição estimula o empreendedorismo, 78,71% deles responderam que sim, 18,06% disseram que não

estimula e 3,22% não responderam. Os motivos que levaram os alunos a darem essas respostas são mostrados no Quadro 16.

Quadro 16- Motivos de estímulo ou não estímulo ao empreendedorismo por parte da instituição (UFFS).

Motivos	Nº de vezes em que a resposta foi citada	Porcentagem de respondentes que citaram a questão
O conteúdo das disciplinas e os professores estimulam	90	72,00%
As disciplinas não preparam para o empreendedorismo/ falta prática	20	16,00%
Estímulo em palestras/eventos	12	9,60%
Não percebe estímulo	6	4,80%
Tudo depende do foco do aluno	4	3,20%
Estímulo através da Empresa Júnior	3	2,40%
Estímulo através de semanas acadêmicas	2	1,60%
Não sabe responder	2	1,60%
Preparação através de visitas técnica	2	1,60%

Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

Na justificativa da questão, 125 alunos responderam, dos quais 72,00% relataram que o curso de Administração estimula os alunos a empreenderem através das disciplinas e que professores abordam bastante sobre o tema, sabe-se que no curso de administração as disciplinas de empreendedorismo são fundamentais, pois o curso tem como objetivo preparar pessoas capazes de contribuir para o desenvolvimento das empresas (MAZZUCHETTI; UECKER; UECKER, 2015). Por outro lado, 16,00% disseram que as disciplinas não preparam o aluno para o empreendedorismo e que falta a parte prática dentro do curso, Salim e Silva (2013) destacam que apenas o uso de conceitos não é suficiente para a qualidade do ensino e que são necessários eventos que coloquem o aluno como protagonista. Logo após, 9,60% abordaram que o tema recebe estímulo através de palestras e eventos em geral que ocorrem e ainda há uma parcela que não percebe estímulo algum (4,80%). Ainda observa-se que apenas 3,20% citaram a Empresa Júnior para o estímulo do empreendedorismo e esta dentro do curso possibilita que os alunos coloquem em prática a parte teórica, onde os alunos podem atuar como diretores, trainees, bolsistas ou de outras formas como voluntários, por isso reflete-se sobre a porcentagem de alunos que citaram a falta de prática como sendo algo que de alguma forma impede o estímulo do empreendedorismo, será que algum destes alunos já buscou se inserir ou conhecer o ambiente da Empresa Júnior?, algumas vezes falta que o aluno busque pelo “algo a

mais” em sua formação, porém por meio desses dados também é necessário que o curso busque alternativas que possam suprir a falta de prática.

Quando indagados se o curso de Administração prepara o aluno para ser um empreendedor, 63,87% responderam que sim, 32,90% falaram que não e 3,22% não responderam. As explicações que os alunos deram são mostradas no Quadro 17. Do total de alunos questionados, 117 responderam.

Quadro 17- Motivos pelos quais a instituição prepara ou não o aluno para ser um empreendedor (UFFS).

Motivos	Nº de vezes em que a resposta foi citada	Porcentagem de respondentes que citaram a questão
Preparação através das aulas	74	63,25%
Falta prática	28	23,93%
Pouco debate sobre empreendedorismo	15	12,82%
Tudo depende do aluno	8	6,84%
Preparação através de cursos/ projetos	7	5,98%
Não sabe responder	4	3,42%
Prepara apenas para ser gestor	2	1,71%
Faz os alunos se sentirem incapazes	1	0,85%

Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

Conforme o Quadro 17, o motivo que foi mais relatado foi a preparação dos alunos para empreender através das aulas (63,25%), porém em seguida os estudantes afirmaram com 23,93% das respostas que falta prática dentro do curso, que apenas a teoria não prepara totalmente. Outros, declararam que há pouco debate sobre o campo (12,82%), estes sentem falta de falar sobre o assunto e ouvir pessoas que entendam esse universo, SEBRAE e ENDEAVOR BRASIL (2016) destacam que alguém mais experiente que dá conselhos e compartilha experiências (mentor) é importante para transmitir valores, ideias, atitudes e ajudar na tomada de decisão dos empreendedores universitários. Os dados observados neste quadro assimilam-se com o Quadro 16, pois nos dois casos os alunos citaram que há estímulo e preparação por intermédio das aulas, também nos dois demonstra-se a falta da prática.

Quando questionados se depois de ingressar no curso os alunos se sentiram mais estimulados a empreender do que antes, 65,16% declararam que sim, sentem-se mais estimulados, 34,19% responderam que não e 0,64% optaram por não responder à questão. O Quadro 18 apresenta os motivos que levaram os alunos a responderem “sim” ou “não”, sendo que 128 alunos justificaram.

Quadro 18- Motivos por se sentir mais estimulado a empreender após ingressar no curso (UFFS).

Motivos	Nº de vezes em que a resposta foi citada	Porcentagem de respondentes que citaram a questão
As disciplinas ajudaram a estimular/adquirir mais conhecimento	85	66,41%
Não possui o objetivo de empreender	25	19,53%
Desestimulou	8	6,25%
Estímulo através de palestras/ projetos	4	3,13%
Disciplinas não satisfazem/ falta prática	3	2,34%
Não se sente preparado	2	1,56%
Sempre quis empreender	2	1,56%

Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

Perante análise do Quadro 18, observa-se que 66,41% dos alunos disseram que sentiram-se mais estimulados a empreender após ingressar no curso porque as disciplinas e o conhecimento adquirido colaboraram para tal, 19,53% não possuem o objetivo de empreender, então nada mudou após iniciar o curso. Em contrapartida, 6,25% relataram que o curso os desestimulou, um fato que se torna preocupante, Almeida et al (2003) destaca que ao ingressarem na universidade os alunos apresentam expectativas muito positivas de envolvimento nas diferentes áreas da vida acadêmica, sendo isso positivo, porém também pode revelar alguma vulnerabilidade destes alunos para o desenvolvimento de sentimentos de frustração e desilusão se a experiência não corresponder às expectativas.

Com relação à pergunta “as disciplinas relacionadas ao empreendedorismo, satisfazem suas expectativas”, 56,13% disseram que sim, satisfazem, 40% consideram que não e 3,87% não responderam. Na mesma pergunta ainda, foram questionados se as disciplinas são suficientes ou não, quanto a isso 49,03% responderam que não, 45,16% disseram que sim e 5,80% não responderam. Os respondentes ainda tiveram a possibilidade de explicar a resposta e abordar o que está ou não faltando no curso de sua instituição.

Quadro 19- Explicações sobre o que falta ou não no curso relacionado ao empreendedorismo (UFFS).

Motivos	Nº de vezes em que a resposta foi citada	Porcentagem de respondentes que citaram a questão
O tema poderia ser mais aprofundado	45	42,86%
Matérias fracas	41	39,05%
Satisfazem	26	24,76%
Falta prática	25	23,81%

Ainda não cursou muitas disciplinas	17	16,19%
Falta de interesse do aluno	3	2,86%

Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

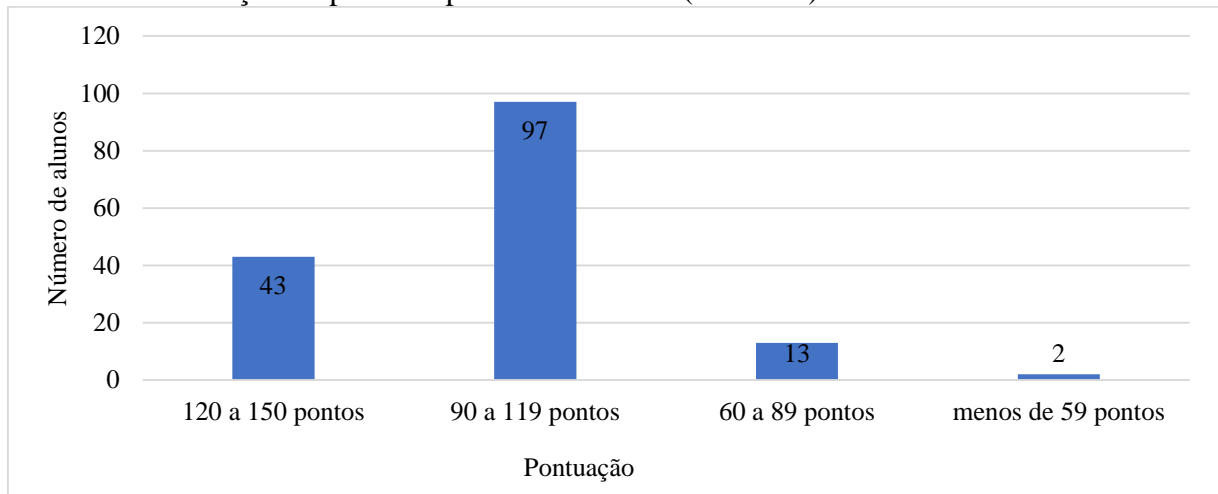
Como visto no Quadro 19, de um total de 105 respondentes, 42,86% apontaram que o tema poderia ser mais aprofundado e que os assuntos relacionados ao empreendedorismo são muito superficiais dentro das disciplinas fazendo com que o aluno não se interesse muito, 39,05% dizem que as matérias do curso são muito fracas no que diz respeito à carga horária e métodos de ensino, 23,81% declararam que há falta de prática. À vista disso, verifica-se quanto à percepção dos alunos que as disciplinas relacionadas ao empreendedorismo são superficiais e não são aprofundadas, não explorando tudo o que poderiam explorar, corroborando com a ideia Endeavor e Sebrae (2016) salientam que as universidades precisam estar mais conectadas com seus alunos, mercado de trabalho e comunidade. Já 24,76% consideram que o curso é satisfatório quanto ao empreendedorismo, o restante diz que ainda não cursou muitas disciplinas (16,19%), em que a maioria destes encontram-se no início do curso.

4.1.4 Nível de Perfil Empreendedor dos alunos

Nesta seção são analisados os fatores relacionados ao perfil empreendedor dos alunos, primeiramente aborda-se o nível de perfil empreendedor de acordo com a análise de Dornelas, posteriormente irá se mostrar a média, moda e frequência por questão e por bloco de questões de acordo com o questionário.

No Bloco IV do questionário aplicado continham 30 questões sobre o perfil empreendedor dos alunos, estas questões foram retiradas de uma obra de Dornelas (2012). Desse modo, a análise das mesmas é baseada no somatório de todas as questões.

Gráfico 2- Pontuação do perfil empreendedor UFFS (Dornelas).



Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

De acordo com o Gráfico 2, dos 155 alunos da instituição UFFS, 43 possuem de 120 a 150 pontos, ou seja, de acordo com a metodologia de Dornelas esses alunos são caracterizados como empreendedores, pois eles possuem características comuns aos empreendedores e tem tudo para se diferenciar no mundo dos negócios. Em seguida, em maioria, 97 indivíduos tem de 90 a 119 pontos, estes possuem muitas características empreendedoras e as vezes se comportam como um, porém podem melhorar ainda mais, se equilibrarem os pontos ainda fracos com os pontos já fortes, em seguida 13 estudantes possuem de 60 a 89 pontos que significa que estes alunos ainda não são muito empreendedores e provavelmente se comportam, na maior parte do tempo, como administradores e não “fazedores”. Para se diferenciar e começar a praticar atitudes empreendedoras devem procurar analisar os seus principais pontos fracos e definir estratégias pessoais para eliminá-los. E por último 2 alunos apresentam menos de 59 pontos, que mostra que não são empreendedores e, se continuarem a agir como agem, dificilmente serão um. Isto não significa que esses indivíduos não têm qualidades, apenas que preferem seguir a serem seguidos. Então, repara-se a necessidade de estimular o empreendedorismo nestes alunos que possuem menos de 120 pontos, pois 97 destes mostraram-se quase empreendedores e se encorajados podem facilmente tornar-se empreendedores, já que o empreendedor é influenciado pelo meio em que vive, Gem (2016) colabora reafirmando o empreendedorismo como um fenômeno coletivo e comunitário, pois cabe a comunidade criar um ambiente propício e favorável para a formação de um espírito empreendedor.

Após a análise de Dornelas com a soma de pontos, fez-se uma análise individual por questão, levando em conta a média, moda e frequência.

Quadro 20- Média, moda e frequência por questão (UFFS).

Questão	Média	Moda	Frequência				
			1	2	3	4	5
COMPROMETIMENTO E DEDICAÇÃO							
1.Sou proativo na tomada de decisão	3,66	4	2	10	55	59	29
2.Sou tenaz e obstinado	3,65	4	3	15	46	60	31
3.Tenho disciplina e dedicação	4,08	4	2	5	27	66	55
4.Sou persistente ao resolver problemas	4,00	4	2	6	33	63	51
5.Estou disposto ao sacrifício para atingir metas	4,01	4	1	6	34	63	51
6.Sou capaz de imersão total nas atividades que desenvolve	3,80	4	3	12	34	70	36
OBSESSÃO PELAS OPORTUNIDADES							
7.Procuro ter conhecimento profundo das necessidades dos clientes	3,88	4	3	10	36	60	46
8.Sou dirigido pelo mercado	3,23	3	11	18	65	46	15
9.Sou obcecado por criar valor e satisfazer os clientes	3,55	4	7	11	54	56	27
TOLERÂNCIA AO RISCO, AMBIGUIDADE E INCERTEZA							
10. Corro riscos calculados (analiso tudo antes de agir)	3,55	4	9	23	37	46	40
11.Procuro minimizar os riscos	3,86	4	1	14	36	59	45
12.Tolero as incertezas e falta de estrutura	2,85	3	22	31	61	30	11
13.Tolero o estresse e conflitos	2,58	3	30	44	51	21	9
14.Sou hábil em resolver problemas e integrar soluções	3,53	4	4	14	54	62	21
CRIATIVIDADE, AUTOCONFIANÇA E HABILIDADE DE ADAPTAÇÃO							
15.Não sou convencional, tenho a cabeça aberta, penso	3,81	4	3	11	40	59	42
16.Não me conformo com o status quo	3,58	3	4	10	60	54	27
17.Sou hábil em se adaptar a novas situações	3,97	4	2	10	31	60	52
18.Não tenho medo de falhar	3,24	3	12	32	44	41	26
19.Sou hábil em definir conceitos e detalhar ideias	3,45	3	2	14	70	51	18
MOTIVAÇÃO E SUPERAÇÃO							
20.Sou orientado para metas e resultados	3,65	4	1	6	60	67	21
21.Sou dirigido pela necessidade de crescer e atingir melhores resultados	4,11	4	1	6	27	62	59
22.Não me preocupo com status e poder	3,41	3	11	20	48	46	30
23.Tenho autoconfiança	3,57	4	4	18	47	57	29
24.Estou ciente de minhas forças e fraquezas	3,88	4	2	10	37	61	45
25.Tenho senso de humor e procuro estar animado	4,06	5	4	11	27	43	70
LIDERANÇA							
26.Tenho iniciativa	3,74	3	5	9	50	49	42
27.Tenho poder de autocontrole	3,49	3	7	12	60	50	26
28.Transmito integridade e confiabilidade	3,82	4	1	11	43	60	40
29.Sou paciente e sabe ouvir	3,85	5	3	18	34	44	56
30.Sei construir times e trabalhar em equipe	3,70	3	4	17	45	45	44

Elaborado pela autora, 2018.

Mediante o Quadro 20, quanto a média, 3,65 é a média geral de todas as questões. Observa-se uma oscilação entre 2,58 a 4,11 pontos, dessa forma conforme a escala *Likert* as respostas variam de “fraco” a “bom”. Observando-se as questões de modo geral, nota-se que o atributo que mais destacou-se em relação à média em cada bloco foi: “tenho disciplina e educação” (4,08), “procuro ter conhecimento profundo das necessidades dos clientes” (3,88), “procuro minimizar os riscos” (3,86), “sou hábil em me adaptar a novas situações” (3,97), “sou dirigido pela necessidade de crescer e atingir melhores resultados” (4,11) e “tenho poder de

autocontrole” (3,85). E as questões que menos destacaram- se dentre os blocos foram: “sou tenaz e obstinado” (3,65), “sou dirigido pelo mercado” (3,23), “tolero as incertezas e falta de estrutura” (2,85), “não tenho medo de falhar” (3,24), “não me preocupo com status e poder” (3,41) e por último “sou paciente e sei ouvir” (3,49). Essas características com uma média menor podem ser trabalhadas pela instituição de ensino, por meio da elaboração de estratégias que eliminem alguns “pré-conceitos” dos alunos, mostrando-os o potencial que eles têm e eliminando seus medos. Quanto à moda e frequência, o número que mais se repetiu entre as questões foi o 4 que representa “bom”, isso quer dizer que os respondentes na maioria das questões mostram-se “bons” quanto às características empreendedoras. Em relação à frequência, observa-se o mesmo fenômeno, em que o número 4 aparece mais frequentemente entre os atributos e em seguida o mais frequente foi o “3”.

Portanto, por meio dessa análise percebe-se que o empreendedor nem sempre terá todas as características que a literatura cita como sendo inerentes ao empreendedor, por outro lado, quanto mais atributos empreendedores o indivíduo conter, maiores serão as chances de sucesso no mundo dos negócios, Greatti (2010) reafirma a ideia enfatizando que se uma pessoa tem características comportamentais e aptidões mais comumente encontradas em empreendedores bem sucedidos, terá melhores condições de empreender, apesar de não serem somente as características empreendedoras que garantirão o sucesso, sem elas a pessoa pode encontrar mais dificuldades em alcançar o sucesso empresarial. Por isso antes de empreender é fundamental que o empreendedor conheça seus atributos e faça uma autoavaliação.

Ademais, realizou-se a análise desses mesmos fatores, média, moda e frequência por cada bloco de questões.

Quadro 21- Média, moda e frequência por bloco (UFFS).

BLOCO	Média por bloco	Moda por bloco	Frequência por bloco				
			1	2	3	4	5
Comprometimento e dedicação	3,94	4	13	54	229	381	253
Obsessão pelas oportunidades	3,55	4	21	39	155	162	88
Tolerância ao risco, ambiguidade e incerteza	3,27	3	66	126	239	218	126
Criatividade, autoconfiança e habilidade de adaptação	3,61	4	23	77	245	265	165
Motivação e superação	3,78	4	23	71	246	336	254
Liderança	3,72	4	20	67	232	248	208

Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

No Quadro 21 observa-se em relação à média, que o bloco que mais se destaca é o Bloco I, que contém questões relacionadas ao “comprometimento e dedicação”, ou seja, os alunos percebem em si essas características e quando estão em busca de algo que querem dão o seu melhor, Dornelas (2015) destaca que os empreendedores são comprometidos com seus sonhos, destacando-se naquilo que fazem, estes possuem uma vontade ímpar de “fazer acontecer”. Em contrapartida as questões relacionadas à “tolerância ao risco, ambiguidade e incerteza” tiveram a menor média, portanto esses alunos ainda possuem medo quando se fala em arriscar, estes preferem estar num ambiente de mais certezas e tem certa aversão à problemas, estresse e conflitos.

4.2 INSTITUIÇÃO URI

O curso de Administração da Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões, *Campus* de Cerro Largo foi estruturado para atender às expectativas organizacionais, regionais e locais, no que diz respeito à formação de um Administrador competente, atualizado, crítico e inovador, voltado ao atendimento das necessidades de uma sociedade em constante mutação. O profissional tem responsabilidade pelo planejamento organização, direção e controle de empresas, buscando atingir os objetivos e resultados pré-estabelecidos na gestão empresarial. Ainda deve ter o espírito empreendedor, capacidade de comunicação, criatividade e liderança (URI, 2018). A URI possui aulas no turno da noite e é uma instituição privada.

Sendo assim, em vista de entender o comportamento empreendedor dos alunos desta instituição, aplicou-se 44 questionários para os alunos.

4.2.1 Perfil geral dos alunos

A análise desta seção tem por base os 44 questionários respondidos e válidos, sendo estes aplicados aos alunos da instituição URI, maiores de 18 anos. A maioria dos participantes da pesquisa desta instituição é composta por pessoas do gênero masculino (54,54%) e as mulheres compõem 45,45% do total. Nesse aspecto as duas instituições estudadas diferenciam-se, pois, na UFFS a maioria dos respondentes são do sexo feminino.

Tabela 2- Distribuição da frequência de idade dos respondentes da URI.

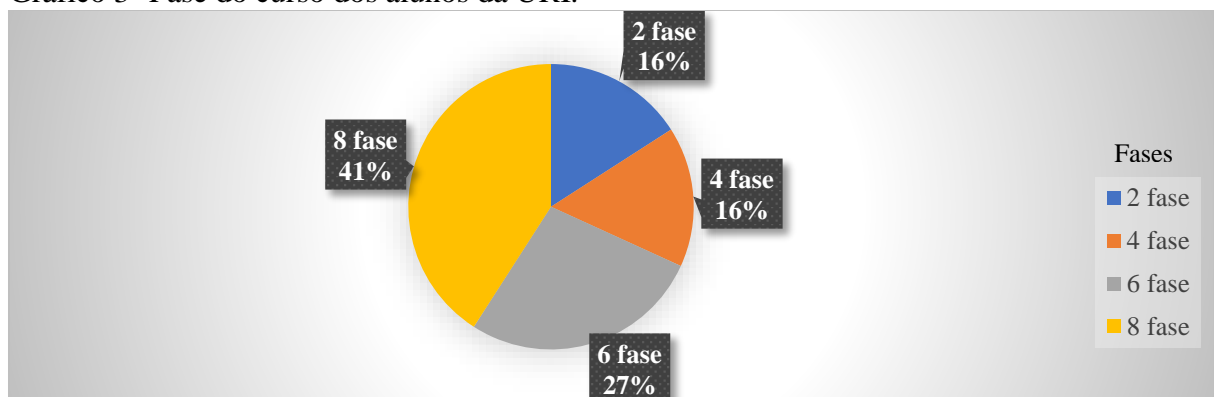
Idade	Frequência	Percentual	Porcentagem válida	Porcentagem cumulativa
Até 21 anos	24	54,54	54,54	54,54
Entre 22 e 25 anos	11	25,00	25,00	79,54
Entre 26 e 30 anos	5	11,36	11,36	90,90
Entre 31 e 35 anos	1	2,27	2,27	93,17
Mais de 35 anos	1	2,27	2,27	95,44
Não responderam	2	4,54	4,54	100,00
Total	44	100,00	100,00	

Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

Dentre os participantes, segundo a Tabela 2, a maioria dos estudantes tem até 21 anos (54,54%) de idade, seguida de jovens entre 22 e 25 anos (25%), os participantes entre 26 e 30 anos compõem 11,36% da pesquisa. A situação da idade apresenta-se com as mesmas características da UFFS, dando destaque aos alunos que possuem até 21 anos como maioria. Nota-se que os jovens buscam ingressar cada vez mais cedo no ensino superior, principalmente pela situação que se encontra o mercado de trabalho, que conforme Britto et al. (2008) as organizações empresariais são movidas pela concorrência acirrada e os profissionais necessitam diferenciar-se para conseguir um bom lugar nas empresas, essa diferenciação pode ser obtida por meio da capacitação dentro do ambiente acadêmico que estimula as habilidades e competências do aluno.

Ainda nas questões sobre o perfil, questionou-se fase do curso em que os alunos se encontram.

Gráfico 3- Fase do curso dos alunos da URI.



Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

De acordo com a Figura 3, a maioria dos alunos (41%) estão matriculados na oitava fase do curso, em seguida os alunos da sexta fase representam 27%, a segunda e quarta fase são constituídas por 16% respectivamente. Os dados mostram um número menor de matriculados nas fases iniciais do curso, de acordo com Koike (2015) isso pode ser explicado pelo corte de investimentos no FIES (Fundo de Financiamento Estudantil) por parte do governo, a partir de 2015 novas regras começaram a ser instituídas no programa, a partir disso menos estudantes possuíram acesso ao financiamento estudantil. Outro ponto de análise é que o número de alunos matriculados nas fases iniciais da UFFS é bem maior e a situação é inversa a da URI, ou seja, talvez os alunos estejam deixando de ingressar numa instituição de ensino superior privada motivados pelo corte de financiamentos, para inserir-se em uma instituição pública.

4.2.2 Propensão à abertura de empresas

Esta seção foi desenvolvida para apresentar os resultados obtidos a partir do Bloco II sobre a propensão à abertura de empresas dos alunos da URI. Quando os alunos foram questionados se desejam ou não abrir seu próprio negócio, 61,37% deles responderam que sim e 38,63% disseram que não. O Quadro 22 apresenta os motivos que levaram os alunos a desejarem ter ou não seu próprio negócio. Nesta questão 35 alunos responderam.

Quadro 22- Motivos pelos quais desejam ou não abrir uma empresa (URI).

Motivos	Nº de vezes em que a resposta foi citada	Porcentagem de respondentes que citaram a questão
Quer abrir uma empresa por desejo pessoal/ objetivo	11	31,43%
Deseja aplicar os conhecimentos dentro do seu negócio/ adquirir experiência	7	20,00%
Não tem interesse em abrir um negócio	6	17,14%
Não deseja abrir uma empresa pelas dificuldades financeiras/ dificuldades no mercado	5	14,29%
Abrir uma empresa para contribuir com a economia/ atender as necessidades de mercado	3	8,57%
Já possui um negócio	3	8,57%
Abrir uma empresa para obter lucro	2	5,71%
Possibilidade de autonomia sendo dono de uma empresa	2	5,71%
Prefere tentar um concurso público/ busca pela estabilidade	1	2,86%

Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

Ao observar o Quadro 22, percebe-se que o motivo mais citado para o aluno querer abrir uma empresa se dá pelo desejo ou objetivo pessoal (31,43%), a decisão de empreender de

acordo com Dornelas (2012) surge de fatores sociais, externos, ambientais e competências sociais, que circulam em torno de um evento gerador. Ou seja, muitas vezes o aluno possui a vontade de empreender, mas não encontra uma explicação concreta para tal. Em seguida, 20,00% desejam empreender para aplicar seus conhecimentos aprendidos durante a graduação, esses alunos que tiveram uma formação empreendedora são capazes de contribuir para o desenvolvimento econômico, Garcia et. al (2012) aborda que após sua graduação, os alunos são capazes de empreender negócios intensivos em conhecimento, pois podem aplicar na prática aquilo que aprenderam dentro da sala de aula. Ainda, 17,14% relataram que não possuem interesse de abrir um negócio, pois possuem outros objetivos e metas de vida e 14,29% não desejam abrir uma empresa pelas dificuldades econômicas e de mercado.

Tendo em vista às dificuldades na abertura de uma empresa percebidas pelos alunos, para um total de 42 respondentes, 73,81% citaram que a burocracia é um dos maiores empecilhos, seguida pelas questões de mercado (33,33%), falta de investimento inicial (30,95%) e pessoas descapacitadas (7,14%) sendo estas as dificuldades mais citadas pelos estudantes.

Quadro 23- Dificuldades na abertura de uma empresa (URI).

Motivos	Nº de vezes em que a resposta foi citada	Porcentagem de respondentes que citaram a questão
Questões burocráticas	31	73,81%
Questões de mercado	14	33,33%
Falta de investimento	13	30,95%
Pessoas descapacitadas	3	7,14%
Questão pessoal	1	2,38%

Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

Repetindo a conjuntura da UFFS, nesta instituição os alunos mencionaram as mesmas dificuldades como sendo as mais relevantes, em consonância, dados da Endeavor Brasil (2017) demonstram que empreender no Brasil não é fácil, o país aparece entre os 15 piores países no quesito de facilidade de abrir novos negócios e a maioria das empresas existentes não conseguem cumprir as normas existentes. Entretanto, essas dificuldades podem ser diminuídas com o uso de programas e ações favoráveis ao empreendedor, por exemplo o Sebrae de acordo com Dornelas (2012) é a principal entidade que apoia os empreendedores fornecendo consultorias para quem possui dificuldades ou dúvidas em todos os quesitos quanto à abertura

de uma empresa, já o Instituto Empreender Endeavor tem como missão eliminar os fatores limitantes, como a dificuldade de acesso a capital, falta de informação e carência de suporte.

Em relação às facilidades percebidas na abertura de uma empresa, apenas 20 alunos responderam e 24 deixaram a questão em branco. O Quadro 24 destaca as facilidades citadas pelos acadêmicos.

Quadro 24- Facilidades na abertura de uma empresa (URI).

Motivos	Nº de vezes em que a resposta foi citada	Porcentagem de respondentes que citaram a questão
Questões de mercado	10	50,00%
Facilidade de ideias/ fazer o que gosta	4	20,00%
Autonomia na tomada de decisões/flexibilidade	3	15,00%
Facilidade de crédito	2	10,00%
Pessoal capacitado	2	10,00%

Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

Uma das facilidades que teve grande destaque entre os participantes da pesquisa, com 50,00% foi em relação às questões de mercado, mostrando que esses alunos possuem grandes chances de se dar bem como empreendedores, pois identificam-se positivamente com as questões mercadológicas que são um dos aspectos mais importante para um negócio prosperar, Chiavenato (2012) ressalta que para ser bem-sucedido o empreendedor deve conhecer muito bem a produto, serviço, cliente, o mercado, a visão e missão, estabelecendo estratégias e sabendo gerenciar para manter e sustentar a empresa por um longo prazo e obter retorno. Posteriormente 20,00% citaram a facilidade de ter novas ideias e a possibilidade de se fazer o que gosta, 15,00% a autonomia na tomada de decisões com possibilidade de flexibilidade por ser o dono da empresa, 10,00% facilidade de crédito e com a mesma porcentagem a possibilidade de se conseguir um pessoal capacitado para integrar uma equipe de trabalho.

Quadro 25- Lados positivos de ser um empreendedor (URI).

Motivos	Nº de vezes em que a resposta foi citada	Porcentagem de respondentes que citaram a questão
Reconhecimento/ experiências	15	44,12%
Independência/ autonomia/ flexibilidade	11	32,35%
Lucros	10	29,41%
Inovar/ mudar	6	17,65%
Gerar empregos	1	2,94%

Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

O Quadro 25 representa os lados positivos de ser um empreendedor destacados pelos alunos. Dentre os 34 alunos que responderam 44,12% apresentam o reconhecimento e as experiências como o fator mais importante, Mendes (2009) relata que os empreendedores utilizam sua experiência de vida como uma oportunidade de aprendizagem, estes aprendem muito mais com as experiências de fracasso, absorvendo a parte positiva do problema e buscando não repeti-lo. Outros 32,35% relataram que é positivo a parte de independência, autonomia e flexibilidade que o empreendedor tem, 29,41% dizem ser positivo os lucros que o empreendedor alcança, 17,65% veem a inovação e a mudança como motivo de positividade e por fim, 2,94% acham a geração de empregos que o empreendedor proporciona como algo benéfico.

Quadro 26- Lados negativos de ser um empreendedor (URI).

Motivos	Nº de vezes em que a resposta foi citada	Porcentagem de respondentes que citaram a questão
Muita responsabilidade	12	42,86%
Concorrência	6	21,43%
Falta de incentivo/burocracia	5	17,86%
Medo de falência	5	17,86%
Demanda muito tempo	4	14,29%
Dificuldades financeiras	2	7,14%
Não observa nenhum ponto negativo	1	3,57%

Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

Sobre os lados negativos de ser um empreendedor, 28 alunos deram suas respostas. Mediante análise do Quadro 26, pode-se dizer que a maioria dos alunos citaram a responsabilidade demasiada (42,86%) como sendo o principal ponto negativo de empreender, a concorrência aparece em seguida com 21,43%, esse quesito “concorrência” confronta-se com o quadro em que foram citadas as facilidades na abertura de uma empresa, onde os alunos colocaram como principal facilidade as questões de mercado e a concorrência integra as questões de mercado, isso expressa que em alguns elementos mercadológicos os alunos sentem-se seguros, porém a concorrência não é um deles. Sabe-se que atualmente a concorrência é muito grande entre as empresas, Fialho (2018) colabora dizendo que há muita pressão para diferenciar-se dos concorrentes e ter uma vantagem competitiva. Em seguida como pontos prejudiciais aparecem a falta de incentivo e as questões burocráticas (17,86%), o medo de falir o negócio (17,86) e o tempo excessivo que o empreendedor dedica ao negócio (14,29%). Quanto ao tempo excessivo citado, apresenta-se um contrassenso, pois os empreendedores com

suas características dedicam o tempo necessário ao negócio, pois eles amam o que fazem e nem se dão conta de quanto tempo investem no negócio, não se preocupam com uma carga horária máxima e muitas vezes distanciam-se até de sua família para dedicar-se ao empreendimento (DORNELAS, 2015).

4.2.3 Sugestões para o Projeto Pedagógico do Curso

Diante desta seção trata-se sobre a interpretação e análise das questões sobre as Sugestões ao PPC do curso de Administração da URI.

Para compreender a visão dos alunos em relação às disciplinas cursadas, perguntou-se a eles quais delas eles acreditavam serem relacionadas ao empreendedorismo. Do total de alunos participantes 40 deles responderam e citaram no total 27 disciplinas.

Quadro 27- Disciplinas relacionadas ao empreendedorismo (URI).

Disciplinas	Nº de vezes em que a disciplina foi citada	Porcentagem de respondentes que citaram a disciplina
Empreendedorismo e Formalização do Negócio	24	60,00%
Fundamentos do Marketing	10	25,00%
Consultoria Empresarial	8	20,00%
Redes de empresas	8	20,00%
Gestão de Vendas	6	15,00%
Planejamento e Estratégias empresariais	5	12,50%
Direito de Empresa	5	12,50%
Todas	5	12,50%
Gestão de Novas Tecnologias	4	10,00%
Elaboração e Análise de projetos	4	10,00%
Administração de Serviços	3	7,50%
Comportamento Humano nas Organizações	3	7,50%
Custos Empresariais	3	7,50%
Economia I	3	7,50%
Administração de Recursos Humanos	3	7,50%
Teoria Geral da Administração II	2	5,00%
Engenharia Econômica e Financeira	1	2,50%
Gestão do Meio Ambiente	1	2,50%
Economia Brasileira e Regional	1	2,50%
Pesquisa de marketing	1	2,50%
Organização, Sistemas e Métodos	1	2,50%
Gestão de Custos no Agronegócios	1	2,50%
Logística empresarial	1	2,50%
Administração de Recursos Materiais	1	2,50%
Administração da Produção e Operações	1	2,50%

Teoria Geral da Administração	1	2,50%
Contabilidade Aplicada	1	2,50%
Administração Financeira	1	2,50%
Não sabe responder	1	2,50%

Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

Como demonstrado no Quadro 27, a maioria dos alunos destacou que a disciplina Empreendedorismo e formalização do negócio (60,00%) é a que mais possui relação com o tema, seguida por Fundamentos do Marketing (25,00%), Consultoria Empresarial (20,00%), Redes de Empresas (20,00%), Gestão de vendas (15,00%), Planejamento e Estratégias Empresariais (12,50%), Direito de Empresa (12,50%) e outros 12,50% disseram que todas possuem relação com o tema. Mediante os elementos citados, identifica-se que apenas uma disciplina foi citada com mais frequência pelos alunos, as outras tiveram uma frequência menor, esse ângulo dos alunos no tocante as disciplinas, pode significar que a metodologia usada em muitas disciplinas, certas vezes não é adequada para formar empreendedores ou para chamar a atenção dos alunos para que eles próprios consigam fazer essa relação mesmo que ela não esteja tão explícita.

Os acadêmicos da URI, quando responderam à pergunta “Você acredita que o curso de Administração, da sua instituição de ensino, estimula o empreendedorismo?”, foi analisado que 88,64% declararam que sim, estimula o empreendedorismo, 6,81% sentem que não e 4,54% não respondem. As suas justificativas para essa questão são mostradas no Quadro 28, tendo em vista que 37 pessoas responderam à questão.

Quadro 28- Motivos de estímulo ou não estímulo ao empreendedorismo por parte da instituição (URI).

Motivos	Nº de vezes em que a resposta foi citada	Porcentagem de respondentes que citaram a questão
O conteúdo das disciplinas e os professores estimulam	26	70,27%
Preparação através de visitas técnicas	4	10,81%
Estimula através der projetos	3	8,11%
Estímulo em palestras/eventos	2	5,41%
Não sabe responder	2	5,41%
As disciplinas não preparam para o empreendedorismo/ falta prática	2	5,41%
Estímulo através da URI Júnior	1	2,70%
Estímulo através de semanas acadêmicas	1	2,70%

Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

Ao fazer a análise do Quadro 28, motivos de estímulo ou não estímulo ao empreendedorismo, a grande maioria dos alunos relata que há um grande estímulo por meio dos conteúdos abordados em sala de aula e pela relação positiva que os professores possuem com a área (70,27%), porém relacionando essas respostas com as disciplinas citadas, evidencia-se que poucas disciplinas foram citadas com frequência quanto à sua relação com o empreendedorismo, então resta uma dúvida, “as disciplinas não tem relação, mas os professores que ministram as disciplinas sim?”, para tanto a instituição deve investigar se os mecanismos que compõem as disciplinas estão de acordo e relacionam-se com o que os professores abordam dentro da sala de aula. Em seguida como estímulo observa-se que 10, 81% relataram as visitas técnicas, 8,11% estímulo através de projetos e o restante dos motivos são menos alegados

Com relação à pergunta “você acredita que a sua instituição prepara o aluno para ser um empreendedor?”, 95,45% apontaram que sim, 2,27% expressaram que não e 2,27% não responderam. Quanto à justificativa dessa questão, 38 alunos responderam.

Quadro 29- Motivos pelos quais a instituição prepara ou não prepara o aluno para ser um empreendedor (URI).

Motivos	Nº de vezes em que a resposta foi citada	Porcentagem de respondentes que citaram a questão
Preparação através das aulas	31	81,58%
Falta prática	4	10,53%
Não sabe responder	2	5,26%
Pouco debate sobre empreendedorismo	1	2,63%
Preparação através de cursos/ projetos	1	2,63%
Preparação através de visitas técnicas	1	2,63%

Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

Diante dos dados apresentados no Quadro 29, percebe-se que um motivo pelo qual a instituição prepara o aluno merece destaque, 81, 58% dos alunos referiram a preparação por meio das aulas, indicando que o conteúdo é condizente com seus objetivos referente ao empreendedorismo, 10,53% dos alunos, relataram que não prepara para ser empreendedor porque falta a prática dentro do curso, assim sendo a teoria é fundamental no ensino, porém a parte prática torna-se um complemento necessário para a formação, Rocha e Freitas (2014) enfatizam que a aula tradicional pode ser utilizada para repassar aspectos teóricos e culturais do empreendedorismo, orientando os demais aspectos da ação empreendedora para métodos e recursos mais dinâmicos.

No que tange a pergunta “você se sentiu mais estimulado a empreender após ingressar na instituição?”, 77,28% disseram que sim e 22,72% apontaram que não. O Quadro 30 aborda os motivos que levaram os alunos a responderem “sim” ou “não”, onde do total de 44 alunos, 41 deram suas explicações.

Quadro 30- Motivos por se sentir mais estimulado ou menos estimulado a empreender após ingressar no curso (URI).

Motivos	Nº de vezes em que a resposta foi citada	Porcentagem de respondentes que citaram a questão
As disciplinas ajudaram a estimular/adquirir mais conhecimento	25	60,98%
Não possui o objetivo de empreender	13	31,71%
Estímulo através de palestras/ projetos	2	4,88%
Não se sente preparado	1	2,44%
Disciplinas não satisfazem/ falta prática	1	2,44%

Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

Analisando o Quadro 30, nota-se que novamente as disciplinas merecem importância, pois 60,98% dos alunos disseram que as disciplinas e o conhecimento adquirido no curso ajudaram a sentirem-se mais estimulados do que antes, 31,71% relataram que não possuem o objetivo de empreender e que nada mudou após entrarem no curso, desse modo, percebe-se que alguns alunos recebem influência do meio acadêmico, outros, já ingressam na universidade com uma ideia fixa, pois o ambiente anterior à universidade já o induziu a pensar e agir de uma determinada maneira.

E na última questão aberta os estudantes foram questionados em mais de um fator, inicialmente foram perguntados se as disciplinas do curso satisfazem suas expectativas, quanto a isso 90,90% disseram que satisfazem, 6,82% falaram que não e 2,28% não responderam. Posteriormente perguntou-se se as disciplinas são suficientes, para isso, 65,91% responderam que sim, 31,82% colocaram que não e 2,28% não responderam. As explicações sobre essa questão são observadas no Quadro 31.

Quadro 31- Explicações sobre o que falta ou não no curso relacionado ao empreendedorismo (URI).

Motivos	Nº de vezes em que a resposta foi citada	Porcentagem de respondentes que citaram a questão
Falta prática	11	42,31%
Satisfazem	10	38,46%

Matérias fracas	3	11,54%
O tema poderia ser mais aprofundado	2	7,69%
Ainda não cursou muitas disciplinas	1	3,85%
Falta de interesse do aluno	1	3,85%

Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

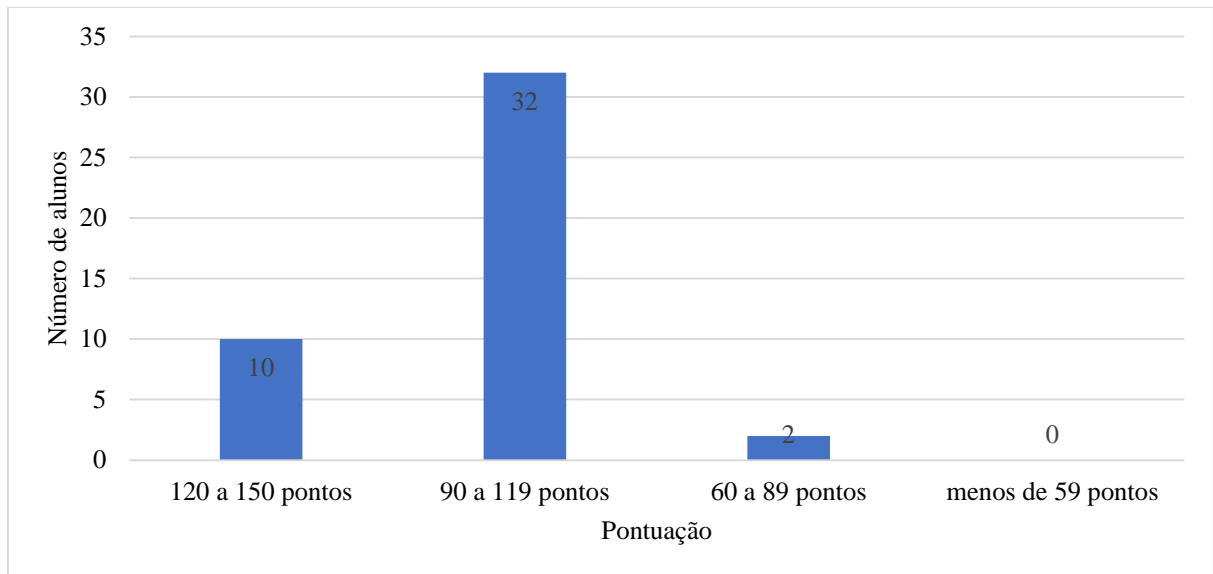
Referente ao Quadro 31, 26 alunos deram suas explicações, onde a maioria deles, 42,31% colocaram que o que mais falta no curso para dar um estímulo ao empreendedorismo é a prática destacando que apenas a teoria não é suficiente. Logo após, 38,46% relataram que o curso satisfaz as expectativas para quem deseja empreender, outros disseram que as matérias apresentam-se fracas (11,54%), onde mais carga horária e conteúdo com o tema poderia ser acrescentado. Este cenário é próximo ao que ocorre na UFFS, onde nas duas instituições disseram que o que mais falta no curso é a parte prática, a diferença para esta instituição é que na URI a maioria dos alunos citaram que as disciplinas são suficientes, já na UFFS há predominância daqueles que disseram que as disciplinas não são suficientes.

Então, de modo geral constata-se que os estudantes da URI mostram-se mais satisfeitos com sua instituição do que os da UFFS. Pode-se dizer que os alunos da UFFS esperam mais do curso por ser em turno integral, então dedicam exclusivamente seu tempo às atividades acadêmicas, já os estudantes da URI como estudam apenas na parte da noite, uma grande parte deles trabalham durante o dia, então já convivem com o mundo empresarial, porém mesmo assim em muitas ocasiões relataram a falta da prática.

4.2.4 Nível de Perfil Empreendedor dos alunos

Diante do Bloco IV do questionário buscou-se analisar o perfil empreendedor dos alunos da URI, primeiramente aplica-se a análise de Dornelas. O Gráfico 4 representa a pontuação do perfil empreendedor dos acadêmicos, obtida através da soma de pontos de cada aluno, usando como base a escala de *Likert* de 5 pontos.

Gráfico 4- Pontuação do perfil empreendedor URI (Dornelas).



Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

De acordo com a Gráfico 4 observa-se que 10 alunos já são considerados empreendedores, pois conforme Dornelas possuem muitas características empreendedoras e traços que os diferenciam, 32 alunos possuem muitas características empreendedoras e as vezes se comportam como um, mas ainda podem melhorar suas características para destacar-se ainda mais, apenas 2 acadêmicos ainda não são muito empreendedores e se comportam, na maior parte do tempo, como um administrador. Nenhum aluno possui menos de 59 pontos. A partir desta análise repara-se que a instituição mostra-se bastante otimista em relação à pontuação, pois apenas 2 alunos podem ser considerados “não empreendedores”, porém esses alunos ainda podem despertar seu lado empreendedor, se a universidade em conjunto com a aluno buscarem esforços. Esses dados ainda revelam que os alunos da URI desvendam mais características empreendedoras do que os alunos da UFFS, pois a UFFS possui mais alunos com menos de 89 pontos, ou seja, mais alunos com menos características empreendedoras.

O Quadro 32 apresenta a média, moda e frequência para cada uma das questões, nota-se que as médias variaram de 2,75 a 4,36 pontos, ou seja, de “fraco” a “bom”.

Quadro 32- Média, moda e frequência (URI).

Questão	Média	Moda	Frequência				
			1	2	3	4	5
COMPROMETIMENTO E DEDICAÇÃO							
1.Sou proativo na tomada de decisão	3,59	3	0	1	22	15	6
2.Sou tenaz e obstinado	3,09	3	3	5	23	11	2
3.Tenho disciplina e dedicação	4,07	4	1	0	8	21	14
4.Sou persistente ao resolver problemas	4,18	4	0	1	6	21	16

5.Estou disposto ao sacrifício para atingir metas	3,91	4	0	3	9	21	11
6.Sou capaz de imersão total nas atividades que desenvolve	3,73	4	1	2	13	20	8
OBSESSÃO PELAS OPORTUNIDADES							
7.Procuro ter conhecimento profundo das necessidades dos clientes	4,07	4	0	3	7	18	16
8.Sou dirigido pelo mercado	3,25	3	2	5	22	10	5
9.Sou obcecado por criar valor e satisfazer os clientes	3,68	4	3	3	11	15	12
TOLERÂNCIA AO RISCO, AMBIGUIDADE E INCERTEZA							
10. Corro riscos calculados (analiso tudo antes de agir)	3,73	3	0	4	18	8	14
11.Procuro minimizar os riscos	3,98	5	0	1	14	14	15
12.Tolero as incertezas e falta de estrutura	3,02	3	5	6	21	7	5
13.Tolero o estresse e conflitos	2,75	2	9	12	10	7	6
14.Sou hábil em resolver problemas e integrar soluções	3,70	4	0	1	18	18	7
CRIATIVIDADE, AUTOCONFIANÇA E HABILIDADE DE ADAPTAÇÃO							
15.Não sou convencional, tenho a cabeça aberta, penso	4,07	4	0	2	9	17	16
16.Não me conformo com o status quo	3,27	3	1	6	21	12	4
17.Sou hábil em se adaptar a novas situações	3,89	4	0	1	12	22	9
18.Não tenho medo de falhar	3,48	3	2	6	15	11	10
19.Sou hábil em definir conceitos e detalhar ideias	3,55	3	1	3	18	15	7
MOTIVAÇÃO E SUPERAÇÃO							
20.Sou orientado para metas e resultados	3,93	4	0	2	10	21	11
21.Sou dirigido pela necessidade de crescer e atingir melhores resultados	4,36	4	0	1	2	21	20
22.Não me preocupo com status e poder	3,48	4	2	7	11	16	8
23.Tenho autoconfiança	4,11	4	0	0	9	21	14
24.Estou ciente de minhas forças e fraquezas	4,05	4	1	1	8	19	15
25.Tenho senso de humor e procuro estar animado	4,20	5	0	2	8	13	21
LIDERANÇA							
26.Tenho iniciativa	3,89	5	1	2	15	9	17
27.Tenho poder de autocontrole	3,80	4	2	1	10	22	9
28.Transmito integridade e confiabilidade	4,09	4	0	1	10	17	16
29.Sou paciente e sabe ouvir	4,07	5	1	1	10	14	18
30.Sei construir times e trabalhar em equipe	3,98	4	0	1	13	16	14

Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

Diante do Quadro 32, observa-se que a média geral entre todas as questões foi de 3,76 pontos, já a questão que mais destacou-se em relação à média em cada bloco foi respectivamente: bloco 1 “sou persistente ao resolver problemas” (4,18), bloco 2 “procuro ter conhecimento profundo das necessidades dos clientes” (4,07), bloco 3 “procuro minimizar os riscos” (3,98), bloco 4 “não sou convencional, tenho a cabeça aberta, penso” (4,07), bloco 5 “sou dirigido pela necessidade de crescer e atingir melhores resultados” (4,36) e bloco 6 “transmito integridade e confiabilidade” (4,09). As menores médias foram para as questões: “sou tenaz e obstinado” (3,09), “sou dirigido pelo mercado” (3,25), “tolero as incertezas e falta de estrutura” (3,02), “não me conformo com o status quo” (3,27), “não me preocupo com status e poder” (3,48) e “tenho poder de autocontrole” (3,80). Esta instituição destaca-se perante a UFFS pois suas médias são mais altas, desse modo os alunos percebem mais em si, os atributos empreendedores, mostrando-se mais confiantes.

Como moda, verifica-se o fator 4 que representa “bom”, ou seja, a maioria dos atributos citados receberam a nota 4. Para a frequência também o fator 4 mais se repetiu e em seguida o “3”.

Por fim no Quadro 33 aponta-se a média, moda e frequência para cada bloco. O questionário é composto por seis blocos distintos.

Quadro 33- Média, moda e frequência por bloco (URI).

BLOCO	Média por bloco	Moda por bloco	Frequência por bloco				
			1	2	3	4	5
Comprometimento e dedicação	3,76	4	5	12	81	109	57
Obsessão pelas oportunidades	3,66	4	5	11	40	43	32
Tolerância ao risco, ambiguidade e incerteza	3,44	3	14	24	81	54	47
Criatividade, autoconfiança e habilidade de adaptação	3,65	4	4	18	75	77	46
Motivação e superação	4,02	4	3	13	48	95	89
Liderança	3,96	4	4	6	58	78	74

Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

Mediante a análise do Quadro 33, o bloco de questões que mais destacou-se positivamente em relação à média foi o quinto bloco “Motivação e superação”, com 4,02 pontos, assim repara-se que os estudantes mostram-se motivados a seguir suas metas e objetivos, sendo autoconfiantes e buscando os melhores resultados. O bloco que teve a menor média foi “Tolerância ao risco, ambiguidade e incerteza”, 3,44 pontos, portanto percebe-se que tanto os alunos da UFFS quanto da URI possuem essa característica como a mais crítica, pois ainda há um grande receio quanto aos riscos, enquanto os empreendedores de sucesso, conforme Dornelas (2015), não são inseguros, tomam as decisões corretas e assumem riscos calculados, sabem gerenciá-los, avaliando as reais chances de sucesso, para estes, quanto mais o desafio, mais estimulantes será a jornada empreendedora. Em relação à moda, o fator 4 repetiu-se mais vezes. Na frequência o mesmo ocorreu, onde os respondentes assinalaram com mais repetição o “4”.

4.3 PROPOSTAS DE MELHORIA AOS PROJETOS PEDAGÓGICOS DOS CURSOS

Nesta seção apresenta-se as propostas de melhorias aos PPCs dos cursos, essas sugestões baseiam-se nas análises e discussões dos resultados da seção 4 e em trabalhos anteriores já realizados na área. Inicialmente realiza-se sugestões ao PPC do curso de Administração da

UFFS e em seguida à URI. Muitas sugestões serão repetidas para as duas instituições porque ambas apresentam alguns problemas semelhantes.

4.3.1 Propostas ao Curso de Administração da UFFS

Após a realização da análise dos dados observou-se que os alunos sentem algumas carências em relação ao curso e seus métodos de ensino do empreendedorismo. À vista disso, constata-se que os maiores problemas foram relacionados à falta de prática, pouco debate sobre o tema e que o empreendedorismo é tratado de forma muito superficial. Portanto, propõe-se algumas medidas que podem ser implementadas pelo curso. No Quadro 34 pode-se visualizar as atividades sugeridas, com suas descrições e todos os envolvidos nas mesmas.

Quadro 34- Atividades práticas sugeridas para o desenvolvimento do empreendedorismo no curso de Administração da UFFS.

Atividade	Descrição/ envolvidos
Palestras	Inserir um cronograma anual de palestras relacionadas ao empreendedorismo/ professores da área, Empresa Júnior e alunos
Cursos e dinâmicas	Proporcionar aos alunos oportunidades de cursos e dinâmicas voltadas à área, onde eles possam desempenhar o papel de líder e empreendedor, desenvolvendo e estimulando algumas características inerentes ao empreendedor/ Empresa Júnior, professores e alunos
Rodas de conversas e debates	Oportunizar os alunos a colocarem suas opiniões sobre o tema, em rodas de conversas e debates, podendo ser realizado em sala de aula/ professores e alunos
Semana do empreendedorismo e inovação	Criar a semana do empreendedorismo e inovação, uma semana diferenciada com palestrantes, cursos, exposição de trabalhos inovadores, planos de negócios elaborados nas disciplinas, trazer membros do Sebrae. Essa feira pode ser aberta à comunidade em geral para aproximar as empresas e a universidade/ universidade, coordenação do curso, bolsistas, empresa júnior, professores, alunos e comunidade
Visitas e excursões	Realizar visitas técnicas voltadas a empresas com viés mais empreendedor, onde o gestor seja destaque em empreendedorismo e os alunos possam entender a realidade e o dia a dia do empreendimento/ universidade, professores e alunos
Competição de ideias de negócios	Criar um concurso entre os alunos, onde eles desenvolvam uma empresa por meio de um plano de negócios, a ideia que mais se destacar e que há mais chances de se tornar uma empresa concreta ganhará um prêmio (viagem), o trabalho será avaliado por uma banca/ universidade, professores, investidores, comunidade e alunos
Bolsas para pesquisa	Fomentar o empreendedorismo através de bolsas de pesquisa, onde os alunos possam desenvolver trabalhos científicos sobre o tema/ universidade, professores e alunos

Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

Diante do Quadro 34 verifica-se que a competição de ideias de negócios é um processo bem complexo e que exige bastante de todo o curso, mas é uma das ideias que mais promove a inovação e a prática. Os estudos do Sebrae e Endeavor Brasil (2016) trazem a experiência da Universidade de Houston, considerada a 3ª melhor na formação de empreendedores nos EUA, mostrando que a competição de negócios é um processo que deu certo. A instituição por meio do *Wolffest* conseguiu implementar no curso a inovação no ensino, experiência prática e

engajamento dos alunos, o *Wolffest* é uma competição de negócios na forma de um festival de três dias, principalmente de gastronomia que permite uma experiência empreendedora na prática. O negócio que juntar mais dinheiro nos três dias ganha a competição. O programa dura dois semestres e permite que os alunos veteranos, divididos em mais ou menos cinco grupos, utilizem tudo que aprenderam em sala de aula ao organizar, pesquisar, negociar, desenvolver um plano de negócios, operar, delegar, competir e validar seu negócio. Depois da fase de planejamento, as equipes ativam a comunidade para encontrar “investidores-anjo” e ex-alunos para formar o conselho consultivo do seu negócio. Isso comprova que engajar outros agentes para iniciar a sua empresa é o início do aprendizado prático que ultrapassa a sala de aula. Por fim, no dia do início das operações, o aluno compreende a diferença entre planejar um negócio e operá-lo. Muitos problemas acontecem, desde questões inesperadas até problemas operacionais, como com estoque ou logística, com patrocinadores/investidores, ou com o regulamento da universidade, assim como ocorre em um negócio real. A Universidade de Houston celebra essa experiência e os imprevistos, pois acredita que é por meio da prática que o aluno compreende o que é empreender na pele, quais serão os seus desafios, quais habilidades ainda é preciso desenvolver e quais os seus pontos fortes.

Para que essas atividades possam realmente se desenvolver, é necessário que todos os agentes envolvidos se esforcem e colaborem, a universidade, a coordenação do curso, professores, empresa júnior, alunos e comunidade local e regional. Observa-se que as empresas da cidade e região ainda estão distantes da Universidade e não há uma interação constante entre elas, é preciso aproximar a universidade das empresas (mercado de trabalho) e criar parcerias entre estes, isso também faz com que as universidades estejam mais alinhadas com as demandas do mercado. Ainda, para que os professores, frequentemente envolvidos nessas atividades possam desempenhar seu papel satisfatoriamente, é fundamental preparar os professores também para falar de empreendedorismo, estudos do Sebrae e Endeavor Brasil (2016) mostram que daqueles professores que se consideram influências no empreendedorismo das suas universidades, 46% nunca tiveram experiência como empreendedores, ou seja, se eles não conhecem sobre esse universo, como vão ensinar de forma eficaz aos alunos.

Porém um fator preocupante dentro da universidade é que quando se tem oportunidades de o aluno participar de palestras, cursos e outras ações, estes muitas vezes não se mostram interessados e a procura por cursos e projetos é pequena, então a iniciativa também deve partir do aluno, de nada adianta ter disponível cursos, palestras, ações de extensão e prática durante a graduação se os alunos não tem interesse em participar e não mostram-se motivados. Assim,

esses alunos devem ser encorajados e os professores devem destacar a importância, uma vez que propicia ao aluno uma troca de experiências.

As experiências práticas durante o curso são essenciais para sua formação, pois o aluno empreendedor (que já empreende ou está mais em contato com o mercado de trabalho) possui mais experiências e está mais inserido no ambiente de negócios que o potencial empreendedor (pensa em empreender). Este por sua vez, tem mais contato com empreendedores do que quem não quer abrir um negócio. Além de mostrar a relevância de o aluno estar inserido no ambiente empreendedor, esse dado reforça a importância da instituição de ensino em incentivar essas experiências. Inclusive, 29,9% dos alunos não empreendedores (não querem empreender) afirmam que não empreendem, pois nunca pensaram profundamente no assunto (SEBRAE; ENDEAVOR BRASIL, 2016).

Em relação às disciplinas do curso voltadas ao empreendedorismo, muitos alunos relataram que elas não preparam e estimulam o suficiente. Os impasses mais citados em relação às disciplinas foram: as matérias se mostram fracas, preparam apenas para o aluno ser gestor e não empreendedor, desestimulam o aluno, não satisfazem o quesito empreendedorismo, possuem pouca carga horária e há poucas disciplinas no início do curso. Além disso, quanto às disciplinas relacionadas ao empreendedorismo, os estudantes citaram poucas delas com frequência, as mais relatadas são: Empreendedorismo, criatividade e inovação, empreendimentos e modelos de negociação, economia, administração de marketing, recursos humanos, contabilidade introdutória, teoria geral da administração, introdução a administração, administração financeira, pesquisa mercadológica, matemática financeira. Isso mostra que é preciso promover a interdisciplinaridade do empreendedorismo e tratar dele em todas as disciplinas para que os alunos percebam sua existência. Outro aspecto é que as disciplinas mais direcionadas ao empreendedorismo não se mostram uniformes durante o curso, a maioria delas concentram-se nos últimos semestres do curso.

Portanto, recomenda-se algumas mudanças em relação às disciplinas, demonstradas no Quadro 35, a ideia é ampliar o conteúdo e/ou a carga horária de algumas delas e até inserir novas disciplinas. Primeiramente, a proposta é que os docentes devem ser estimulados e criar um ambiente favorável ao empreendedorismo, passando a serem mais apoiadores e motivadores aos alunos para que se interessem em investir em um negócio próprio, incentivando-os a pesquisar, pensar e buscar inovações.

Os alunos como maiores empecilhos à abertura de uma empresa citaram as dificuldades financeiras, econômicas, mercadológicas, falta de investimento, burocracia, falta de pessoal capacitado, responsabilidade excessiva, medo de falência, falta de incentivos, concorrência,

entre outros. Em relação aos atributos do perfil empreendedor trazidos por Dornelas por meio do questionário, os estudantes mostraram-se mais “fracos” em cada bloco nos quesitos, “tenaz e obstinado”, “sou dirigido pelo mercado”, “tolero as incertezas e a falta de estrutura”, “não tenho medo de falhar”, “não me preocupo com status e poder” e “sou paciente e sei ouvir” e em geral apresentam menos indícios de características empreendedoras no bloco “tolerância ao risco, ambiguidade e incerteza”. Assim, para que os estudantes possam mudar sua visão perante alguns aspectos citados acima, melhorar em alguns atributos e para ampliar o empreendedorismo dentro do curso, sugere-se a ênfase de alguns pontos em determinadas disciplinas, acrescentando mais conteúdo e horas aula.

Quadro 35- Alterações nas disciplinas (UFFS).

Disciplina	Conteúdo e/ou carga horária a ser acrescentado
Introdução à Administração	Inserir conteúdos sobre a relação do administrador com o empreendedor, semelhanças e divergências, a junção dos dois, mostrar os benefícios do administrador que tem um perfil empreendedor. Estudos de caso sobre empreendedorismo, mostrar formas de lidar com o risco no dia a dia do empreendedor, trabalhar com a parte da falência empresarial. Possibilitar visitas técnicas às empresas
Economia I	Focar mais nas questões econômicas do mercado de trabalho, como um empresário deve agir perante a economia, estrutura econômica.
Estatística Básica	Mostrar como um administrador pode aplicar a estatística dentro de uma empresa.
Economia II	Enfatizar as questões da influência do governo, inflação, impostos e tributos sobre um empreendimento.
Contabilidade Introdutória	Trazer exemplos de empresas reais para trabalhar as questões contábeis.
Psicologia organizacional	Trabalhar com foco no aluno, para incentivá-lo a ser mais autoconfiante, focar nas capacidades que ele possui, diminuir seus medos dentro do ambiente empresarial, usar dinâmicas para motivá-lo.
Administração de Marketing	Concentrar-se na parte da concorrência entre as empresas, mudanças do mercado, como agir quando surge uma mudança. Incluir jogos e simuladores
Direito Empresarial	Trabalhar com as questões burocráticas de uma empresa.
Empreendedorismo, Criatividade e Inovação	Concentrar-se em todas as etapas de um plano de negócios, focando principalmente nas formas de conseguir recursos para abrir uma empresa, como lidar com a parte burocrática, mostrar órgãos que incentivam o empreendedorismo, tendências do empreendedorismo no Brasil e no mundo, promover visitas técnicas e rodas de conversa com empreendedores, jogos e simuladores, trabalhar com o perfil empreendedor do aluno (formas de auto avaliar o perfil empreendedor)/ aumentar a carga horária para 60 horas.
Processo Decisório	Trazer exemplos práticos para desenvolver a tomada de decisão no aluno, estudos de caso, dinâmicas em grupo.
Empreendimentos e Modelos de Negociação	Inserir na disciplina exemplos reais para que os alunos possam relacionar a teoria com a prática. Trazer para a sala de aula empreendedores para que os alunos possam conhecer o funcionamento da empresa e tirar suas dúvidas.
Direito do Trabalho e previdenciário	Transferir a disciplinas para a matriz curricular integral, pois atualmente ela é optativa. Trabalhar mais aspectos voltados à burocracia/ aumentar a carga horária para 60 horas.

Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

Além das mudanças nas disciplinas já existentes, sugere-se a inserção de novas disciplinas ao curso. Estas podem ser verificadas no Quadro 36.

Quadro 36- Sugestão de novas disciplinas ao curso (UFFS).

Nome da disciplina	Conteúdo abordado/ carga horária
Universo Empreendedor	Esta disciplina pode ser inserida na primeira fase do curso, abordando conceitos, atitudes e características relacionadas ao empreendedor e empreendedorismo, surgimento e evolução, trazendo relatos de empreendedores de sucesso e insucesso, trazendo as principais obras e autores que falam sobre o tema/ 30 horas aula
O Empreendedor na Prática	Inserir a disciplina para a terceira fase do curso. Nesta disciplina o aluno além de ter conteúdos em sala de aula, em algum turno da semana poderia atuar dentro de uma empresa, observando o local, identificando erros, acertos e buscando soluções para os problemas, os alunos iriam para dentro da empresa em duplas e seria um tipo de convênio entre a universidade e as empresas participantes (parceria). No final de cada mês pode-se realizar um seminário para que o aluno relate suas experiências/ 60 horas aula.
Plano de Negócios	Criar uma disciplina apenas para elaborar um plano de negócios, pois atualmente ele é incluso na disciplina de Empreendedorismo, Criatividade e Inovação e acaba não sendo muito aprofundado, assim nesta nova disciplina ele pode ser mais detalhado e feito com mais tempo/ 60 horas aula.
Consultoria Empresarial	Conhecimento teórico e prático das ferramentas de consultoria empresarial, desenvolver uma consultoria de uma empresa como avaliação da disciplina/ carga horária 60 horas aula.

Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

A disciplina de “Consultoria Empresarial” foi baseada na grade curricular da URI, pois a URI já possui essa disciplina. Observa-se que essas novas disciplinas podem proporcionar a inspiração para empreender, pois o aluno vai estar ligado mais diretamente ao meio empreendedor, estimulando a criação de novos negócios e a gestão de empresas. Além das medidas propostas, identifica-se a necessidade de o curso instituir mais estágios durante os quatro anos em que os alunos frequentam a universidade, pois como estágio obrigatório tem-se apenas um, no final da graduação, é preciso que a parte teórica vista em sala de aula seja colocada em prática e os estágios possibilitam isso.

4.3.2 Propostas ao Curso de Administração da URI

Nesta instituição percebe-se algumas semelhanças com a UFFS em relação às carências que os alunos sentem sobre o empreendedorismo. Os estudantes da URI também citaram com bastante frequência que há falta de prática, o tema deveria ser mais aprofundado e há pouco debate sobre o campo do empreendedorismo. Então como há bastante semelhanças sugere-se ao curso as mesmas atividades que foram propostas à UFFS, estas foram relacionadas no Quadro 34 e são as seguintes: Palestras, cursos e dinâmicas, rodas de conversas e debates, semana do empreendedorismo e inovação, visitas e excursões, competição de ideias de negócios e bolsas para pesquisa. A questão de visitas e excursões nesta instituição é um pouco mais

complicada, pois a maioria dos alunos trabalham durante o dia, então essa prática torna-se possível apenas nos finais de semana.

É importante que as universidades proporcionem aos alunos essas práticas, pois os conteúdos debatidos em sala de aula muitas vezes não são o suficiente para o aluno sentir-se entusiasmado, segundo Sebrae e Endeavor Brasil (2016) professores afirmam que as disciplinas são restritas e não abordam o necessário para preparar o empreendedor para toda sua jornada. Em relação às disciplinas do curso ligadas ao empreendedorismo, muitos alunos disseram que elas não preparam e estimulam o suficiente, que as disciplinas são fracas quanto ao tema e há poucas disciplinas no início do curso. Essa situação também se mostra similar a da UFFS. Os estudantes também não citaram muitas disciplinas com frequência, quando perguntados quais delas possuem relação com o empreendedorismo, as mais relatadas foram: Empreendedorismo e Formalização do Negócio, Fundamentos do Marketing, Consultoria Empresarial, Redes de Empresas, Gestão de Vendas, Planejamento e Estratégias Empresariais, Direito de Empresa, etc., assim percebe-se que as outras disciplinas não chama a atenção do aluno para área, ou chama menos atenção do que estas citadas, então é necessário que haja uma mudança nos conteúdos, para que os alunos percebam um estímulo através de mais matérias. Para isso, busca-se ampliar o estudo do empreendedorismo por meio da inserção de novos conteúdos nas disciplinas existentes e sugestão de novas disciplinas, em algumas também se propõe o aumento da carga horária.

Quadro 37- Alterações nas disciplinas (URI).

Disciplinas	Conteúdo e/ou carga horária a ser acrescentado
Teoria Geral da Administração	Inserir conteúdos sobre a relação do administrador com o empreendedor, semelhanças e divergências, benefícios de um administrador com perfil empreendedor, estudos de caso sobre empreendedorismo, como administrar tendo que lidar com as incertezas, falta de estrutura, questões sobre falência empresarial, trazer empreendedores para relatar suas vivências.
Empreendedorismo e Formalização de Negócio	Aplicar ferramentas para auto avaliação do perfil empreendedor, para que ele possa se conhecer melhor, enfatizar as questões burocráticas, formas de conseguir recursos para investir no negócio, jogos e simuladores de empresas/ aumentar a carga horária para 60 horas aula.
Fundamentos do Comércio Exterior	Tendências para empreendedorismo no mundo/ aumentar a carga horária para 60 horas aula.
Fundamentos do Agronegócio	O papel do empreendedor no agronegócio.
Estatística	Aplicação da estatística no dia a dia de uma empresa.
Fundamentos do Marketing	Focar na parte da concorrência entre as empresas, mudanças do mercado, como agir quando surge uma mudança. Incluir jogos e simuladores.
Direito da Empresa	Trabalhar a questão da falência empresarial, dando ênfase em meios para evita-la.
Legislação Tributária	Trabalhar a parte burocrática em geral / aumentar a carga horária para 60 horas.

Administração Financeira	Trabalhar mais as questões sobre fontes de investimentos para a abertura de uma empresa, melhor forma de se investir.
--------------------------	---

Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

Espera-se que com a alterações em algumas disciplinas possa-se mudar a percepção dos alunos quanto às dificuldades que estes percebem na hora de empreender, pois muitos citaram como entraves ao empreendedorismo as dificuldades financeiras, dificuldades de investimento, questões de mercado, burocracia, medo de falência, entre outros. Ainda, nos atributos do perfil empreendedor (Dornelas), os estudantes tiveram médias menores nas seguintes questões de cada bloco: “sou tenaz e obstinado”, “sou dirigido pelo mercado”, “tolero as incertezas e falta de estrutura”, “não me conformo com o status quo”, “não me preocupo com status e poder” e “tenho poder de autocontrole” e na análise por cada bloco, o bloco com média menor foi “tolerância ao risco, ambiguidade e incerteza”. Então, diante das mudanças das disciplinas espera-se contribuir de forma positivas para a evolução dessas características nos alunos.

Ademais, sugere-se a instituição de novas disciplinas, sendo elas: “Universo Empreendedor”, “Plano de Negócios”, que já foram sugeridos para a UFFS e suas descrições encontram-se no Quadro 36. A disciplina “O Empreendedor na Prática” proposta para a UFFS, não foi sugerida para esta instituição pois necessita de tempo disponível durante o dia, pois o aluno insere-se em uma empresa em um turno e na URI muitos estudantes trabalham nesse período. Ainda uma disciplina a mais é sugerida para a URI, a disciplina chama-se “Plano de Marketing”, propõe-se uma disciplina apenas para a realização de um plano de marketing que demanda bastante tempo, observa-se que nas ementas das disciplinas existentes, apenas mostra-se as etapas de um plano de marketing, mas não realiza-se um na prática, essa disciplina pode ser composta por 60 horas aula

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo realizado teve como objetivo geral identificar o perfil empreendedor e a propensão à criação de novos negócios dos estudantes do curso de Administração das instituições UFFS e URI da cidade de Cerro Largo- RS. Para isso quatro objetivos específicos foram elaborados.

Quanto ao nível de perfil empreendedor dos estudantes, identificou-se por meio da análise de Dornelas (2012), que a maioria dos alunos possui uma pontuação elevada do perfil empreendedor, dos 155 alunos da UFFS que responderam o questionário, 43 alunos já são empreendedores e 97 possuem muitas características empreendedoras, os outros 15 alunos são considerados como não empreendedores. Para a URI, dos 44 alunos que participaram da pesquisa, 10 já são empreendedores, 32 possuem muitas características empreendedoras e apenas 2 não são empreendedores. Em relação à análise das 30 questões, onde avaliou-se os atributos empreendedores por meio da média, obteve-se média de 3,65 pontos para a UFFS e 3,76 pontos para a URI. Destaca-se que a instituição URI destaca-se perante a UFFS pois suas médias são mais altas nos atributos empreendedores.

Em relação à apresentação do perfil empreendedor dos alunos das duas instituições de ensino, os estudantes da URI apresentam um perfil empreendedor mais elevado que dos alunos da UFFS, onde os estudantes da URI percebem mais em si mesmos os atributos empreendedores. Como já citadas várias vezes anteriormente, o curso de Administração da URI é noturno então a maioria dos alunos trabalham durante o dia, então já estão mais inseridos no mundo dos negócios do que os alunos da UFFS que estudam em tempo integral e não possuem muitas experiências no mundo dos negócios.

Analisando a propensão à abertura de empresas, os fatores que despertam o interesse em abrir um negócio e os obstáculos e facilidades na abertura, a maioria dos alunos das duas instituições desejam abrir seu próprio negócio, quanto aos alunos da UFFS, 60% desejam empreender e na URI 61,37% querem ter seu próprio negócio. Em relação aos fatores que despertam os alunos a empreenderem a maioria deles nas duas instituições responderam ser um desejo pessoal e um objetivo de vida, não há uma explicação concreta, pois, o empreendedor recebe influência do ambiente em que está inserido e o desejo surge por meio deste. Já os obstáculos mais relatados pelos alunos da UFFS e URI foram as questões burocráticas, de mercado, falta de investimento, responsabilidade excessiva, concorrência e medo de falência. E as facilidades mais destacadas foram questões de mercado, facilidade de ideias, facilidade de crédito, autonomia, flexibilidade, independência, reconhecimento, experiências e inovação.

Diante disso, conclui-se que cada aluno possui um ponto de vista, pois o que alguns citaram como obstáculos, outros veem como facilidades.

Por último objetivou-se sugerir alterações aos Projetos Pedagógicos dos Cursos, em vista das respostas dos alunos, que nas duas instituições relataram fatores semelhantes e observaram como principais aspectos faltantes ao empreendedorismo, a falta de prática, falta de conteúdos sobre empreendedorismo dentro das disciplinas e pouca carga horária em algumas matérias, optou-se por fazer algumas sugestões que sinteticamente foram: sugestões de atividades práticas (palestras, cursos e dinâmicas, rodas de conversas e debates, semana do empreendedorismo e inovação, viagens e excursões, competição de ideias de negócios, bolsas para pesquisa); propostas de inserção de novos conteúdos e aumento da carga horária em algumas disciplinas das duas instituições e; sugestões de novas disciplinas.

Após analisar os dados, entendeu-se que os objetivos foram alcançados, respondendo ao problema de pesquisa. Porém o mesmo contou com limitações, em relação à disponibilidade e acesso aos alunos para responderem ao questionário e também a falta de interesse por parte de alguns alunos, impedindo a maior participação dos estudantes. Além disso sugere-se como trabalhos futuros, replicar o estudo em outros cursos de Administração da região, do estado ou do país, para comparar os resultados. Ou ainda, fazer comparativos com instituições tidas como referência em empreendedorismo.

REFERÊNCIAS

- AGÜERO, Pedro Hubertus Vivas; ASSOCIADO, FEA-PUCSP. Abrir uma nova empresa no Brasil-Teoria e prática. **Observatorio de la Economía Latinoamericana**, São Paulo, n. 188, 2013. Disponível em: <<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/br/13/empresa-brasil.html>>. Acesso em: 15 abr. 2018.
- ALMEIDA, Leandro S. et al. Expectativas de envolvimento acadêmico à entrada na Universidade: Estudo com alunos da Universidade do Minho. **Psicologia: Teoria, Investigação e Prática**, Portugal p. 3-15, 2003. Disponível em: <<https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/12108/1/Almeida%20et.al.%2c%202003.pdf>>. Acesso em: 24 out. 2018.
- ALVES, Antonio. Uma longa experiência. **Revista Brasileira de Administração**. n.106, p. 12, mai/jun. 2015. Entrevista concedida a Mara Andrich. Disponível em: <<https://issuu.com/rba-vip/docs/rba106web>>. Acesso em: 22 mar. 2018.
- ARAUJO, Gracyanne Freire de; DAVEL, Eduardo. Ensino- Aprendizagem do Empreendedorismo: Avanços e Desafios. In: ENANPAD- ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 2017, São Paulo. **Anais eletrônicos...** Disponível em: <http://www.anpad.org.br/~anpad/abrir_pdf.php?e=MjM2ODE>. Acesso em: 22 mar. 2018.
- BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. Empreendedorismo: conceitos e definições. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, v. 1, n. 1, p.25-38, 2014. Disponível em: <<https://seer.imed.edu.br/index.php/revistas/article/view/612/522>>. Acesso em: 02 abr. 2018.
- BIAZUS, Cleber Augusto. **Sistema de fatores que influenciam o aluno a evadir-se dos cursos de graduação na UFSM e na UFSC**: Um estudo no curso de Ciências Contábeis. 2004. 203 f. Tese (Doutorado) - Curso de Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2004. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/87138/206162.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 24 out. 2018.
- BRITTO, Luiz Percival Leme et al. Conhecimento e formação nas IES periféricas: perfil do aluno “novo” da educação superior. **Avaliação, Campinas**, São Paulo, v. 13, n. 3, 2008. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/aval/v13n3/08>>. Acesso em: 26 out. 2018.
- CAMPOS, Claudinei José Gomes. Método de Análise de Conteúdo: ferramenta para a análise de dados qualitativos no campo da saúde. **Revista Brasileira de Enfermagem**, Brasília, p.611-614, 2004. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/reben/v57n5/a19v57n5>>. Acesso em: 22 mai. 2018.
- CAREGNATO, Rita Catalina Aquino; MUTTI, Regina. Pesquisa qualitativa: análise de discurso versus análise de conteúdo. **Texto contexto enferm**, Florianópolis, v. 15, n. 4, p. 679-84, 2006. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/tce/v15n4/v15n4a17>>. Acesso em: 13 jun. 2018.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao empreendedor**. 4. ed. São Paulo: Editora Manole, 2012. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=ONs9CQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT5&dq=empreendedorismo+&ots=bZzDpl8FrK&sig=WZR5Ly3ArTcjF2fQM3ylAyPaFVI#v=onepage&q=empreendedorismo&f=false>>. Acesso em: 29 mar. 2018.

CRESPAM, Cristina Ceribola; FONSECA, Juliara Lopes da; GROHMANN, Márcia Zampieri. Evidências Empíricas do Perfil Empreendedor: um estudo do modelo de motivações empreendedoras. In: IV ENCONTRO DE ESTUDOS EM ESTRATÉGIA, 4., 2009, Recife. **Anais eletrônicos da Anpad**. Recife: -, 2009. p. 1 - 16. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/~anpad/abrir_pdf.php?e=MTAxNTY=>>. Acesso em: 16 abr. 2018.

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

DORNELAS, José Assis. **Empreendedorismo na prática: Mitos e verdades do empreendedor de sucesso**. 3.ed. Rio de Janeiro: LTC, 2015.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

ENDEAVOR BRASIL. **Cultura empreendedora no brasil**. Troiano. 2014. Disponível em: <https://rdstation-static.s3.amazonaws.com/cms%2Ffiles%2F6588%2F1425322567ENDEAVOR-PESQ_PERFIS-RELAT%C3%93RIO_FINAL.pdf>. Acesso em: 15 abr. 2018.

ENDEAVOR BRASIL. **Desafios dos empreendedores brasileiros**. 2016. Disponível em: <<https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms%2Ffiles%2F6588%2F1476473621Relatorio+Endeavor+digital+%283%29.pdf>>. Acesso em: 15 abr. 2018.

ENDEAVOR BRASIL. **Índice de cidades empreendedoras**. 2017. Disponível em: <<https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms/files/6588/1512651268AF-REAL-ICE-2017-web.pdf>>. Acesso em: 2 abr. 2018.

FERRARI, Roberto. **Empreendedorismo para computação: criando negócios de tecnologia**. Elsevier, 2009. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=lang_pt&id=9Xck5SCbnb0C&oi=fnd&pg=PP1&dq=ferrari+empreendedorismo&ots=IH0GEmbXXr&sig=2QkMjxBi7uExpKToPbmWSnjxjcw#v=onepage&q=ferrari%20empreendedorismo&f=false>. Acesso em: 08 jun. 2018.

FIALHO, Camila Borges et al. Motivação para empreender em cenário de crise econômica: um estudo com novos empreendedores. **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, v. 3, n. 1, p. 148-175, 2018. Disponível em: <<http://www.relise.eco.br/index.php/relise/article/view/123/121>>. Acesso em: 15 abr. 2018.

FILION, Louis Jacques. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários- gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 34, n. 2, p.5-28, abr./jun. 1999.

Disponível em: <http://www.dge.ubi.pt/msilva/oe_oge/empreendedorimo.pdf>. Acesso em: 09 mar. 2018.

FRANCO, Alexandre de Paula. Ensino Superior no Brasil: cenário, avanços e contradições. **Jornal de políticas educacionais**, São Paulo, v. 2, n. 4, 2008. Disponível em: <<https://revistas.ufpr.br/jpe/article/view/15028/10076>>. Acesso em: 24 out. 2018.

GARCIA, Renato et al. Empreendedor acadêmico no brasil: uma avaliação da propensão à criação de empresas por estudantes universitários. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, São Paulo, v. 1, n. 3, p.36-63, 2012. Disponível em: <<http://www.regepe.org.br/regepe/article/view/39/31>>. Acesso em: 08 mar. 2018.

GEM, Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil**, 2016. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/941a51dd04d5e55430088db11a262802/\\$File/7592.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/941a51dd04d5e55430088db11a262802/$File/7592.pdf)>. Acesso em: 15 abr. 2018.

GEM, Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil: Relatório Executivo**. 2015. Disponível em: <http://datasebrae.com.br/documentos2/pesquisas/GEM%20-%20Global%20Entrepreneurship%20Monitor/Apresentacao%20GEM%202015_PPT_COMPLETO.pdf>. Acesso em: 11 mar. 2018.

GREATTI, Ligia. Perfis Empreendedores: Análise Comparativa das Trajetórias de Sucesso e do Fracasso Empresarial no Município de Maringá-PR. **FACEF Pesquisa-Desenvolvimento e Gestão**, v. 8, n. 1, 2010. Disponível em: <<http://periodicos.unifacef.com.br/index.php/facefpesquisa/article/view/45>>. Acesso em: 27 out. 2018.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo**. 9. Ed. AMGH Editora, 2014. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=r-q_AwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR4&dq=empreendedorismo+&ots=MwucTie4uC&sig=IVdiz7knv62x3RbYKwMj0U8HlyA#v=onepage&q=empreendedorismo&f=false>. Acesso em: 29 mar. 2018.

IIZUKA, Edson Sadao; MORAES, Gustavo H. Salati Marcondes de. Análise do potencial e perfil empreendedor do estudante de Administração e o ambiente universitário: reflexões para instituições de ensino. **Administração: ensino e pesquisa**, Rio de Janeiro v. 15, n. 3, p. 593-630, jul./set. 2014. Disponível em: <<https://raep.emnuvens.com.br/raep/article/view/16/13>>. Acesso em: 09 abr. 2018.

ITELVINO, Lucimar da Silva et al. Formação do empreendedor social e a educação formal e não formal: um estudo a partir de narrativas de história de vida. **Ensaio: Avaliação e Políticas Públicas em Educação**. Rio de Janeiro. 2018. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ensaio/2018nahead/1809-4465-ensaio-S0104-403620180026000960.pdf>>. Acesso em: 02 abr. 2018.

JÚNIOR, Severino Domingos da Silva; COSTA, Francisco José. Mensuração e escalas de verificação: uma análise comparativa das escalas de Likert e Phrase Completion. **PMKT-**

Revista Brasileira de Pesquisas de Marketing, Opinião e Mídia, v. 15, p. 1-16, 2014. Disponível em: <<http://sistema.semead.com.br/17semead/resultado/trabalhosPDF/1012.pdf>>. Acesso em: 27 abr. 2018.

KAWAMOTO JÚNIOR, Luiz Teruo; ALBUQUERQUE, Alexandre M. C. de; GOMES, Victor Marcel. Receios e a realidade de empreender na cidade de São Paulo. **Revista Científica Hermes**, São Paulo, n. 13, p.144-158, jan./jun. 2015. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/pdf/4776/477647160009.pdf>>. Acesso em: 15 abr. 2018.

KOIKE, Beth. 2015. **MEC faz novos ajustes no Fies e Pronatec**. Disponível em: <<http://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/512336/noticia.html?sequence=1>>. Acesso em: 31 out. 2018.

LENZI, Fernando Cesar; KIESEL, Marcio Daniel; ZUCCO, Fabricia Durieux. **Ação empreendedora**. Editora Gente Liv e Edit Ltd, 2010. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=9x9PR9l6ntUC&oi=fnd&pg=PR7&dq=o+que+é+empreendedorismo+livros&ots=8oBqb8tOCI&sig=yIW7m3DykTZNTUt-jBsOhecouhA#v=onepage&q>>. Acesso em: 12 mar. 2018.

LOPES, Rose Mary Almeida. **Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=5WOOyQ3qBtEC&oi=fnd&pg=PP1&dq=conceito+empreendedorismo&ots=bYebKQ3jbG&sig=4PolqsvBleNADUJVpdm4y1e5vzU#v=onepage&q=conceito%20empreendedorismo&f=false>>. Acesso em: 29 mar. 2018.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. Bookman Editora, 2012.

MARTINS, Silvana Neumann. **Educação empreendedora transformando o ensino superior: diversos olhares de estudantes sobre professores empreendedores**. 2010. 156 f. Tese (Doutorado) - Curso de Educação, Faculdade de Educação, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010. Disponível em: <<http://repositorio.pucrs.br/dspace/bitstream/10923/2842/1/000421844-Texto%2bCompleto-0.pdf>> . Acesso em: 24 out. 2018.

MAZZUCHETTI, Roselis Natalina; UECKER, Gelson Luiz; UECKER, Adriane Diemmer. Empreendedorismo e a administração: uma união estável. **Comissão Organizadora**. 2015. Disponível em: http://profbibi.com/wa_files/livro_20Sebrae_20pdf.pdf#page=206. Acesso em: 16 abr. 2018.

MENDES, Jerônimo. **Manual do empreendedor: como construir um empreendimento de sucesso**. São Paulo: Editora Atlas SA, 2009.

NUNES, Thaynara Pereira. **Empreendedorismo Inovador: Um estudo sobre a contribuição dos ambientes de inovação em Instituições de Ensino Superior em São Luís do Maranhão**. 2018. 53 f. Monografia (Especialização) - Curso de Administração de Empresas, Centro de Ciências Sociais, Universidade Federal do Maranhão, Maranhão, 2018. Disponível em: <[https://rosario.ufma.br/jspui/bitstream/123456789/1959/1/Thaynara Pereira Nunes.pdf](https://rosario.ufma.br/jspui/bitstream/123456789/1959/1/Thaynara%20Pereira%20Nunes.pdf)>. Acesso em: 2 abr. 2018.

OLIVEIRA, Anna Gabriela Miranda de; MELO, Marlene Catarina de Oliveira Lopes; MUYLDER, Cristiana Fernandes de. Educação empreendedora: O desenvolvimento do empreendedorismo e inovação social em Instituições de Ensino Superior. **Management in Dialogue Review**, v. 18, n. 1, p. 29-56, 2016. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/index.php/rad/article/view/v18i1.12727/19431>>. Acesso em: 25 abr. 2018.

PEREIRA, Jaiane Aparecida; VERRI, Reginaldo Aparecido. Dificuldades na Criação de Empresas em Diferentes Momentos: um estudo de casos múltiplos, a partir da ótica dos empreendedores. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, Campo Limpo Paulista, v. 8, n. 2, p. 2-17, 2014. Disponível em: <[https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/46924010/646-1881-1-PB.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1523750761&Signature=%2Fs1XzYDnRZeyc%2FkHWPGX%2BfbDYs%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DDificuldades Na Criacao De Empresas Em D.pdf](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/46924010/646-1881-1-PB.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1523750761&Signature=%2Fs1XzYDnRZeyc%2FkHWPGX%2BfbDYs%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DDificuldades+Na+Criacao+De+Empresas+Em+D.pdf)>. Acesso em: 15 abr. 2018.

PEREIRA, Marynes Freixo. **No Brain No Gain**: O que ninguém conta sobre sucesso e fracasso. Simplissimo Livros Ltda, 2018. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=QJNNDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT2&dq=dificuldades+para+abrir+uma+empresa+burocracia&ots=XJEmngGAoH&sig=V-joBb3GfefHPDBByLTQLujgbkMw#v=onepage&q&f=false>>. Acesso em: 15 abr. 2018.

RIBEIRO, Lays; CAMPOS, Luiz Carlos. Perfil e motivação dos jovens empreendedores em Belém do Pará. **Revista de Administração da Faculdade Estácio do Pará- Belém**, v. 4, n. 8, p. 227-244, dez. 2017. Disponível em: <<http://www.revistasfap.com/ojs3/index.php/rac/article/view/162/162>>. Acesso em: 02 abr. 2018.

ROCHA, Cristina Nunes; MENDES, Andréia Almeida. Importância do perfil empreendedor para os gestores/coordenadores em uma instituição de ensino superior. In: SEMINÁRIO CIENTÍFICO DA FACIG, n. 2, 2016, Minas Gerais. **Anais eletrônicos...** Disponível em: <<http://pensaracademico.facig.edu.br/index.php/semiariocientifico/article/view/107/180>>. Acesso em: 08 mar. 2018.

ROCHA, Estevão Lima de Cravalho; FREITAS, Ana Augusta Ferreira. Avaliação do ensino de empreendedorismo entre estudantes universitários por meio do perfil empreendedor. **RAC- Revista de Administração Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 18, n. 4, 2014. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/html/840/84031267006/>>. Acesso em: 26 out. 2018.

RODRIGUES, William Costa et al. Metodologia científica. **Faetec/IST**, Paracambi, 2007. Disponível em: <[https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/33851445/metodologia_cientifica.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1524688727&Signature=98hKmbexIWIHPk2OxAJw5s00Ao%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DMetodologia Cientifica Conceitos e Defn.pdf](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/33851445/metodologia_cientifica.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1524688727&Signature=98hKmbexIWIHPk2OxAJw5s00Ao%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DMetodologia+Cientifica+Conceitos+e+Defin.pdf)>. Acesso em: 25 abr. 2018.

SALIM, Cesar; SILVA, Nelson. **Introdução ao empreendedorismo**: despertando a atitude empreendedora. Elsevier Brasil, 2013. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=FcheAwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=fatores+que+despertam+o+interesse+em+empreender&ots=TyJ24hIQ_I&sig=4_VJ-Es_3ZYz4PHwaFGY_jN8co#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 16 abr. 2018.

SANTOS, Carlos Duarte Walgood Moreira dos. **A promoção do empreendedorismo como solução na problematização social do desemprego**. 2018. 176 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Sociologia- Políticas Públicas e Desigualdades Sociais, Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, 2018. Disponível em: <<https://run.unl.pt/bitstream/10362/32637/1/Carlos%20Walgood%20Santos%20-%20%20Disserta%C3%A7%C3%A3o%20de%20mestrado%20-%20A%20Promo%C3%A7%C3%A3o%20do%20Empreendedorismo%20como%20Solu%C3%A7%C3%A3o%20na%20Problematiza%C3%A7%C3%A3o%20Social%20~1.pdf>>. Acesso em: 02 abr. 2018.

SARKAR, Soumodip. **Empreendedorismo e inovação**. Escolar Editora, 2007. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=m57bwYRLIxC&oi=fnd&pg=PA82&dq=empreendedorismo+&ots=YTcvEs4_jk&sig=QXeID20OAPSHgYHseOTrh_Dn3ak#v=onepage&q=empreendedorismo&f=false>. Acesso em: 02 abr. 2018.

SCHAEFER, Ricardo et al. Valores pessoais, atitudes e intenção empreendedora: um estudo com estudantes de graduação em administração. **Revista Economia & Gestão**, Belo Horizonte, v. 17, n. 47, p. 123-143, 2018. Disponível em: <<http://200.229.32.55/index.php/economiaegestao/article/view/P.1984-6606.2017v17n47p123/12904>>. Acesso em: 15 abr. 2018.

SEBRAE, 2015. Disponível em: <<http://pablo.deassis.net.br/wp-content/uploads/SEBRAE.pdf>>. Acesso em: 02 abr. 2018.

SEBRAE; ENDEAVOR BRASIL. **Empreendedorismo nas universidades brasileiras**. 2016. Disponível em: <<https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms%2Ffiles%2F6588%2F1476473621Relatorio+Endeavor+digital+%283%29.pdf>>. Acesso em: 15 abr. 2018

SEBRAE. **Relatório especial, o empreendedorismo e o mercado de trabalho**. Ago/2017. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/70d1237672d36de1ba87890e4cb251cc/\\$File/7737.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/70d1237672d36de1ba87890e4cb251cc/$File/7737.pdf)>. Acesso em: 15 abr. 2018.

SEBRAE. **Relatório especial, os negócios promissores em 2018**. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/97ad9b9f0e6ec6def623f7697272c05b/\\$File/8855.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/97ad9b9f0e6ec6def623f7697272c05b/$File/8855.pdf)>. Acesso em: 15 abr. 2018.

SILVESTRE, António Luís. **Análise de dados e estatística descritiva**. Escolar editora, 2007. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=mzu4j2SUKzMC&oi=fnd&pg=PA1&dq=estat%C3%ADstica+descritiva&ots=>

[AK7OsKKPDa&sig=iLd99qFUVfW1a8GGDI95umOx4EM#v=onepage&q=estat%C3%ADstica%20descritiva&f=false](#)>. Acesso em: 18 mai. 2018.

UFFS. 2018. Disponível em: <<https://www.uffs.edu.br/campi/cerro-largo/cursos/graduacao/administracao/perfil-do-curso>>. Acesso em: 23 out. 2018.

URI. 2018. Disponível em: <<http://www.uri.br/?pg=cursos&c=2>>. Acesso em: 24 out. 2018.

APÊNDICE A- QUESTIONÁRIO PARA A REALIZAÇÃO DE PESQUISA SOBRE O PERFIL EMPREENDEDOR E A PROPENSÃO À CRIAÇÃO DE EMPRESAS POR ALUNOS DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO (VERSÃO INICIAL)

O presente questionário destina-se à coleta de dados para a elaboração do Trabalho de Conclusão do Curso de Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul – UFFS- Campus Cerro Largo, intitulado “O Perfil empreendedor e a propensão à criação de empresas por estudantes dos cursos de Administração de Cerro Largo- RS”.

I – Dados de identificação do aluno

- | | |
|---|------------------------------------|
| 1. Gênero: () Feminino () Masculino | 2. Idade: _____ |
| 3. Instituição: () UFFS () URI | 4. Fase do curso (semestre): _____ |

II- Propensão à abertura de empresas

- | |
|---|
| <p>1.Você tem o desejo de possuir o seu próprio negócio? Sim? Não? Por que?</p> <p>2.Quais os obstáculos e facilidades você percebe na abertura de uma empresa?</p> <p>3.Na sua opinião, quais os lados positivos e negativos de ser um empreendedor?</p> |
|---|

III- Sugestões para o Projeto Pedagógico do curso

- | |
|--|
| <p>1.Você acredita que o curso de Administração, da sua instituição de ensino, com suas disciplinas e métodos, estimula o empreendedorismo e prepara o aluno para ser um empreendedor?</p> <p>2.Depois de ingressar no curso, você se sentiu mais estimulado a empreender do que antes? Por quê?</p> <p>3.As disciplinas relacionadas ao empreendedorismo com seus métodos de ensino, satisfazem suas expectativas? São suficientes? O que está faltando? Teoria? Prática? Explique.</p> |
|--|

IV- Considerando o nível de perfil empreendedor, marque as afirmativas a seguir com um X de acordo com a sua identificação, atribuindo notas de 1 a 5:

Características	5	4	3	2	1
1. É proativo ¹ na tomada de decisão					
2. É tenaz ² e obstinado					
3. Tem disciplina e dedicação					
4. É persistente ao resolver problemas					
5. É disposto ao sacrifício para atingir metas					
6. É capaz de imersão total nas atividades que desenvolve					
7. Procura ter conhecimento profundo das necessidades dos clientes					
8. É dirigido pelo mercado					
9. É obcecado por criar valor e satisfazer os clientes					
10. Corre riscos calculados (analisa tudo antes de agir)					
11. Procura minimizar os riscos					
12. Tolerar as incertezas e falta de estrutura					
13. Tolerar o estresse e conflitos					
14. É hábil em resolver problemas e integrar soluções					
15. Não é convencional, tem cabeça aberta, pensa					
16. Não se conforma com o <i>Statu quo</i> ³					
17. É hábil em se adaptar a novas situações					
18. Não tem medo de falhar					
19. É hábil em definir conceitos e detalhar ideias					
20. É orientado para metas e resultados					
21. É dirigido pela necessidade de crescer e atingir melhores resultados					
22. Não se preocupa com status e poder					
23. Tem autoconfiança					
24. É ciente de suas forças e fraquezas					
25. Tem senso de humor e procura estar animado					
26. Tem iniciativa					
27. Tem poder de autocontrole					
28. Transmite integridade e confiabilidade					
29. É paciente e sabe ouvir					
30. Sabe construir times e trabalhar em equipe					

¹ Comportamento de antecipação e de responsabilização pelas próprias escolhas e ações frente às situações impostas

² Resistência e a força que se mantém para o ato de persistir

³ Situação em que algo se encontra atualmente

APÊNDICE B- QUESTIONÁRIO PARA A REALIZAÇÃO DE PESQUISA SOBRE O PERFIL EMPREENDEDOR E A PROPENSÃO À CRIAÇÃO DE EMPRESAS POR ALUNOS DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO (VERSÃO FINAL)

O presente questionário destina-se à coleta de dados para a elaboração do Trabalho de Conclusão do Curso de Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul – UFFS- Campus Cerro Largo, intitulado “O Perfil empreendedor e a propensão à criação de empresas por estudantes dos cursos de Administração de Cerro Largo- RS”.

I – Dados de identificação do aluno

- | | | |
|--------------------------|---------------|------------------------------------|
| 1. Gênero: () Feminino | () Masculino | 2. Idade: _____ anos |
| 3. Instituição: () UFFS | () URI | 4. Fase do curso (semestre): _____ |

II- Propensão à abertura de empresas

5. Você tem o desejo de possuir o seu próprio negócio? Por quê?
6. Quais as dificuldades e facilidades você percebe na abertura de uma empresa?
7. Na sua opinião, quais os lados positivos e negativos de ser um empreendedor?

III- Sugestões para o Projeto Pedagógico do curso

8. Cite as disciplinas do curso que você acredita que são relacionadas ao empreendedorismo.
9. Você acredita que o curso de Administração, da sua instituição de ensino, estimula o empreendedorismo? Explique
10. Você acredita que o curso de Administração, da sua instituição de ensino, prepara o aluno para ser um empreendedor? Explique.
11. Depois de ingressar no curso, você se sentiu mais estimulado a empreender do que antes? Por quê?
12. As disciplinas relacionadas ao empreendedorismo, satisfazem suas expectativas? São suficientes? O que está faltando? Explique.

IV- Considerando o nível de perfil empreendedor, marque as afirmativas a seguir com um X de acordo com a sua identificação, atribuindo notas de 1 a 5, sendo 1 discordo totalmente e 5 concordo totalmente:

Características	5	4	3	2	1
13. Sou proativo ⁴ na tomada de decisão					
14. Sou tenaz ⁵ e obstinado					
15. Tenho disciplina e dedicação					
16. Sou persistente ao resolver problemas					
17. Estou disposto ao sacrifício para atingir metas					
18. Sou capaz de imersão total nas atividades que desenvolvo					
19. Procuo ter conhecimento profundo das necessidades dos clientes					
20. Sou dirigido pelo mercado					
21. Sou obcecado por criar valor e satisfazer os clientes					
22. Corro riscos calculados (analiso tudo antes de agir)					
23. Procuo minimizar os riscos					
24. Tolero as incertezas e a falta de estrutura no trabalho					
25. Tolero o estresse e conflitos					
26. Sou hábil em resolver problemas e integrar soluções					
27. Não sou convencional, tenho a cabeça aberta					
28. Não me conformo com o <i>Statuos quo</i> ⁶					
29. Sou hábil em me adaptar a novas situações					
30. Não tenho medo de falhar					
31. Sou hábil em definir conceitos e detalhar ideias					
32. Sou orientado para metas e resultados					
33. Sou dirigido pela necessidade de crescer e atingir melhores resultados					
34. Não me preocupo com status e poder					
35. Tenho autoconfiança					
36. Estou ciente de minhas forças e fraquezas					
37. Tenho senso de humor e procuro estar animado					
38. Tenho iniciativa					
39. Tenho poder de autocontrole					
40. Transmito integridade e confiabilidade					
41. Sou paciente e sei ouvir					
42. Sei construir times e trabalhar em equipe					

⁴ Comportamento de antecipação e de responsabilização pelas próprias escolhas e ações frente às situações impostas

⁵ Resistência e a força que se mantém para o ato de persistir

⁶ Situação em que algo se encontra atualmente

APÊNDICE C- TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)
Comitê de Ética em Pesquisa-CEP/ UFFS
CAAE 91996518.5.0000.5564

**O Perfil Empreendedor e a Propensão à Criação de Empresas por Estudantes dos
Cursos de Administração de Cerro Largo- RS**

Prezado participante,

Você está sendo convidado(a) a participar da pesquisa “**O Perfil Empreendedor e a Propensão a Criação de Empresas por Estudantes dos Cursos de Administração de Cerro Largo- RS**”, desenvolvida por Carmem Luana Werle, discente de graduação em Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS), *Campus* de Cerro Largo, sob orientação do Professor Me. Fabricio Costa de Oliveira. O objetivo central do estudo é identificar o perfil empreendedor e a propensão à criação de novos negócios dos estudantes do curso de Administração das instituições UFFS e URI da cidade de Cerro Largo- RS.

Essa pesquisa se justifica pela importância de explorar, desenvolver e incentivar o perfil empreendedor dos alunos, pois o empreendedorismo acadêmico contribui para o desenvolvimento econômico elevado, desse modo, os estudantes de graduação são capazes de empreender negócios intensivos em conhecimento, através da aplicação dos conceitos aprendidos no decorrer da vida acadêmica. Observa-se assim que a educação empreendedora na graduação pode possibilitar uma melhor formação e preparo para o mercado de trabalho.

O convite a sua participação se deve aos benefícios existentes pela aplicação da pesquisa, pois pretende contribuir para a comunidade acadêmica no sentido de proporcionar mais essa ferramenta na compreensão do empreendedorismo. Os alunos serão beneficiados indiretamente pois os resultados serão voltados para os alunos que irão ingressar futuramente no curso, através de sugestões no Projeto Pedagógico do curso. Ainda os respondentes poderão ter conhecimento do índice de perfil empreendedor que possuem.

Sua participação não é obrigatória e você tem plena autonomia para decidir se quer ou não participar, bem como desistir da colaboração neste estudo no momento em que desejar, sem necessidade de qualquer explicação e sem nenhuma forma de penalização. Você não será penalizado de nenhuma maneira caso decida não consentir sua participação, ou desista da mesma. Contudo, ela é muito importante para a execução da pesquisa. Você não receberá remuneração e nenhum tipo de recompensa nesta pesquisa, sendo sua participação voluntária.

Serão garantidas a confidencialidade e a privacidade das informações por você prestadas. Qualquer dado que possa identificá-lo será omitido na divulgação dos resultados da pesquisa e o material armazenado em local seguro. A qualquer momento, durante a pesquisa, ou posteriormente, você poderá solicitar ao pesquisador informações sobre sua participação e/ou sobre a pesquisa, o que poderá ser feito através dos meios de contato explicitados neste Termo.

A sua participação consistirá em responder algumas perguntas de um roteiro de questionário semiestruturado. O tempo de duração para responder o instrumento de pesquisa será de aproximadamente 15 (quinze) minutos.

A sua participação na pesquisa poderá causar risco de constrangimento ao responder as perguntas, e para evitar que isso venha a ocorrer, haverá total sigilo, e o participante não será identificado.

A devolutiva dos resultados desta pesquisa será por meio de arquivo em PDF do Trabalho de Curso disponível no repositório digital da Universidade Federal da Fronteira Sul, no site: <<https://rd.uffs.edu.br/>>. Caso concorde em participar, uma via deste termo ficará em

seu poder e a outra será entregue ao pesquisador. Desde já agradecemos sua participação!

Cerro Largo, _____ de _____ 2018

Me. Fabricio Costa de Oliveira
Contato profissional com o(a) pesquisador(a) responsável:
Tel: 55 – 3359-4602 E-mail: fabricio.oliveira@uffs.edu.br

Endereço para correspondência: Rua Jacob Reinaldo Haupenthal, 1580, Bairro São Pedro, Bloco A. CEP 97900-000. Cerro Largo- RS- Brasil.

Declaro que entendi os objetivos e condições de minha participação na pesquisa e concordo em participar.

Nome completo do (a) participante: _____

Assinatura: _____

Caso queira receber os resultados deste estudo via e-mail, deixe seu contato:

Em caso de dúvida quanto à condução ética do estudo, entre em contato com o Comitê de Ética em Pesquisa da UFFS: Tel e Fax- (0XX) 49- 2049-3745. E-Mail: cep.uffs@uffs.edu.br <http://www.uffs.edu.br/index.php?option=com_content&view=article&id=2710&Itemid=1101&site=proppg>

Endereço para correspondência: Universidade Federal da Fronteira Sul/UFFS - Comitê de Ética em Pesquisa da UFFS, Rodovia SC 484 Km 02, Fronteira Sul, CEP 89815-899, Chapecó - Santa Catarina – Brasil