



FEDERAL DA FRONTEIRA SUL – UFES
CAMPUS CHAPECÓ – SC
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

ELOISA CAROLINE BAGGIO

**O PERFIL EMPREENDEDOR DOS ACADÊMICOS FORMANDOS 2022/2 DO
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DA FRONTEIRA
SUL – UFES**

Chapecó – SC

2023

ELOISA CAROLINE BAGGIO

**O PERFIL EMPREENDEDOR DOS ACADÊMICOS FORMANDOS 2022/2 DO
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DA FRONTEIRA
SUL – UFFS**

Trabalho apresentado como requisito de conclusão de curso à Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS) para obtenção do título de bacharel em Administração.

Orientador: Professor Dr.º Humberto Tonani Tosta

Chapecó – SC

2023

Bibliotecas da Universidade Federal da Fronteira Sul - UFFS

Baggio, Eloisa Caroline

O PERFIL EMPREENDEDOR DOS ACADÊMICOS FORMANDOS 2022/2
DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DA
FRONTEIRA SUL ? UFFS / Eloisa Caroline Baggio. -- 2023.
64 f.:il.

Orientador: DR^o Humberto Tonani Tosta

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) -
Universidade Federal da Fronteira Sul, Curso de
Bacharelado em Administração, Chapecó, SC, 2023.

I. Tosta, Humberto Tonani, orient. II. Universidade
Federal da Fronteira Sul. III. Título.

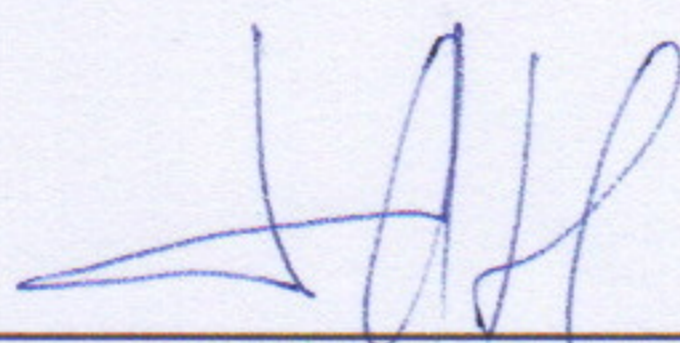
ELOISA CAROLINE BAGGIO

**O PERFIL EMPREENDEDOR DOS ACADÊMICOS FORMANDOS 2022/2 DO CURSO DE
ADMINISTRAÇÃO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DA FRONTEIRA SUL – UFFS**

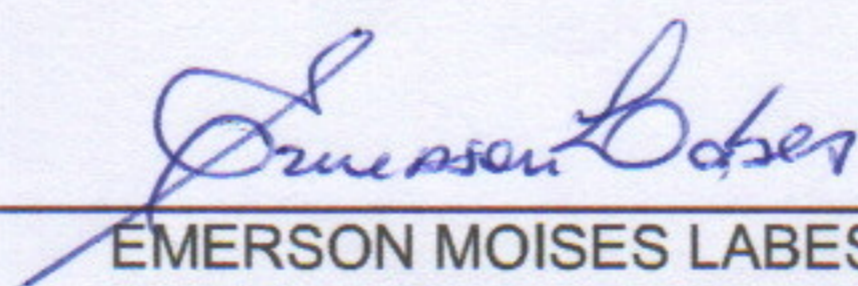
Trabalho de Conclusão do Curso de Administração
apresentado como requisito para a obtenção de
grau de bacharelado em Administração pela Univer-
sidade Federal da Fronteira Sul - Campus Chapecó.

Este trabalho foi defendido e aprovado pela banca em 28 de Fevereiro de 2023.

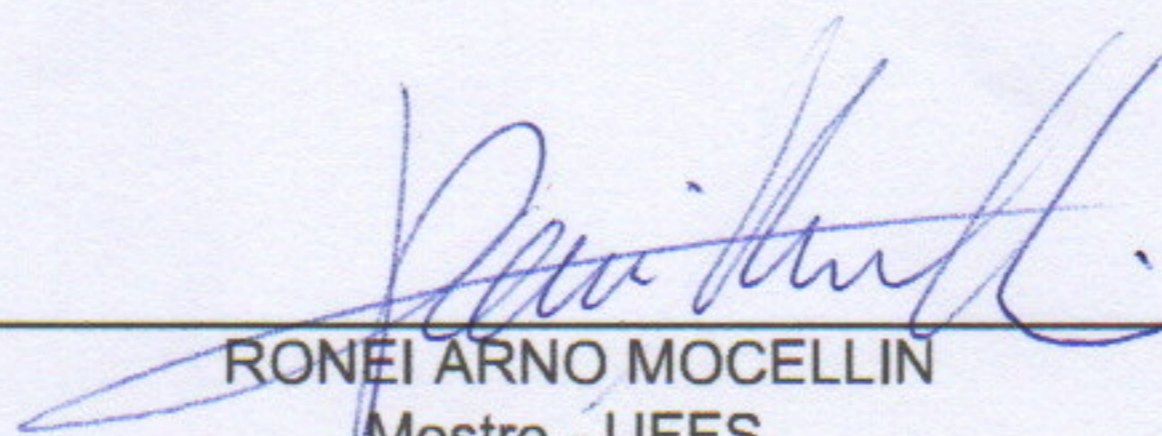
BANCA EXAMINADORA



HUMBERTO TONANI TOSTA
Doutor - UFFS
Orientador



EMERSON MOISES LABES
Mestre - UFFS
Avaliador



RONEI ARNO MOCELLIN
Mestre - UFFS
Avaliador

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, que me deu forças, saúde, sabedoria e auxílio para conquistar o nível superior em Bacharelado em Administração.

À minha família que contribuíram para que eu conquistasse a tão sonhada conclusão de mais uma etapa em minha vida. Principalmente aos meus pais que não mediram esforços para me incentivar, me orientar e me apoiar em todos os momentos. Eles são e foram a minha força e inspiração durante toda a graduação.

Aos meus irmãos, Arthur, Ana Laura, Isabella e Vitória que são presentes de Deus na minha vida. Ao meu amor Guilherme Strucker, que juntos compartilhamos a vida e a graduação, e sempre esteve ao meu lado orientando, auxiliando e sendo fortaleza nos momentos difíceis.

As amigas que a universidade me presenteou e aos professores que serviram de base para o cumprimento desta etapa.

Ao meu orientador, Dr. Humberto Tonani Tosta, por sua paciência, dedicação e disponibilidade que prestou como orientador e auxílio durante a construção deste Trabalho de Conclusão de Curso, contribuindo para minha formação profissional.

E à Universidade Federal da Fronteira Sul -UFFS pela oportunidade e experiências vivenciadas.

RESUMO

O empreendedorismo é um tema que vem ganhando ênfase na atualidade, pois está intimamente relacionado ao desenvolvimento econômico e social da sociedade. Através do empreendedorismo é possível vislumbrar um leque de oportunidades. O conhecimento é a base do mesmo, visto que para se tornar um empreendedor é necessário um ambiente propício, comportamento condizente, características capazes de formar um perfil empreendedor e a busca constante por qualificação para obter sucesso na prática. Nesse contexto, as instituições de ensino de modo geral possuem um papel fundamental na formação desses profissionais, através do curso de administração é possível adquirir conhecimentos que possibilitam e motivam a prática empreendedora. O objetivo principal do presente trabalho é analisar o perfil empreendedor dos acadêmicos do curso de administração da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS), com o propósito de demonstrar as características dos acadêmicos, bem como as contribuições do curso para o desenvolvimento deles como empreendedores. Para elaboração deste estudo, utilizou-se uma abordagem qualitativa e quantitativa, por meio de pesquisas bibliográficas e de campo, de caráter descritivo, visando a coleta de dados e tratamento de forma adequada, bem como a descrição dos resultados obtidos da forma mais clara e objetiva possível. A pesquisa foi realizada na Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS), e os sujeitos foram os acadêmicos de administração dos turnos matutino e noturno, formandos de 2022/2. Através dessa pesquisa, foi possível identificar que os acadêmicos possuem um perfil empreendedor, com características relevantes para um desenvolvimento profissional de excelência, mas revelou-se também que algumas características podem ser trabalhadas para o aprimoramento desse perfil por meio da busca do conhecimento contínuo.

Palavras-Chaves: Empreendedorismo. Perfil Empreendedor. Conhecimento. Administração.

ABSTRACT

Entrepreneurship is a topic that has been gaining emphasis nowadays, as it is closely related to the economic and social development of society. Through entrepreneurship it is possible to envision a range of opportunities. Knowledge is the basis of it, since to become an entrepreneur you need a favorable environment, consistent behavior, characteristics capable of forming an entrepreneurial profile and the constant search for qualification to succeed in practice. In this context, educational institutions in general play a fundamental role in the training of these professionals, through the administration course it is possible to acquire knowledge that enables and motivates entrepreneurial practice. The main objective of the present work is to analyze the entrepreneurial profile of the academics of the administration course of the Federal University of Fronteira Sul (UFFS), with the purpose of demonstrating the characteristics of the academics, as well as the contributions of the course for their development as entrepreneurs. For the preparation of this study, a qualitative and quantitative approach was used, through bibliographical and field research, of a descriptive nature, aiming at the collection of data and treatment in an adequate way, as well as the description of the results obtained in a clearer and more objective as possible. The research was carried out at the Federal University of Fronteira Sul (UFFS), and the subjects were management academics of the morning and night shifts, graduating in 2022/2. Through this research, it was possible to identify that academics have an entrepreneurial profile, with relevant characteristics for a professional development of excellence, but it was also revealed that some characteristics can be worked on to improve this profile through the search for continuous knowledge.

Keywords: Entrepreneurship. Profile Entrepreneur. Knowledge. Administration.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 01 – Diferentes Acepções do Termo Empreendedor em Três Paradigmas Tecnológicos.....	16
Quadro 02 – Abordagens sobre empreendedorismo.....	17
Figura 01 - Categorias Estruturais da Ação Empreendedora.....	23
Figura 02 – Pilares dos Objetivos do Ensino do Empreendedorismo.....	29
Quadro 03 – Métodos, Técnicas e Recursos.....	30
Quadro 04 – Características e comportamento do empreendedor.....	33
Quadro 05 – Percepção dos acadêmicos sobre a contribuição do curso para o desenvolvimento de um perfil empreendedor.....	56

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01 - Faixa etária dos acadêmicos.....	40
Gráfico 02 - Gênero dos acadêmicos.....	40
Gráfico 03 - Estado civil dos acadêmicos.....	41
Gráfico 04 - Parentes com negócio próprio.....	41
Gráfico 05 - Atividades extracurriculares.....	42
Gráfico 06 - Características de comprometimento e determinação.....	44
Gráfico 07 - Características de obsessão pelas oportunidades.....	45
Gráfico 08 - Características relacionadas a tolerância de riscos, ambiguidades e incertezas..	46
Gráfico 09 - Característica de criatividade, autoconfiança e habilidade de adaptação.....	48
Gráfico 10 - Características de Motivação e Superação.....	49
Gráfico 11 - Competências gerenciais em relação ao marketing.....	51
Gráfico 12 - Competências gerenciais em relação a operação e produção.....	52
Gráfico 13 - Competências gerenciais em relação às finanças.....	53
Gráfico 14 - Competências gerenciais em relação à administração.....	54
Gráfico 15 - Competências gerenciais em relação ao relacionamento interpessoal.....	55
Gráfico 16 - Apuração dos resultados no teste de características empreendedoras, relacionadas ao ambiente, atitudes e conhecimentos práticos.....	58
Gráfico 17 - Apuração dos resultados no teste de competências gerenciais.....	60

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
1.1.1	Objetivo Geral	13
1.1.2	Objetivos Específicos	13
1.2	JUSTIFICATIVA	13
2	REFERENCIAL TEÓRICO	15
2.1	EMPREENDEDORISMO: DEFINIÇÃO, HISTÓRIA E SUAS ABORDAGENS	15
2.2	EMPREENDEDORISMO SOB A ABORDAGEM ECONÔMICA, COMPORTAMENTAL E AÇÃO EMPREENDEDORA	18
2.2.1	Abordagem econômica	18
2.2.2	Abordagem comportamental	19
2.2.3	Perspectiva econômica X Perspectiva comportamental	21
2.2.4	Ação empreendedora	21
2.3	EMPREENDEDORISMO NO BRASIL	24
2.4	FORMAÇÃO E CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS	27
2.5	HISTÓRIA DO ENSINO DA ADMINISTRAÇÃO	34
3	METODOLOGIA	37
3.1	CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA	37
3.2	SUJEITOS DA PESQUISA	37
3.3	TÉCNICA DE COLETA DE DADOS	38
3.4	ANÁLISE DE DADOS	38
4	ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DE DADOS	39
4.1	PERFIL DOS ENTREVISTADOS	39
4.2	ANÁLISE DAS CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS COMUNS DOS ACADÊMICOS	42
4.2.1	Característica de comprometimento e determinação	43
4.2.2	Característica de obsessão e oportunidade	44
4.2.3	Característica de tolerância a riscos, ambiguidade e incertezas	46
4.2.4	Característica de criatividade, autoconfiança e habilidade de adaptação	47

4.2.5	Característica de motivação e superação	48
4.5	ANÁLISE DAS COMPETÊNCIAS GERENCIAIS COM RELAÇÃO ÀS HABILIDADES EMPREENDEDORAS	50
4.5.1	Marketing	50
4.5.2	Operação e produção	51
4.5.3	Finanças	52
4.5.4	Administração	53
4.5.5	Relacionamento interpessoal	54
4.6	ANÁLISE DO CONCEITO DOS ACADÊMICOS EM RELAÇÃO A CONTRIBUIÇÃO DO CURSO PARA O SEU DESENVOLVIMENTO EMPREENDEDOR	56
4.7	SÍNTESE DO PERFIL EMPREENDEDOR ANALISADO	57
5.	CONSIDERAÇÕES FINAIS	62
	REFERÊNCIAS	65
	ANEXO 01	68

1 INTRODUÇÃO

Diante da complexidade social e econômica atual, existe uma necessidade constante de mudança, inovação e adaptação para se inserir no mercado. Como resposta à escassez de empregos formais no país, surgiu como opção a geração de novos negócios, uma possibilidade que tem sido proposta e disseminada na cultura empreendedora dos ambientes acadêmicos.

A educação empreendedora vem ganhando destaque nas últimas décadas, principalmente em ambientes de ensino e aprendizagem para formar indivíduos com características e espírito empreendedor.

Para Dornelas (2005), o empreendedor é aquele que investe seu conhecimento e recursos em um projeto, arriscando, desenvolvendo algo novo, adaptando e melhorando algo já existente, visando sempre o crescimento. Conforme o autor, empreendedores são pessoas que buscam reconhecimento e tem como objetivo deixar um legado como herança.

O empreendedorismo está presente em nosso cotidiano e cumpre um papel fundamental de desempenho econômico (municipal, estadual e federal). Mas tão importante como empreender, é o papel que as instituições de ensino superior desempenham no ensino, no acompanhamento e desenvolvimento da cultura empreendedora.

A inserção de conteúdos relacionados ao empreendedorismo no ensino superior com intuito de desenvolver inovações e criar novas oportunidades de trabalho deve ser planejada de forma que não rompa a prática empreendedora dos acadêmicos, sendo aplicado de forma dinâmica e que instigue desafios aos alunos, utilizando estudos de caso, trabalhos práticos e mantendo um relacionamento com pessoas empreendedoras (SAES; PITA, 2007).

Nesse contexto estão as universidades públicas, com forte apelo social visto serem instituições criadas pelo governo federal, estadual ou de maneira menos recorrente, podem ser municipais, cujo objetivo é proporcionar à sociedade acesso gratuito e de qualidade ao ensino superior. Estas, por sua vez, buscam formar profissionais com forte vocação social. Além de propagar o conhecimento científico por meio do ensino, fornecem novos conhecimentos com a pesquisa e aplica grande esforço para compartilhar o conhecimento científico, a arte e a socialização cultural com as comunidades, via extensão (CASTRO; JUNIOR; MARQUES, 2014).

O tema empreendedorismo tem conquistado mais espaço dentro das universidades, seja em disciplinas, pesquisas, eventos, projetos, palestras e cursos disponíveis sobre o tema, com o intuito de criar novas formas dos estudantes atuarem e contribuírem com o mercado e o desenvolvimento social e econômico.

A problemática analisada foi: Os acadêmicos concluintes do curso de administração da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS) demonstram ter perfil empreendedor? Quais avaliações os acadêmicos de administração fazem sobre a formação que obtém voltada ao tema empreendedorismo?

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo Geral

Analisar a formação do perfil empreendedor dos acadêmicos formandos no ano de 2022/2 do curso de administração da Universidade Federal da Fronteira Sul, no campus de Chapecó em Santa Catarina.

1.1.2 Objetivos Específicos

Para tanto, têm-se os seguintes objetivos específicos:

- I) Identificar as contribuições acadêmicas à formação do perfil empreendedor; e
- II) Apresentar a auto avaliação dos estudantes quanto ao seu perfil empreendedor, por meio de questionário aplicado.

1.2 JUSTIFICATIVA

A presente pesquisa se justifica prioritariamente pela importância que a Universidade passou a assumir na sociedade do conhecimento e pelos desafios apresentados na atualidade. Essa importância está relacionada ao fato de a universidade ser uma instituição de geração, disseminação e com amplo potencial de aplicação do conhecimento. Em economias baseadas no conhecimento, a universidade não é reconhecida apenas como importante organização de ensino e de pesquisa. Espera-se que ela contribua também para o desenvolvimento de tecnologias relevantes para a indústria e para a sociedade (GÖKTEPE-HULTÉN, 2010).

O estudo pretende como contribuição prática identificar o perfil empreendedor dos alunos do curso de administração, fornecendo indicativos para que os gestores da universidade e do curso desenvolvam políticas capazes de atender o atual perfil, além de adequar e selecionar as metodologias de ensino a fim de que os egressos possam estar melhores preparados como profissionais na área de administração, tornando-se capazes de atender as mais variadas demandas do mercado de trabalho. Além de contribuir socialmente com entendimento das

características empreendedoras e suas necessidades e a forma como essas questões estão inseridas no curso de administração da universidade, sob o olhar dos estudantes.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Nas próximas seções será abordado sobre a definição, história e principais abordagens sobre o empreendedorismo de acordo com autores que são referência sobre o tema. Também será realizada uma contextualização do empreendedor, sua formação e características. E uma breve abordagem sobre a história da administração e a importância do empreendedorismo na formação dos acadêmicos.

2.1 EMPREENDEDORISMO: DEFINIÇÃO, HISTÓRIA E SUAS ABORDAGENS

O empreendedorismo é um tema destaque na atualidade, que vem sendo muito incentivada vista sua importância no cenário econômico e social. Segundo Morales (2008) os empreendedores são tão antigos quanto se imagina, pois existem desde o início da história da humanidade, entretanto, o interesse em conhecê-los ainda é recente.

A palavra “empreendedor” teve origem do termo francês *entrepreneur*, que na Idade Média era utilizado apenas para definir aqueles que gerenciavam grandes projetos de produção e operação, mas que não se comprometem com qualquer tipo de risco (CARVALHO, 2010).

Para Drucker (1998) o empreendedorismo pode ser compreendido como a arte de fazer acontecer com criatividade e motivação, que ocorre mediante inovação de projetos nas esferas, pessoal ou organizacional, onde o empreendedor está em constante análise e contato com o ambiente externo, sempre enfrentando as ameaças e aproveitando as oportunidades para expansão ou criação do negócio, logo notamos que o indivíduo para se tornar empreendedor precisa de ações proativas.

Para Dornelas (2012, p. 91) “empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades”.

Empreender é atribuir valor ao produto ou serviço oferecido, esse conceito encontra-se vinculado com os conceitos de eficiência e eficácia. Para Drucker (1998) empreender não faz dos empreendedores um agente de transformações e mudanças, mas indivíduos exploradores de oportunidades e facilitadores de mudanças. Segundo o autor, o conceito de empreendedorismo foi:

...utilizado inicialmente pelo economista Joseph Schumpeter, em 1950 e está intimamente relacionado com o ato de empreender, que significa resolver um problema ou situação complicada. É um termo muito usado no âmbito empresarial e muitas vezes está relacionado com a criação de empresas ou produtos novos (DRUCKER, 1998, p. 28).

Em uma contextualização histórica sobre o termo, nota-se que o empreendedor surgiu com a teoria econômica, pois através do desenvolvimento da revolução industrial e do surgimento do capitalismo, surgiu um importante agente social: o empresário. O empresário representava no século XIX a base da economia capitalista, visto que possuía o papel central nas decisões de empresas. Nesse raciocínio, Zen e Fracasso (2008) alegam que as principais contribuições teóricas são no sentido de definir a utilização do termo empreendedor relacionado à atividade empresarial, associando-o ao risco e diferenciando-o do investidor.

Para um melhor entendimento, seguem as diferentes acepções do termo empreendedor em três paradigmas tecnológicos (quadro 01).

Quadro 01 – Diferentes Acepções do Termo Empreendedor em Três Paradigmas Tecnológicos.

REVOLUÇÃO INDUSTRIAL	FORDISTA	TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO
<p>Empreendedor é caracterizado por uma iniciativa individual, visando ao lucro econômico.</p> <p>Ação empreendedora é associada ao risco.</p> <p>Diferenciação do papel do investidor e do empreendedor.</p>	<p>Surgimento das grandes corporações.</p> <p>Ampliação dos limites da firma, que gera novas oportunidades de negócios.</p> <p>Inovação e importância de quem a implementa no mercado (empreendedor).</p> <p>Surgimento do intraempreendedor.</p> <p>Diferenciação do papel do gerente e do empreendedor.</p>	<p>Inovações em tecnologia da informação, que possibilitam o desenvolvimento de redes, favorecendo o incremento no número de empreendedores coletivos e sociais.</p> <p>Emergência do empreendedor social, contrapondo-se à lógica de acumulação de riqueza capitalista.</p>

Fonte: Zen e Fracasso (2008, p. 147).

Nota-se no quadro 01 o surgimento do empreendedor individual, que iniciava um novo negócio, muitas vezes sozinho, e por vezes, buscava apoio financeiro de um capitalista. Esse empreendedor assumia os riscos financeiros e psicológicos de iniciar um novo negócio, na expectativa de um retorno compensatório, e, nesse sentido, sua principal motivação era a obtenção de lucro (ZEN; FRACASSO, 2008).

Nesse contexto, a emergência das grandes fábricas e corporações no século XX favoreceu a criação das primeiras teorias da administração voltadas para essa nova realidade e desenvolvidas no paradigma fordista, cujo foco era a produtividade das organizações. Ainda, segundo os autores, o empresário-proprietário saía de cena nas grandes empresas, cedendo espaço para novos objetos de análise, como os gerentes e a relação com os acionistas.

Recorrendo a Dornelas (2005) tem-se que a essência do empreendedorismo está na percepção e no aproveitamento das novas oportunidades no âmbito dos negócios, ou seja, analisar o ambiente externo e saber lidar com as variáveis que nele existe, visando sempre

alternativas de uso dos recursos, atendimento às demandas, de modo a criar vantagem em relação à concorrência. Segue definição de empreendedorismo de acordo com alguns autores (quadro 02).

Quadro 02 – Abordagens sobre empreendedorismo.

AUTOR	DEFINIÇÃO
Oliveira Junior et al. (2016)	Identificaram que a orientação empreendedora das organizações tem uma relação direta com a formação de alianças estratégicas, sendo fator determinante para melhorar o desempenho de empresas, uma vez que auxilia a reduzir as barreiras de entrada e os riscos associados aos negócios, especialmente para as pequenas e médias empresas.
Pinho e Thompson (2016)	Afirmam que o empreendedorismo se tornou um motor de crescimento que molda o ambiente econômico ao empoderar indivíduos e organizações. Essa característica faz com que governos atuais e respectivos atores políticos estejam cada vez mais atentos aos benefícios sociais e econômicos que resultam da criação e promoção de novos negócios.
Drucker (1998)	A arte de fazer acontecer com criatividade e motivação, que ocorre mediante inovação de projetos nas esferas, pessoal ou organizacional, onde o empreendedor está em constante análise e contato com o ambiente externo, sempre enfrentando as ameaças e aproveitando as oportunidades para expansão ou criação de negócio, logo notamos que o indivíduo para se tornar empreendedor precisa de ações proativas.
Dornellas (2012)	Refere-se a várias ações que são capazes de garantir a maximização e geração de riqueza e uma melhor performance aquelas sociedades que o apoiam e o praticam. E o aproveitamento de novas oportunidades no âmbito dos negócios, ou seja, analisar o ambiente externo e saber lidar com as variáveis que nele existem, visando sempre alternativas de uso dos recursos, atendimento às demandas, de modo a criar vantagem em relação à concorrência.

Fonte: Adaptado de Drucker (1998), Dornellas (2012), Oliveira Junior et al. (2016), Pinho e Thompson (2016).

Não se pode deixar de mencionar que o empreendedorismo possui uma vertente social, quando demanda principalmente a estrutura de interações entre comunidade, governo e setor privado, baseado em parcerias, onde eles são chamados de *stakeholders*. O resultado desejado

é a promoção da qualidade de vida social, cultural, econômica e ambiental sob a ótica da sustentabilidade (CHIAVENATO, 2007).

De modo geral, o presente tópico demonstra que o empreendedorismo pode ser compreendido como um processo de identificação, desenvolvimento e implantação de novas oportunidades de negócios, dentro de uma empresa existente.

2.2 EMPREENDEDORISMO SOB A ABORDAGEM ECONÔMICA, COMPORTAMENTAL E AÇÃO EMPREENDEDORA

Predominantemente há duas correntes de estudo sobre empreendedorismo: os economistas, que associam o empreendedor à inovação, e os comportamentalistas, que enfatizam aspectos atitudinais, como a criatividade e a intuição. A primeira vertente originou-se a partir de Schumpeter (1911, 1985), além dos trabalhos desenvolvidos por Cantillon (1755, 2003), Smith (1776, 1985), Mill (1848, 1986), Say (1803, 2002) e Marshall (1890, 1982). Já a vertente comportamentalista foi impulsionada por McClelland (1961), além dos estudos de Miner (1998), Timmons (1989), Fillion (1991) entre outros.

2.2.1 Abordagem econômica

Conforme Brollo (2006) o conceito de empreendedorismo encontra-se presente, ainda que nem sempre de forma direta, no desenvolvimento do corpo teórico da ciência econômica. Sendo assim, este tópico irá abordar sobre o empreendedorismo a partir da visão de alguns autores pertencentes às diferentes escolas de pensamentos que contribuíram para a construção do conhecimento econômico atual.

Richard Cantillon, principal precursor da teoria econômica, publicou a obra “Ensaio sobre a Natureza do Comércio em Geral” em 1755, associando o empreendedor às oportunidades de lucro não exploradas e o risco intrínseco à sua exploração. Segundo o autor, a sociedade foi desenvolvida em três classes funcionais, empreendedores, proprietários de terras e trabalhadores. Mas somente os empreendedores seriam responsáveis pelas mudanças no sistema econômico, visto assumirem os riscos necessários.

Para Boava, Macêdo e Silva (2006), Smith (1985) foi considerado o formulador da teoria econômica, vislumbrando o empreendedor como aquele que deseja obter um excedente de valor sobre o custo de produção, um proprietário capitalista. Segundo os autores, para o economista Mill (1986) o empreendedorismo é uma atividade que requer características peculiares por parte de quem empreende.

No período da escola clássica de economia, o economista francês Say (2002, apud BOAVA, MACEDO, SILVA, 2006, p. 04) atribui um papel particular ao empreendedor, na medida em que diferencia a função empreendedora da função capitalista. Defende também, o pressuposto que o desenvolvimento econômico é proveniente da criação de novos empreendimentos, sendo o empreendedor um mediador da economia, sendo sua responsabilidade articular a produção de maneira que os meios resultem em um produto final lucrativo.

No final do século XIX surgiu a escola neoclássica de economia, na concepção dos autores neoclássicos, a economia constitui a ciência das trocas e das escolhas, sendo condicionadas pela escassez dos recursos.

Nesse período, Schumpeter (1985, apud BOAVA, MACEDO, SILVA, 2006, p. 04) edificou as principais bases econômicas do empreendedorismo, em sua teoria o desenvolvimento econômico baseia-se na premissa que o sistema econômico de oferta e procura encontra-se em situação de equilíbrio e que o empreendedor tende a romper esse equilíbrio através da inovação. Essa visão de empreendedorismo fixa-se na atribuição da inovação do papel de motor da economia.

O empreendedor se manteve como uma forte complementaridade na economia, tornando-se potencializada e determinada pela evolução de seu comportamento e pela busca constante de novos conhecimentos. A conjuntura do desenvolvimento econômico considera o empreendedor como um catalisador de inovações radicais, mas apenas na medida em que ele destrói e substitui o programa de produção existente.

Pode-se observar que parte do conhecimento atual do empreendedorismo foi construída, ainda que de maneira implícita, no centro do desenvolvimento do pensamento econômico.

2.2.2 Abordagem comportamental

Os comportamentalistas pressupõem que o sistema de valores constitui o eixo principal do desenvolvimento social e econômico, considerando o empreendedor o ator principal desse processo. Assim, estudam os traços pessoais e atitudes do empreendedor na tentativa de encontrar a motivação do empreendedorismo.

Para Boava, Macêdo e Silva (2006), o estudo das características psicológicas permite traçar um perfil do empreendedor, capaz de caracterizar o empreendedor como autônomo, dotado de iniciativa, intuição, amor pelo trabalho e em busca de realização profissional e pessoal.

Miner (1998, apud BOAVA, MACÊDO, SILVA, 2006, p. 04) aborda a personalidade empreendedora a partir da teoria das necessidades, divididas em quatro estilos de empreendedores, que são:

- 1º Empreendedor Realizador: são empreendedores clássicos que dedicam a maior parte de seu tempo ao empreendimento. Apresenta o hábito de planejar e estabelecer metas. Atua com iniciativa e compromisso, resolvendo problemas, contornando crises, tentando ser eficiente e eficaz.
- 2º Empreendedor Super Vendedor: apresenta sensibilidade em relação às demais pessoas. Priorizam as vendas, por julgá-las elementos essenciais para o sucesso de seus negócios. Não possuem muitas habilidades administrativas.
- 3º Empreendedor Autêntico Gerente: assume responsabilidades e alcança sucesso em cargos de liderança nas empresas. São competitivos, decididos e atraídos pelo poder. Geralmente, saem de grandes empresas para iniciar seu empreendimento.
- 4º Empreendedor Gerador de Ideias: inventores natos criam novos produtos, encontram novos nichos, desenvolvem novos processos sempre buscando ganhar a concorrência. Sentem-se fortemente atraídos para o mundo das ideias e costumam assumir riscos. Normalmente, se envolvem em empreendimentos de alta tecnologia.

Dessa forma, empreendedores que apresentam os quatro estilos obterão maior sucesso em seus empreendimentos. No entanto, se o empreendedor possuir apenas um estilo, é importante atuar no ramo que melhor se identifica com sua habilidade.

Seguindo a mesma linha de pensamento Timmons (1989, apud BOAVA, MACÊDO, SILVA, 2006, p. 08) centraliza seus estudos acerca do empreendedorismo na iniciativa e comportamento proativo do empreendedor e apresenta três aspectos que acredita ser a principal razão para o sucesso do mesmo, são eles: responder positivamente a desafios, aprendendo com erros, apresentar iniciativa e ter determinação e perseverança.

Leite (2000, p. 16) complementa que:

...ser empreendedor significa ter capacidade de iniciativa, imaginação fértil para conceber ideias, flexibilidade para adaptá-las, criatividade para transformá-las em uma oportunidade de negócio, motivação para pensar conceptualmente e a capacidade para ver, perceber as mudanças como uma oportunidade.

Na abordagem comportamental é possível perceber que o empreendedorismo apresenta uma concepção de empreendedor baseada na busca de realização pessoal do ser humano. Assim, os empreendimentos constituem uma extensão do desejo, metas e visão do empreendedor. No mais, centra-se em descrever comportamentos e características do empreendedor.

2.2.3 Perspectiva econômica X Perspectiva comportamental

Observa-se que os economistas tendem a concordar que os empreendedores estão associados à inovação e são vistos como forças direcionadoras ao desenvolvimento, e os comportamentalistas entram em consenso atribuindo aos empreendedores às características de criatividade, persistência, coragem para assumir riscos e liderança.

Contudo, a partir da análise das principais linhas de abordagem do empreendedorismo, constata-se que não existe uma oposição conceitual direta entre as mesmas, sendo que a diferença existe em função da prioridade de aspectos abordados.

Braga (2003) aborda que enquanto os economistas buscam definir a função do empreendedor a partir da sua atuação como destruidor, gerador de valores ao sistema produtivo, os comportamentalistas, voltam seu interesse para o entendimento do ser empreendedor, do seu comportamento, buscando identificar as suas características e os reflexos na empresa decorrente do seu modo de atuar e interagir.

Sendo assim, o empreendedor seria uma pessoa que capta oportunidades, apresentando determinação, persistência, perseverança, procurando sempre a auto superação e reconhecimento social. Este perfil profissional é valorizado na sociedade, tanto no ambiente empresarial como no educacional.

2.2.4 Ação empreendedora

A teoria do empreendedorismo se baseia nessa noção de comportamento humano e mostra que o processo de comportamento empreendedor é impulsionado pelas competências e habilidades adquiridas pelos agentes econômicos para reconhecer oportunidades.

Como sugere a teoria do comportamento empreendedor, a racionalidade dos empreendedores é limitada ao estoque de informações que cada indivíduo detém e à capacidade cognitiva que possuem para acessar novas informações e processá-las na forma de empreendimentos.

Uma das primeiras tentativas de mudança do enfoque do sujeito para a ação ocorreu em 1939, onde mudou o foco do empresário inovador para o processo de inovação em si, pois a função empreendedora não precisa estar associada a uma pessoa física em particular, visto que cada ambiente social tem seu próprio modo de preencher a função empreendedora.

Berlung (2005) afirma que “ação é frequentemente definida como um comportamento ou atividade que carrega sentido subjetivo para o agente”. O autor vê a ação empreendedora como uma prática situada, ao mesmo tempo retendo o foco no empreendedor como um sujeito pensante, reflexivo e estrategicamente situado. Considera, portanto, a ação empreendedora como oposta ao comportamento, na medida em que seria uma ação reflexiva sempre tendo lugar em relação a situações específicas e a um contexto social mais amplo.

Boava e Macêdo (2009) abordam que a força do empreendedorismo é a ação empreendedora, uma vez que impulsiona e faz o empreendedor agir, gerando uma série de consequências sociais, políticas, econômicas e culturais.

Já Paiva Júnior (2004) defende a tese de que o empreendedor é um sujeito relacional. Sua proposta é que o empreendedorismo seja associado à interação entre muitos indivíduos e organizações e não a meras evidências pessoais e organizacionais.

Para Benedetti (2005) a ação empreendedora pode ser guiada pela satisfação da necessidade de realização do empreendedor, seguida pela necessidade de poder e afiliação.

Segundo Bractnicky (2005) a problemática do empreendedorismo recorre à noção de gestão empreendedora. O indivíduo se tornaria empreendedor na medida em que realiza a ação empreendedora, que constituem o fenômeno central, de modo que o empreendedorismo consistiria na resultante dessa interação, reconciliando oportunidades e ações.

McMullen e Shepperd (2006) vão à mesma direção, evidenciando que, em uma dada economia, a sua saúde dependeria da percepção de oportunidades por empreendedores, importando abordar não a figura do agente, mas se a ação ocorreria, o reconhecimento do caráter de criação de oportunidades pelo agente que, assim, realizaria uma ação empreendedora.

É possível observar que a ação empreendedora pode estar inserida no reconhecimento de oportunidades de negócios, na percepção do potencial de novos recursos ou lucros como consequência da criação ou melhoria de empreendimentos.

Nesse contexto, Paiva Junior (2004) declara que a inovação enriquece o entendimento sobre a ação empreendedora, pois resulta em um valor econômico para a sociedade sendo necessária para a ação empreendedora. De fato, ao tomar conhecimento de oportunidades externas ou internas ao ambiente organizacional o empreendedor busca criar algo de valor necessário para suprir imperfeições do mercado. O autor ainda descreve que as reflexões e ações estratégicas dos empreendedores são provenientes de experiências formadoras das características individuais do empreendedor, bem como a experiência vivida é marcada por práticas empreendedoras inseridas no contexto histórico do mesmo.

Borges e Casado (2009) partem do pressuposto que a ação empreendedora está inserida nas interações entre o empreendedor e a estrutura social e que tais interações são perpassadas por símbolos, significados, linguagem, emoções e sentimentos.

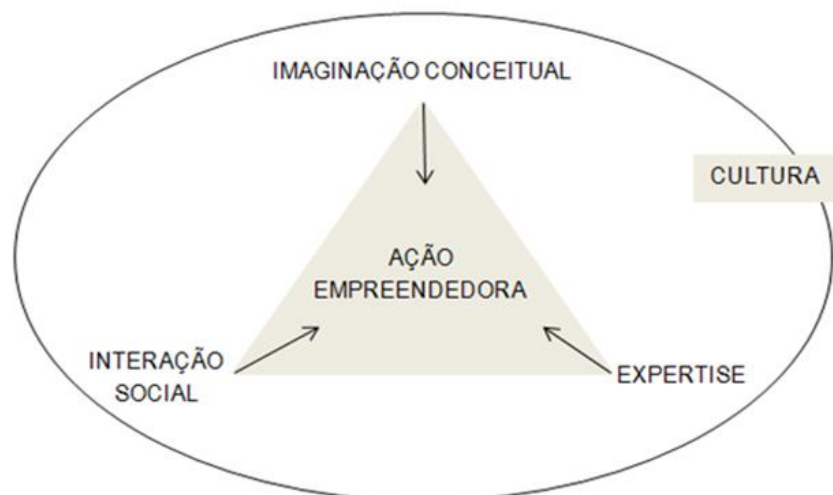
A visão ampliada de Paiva Junior (2004) defende que a ação empreendedora é constituída pelo aprendizado com as incertezas e isso remete ao alargamento da profissionalização democratizada, controle e expansão do objeto. Sendo assim, a ação de empreender se insere na busca pela ética social, de liberdade, de autonomia e disposição para correr risco.

O empreendedorismo é orientado pela perseverança e discernimento sobre o que o ambiente necessita com o intuito de servir ao outro, sendo que essa ação satisfaz o “próprio eu”. Dessa forma, a ação empreendedora se instala em um processo cuja perspectiva é reflexiva e dialógica, como algo voltado para o servir.

No âmbito local, a ação empreendedora se volta para efetivar mudanças socioculturais e econômicas com acesso às práticas inovadoras, de maneira a quebrar comportamentos arcaicos e antiéticos. Nesse sentido, o empreendedor também fortalece sua imagem de cidadão junto à comunidade local.

As características da ação empreendedora têm sido categorizadas por estruturas universais, Paiva Junior (2004) utiliza um modelo baseado na teoria de Alfred Schutz de análise da ação empreendedora, composto por elementos que influenciam a experiência empreendedora, no qual o fenômeno empreendedor se apresenta de forma coletiva de interação e construção social, conforme demonstra a figura 01.

Figura 01 - Categorias Estruturais da Ação Empreendedora



Fonte: adaptado de Paiva Jr. (2004)

A primeira categoria é a imaginação conceitual que está na ordem da construção social, segundo o Paiva Junior (2004) ela está na consciência do empreendedor de onde emergem temas estruturais, com o seu pensar e agir, como sua autonomia, convivência com risco, desprendimento, disposição pessoal, intuição e visão integral e subjetiva.

A expertise é a segunda na categoria estrutural, por meio dela o empreendedor torna-se capaz de reconhecer oportunidades, fundamentado pela sua experiência acumulada. Essa categoria inclui extensões como o desenvolvimento de competências, intercâmbio de conhecimento, transformação da linguagem, inversão e inovação.

A terceira categoria é a interação social, que auxilia tanto no esclarecimento das ações do sujeito que empreende como também quanto nas motivações que o levam a determinada conduta voltada para o outro, no tocante ao seu comportamento relacional. As dimensões dessa categoria estrutural são: a ética dos valores, a ação político-social, a ação de otimização de oportunidade, a ação de adaptação contingencial, diálogo, institucionalização, parceria, relação e confiança.

Ressalta-se que as categorias estruturais não são elementos isolados, muito pelo contrário, há uma interdependência entre elas, sendo possível visualizar uma relação equivalente entre elas, cuja contribuição influencia diretamente no surgimento da ação empreendedora.

Verifica-se também que a estrutura está inserida no universo cultural no qual o empreendedor está inserido, influenciando e sendo influenciado. O universo cultural é composto pelo ambiente institucional, organizacional e também por cultura, necessidades e hábitos locais em que o comportamento do empreendedor está contextualizado.

2.3 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

Com a redução do número de empregos oferecidos, o aumento das jornadas de trabalho e o exemplo dos jovens empreendedores que enriqueceram com suas ideias inovadoras, as instituições de ensino começaram a enxergar o empreendedorismo como uma forma de reter seus alunos e atrair novos.

Nesse contexto, ocorreu a introdução do ensino de empreendedorismo no Brasil, pela Fundação Getúlio Vargas, na década de 1980. Em 1981, o professor Ronald Degen foi o primeiro a lecionar uma matéria dedicada à criação de negócios. A disciplina era ministrada em um curso de especialização da Escola de Administração de Empresas de São Paulo (EAESP) da FGV.

O objetivo do curso era mostrar aos alunos que empreender era uma oportunidade à carreira de executivo em uma grande empresa, com o propósito de estimulá-los a contribuir para o desenvolvimento econômico, melhorando a distribuição da riqueza e minimizando a desigualdade social.

Mais tarde, em 1989, o professor Degen escreveu o primeiro livro didático sobre empreendedorismo em língua portuguesa “O empreendedor: Fundamentos da iniciativa empresarial”, baseado em suas notas de aula.

Ainda na década de 1980, o Brasil vê na Universidade de São Paulo (USP) oferecer o ensino de empreendedorismo, com a introdução da disciplina Criação de Empresas no curso de graduação em Administração na Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da USP.

Na década de 1990 o movimento do empreendedorismo se efetivou no Brasil, com a criação de entidades como o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas).

Em 1991, a FGV novamente é pioneira, pois a professora Ofélia Sette Torres funda o primeiro Centro de Empreendedorismo no Brasil. Apesar de ter sido interrompido após um curto tempo, este centro é um marco, pois só em 2002 surgiria na USP o Centro Minerva de Empreendedorismo, criado pelo professor José Antônio Lerosa de Siqueira.

O ano de 1991 é marcado pela introdução no Brasil do programa Empretec, da ONU, voltado à capacitação de empreendedores. Coordenado pelo Sebrae desde 1993, o Empretec é dedicado a ajudar empreendedores promissores a colocarem suas ideias em ação e empresas a crescerem.

Em 1992, a Universidade Federal de Santa Catarina criou a Escola de Novos Empreendedores (ENE), que, posteriormente se constitui um dos mais significativos projetos universitários de ensino de empreendedorismo no Brasil, com profunda inserção acadêmica e envolvimento total com projetos e órgãos internos à UFSC como com outras universidades e organismos internacionais.

O ano de 1999 é também relevante pelo lançamento do livro “O Segredo de Luísa”, do professor Fernando Dolabela. Este é, até hoje, um dos livros mais usados para a educação empreendedora e fornece metodologias para o aprendizado do empreendedorismo no ensino fundamental e médio.

Conforme Dolabela (1999, p. 12) “na formação de empreendedores, o fundamental é preparar as pessoas para agir e pensar por conta própria, com criatividade, liderança e visão de

futuro, para inovar e ocupar o seu espaço no mercado de trabalho, transformando esse ato também em prazer e emoção”.

Segundo Santos e Pietrovski (2003) a cultura empreendedora precisa ser disseminada no Brasil, para que as empresas possam ser mais duradouras, tenham crescimento e para que haja desenvolvimento social.

Entre 2004 e 2005 aconteceram na FGV algumas reuniões que foram a origem do Centro de Empreendedorismo, primeiro nome dado ao hoje conhecido CENN – Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios, que nasceu com a missão de construir uma cultura empreendedora na Escola de Administração de Empresas de São Paulo. Desde sua criação, o CENN congrega as competições de planos de negócios da Escola, passando a ser responsável pelo Latin America Moot Corp e pela competição Sumaq de empreendedorismo social, oferece também palestras com empreendedores renomados dos mais variados setores, realiza pesquisas e congressos acadêmicos sobre o tema e tem entre um de seus grandes eventos a primeira Semana do Empreendedorismo a ser feita no país, criada no ano de 2005.

Em 2007 a FGV foi pioneira ao introduzir disciplinas de empreendedorismo como obrigatórias na grade da graduação em administração pública e de empresas da EAESP.

Uma pesquisa realizada pela Global Entrepreneurship Monitor em 2008, demonstrou que o Brasil ocupou a 13ª posição no ranking mundial de empreendedorismo.

O SEBRAE é um dos órgãos mais conhecidos dos micros e pequenos empresários brasileiros, pois através dele é possível ter todo o apoio necessário para a abertura e manutenção do seu negócio.

Além do SEBRAE, contamos com a Endeavor, e as próprias empreendedoras e empreendedores acelerando o ecossistema através de investimentos anjo e seus próprios veículos de investimento. Graças a iniciativas como essas, as oportunidades de aprendizado se multiplicaram e com isso o ecossistema também.

Atualmente, temos acesso exponencial à informação e instituições empenhadas em formar empreendedores, além de contar com um mercado que valoriza quem quer abrir o próprio negócio.

É uma grande mudança em relação às décadas anteriores. Até nas escolas as crianças estão se envolvendo em matérias e trabalhos escolares que encorajam a iniciativa, o protagonismo, a criação de um plano de negócio.

Outra mudança importante no campo do empreendedorismo no Brasil, que impulsionou a criação de novos negócios foi a elevação do investimento em pequenos negócios e taxas de juros menores.

É importante citar, que atualmente temos várias ações sendo desenvolvidas no ramo do empreendedorismo, programas como EMPRETEC, jovem empreendedor cujo objetivo é capacitar os empreendedores. Temos também, o Brasil Empreendedor, acesso a diversos cursos e programas de capacitação, além de palestras, seminários, e workshops desenvolvidos pelas instituições de ensino e a presença das incubadoras nos ambientes acadêmicos.

Outras ações realizadas para fortalecer o empreendedorismo no Brasil, são a facilidade e desburocratização para abrir um negócio e apoio e incentivo por meio de crédito com menores taxas. Mas ainda faltam políticas duradouras dirigidas à consolidação do empreendedorismo.

2.4 FORMAÇÃO E CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS

O tema empreendedorismo no ensino e aprendizagem vem apresentando ao longo do tempo um interesse crescente por parte das instituições educacionais, no Brasil e no mundo.

Martins e Freitas (2006) ressaltam que o mercado de trabalho vem passando por uma profunda mudança nos padrões de relações de trabalho, onde o emprego formal em grandes empresas está em queda e conseqüentemente, acaba surgindo a necessidade de encontrar alternativas de colocação profissional para os estudantes que querem se inserir neste mercado. Ou seja, esta nova relação entre os colaboradores e as empresas, a maneira que os profissionais têm encarado suas carreiras, tem contribuído para formar um novo cenário empregatício, comparando com algumas décadas atrás. Com essas novas mudanças, as instituições de ensino brasileiras têm buscado alternativas de ensino e inserindo o empreendedorismo como uma possibilidade de ação e possibilitando uma formação mais correspondente com o mercado de trabalho, que exige mais conhecimento, técnicas e perfis empreendedores.

Dornelas (2001) identifica o momento que nos encontramos como sendo “a era do empreendedorismo”, segundo ele, os empreendedores estão eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riqueza para a sociedade.

O ensino do empreendedorismo nas Instituições de Ensino Superior não é algo novo. Segundo Rocha e Bacchi (2010), tomando como base uma análise histórica, um dos primeiros caminhos de inserção do respectivo ensino das universidades, está relacionado a um curso criado pela escola de Administração de Harvard, em 1947, que tinha como objetivo qualificar ex-combatentes de guerra para a abertura de pequenos negócios. Já no Brasil, uma das primeiras iniciativas partiu da introdução de uma disciplina em um curso de Especialização em

Administração, em São Paulo, pela Escola de Administração da Fundação Getúlio Vargas (FGV), em 1981. Segundo Dolabela (2008) e Guimarães (2003) em 1984, essa proposta foi estendida para o curso de graduação em Administração da FGV-SP. Posteriormente, o tema empreendedorismo ganhou destaque e começou a ser adotado em mais cursos de graduação pelo país.

Atualmente, a educação empreendedora está ganhando espaço na educação fundamental, um projeto de Lei nº 3426 de 2021, apresentado pelo Deputado José Nelto (PODE/GO) que encontra-se em fase de apreciação de proposição pelas comissões, com efeito decisório, visa alterar a Lei nº 9.394 de 1996, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional, seu propósito é incluir a educação empreendedora e financeira na matriz curricular nacional do ensino fundamental e médio, com o objetivo de inserir ações pedagógicas para o desenvolvimento desse espírito empreendedor; contribuir no desenvolvimento socioeconômico do país, através da inclusão das crianças e adolescentes; incentivar a autonomia financeira e o surgimento de negócios inovadores e desenvolver nos alunos essa cultura empreendedora, para assim poderem aproveitar as oportunidades de negócios e terem visão planejadora para traçar planos e chegarem ao sucesso.

Segundo Lautenschläger & Haase (2011), o ensino do empreendedorismo possui várias metodologias pedagógicas, no qual se faz necessário compreender e desenvolver abordagens diferentes no ensinamento da disciplina, a educação sobre o empreendedorismo, e a educação para o empreendedorismo. Os autores ainda destacam que existem características do empreendedor que podem ser mais fáceis de serem ensinados e outros não. Alguns desses aspectos que ainda não se encontram apoiados por métodos de ensino adequados, como: habilidades e competências como criatividade, inovação, pro atividade, tomada de decisão e propensão ao risco.

Dentro dessa ótica, nota-se a existência de uma educação focada em habilitar o empreender de forma atuante e proativa, no qual se faz necessárias abordagens práticas e teóricas para gerar conhecimento e competências ao aluno (GIOVANELA, GOUVEIA, FRÂNCIO & DALFANO, 2010).

Seguindo nessa conjuntura, a *European Commission Enterprise and Industry Directorate-General* (European Commission, 2008), expressa que o papel importante da educação é promover mais atitudes e comportamentos empresariais, dando início na escola primária, o qual é reconhecido. Os benefícios da educação do empreendedorismo não são limitados apenas para impulsionar novas empresas, empreendimentos inovadores e novos

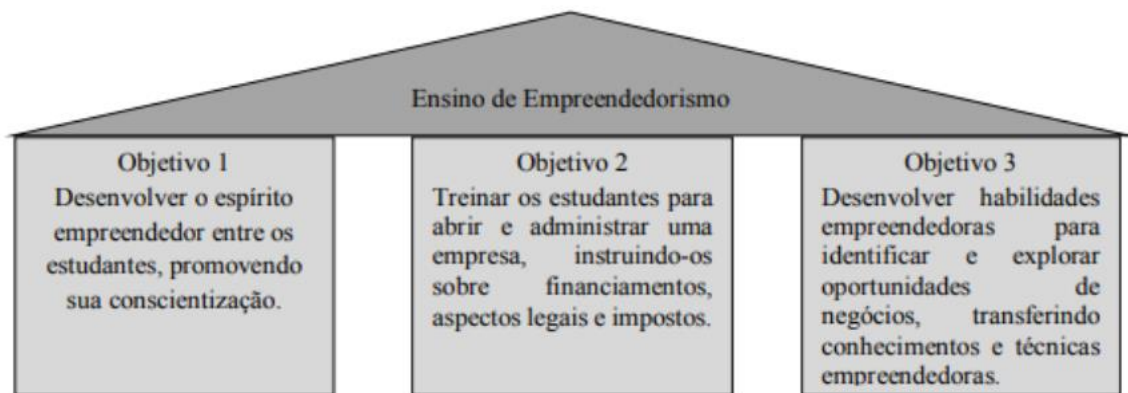
empregos, mas o empreendedorismo é uma competência que abrange todos, ajudando jovens adultos a serem mais criativos, seguros e confiantes no que possam empreender.

Ainda segundo European Commission Enterprise, uma instituição superior deve ter como objetivo principal desenvolver capacidades e mentalidades empresariais. E os programas de educação para o empreendedorismo possuem três objetivos diferentes, como demonstra a figura 02.

Logo a educação empreendedora precisa desenvolver espírito empreendedor entre os estudantes, treinar estudantes para abrir uma empresa e administrá-la, desenvolver habilidades empreendedoras necessárias para identificar e explorar oportunidades de negócios.

Uma percepção esquemática pode ser observada na figura 02, em que se expõem os três pilares que sustentam os objetivos do ensino do empreendedorismo.

Figura 02 – Pilares dos Objetivos do Ensino do Empreendedorismo.



Fonte: Baseado na proposta da European Commission Enterprise and Industry Directorate-General. (2008, p. 22). Entrepreneurship in higher education, especially in non-business studies: final report of the expert group.

Em uma abordagem sobre a prática pedagógica do empreendedorismo, nota-se, segundo Estevão Lima de Carvalho Rocha (2014), que estudiosos da educação empreendedora têm defendido uma linha pedagógica mais voltada para a prática como mais apropriada para o ensino do empreendedorismo.

Para Boyles (2012) a formação empreendedora possui uma característica multidisciplinar e diante disso é preciso que se tenha um plano de ensino que se adapte a metodologia de aprendizagem mais adequada.

No contexto da formação empreendedora mencionada por Rocha (2014), espera-se que o comportamento do estudante aconteça de acordo com conhecimentos, habilidades e atitudes que compõem o sujeito empreendedor. Dessa forma, os objetivos propostos de ensino do empreendedorismo, devem levar o estudante a ser capaz de conscientizar-se sobre o que é o empreendedorismo, ser criativo, ser inovador, descobrir uma oportunidade, planejar e abrir um

novo negócio, fazer previsões, assumir riscos, ser persistente, lidar com conflitos, adquirir autocontrole, aprender com a tomada de decisão, enfrentar erros e acertos, trabalhar em equipe, formar uma rede de contatos e administrar o negócio de forma sustentável.

Mas além do método de ensino tradicional, existem diferentes possibilidades dos estudantes colocarem em prática seus conhecimentos e habilidades sobre o empreendedorismo nas universidades, é possível se aprofundar no tema através de pesquisas ou projetos de iniciação científica, atividades de extensão que são desenvolvidas em incubadoras, empresas juniores, diretórios e centros acadêmicos, atléticas ou movimentos estudantis. Palestras, eventos, visitas e contatos com empresas, desenvolvimento de um plano de negócios, estudos de casos, trabalhos práticos e teóricos individuais, desenvolvimento e criação de produtos, filmes e vídeos, jogos de empresas e simulações, sugestão de leituras, trabalho em grupo, aulas expositivas e grupos de discussão, também desenvolvem e favorecem o ensino do empreendedorismo.

A seguir, no quadro 03 adaptado de Rocha (2014) é apresentado os principais métodos, técnicas e recursos pedagógicos no ensino de empreendedorismo.

Quadro 03 – Métodos, Técnicas e Recursos.

MÉTODOS, TÉCNICAS E RECURSOS	APLICAÇÕES
Aulas expositivas	Transferir conhecimentos sobre o Empreendedorismo, as características pessoais do empreendedor, os processos de inovação, fontes de recursos, financiamentos e aspectos legais de pequenas empresas.
Visitas e contatos com empresas	Estimular o network e incitar o estudante a sair dos limites da IES para entender o funcionamento de mercado na vida real. Desenvolver visão de mercado.
Plano de negócios	Desenvolver as habilidades de planejamento, estratégia, marketing, contabilidade, recursos humanos, comercialização. Desenvolver a habilidade de avaliação do novo negócio, analisando o impacto da inovação no novo produto ou serviço. Construir habilidade de avaliar e dimensionar riscos do negócio pretendido.

Estudos de casos	Construção da habilidade de pensamento crítico e de avaliação de cenários e negócios. Desenvolver a habilidade de interpretação e definição de contextos associados ao Empreendedorismo.
Aulas expositivas	Transferir conhecimentos sobre o Empreendedorismo, as características pessoais do empreendedor, os processos de inovação, fontes de recursos, financiamentos e aspectos legais de pequenas empresas.
Trabalhos teóricos em grupo	Construção da habilidade de aprender coletivamente. Desenvolver a habilidade de pesquisar, dialogar, integrar e construir conhecimentos, buscar soluções e emitir juízos de valor na realização do documento escrito
Grupos de discussão	Desenvolver a habilidade de testar novas ideias. Desenvolver a capacidade de avaliar mudanças e prospectá-las como fonte de oportunidades.
Brainstorming	Desenvolver a habilidade de concepção de ideias, prospecção de oportunidades, reconhecendo-as como oportunidades empreendedoras. Estimular o raciocínio intuitivo para a criação de novas combinações de serviços e produtos, transformando-as em inovações.
Seminários e palestras com empreendedores	Transferir conhecimentos das experiências vividas por empreendedores desde a percepção e criação do produto, abertura do negócio, sucessos e fracassos ocorridos na trajetória empreendedora.
Criação de empresa	Transpor as informações do plano de negócios e estruturar os contextos necessários para a formação. Compreender várias etapas da evolução da empresa. Desenvolver a habilidade de organização e planejamento operacional.
Criação de produto	Desenvolver habilidade de criatividade, persistência, inovação e senso de avaliação.

Fonte: Adaptado com base em Rocha (2014, p. 470).

Para Chiavenato (2007, p. 127) “o empreendedor é a pessoa que inicia ou opera um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente”. Neste contexto ressalta-se que o empreendedor precisa ter consigo a necessidade de realização, levar consigo a vontade de fazer a mudança. Sobre o empreendedor convém mencionar que,

[...] um empreendedor é um indivíduo que não espera as coisas acontecerem, mas é uma pessoa com atitude, ou seja, proativa, que faz acontecer. Um empreendedor está altamente motivado, tem ideias boas e sabe implantá-las de forma a alcançar os seus objetivos. Um empreendedor é alguém que não tem medo de iniciar projetos de uma forma arrojada. Por esse motivo, é bastante comum um empreendedor assumir a direção de uma empresa. (CHIAVENATO, 2007, p. 128).

Santos, Minuzzi e Cruz (2007) buscaram, em seu trabalho, analisar e destacar a importância de se saber o perfil dos estudantes, sendo assim, fizeram esta breve análise: “era necessário dar atenção ao perfil empreendedor dos alunos (...) e identificar seus traços psicológicos”.

Segundo Dornelas (2012, p. 89) “o empreendedor start-up, ou seja, aquele que tem como objetivo principal, dar origem a um novo negócio analisa o cenário e diante de uma oportunidade apresenta um novo empreendimento”. Segundo o mesmo autor, este perfil empreendedor sofre alguns desafios, a saber:

- a) suprir uma demanda existente que não vem sendo dada devida atenção;
- b) buscar e apresentar diferenciais competitivos em um mercado já existente;
- c) vencer a concorrência;
- d) conquistar clientes; e
- e) alcançar a lucratividade e a produtividade necessárias à manutenção do empreendimento.

Pessoa (2005) define em dois, os principais tipos de empreendedores, o empreendedor corporativo (intra-empendedor ou empreendedor interno), o empreendedor start-up (que cria novos negócios/empresas) e o empreendedor social (que cria empreendimentos com missão social), são pessoas que se destacam onde quer que trabalhem. Mas independentemente do tipo e perfil que o empreendedor assuma, nota-se que ele é aquele que faz as coisas acontecerem, e antecipa aos fatos e tem uma visão futura da organização (CHIAVENATO, 2007).

Resumindo, um empreendedor visualiza oportunidades em situações que para muitos são de grandes riscos. Logo, ele é um grande oportunista, desde que consiga mensurar os riscos não tem medo de arriscar, ousar e assim alcançar o sucesso, provando que a sua ideia era o que o mercado queria.

Atualmente o profissional mais procurado pelas organizações engloba quase todas as características comportamentais descritas na literatura, com propensão para identificar e correr riscos, apresentar iniciativas, persistência e flexibilidade. Conforme o quadro a seguir há algumas características e comportamentos encontrados em um perfil empreendedor:

Quadro 04 – Características e comportamento do empreendedor.

Nº	CARACTERÍSTICA	COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR
1	É sonhador;	Cria a imagem do que deseja no futuro, é visionário, tem um sonho , uma visão;
2	Busca aproveitar oportunidades;	É curioso, busca informações, pesquisa e estuda sobre o assunto/atividade/negócio do seu interesse;
3	Fixa metas;	Define os seus objetivos, os seus desafios. É um sonhador racional;
4	Tem iniciativa;	Faz algo sem precisar que alguém lhe peça para fazer; têm atitude , age;
5	Toma decisão;	Decide, calculando e avaliando as informações, os passos necessários para transformar o seu sonho em ação;
6	Corre riscos de forma comedida;	Analisa, antecipadamente, as consequências de possíveis decisões a serem tomadas, assumindo riscos;
7	É determinado;	É capaz de muita dedicação ao trabalho para alcançar as suas metas;
8	Tem comprometimento;	Acredita no seu sonho , no que faz, por isso tem grande determinação ao realizar o que traçou como metas;

9	É inovador;	É capaz de criar, estimular a imaginação e inovar. Busca uma diferenciação;
10	Cria uma rede de contatos;	Desenvolve uma rede de contatos com profissionais da área e outros empreendedores, com a finalidade de alcançar os seus objetivos;
11	Faz planejamento;	Organiza como deve realizar suas atividades para cumprir suas metas;
12	É otimista e autoconfiante.	É apaixonado pelo que faz e acredita na sua capacidade de realizar o seu sonho.

Fonte: Adaptado de Albuquerque, (2014).

A qualificação do empreendedor é muito inovadora, sempre em constante mudança podendo ser observada e reconhecida pelas características citadas acima no quadro 04, pois constitui, fazendo parte do perfil empreendedor, é o saber ser sonhador, determinado, autoconfiante, inovador e comprometido, entre outras. Deste modo, os conjuntos de atitudes e habilidades, somam o perfil empreendedor e lhe caracteriza, pois, tendo eles como base pode-se colocá-los em ações de prática e estudo, que estejam vinculados ao teórico e ao tácito.

2.5 HISTÓRIA DO ENSINO DA ADMINISTRAÇÃO

A administração nasceu do reconhecimento das especificidades das relações do mercado, incorporando várias áreas do conhecimento, como a antropologia, psicologia, sociologia e engenharia da produção, dentre outras. Teve como embrião o Instituto de Organização Racional do Trabalho, mais conhecido como IDORT (PCC, 2012). No Brasil a história do curso é muito curta se comparado aos Estados Unidos, pois teve início somente em 1952, sendo que nesse mesmo período os EUA já formavam em torno de 50 mil bacharéis, 4 mil mestres e cem doutores por ano, em Administração.

O contexto para a formação do Administrador no Brasil começou a ganhar contornos mais claros na década de quarenta. Pois nesse período verificou-se a necessidade de mão-de-obra qualificada e, conseqüentemente, da profissionalização do ensino de administração.

O ensino de Administração está relacionado ao processo de desenvolvimento do país. Esse processo foi marcado por dois momentos históricos distintos. O primeiro, pelos governos de Getúlio Vargas, representativos do projeto “autônomo”, de caráter nacionalista. O segundo, pelo governo de Juscelino Kubitschek, evidenciado pelo projeto de desenvolvimento associado e caracterizado pelo tipo de abertura econômica de caráter internacionalista. Este último apresentou-se como um ensaio do modelo de desenvolvimento adotado após 1964.

Nesse período, o processo de industrialização se acentuou, sobretudo devido à importação de tecnologia norte-americana. (CFA, 2019).

A regulamentação da atividade de administrador ocorreu na metade da década de 60, pela Lei nº 4.769, de 9 de setembro de 1965. A presente Lei, no seu artigo 3º, afirma que o exercício da profissão de Técnico em Administração é privativo dos Bacharéis em Administração Pública ou de Empresas, diplomados no Brasil, em cursos regulares de ensino superior, oficial, oficializado ou reconhecido, cujo currículo seja fixado pelo Conselho Federal de Educação, nos termos da Lei nº 4.024, de 20 de dezembro de 1961, que fixa as Diretrizes e Bases da Educação no Brasil. Isso proporcionou um vasto campo de trabalho para a profissão de administrador.

O ensino da administração tem como objetivo formar pessoas nas áreas de gestão, capazes de exercer seu cargo com as devidas competências adquiridas na universidade, competências estas que garantem a formação humana e a capacidade de intervenção, e reflexão no mercado de trabalho. Sendo a universidade a formadora de tais competências, deve ela garantir que haja prática e proximidade do real cotidiano que futuramente os mesmos enfrentaram.

A Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS) nasceu de uma necessidade de o ensino superior público atingir uma região que historicamente foi excluída do processo de desenvolvimento vislumbrado nas áreas mais próximas do litoral brasileiro. Sendo assim, a UFFS possui uma dupla missão, que é interiorizar o ensino universitário público e promover, através de suas áreas de atuação (ensino, pesquisa e extensão), um novo ciclo de desenvolvimento econômico regional.

O curso de administração foi criado em 2010, na UFFS, campus de Chapecó, com o objetivo de oferecer conhecimentos nos níveis de graduação e pós-graduação que coadunam com o perfil de um profissional na área de administração, vinculados à pesquisa e extensão. Assim, o Curso de Graduação tem como prioridade preparar cidadãos para exercerem a profissão de Administrador, não havendo área de especialização específica, atuando em

diferentes modelagens organizacionais (de natureza pública, privada ou em nível de terceiro setor).

3 METODOLOGIA

3.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

A presente pesquisa caracterizou-se como bibliográfica de caráter descritivo, visto que foi construída a partir de referenciais teóricos consolidados, e se propôs a analisar e descrever uma realidade específica, nesse caso o perfil empreendedor dos pesquisados. Para Severino (2007), a pesquisa bibliográfica é realizada a partir de registros disponíveis, decorrentes de pesquisas anteriores, em documentos como livros, artigos, teses e outros, utilizando-se de dados já trabalhados por outros pesquisadores e devidamente registrados.

Visando atender os objetivos da presente pesquisa, realizou-se um estudo descritivo, cujo objetivo é descrever as características de determinada população ou fenômeno e o estabelecimento de relações entre as variáveis, de abordagem quantitativa e qualitativa. De acordo com Oliveira (2011) e Leite (2008), as pesquisas que aplicam métodos quantitativos são aquelas que empregam a estatística e a matemática como recursos principais para a análise das informações, assim sistematizam essas informações em termos numéricos fazendo os devidos tratamentos dos dados de forma quantitativa. A abordagem qualitativa envolve a obtenção de dados descritivos, obtidos no contato direto do pesquisador com a situação estudada, enfatiza mais o processo do que o produto e se preocupa em retratar a perspectiva dos participantes. É importante salientar que os métodos qualitativos são auxiliares dos quantitativos e vice-versa.

A pesquisa possui as referidas abordagens metodológicas, pois se propõe quantificar e descrever o percentual de acadêmicos que possuem determinadas características consideradas essenciais ao perfil empreendedor, conforme estudos bibliográficos realizados, o grau com que as desenvolvem e quantos acreditam que o curso de Administração ofertado pela UFFS foi capaz de contribuir para o desenvolvimento destes como empreendedores e quais as justificativas dadas pelos acadêmicos com relação a esse entendimento.

3.2 SUJEITOS DA PESQUISA

O universo da pesquisa de campo são os acadêmicos do nono período do curso de bacharelado em administração na Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS) do Campus de Chapecó em Santa Catarina no ano de 2022/2. A amostragem é do tipo não probabilístico aleatório simples. Para Vergara (2014), nesse tipo de amostragem cada elemento da população (universo da pesquisa) tem uma chance determinada de ser selecionado, sendo a seleção aleatória e casual.

E conforme a RESOLUÇÃO Nº 674, DE 06 DE MAIO DE 2022, artigo 26, capítulo IX, incisos I e V, a presente pesquisa é dispensada de apreciação pelo comitê de ética.

3.3 TÉCNICA DE COLETA DE DADOS

O instrumento para coleta de dados foi um questionário com perguntas de múltipla escolha, compreendendo dois testes de perfil empreendedor adaptado de Dornelas (2015), conforme anexo 01, contendo questões fechadas, relacionadas às características comuns dos empreendedores e as competências gerenciais. O questionário conta ainda com uma questão subjetiva relacionada à compreensão dos acadêmicos em relação ao aprendizado do curso, se este foi capaz de contribuir para o desenvolvimento de características empreendedoras, visando alcançar os objetivos específicos e responder o problema de pesquisa. O questionário foi aplicado pelo google formulários e a análise realizada por tabulação de dados no google sheets.

A finalidade da pesquisa é identificar a presença de características empreendedoras nos acadêmicos de administração da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS), Campus Chapecó – SC no ano de 2022/2, se a universidade é capaz de moldar um perfil empreendedor e se o curso contribuiu de forma positiva para que se tornassem e/ou desenvolvessem como empreendedores.

3.4 ANÁLISE DE DADOS

Foi realizada a tabulação de dados, a partir das respostas obtidas no questionário, para levantar a quantidade de acadêmicos que responderam o questionário, e utilizados gráficos para demonstrar a porcentagem das auto avaliações em relação ao total. A partir dos dados obtidos, realizou-se a análise de conteúdo, descrevendo os resultados obtidos.

4 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DE DADOS

Para a realização do presente trabalho, utilizou-se informações adquiridas através de um questionário online, aplicado através da ferramenta google formulários com perguntas fechadas e uma aberta (não obrigatória), conforme anexo 01, para conceito dos acadêmicos a respeito da contribuição dos conhecimentos adquiridos no curso para o desenvolvimento de características e competências empreendedoras.

As questões fechadas foram adaptadas de dois testes de perfil relacionados às características empreendedoras pessoais e gerenciais, os testes foram extraídos do livro de José Assis Dornelas (2015) – “Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso” - o autor é referência na área do empreendedorismo.

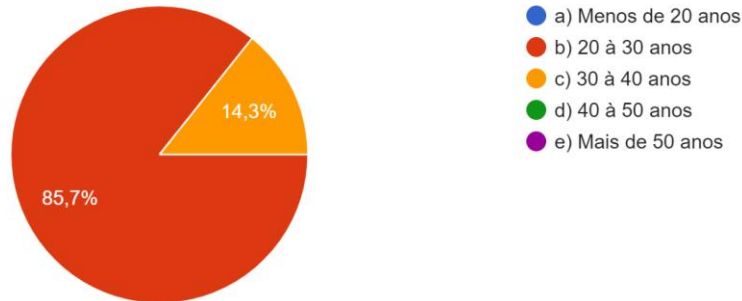
O questionário foi aplicado para 36 acadêmicos prováveis formandos do nono período do curso de Bacharelado em Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul – UFFS e respondido apenas por 14 (quatorze) acadêmicos, o preenchimento do questionário ocorreu entre os dias 19 de Janeiro até 01 de Fevereiro de 2023.

4.1 PERFIL DOS ENTREVISTADOS

Os sujeitos da pesquisa são acadêmicos do nono período do curso de Bacharelado em Administração (2022/2) da Universidade Federal da Fronteira Sul - UFFS. Através do questionário aplicado aos acadêmicos foi possível traçar um perfil relacionado à gênero e faixa etária.

Gráfico 01 – Faixa etária dos acadêmicos

FAIXA ETÁRIA:
14 respostas

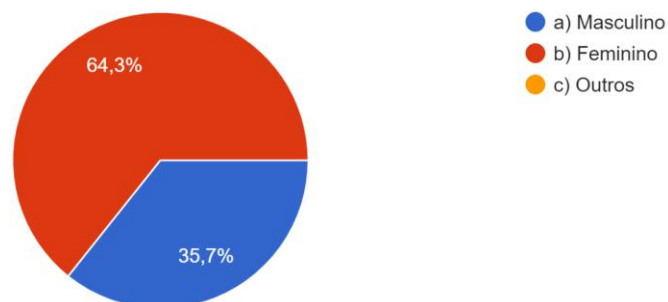


Fonte: Pesquisa realizada pela autora (2023).

O Gráfico 01 apresenta a faixa etária dos acadêmicos participantes da pesquisa, observa-se que houve uma maior concentração na faixa etária de 20 a 30 anos, equivalente a 85,7% e entre 30 e 40 anos, equivalente a 14,3%. Isso pode se justificar devido a maioria dos acadêmicos do curso de Administração ser composta por acadêmicos que ingressaram logo após a formação do 2º grau, e que estão em busca de desenvolver um perfil profissional para ingressar no mercado de trabalho ou administrar o negócio da família.

Gráfico 02 - Gênero dos acadêmicos

GÊNERO:
14 respostas



Fonte: Pesquisa realizada pela autora (2023).

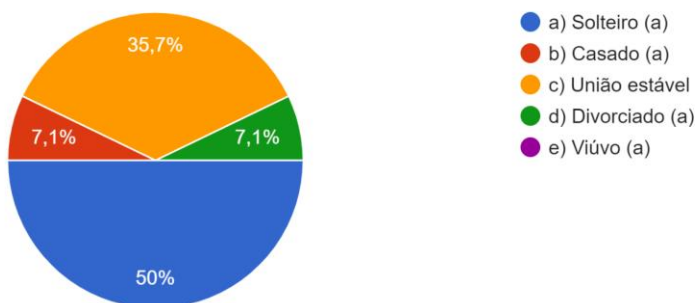
Em relação ao gênero dos acadêmicos, é possível observar no Gráfico 02 que a porcentagem de entrevistados do sexo feminino é de 64,3% do total envolvido, e a parcela de

entrevistados do sexo masculino é de 35,7%, nota-se então que o número de mulheres respondentes é maior.

Gráfico 03 - Estado civil dos acadêmicos

ESTADO CIVIL:

14 respostas



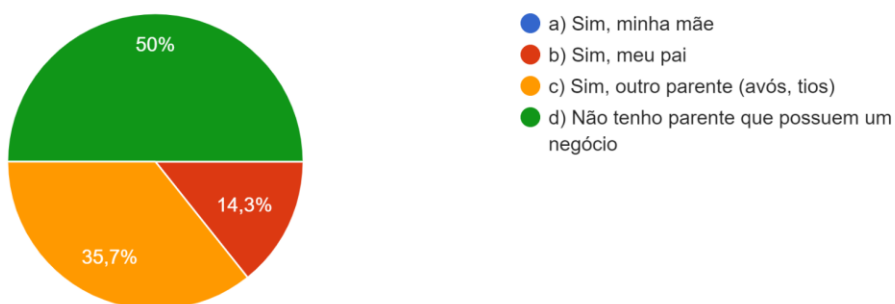
Fonte: Pesquisa realizada pela autora (2023).

No Gráfico 03 é possível observar o estado civil dos acadêmicos em que 50% são solteiros, 35,7% têm união estável, e 7,1% representam os casados e divorciados, nota-se que o número de solteiros é superior aos demais.

Gráfico 04 - Parentes com negócio próprio

CONSIDERANDO SEUS PARENTES DE 1º GRAU (MÃE, PAI, TIO), ALGUM DELE POSSUI NEGÓCIO PRÓPRIO?

14 respostas



Fonte: Pesquisa realizada pela autora (2023).

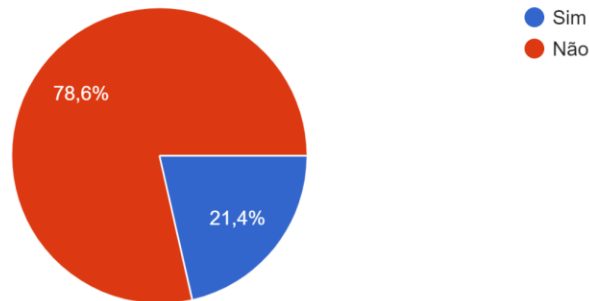
Em relação aos familiares possuírem empresas, 50% dos acadêmicos informaram que não possuem familiares com negócio próprio, 35,7% informou que possuem parentes de

segundo grau que possuem empresas e 14,3% informaram que possuem pai com negócio próprio.

Gráfico 05 - Atividades extracurriculares

VOCÊ PARTICIPOU DE ATIVIDADES EXTRACURRICULARES OFERECIDAS PELA INSTITUIÇÃO DE ENSINO (DIRETÓRIO ACADÊMICO, EMPRESA JÚNIOR, MOVIMENTO ESTUDANTIL, ETC.)?

14 respostas



Fonte: Pesquisa realizada pela autora (2023).

Referente a participar de atividades extracurriculares oferecidas pela universidade, 78,6% informaram que não participaram de atividades como empresa júnior, diretório acadêmico, movimento estudantil entre outras oferecidas pela instituição, e apenas 21,4% informaram que participaram.

É importante salientar que os acadêmicos que participam dessas atividades extracurriculares adquirem mais prática, porque saem do ambiente de aprendizagem em sala de aula e vão para a experiência.

4.2 ANÁLISE DAS CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS COMUNS DOS ACADÊMICOS

Primeiramente foi aplicado um teste de perfil, auto avaliativo, relacionado às características comuns aos empreendedores, o qual, contém uma relação de 26 (vinte e seis) características básicas dos empreendedores de sucesso, consideradas por Dornelas (2015) como essenciais. As características foram subdivididas em: comprometimento e determinação; obsessão pelas oportunidades; tolerância a riscos, ambiguidade e incertezas; criatividade, autoconfiança e habilidade de adaptação; motivação e superação.

O teste consiste em uma auto avaliação dos entrevistados com relação às características apresentadas, onde os entrevistados devem atribuir a cada uma delas, uma nota de 01 a 05,

onde: 01 é Insuficiente; 02 é fraco; 03 é regular; 04 é bom e 05 é excelente. O objetivo é compreender as características que os acadêmicos acreditam possuir com excelência, e por seguinte, calcular através das notas atribuídas, o nível empreendedor dos acadêmicos.

As tabelas 03 e 07 apresentam os resultados da pesquisa sobre a auto avaliação dos acadêmicos, referentes as características empreendedoras relacionadas ao ambiente, atitudes e know-how; comprometimento e determinação; obsessão pelas oportunidades; tolerância ao risco, ambiguidade e incertezas; criatividade, autoconfiança e habilidade de adaptação; e motivação e superação. Estão discriminadas nas tabelas a porcentagem de acadêmicos que se auto avaliaram no desenvolvimento das características descritas nas mesmas. A auto avaliação para cada característica variou entre: Excelente; Bom; Regular; Fraco e Insuficiente.

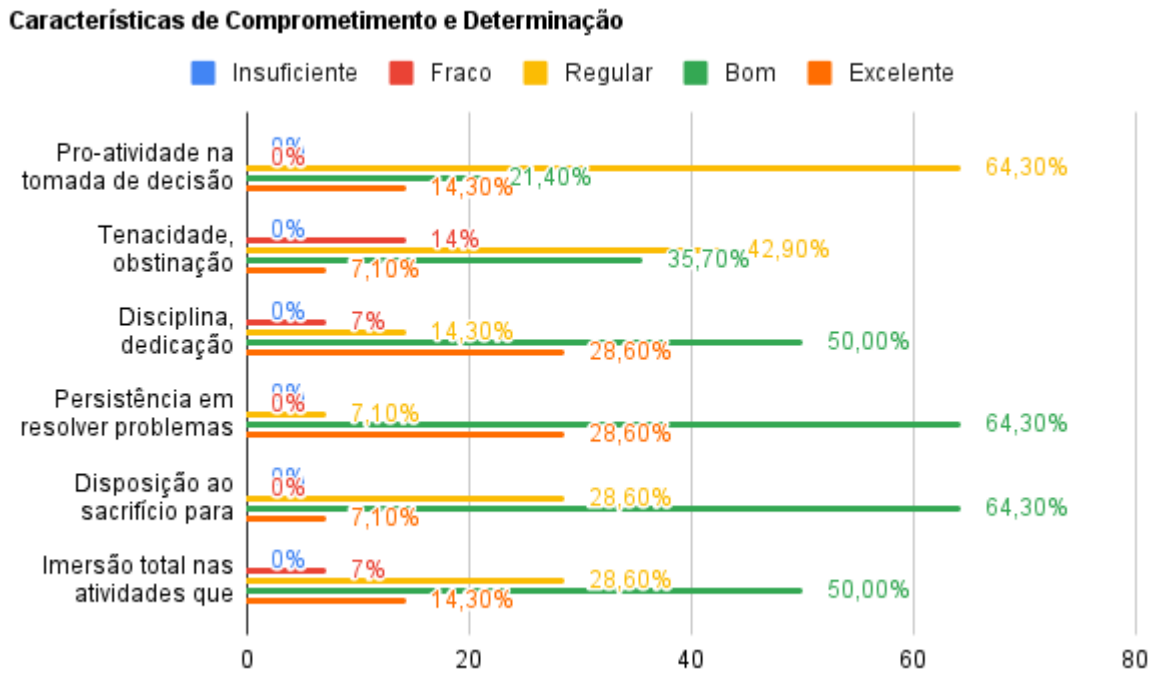
4.2.1 Característica de comprometimento e determinação

Conforme o teste de perfil aplicado aos acadêmicos do nono período de Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul - UFFS, os mesmos acreditam ser, em sua maioria, bons ou excelentes com relação às características voltadas ao comprometimento e determinação.

Conforme demonstra o Gráfico 06, uma parcela de 64,3% dos acadêmicos se auto avaliam-se regulares em relação a pro atividade na tomada de decisão, 21,4% consideram-se bons e somente 14,3% consideram-se excelentes. Quanto à tenacidade e obstinação, 42,9% consideram-se regulares, 35,7% bons, 14,3% fracos e 7,1% excelentes. Dos entrevistados 50% acreditam também ser bons quanto à disciplina e dedicação, 28,6% consideram-se excelentes, 14,3% regulares e apenas 7,1% fracos. Com relação a persistência em resolver problemas 64,3% avaliaram-se bons, 28,6% como excelentes e 7,1% como regulares. Quanto à disposição ao sacrifício para atingir metas, 64,3% consideram-se bons, 28,6% regulares e 7,1% como excelentes. Quanto à característica de imersão total nas atividades que desenvolvem, 50% acreditam que são bons, 28,6% consideram-se regulares, 14,3% como excelentes e 7,1% fracos.

Apesar da maioria dos acadêmicos acreditar desenvolver estas características de forma boa ou regular, o que pode estar justificado a necessidade de progredir no âmbito profissional ou de fazer o seu negócio prosperar, muitos ainda precisam melhorar algumas delas, essa deficiência no desenvolvimento dessas características pode estar relacionada ao comodismo que muitos tem com a situação atual em que está, sem muitas perspectivas para se comprometer com o negócio que atua ou buscar novos horizontes.

Gráfico 06 - Características de comprometimento e determinação



Fonte: Elaborado pela autora (2023).

Conforme Dornelas (2015), empreendedores de sucesso programam suas ações com comprometimento e não se acomodam com a rotina. Ainda, segundo ele, comprometimento é a ação de comprometer-se a tal ato, definir e elaborar metas e objetivos, enquanto a determinação é a persistência para conquistar tais metas e objetivos.

Para Greatti e Senhorini (2000), as características voltadas ao comprometimento e determinação estão relacionadas a necessidade de realização do empreendedor, conforme explana o estudo de McClelland (1961) sobre as características comportamentais dos empreendedores, onde o comprometimento e determinação são tidos como o sacrifício e empenho do empreendedor em conquistar o seu negócio e garantir o sucesso deste.

Sendo assim, comprometimento e determinação são características essenciais ao empreendedor, pois envolvem o seu compromisso com o negócio, mesmo em situações difíceis, o trabalho árduo e a responsabilidade com a organização, e implica estabelecer metas e objetivos e esforçar-se ao máximo para conquistá-los com êxito.

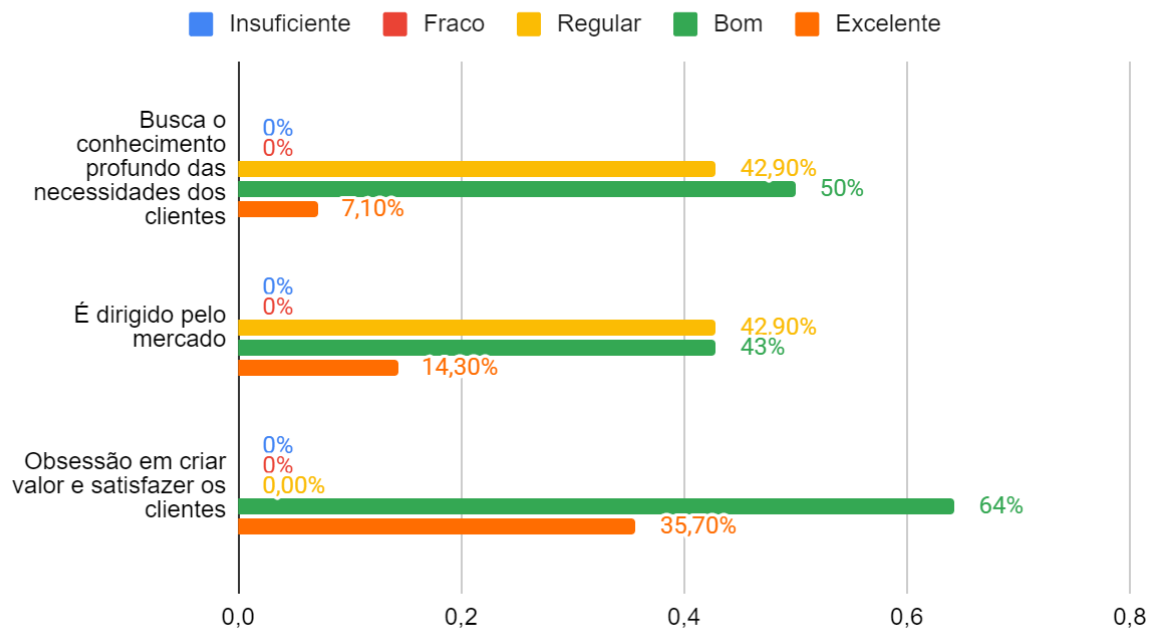
4.2.2 Característica de obsessão e oportunidade

O teste aplicado aos acadêmicos demonstra que poucos consideram-se excelentes no desenvolvimento das características voltadas à busca por oportunidades. O Gráfico 07 apresenta os resultados da auto avaliação dos acadêmicos em relação às características voltadas à obsessão

por oportunidades. Sobre a busca pelo conhecimento profundo das necessidades dos clientes, 50% consideram-se bons no desempenho desta característica, 42,9% são regulares e apenas 7,1% consideram-se excelentes. Se são dirigidos pelo mercado (acompanham), 42,9% acreditam que são bons e regulares no desenvolvimento desta atividade, e 14,3% são excelentes. Em relação à obsessão por criar valor e satisfazer os clientes, 64,3% avaliam-se como bons e 35,7% como excelentes. Nota-se que a maioria dos acadêmicos acredita desenvolver de forma boa ou regular as características empreendedoras voltadas a obsessão pelas oportunidades, o que é bom, considerando que é essencial estar atento ao mercado e aos clientes visando identificar novas oportunidades para empreender, entretanto, percebe-se ainda que alguns necessitam aprimorar essas características.

Gráfico 07 - Características de obsessão pelas oportunidades

Características de Obsessão pelas Oportunidades



Fonte: Elaborado pela autora (2023).

A obsessão por oportunidades é fundamental no desenvolvimento do processo empreendedor. Segundo Chiavenato (2012) e Dornelas (2015), ao empreender é necessário observar os fatos com atenção, interpretá-los e desenvolver ideias a partir da observação dos acontecimentos, sendo capaz de refletir sobre suas ações e analisar novas possibilidades para criar algo novo e diferenciado, estar sempre atento ao mercado e as melhores possibilidades de crescimento, além de que é primordial a busca pelo conhecimento profundo do que o seu público alvo necessita, para então buscar as melhores soluções.

Sendo assim, os empreendedores precisam ter um conhecimento íntimo das necessidades dos consumidores, ser orientados pelo mercado e obcecados por criar valor e aperfeiçoamento para o seu negócio.

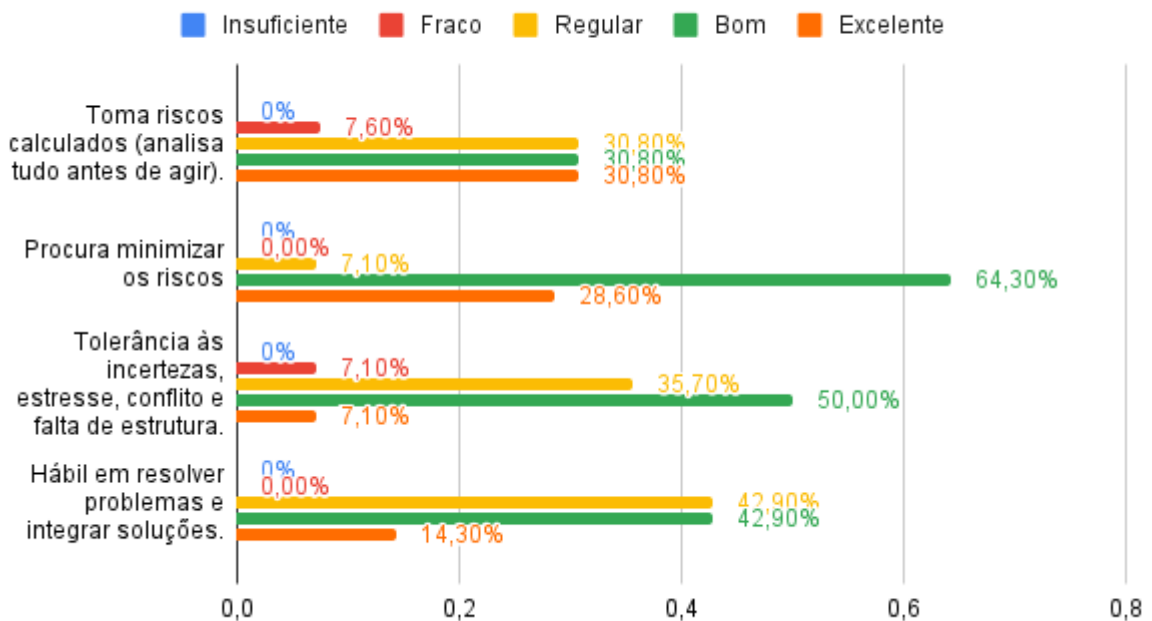
4.2.3 Característica de tolerância a riscos, ambiguidade e incertezas

O Gráfico 08 demonstra os resultados obtidos com o teste em relação à tolerância a riscos, ambiguidades e incertezas, a maioria dos acadêmicos acredita desenvolver de forma boa ou regular as características voltadas a essa característica.

Sobre tomar riscos calculados, houve um empate, onde 30,8% acreditam serem regulares, bons e excelentes e apenas 7,6% acreditam serem fracos. Dos questionados, 64,3% procuram minimizar os riscos de forma boa, 28,6% de forma excelente e apenas 7,1% como regular. Quanto à tolerância às incertezas, estresse, conflito e falta de estrutura, 50% consideram-se bons, 35,7% regulares, 7,1% consideram-se fracos e 7,1% acreditam desenvolver com excelência esta característica. E quanto à habilidade em resolver problemas e integrar soluções, 42,9% acreditam que são bons e regulares, 14,3% consideram-se excelentes.

Gráfico 08 - Características relacionadas a tolerância de riscos, ambiguidades e incertezas

Características de Tolerância ao Risco, Ambiguidade e Incertezas



Fonte: Elaborado pela autora (2023).

Nota-se um número menor de acadêmicos que acreditam ser excelentes no desenvolvimento das características voltadas aos itens, mas que uma maioria se destaca com

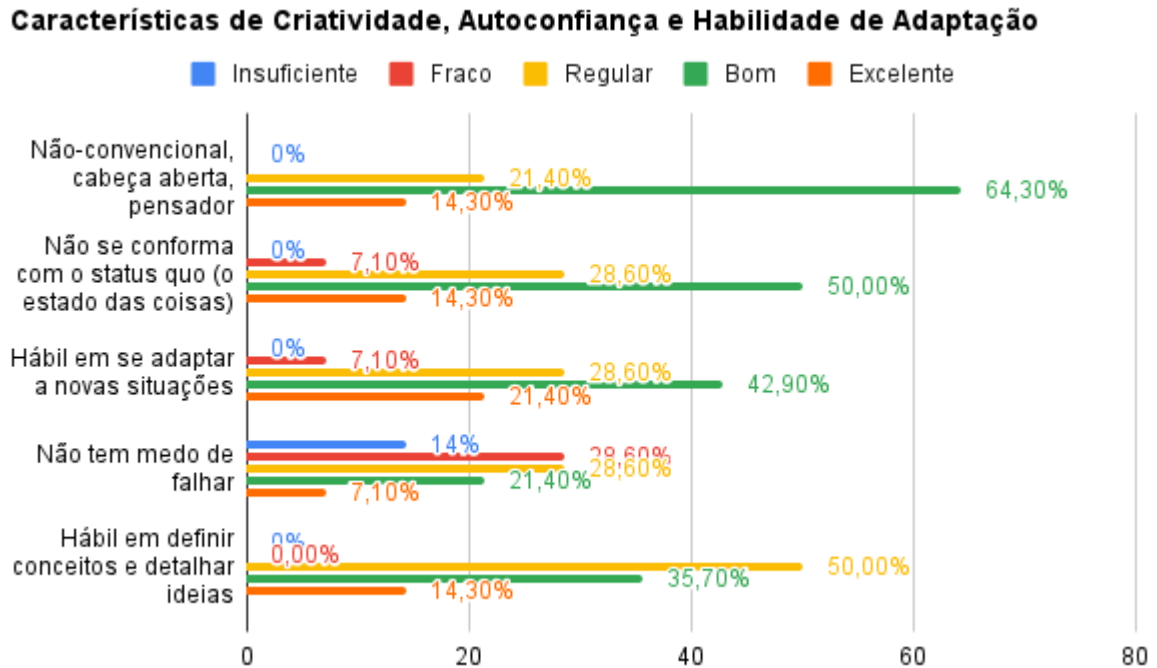
um bom desempenho, principalmente em calcular e minimizar riscos, faz-se necessário trabalhar essas características com mais profundidade, a fim de que os acadêmicos possam desenvolvê-las com sucesso. As características voltadas à tolerância demonstram variações entre fraco, regular, bom e excelente, mas predomina-se o número de respondentes que se consideram bons, a justificativa para esta variação pode estar associada à busca pela rapidez em resolver problemas e integrar soluções.

Tolerância ao risco e incertezas é a capacidade de risco que o indivíduo se sente confortável em assumir em determinada situação. Para Carvalho (2016), empreendedores tendem a tomar riscos calculados, minimizando-os ao máximo, são tolerantes ao estresse e estão sempre dispostos a resolver problemas. E sempre que empreendedores se colocam em situações de risco, deve ser de forma consciente, com o propósito de criar oportunidades de aprendizagem e alcançar os objetivos do empreendimento.

4.2.4 Característica de criatividade, autoconfiança e habilidade de adaptação

Na característica de criatividade, autoconfiança e habilidade de adaptação, a maioria dos acadêmicos acredita ser bom ou regular, conforme expõe o Gráfico 09. Sobre não ser convencional, cabeça aberta e pensador 64,3% consideram-se bons, 21,4% são regulares e apenas 14,3% como excelentes. Dos acadêmicos 50% acreditam que são bons em não se conformar com o status quo, 28,6% consideram-se regulares, 14,3% são excelentes e apenas 7,1% avaliaram-se como fracos. Sobre serem hábeis em se adaptar a novas situações, 42,9% dizem ser bons, 28,6% regulares e 21,4% são excelentes e 7,1% taxam-se como fracos. Em relação a não ter medo de falhar, 28,6% acreditam que ser fracos e regulares, 21,4% são bons, 14,3% consideram-se insuficientes nessa característica e apenas 7,1% consideram-se excelentes. E sobre a habilidade em definir conceitos e detalhar ideias, 50% são regulares, 35,7% são bons e 14,3% excelentes.

Gráfico 09 - Característica de criatividade, autoconfiança e habilidade de adaptação



Fonte: Elaborado pela autora (2023).

De acordo com a análise, a maioria dos acadêmicos desenvolve bem ou regular essas características, sendo poucos os que acreditam que são fracos ou insuficientes, havendo uma necessidade de melhorar esse desenvolvimento.

A criatividade é um talento do empreendedor, ser capaz de criar algo, inventar e inovar de forma criativa e extraordinária, manter a mente aberta, ser transformador e capaz de reinventar. Já a autoconfiança é acreditar em si mesmo, ser seguro e capaz de realizar as coisas.

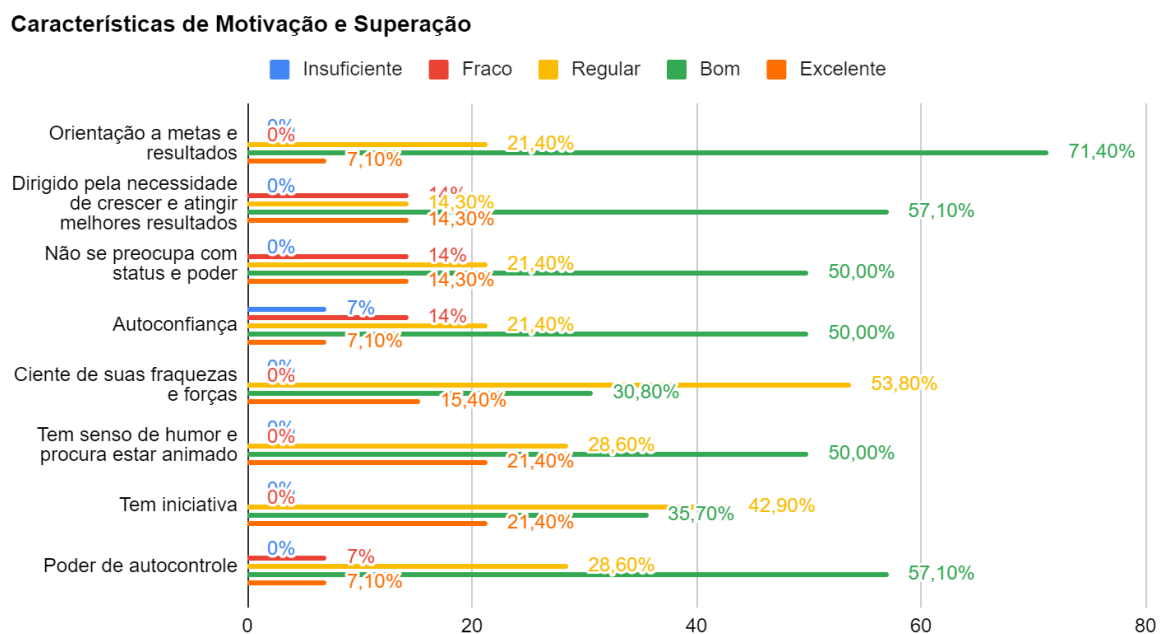
Ter habilidade de adaptação é conhecer o seu ambiente e buscar as melhores formas de se adaptar a ele, ser flexível e atento às mudanças. Maximiano (2012), explica que um empreendedor conquista seu sucesso porque possui essas características de ser criativo, fugir do cotidiano e comodismo, buscando sempre o novo e diferenciado, acredita em si mesmo, não tem medo de errar, é flexível, sabe o que quer e trabalha isso de forma planejada.

4.2.5 Característica de motivação e superação

O Gráfico 10 apresenta os resultados dos questionamentos sobre a avaliação relacionada às características voltadas à motivação e superação, o gráfico demonstra ainda que a maior parte dos acadêmicos acredita serem bons no desenvolvimento das mesmas. No que diz respeito à orientação para metas e resultados, 71,4% dizem que são bons, 21,4% são regulares e 7,1% são

excelentes. Sobre ser dirigido pela necessidade de crescer e atingir melhores resultados, 57,1% dizem ser bons e 14,3% acreditam ser regulares e excelentes. Em relação a não se preocuparem com o status e poder, 50% acreditam que são bons, 21,4% regulares e 14,3% são fracos e excelentes. Quando questionados sobre autoconfiança, 50% acreditam ser bons, 21,4% regulares, 14,3% taxam-se como fracos e 7,1% representam os acadêmicos que consideram-se insuficientes e excelentes. Ser ciente de suas fraquezas e forças, 53,8% acredita desenvolver de forma regular essa característica, 30,8% são bons e 15,4% consideram-se excelentes. Ter senso de humor e procurar estar animado, 50% também acreditam ser bons, 28,6% regulares e 21,4% consideram-se excelentes. Sobre ter iniciativa, 42,9% são regulares, 35,7% consideram-se bons e 21,4% são excelentes. Em relação ao poder de autocontrole, 57,1% dizem que são bons, 28,6% regulares e 7,1% consideram-se fracos e excelentes.

Gráfico 10 - Características de motivação e superação



Fonte: Elaborado pela autora (2023).

A motivação é aquilo que move o indivíduo para alcançar suas metas e objetivos, faz com que o mesmo se esforce e dê o melhor de si para alcançar o sucesso. Superação é a capacidade de enfrentar os problemas e adversidades, saber lidar com o inesperado e aprender com os erros.

Para Dornelas (2015), o empreendedor é um ser motivado para o sucesso, é suficientemente capaz de motivar sua equipe a colaborar para a realização de suas metas, pois transmite confiança, iniciativa, autocontrole e consegue ouvir as pessoas, o empreendedor é

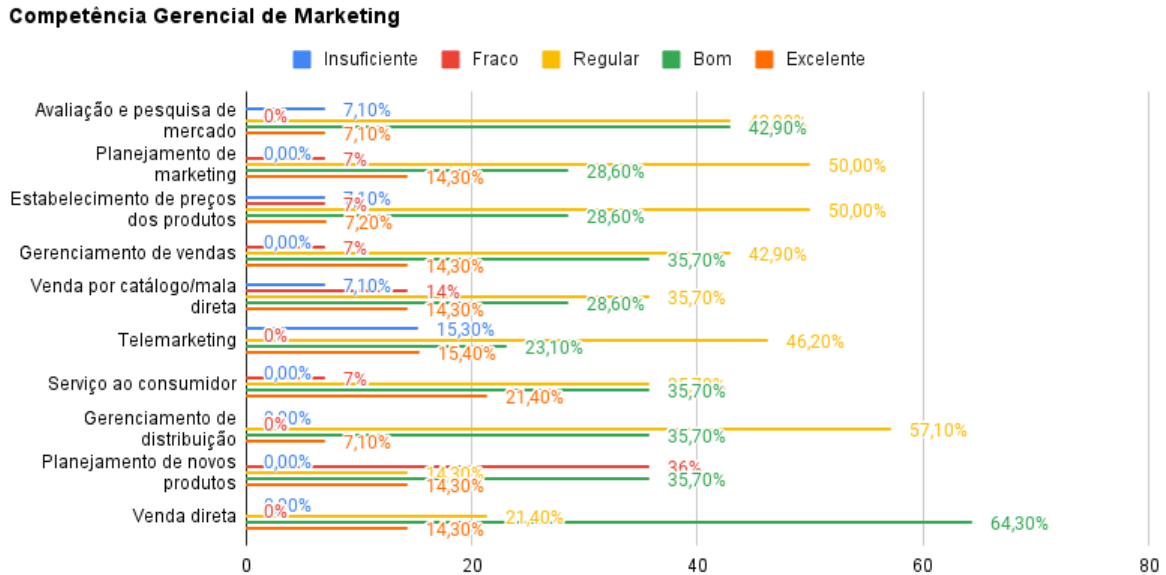
capaz de superar os obstáculos e adversidades, através de autoconfiança, autocontrole e uma equipe motivada que consegue ajudá-lo a superar suas próprias metas.

4.5 ANÁLISE DAS COMPETÊNCIAS GERENCIAIS COM RELAÇÃO ÀS HABILIDADES EMPREENDEDORAS

O segundo teste de perfil aplicado está relacionado às competências gerenciais com base nas habilidades empreendedoras. Este teste contém uma relação de 38 (trinta e oito) características subdivididas nas seguintes áreas gerenciais: Marketing; Produção e Operação; Finanças; Administração e Relacionamento Interpessoal. A metodologia adotada para a realização deste teste é a mesma utilizada no teste anterior, onde os acadêmicos se avaliaram, atribuindo uma nota de uma nota de 01 a 05 para cada característica apresentada, na escala onde: 01 é insuficiente; 02 é fraco; 03 é regular; 04 é bom e 05 é excelente. Durante a aplicação dos testes os acadêmicos optaram pelas mais variadas notas, a seguir são apresentados os resultados.

4.5.1 Marketing

O Gráfico 11 apresenta os resultados dos questionamentos realizados aos acadêmicos em relação às competências gerenciais voltadas à área de marketing. Sobre a avaliação e pesquisa de mercado, 49,9% disseram que são regulares e bons no desempenho da mesma e 7,1% consideram-se insuficientes e excelentes. Quanto ao planejamento de marketing, 50% acreditam que são regulares, 28,6% consideram-se bons, 14,3% são excelentes e apenas 7,1% fracos. No estabelecimento de preços dos produtos, 50% dos acadêmicos consideram-se regulares, 28,6% são bons e 7,1% são insuficientes, fracos e excelentes. No gerenciamento de vendas, 42,9% são regulares, 35,7% são bons, 14,3% consideram-se excelentes e 7,1% fracos. Na venda por catálogo, 35,7% dizem ser regulares, 28,6% bons e 14,3% fracos e excelentes e apenas 7,1% avaliaram-se como insuficientes. Em relação ao telemarketing, 46,2% são regulares, 23,1% bons e 15,4% insuficientes e excelentes. Sobre a prestação de serviços ao consumidor, 35,7% acreditam ser bons e regulares, 21,4% consideram-se excelentes e 7,1% são fracos. No gerenciamento de distribuição, 57,1% são regulares, 35,7% bons e 7,1% são excelentes. Em planejar novos produtos, 35,7% consideram-se fracos e bons, 14,3% são regulares e excelentes. E na venda direta 64,3% são bons, 21,4% regulares e apenas 14,3% consideram-se excelentes.

Gráfico 11 - Competências gerenciais em relação ao marketing

Fontes: Elaborado pela autora (2023).

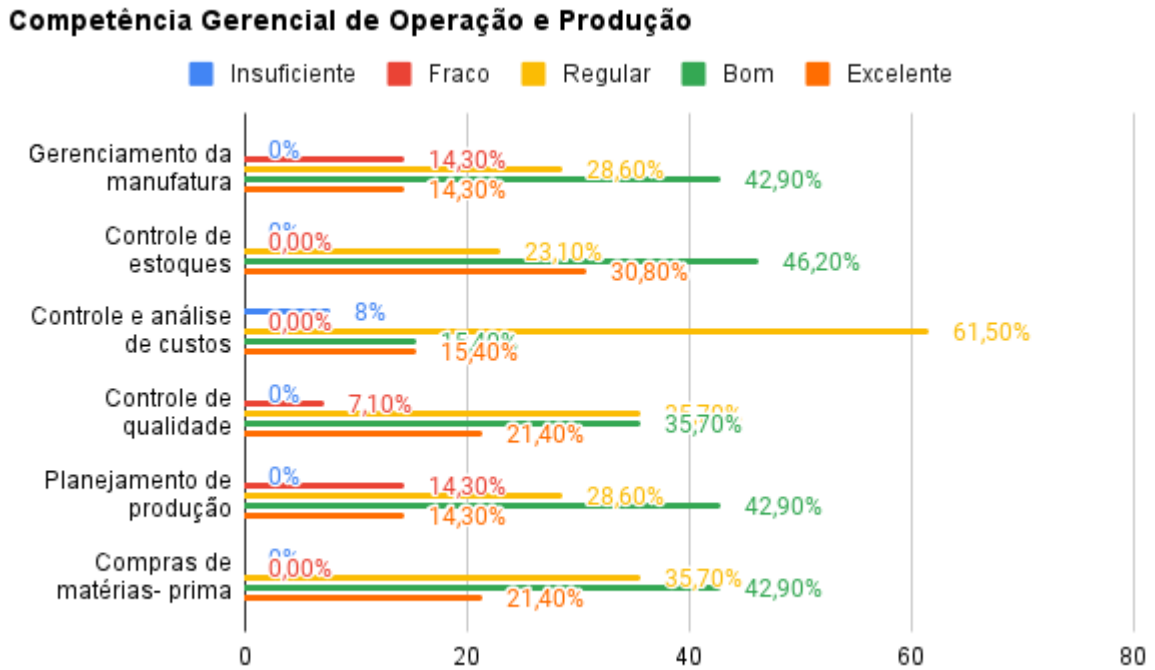
O marketing se refere ao estudo de mercado, as melhores formas de atrair e manter clientes e ao conceito destes em relação à reputação da organização. Maximiano (2012), explica que o marketing de uma empresa pesquisa as necessidades e desejos do seu mercado alvo a fim de satisfazê-los de maneira mais eficaz que a concorrência.

Para Mello et al. (2006), o empreendedor precisa identificar as melhores oportunidades utilizando como caminho os esforços do marketing.

4.5.2 Operação e produção

O Gráfico 12 apresenta a auto avaliação dos acadêmicos em relação às competências gerenciais voltadas à área de produção e operação. Sobre o gerenciamento da manufatura, 42,9% acreditam ser bons, 28,6% regulares, 14,3% consideram-se fracos e excelentes. No controle de estoque 46,2% consideram-se bons, 30,8% excelentes e 23,1% são regulares. Em relação ao controle e análise de custos, 61,5% são regulares, 15,4% bons e excelentes, e apenas 7,7% são insuficientes. No controle da qualidade, 35,7% consideram-se bons e regulares, 21,4% excelentes e 7,1% fracos. No planejamento de produção, 42,9% são bons, 28,6% regulares e 14,3% são fracos e excelentes. Assim também, nas compras de matérias-primas, 42,9% são bons, 35,7% regulares e 21,4% são excelentes.

Gráfico 12 - Competências gerenciais em relação a operação e produção



Fonte: Elaborado pela autora (2023).

As funções essenciais para o desenvolvimento das organizações, são a produção e operação, pois são responsáveis pelo alcance do objetivo principal da empresa que é produzir bens ou realizar serviços.

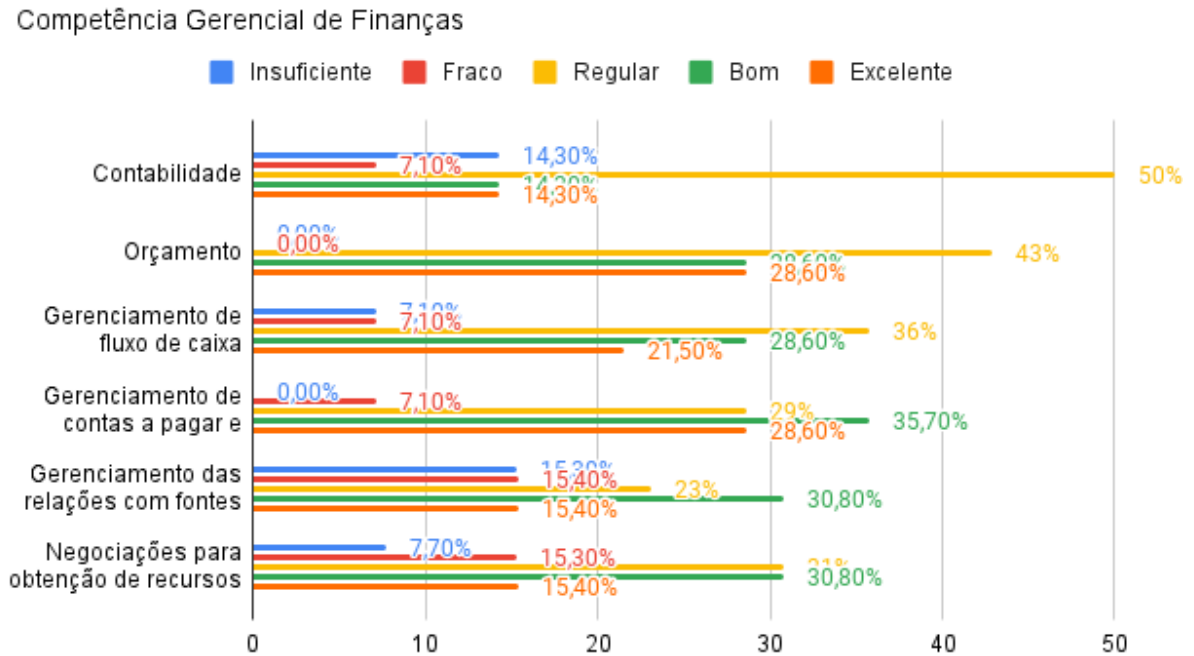
Para Baron e Shane (2014), o empreendedor precisa ter conhecimento e planejar o processo produtivo de seu negócio, do que ele necessita, quanto, período, custos, qualidade, fornecedores, quem vai participar da produção, quais equipamentos são necessários, que tipo de operações serão realizadas para o funcionamento efetivo do serviço/produto e principalmente de que forma serão realizadas para gerar os resultados esperados.

4.5.3 Finanças

O Gráfico 13 apresenta os resultados da auto avaliação dos acadêmicos sobre as competências gerenciais voltadas à área de Finanças. Sobre a contabilidade 50% consideram-se regulares, 14,3% são insuficientes, na mesma proporção consideram-se bons e excelentes, e apenas 7,1% são fracos. Na parte de orçamentos, 42,9% são regulares, 28,6% são bons e excelentes. No gerenciamento de caixa 35,7% são regulares, 28,6% bons, 21,4% excelentes e apenas 7,10% consideram-se insuficientes e fracos. No gerenciamento de contas a pagar e a receber, 35,7% se veem como bons, 28,6% como regulares e excelentes, e 7,1% consideram-se fracos. No gerenciamento das relações com fontes de financiamento 30,8% acreditam que são

bons, 23,1% regulares e 15,4% representam os insuficientes, fracos e excelentes. Nas negociações para obtenção de recursos financeiros 30,8% são regulares e bons, 15,4% são fracos e excelentes e apenas 7,7% consideram-se insuficientes.

Gráfico 13 - Competências gerenciais em relação às finanças



Fonte: Elaborado pela autora (2023).

Finanças é uma ciência e profissão voltada à gestão e controle financeiro, dentro das organizações é uma área que visa controlar e manter a saúde financeira da empresa.

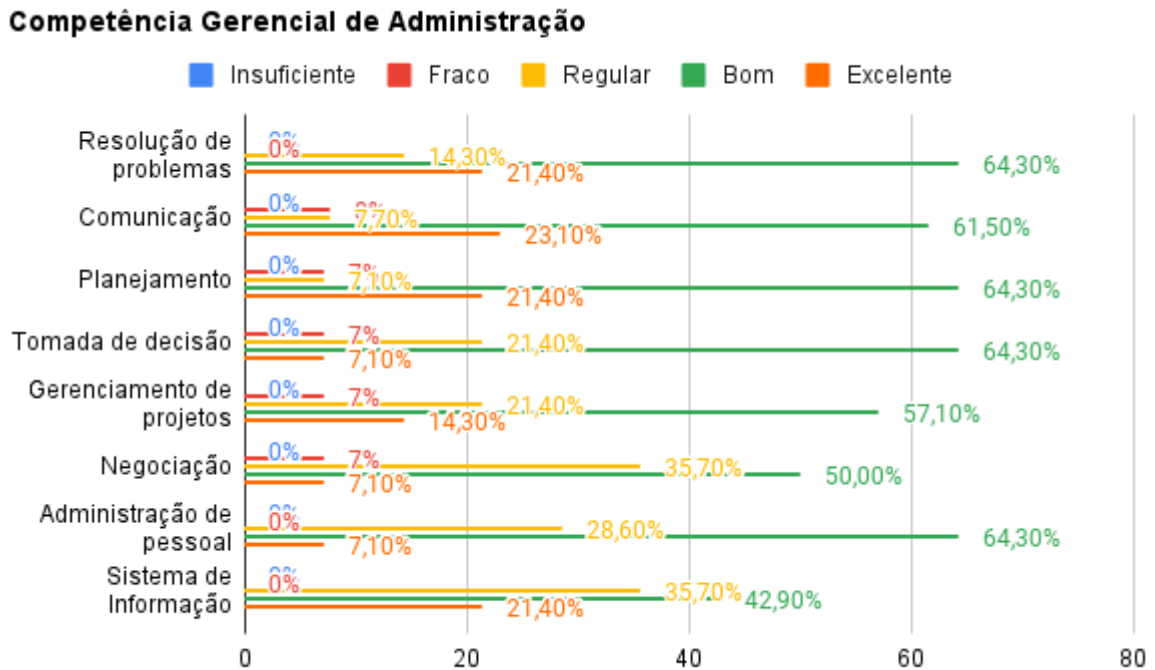
Segundo Maximiano (2015) as finanças envolvem administrar o caixa da empresa, realizar negociações para obter recursos, manter boas relações com fonte de financiamento e gerir de forma responsável os lucros obtidos. Todas essas características são essenciais para o empreendedor.

4.5.4 Administração

O Gráfico 14 apresenta os resultados da auto avaliação dos acadêmicos com relação às competências gerenciais voltadas à área de administração. Para a resolução de problemas, 64,3% dos acadêmicos acreditam ser bons, 21,4% excelentes e 14,3% regulares. Na comunicação, 61,5% são bons, 23,1% excelentes e 7,7% são fracos e regulares. Sobre o planejamento, 64,3% consideram-se bons, 21,4% excelentes e 7,1% consideram-se fracos e regulares. Na tomada de decisão, 64,3% são bons, 21,4% regulares e 7,1% consideram-se fracos

e excelentes. No gerenciamento de projetos 57,1% acreditam ser bons, 21,4% regulares, 14,3% são excelentes e apenas 7,10% consideram-se fracos. Em negociação, 50% também acreditam ser bons, 35,7% regulares e 7,1% são fracos e excelentes. Em administração pessoal, 64,3% são bons, 28,6% regulares e 7,10% excelentes. E sobre sistema de informação gerencial, 42,9% dizem que são bons, 35,7% regulares e 21,4% são excelentes.

Gráfico 14 - Competências gerenciais em relação à administração



Fonte: Elaborado pela autora (2023).

Para Fayol (1953) a administração é um processo que consiste no planejamento, organização, atuação e controle, para determinar e alcançar os objetivos da organização pelo uso de pessoas e recursos. É o ato de planejar, executar e direcionar processos e atividades de forma organizada para garantir o sucesso.

Para Chiavenato (2012), empreendedores devem adquirir conhecimentos e atitudes de administradores para que possam garantir o êxito do seu negócio, as habilidades e competências de um administrador são essenciais para a formação de um empreendedor de sucesso.

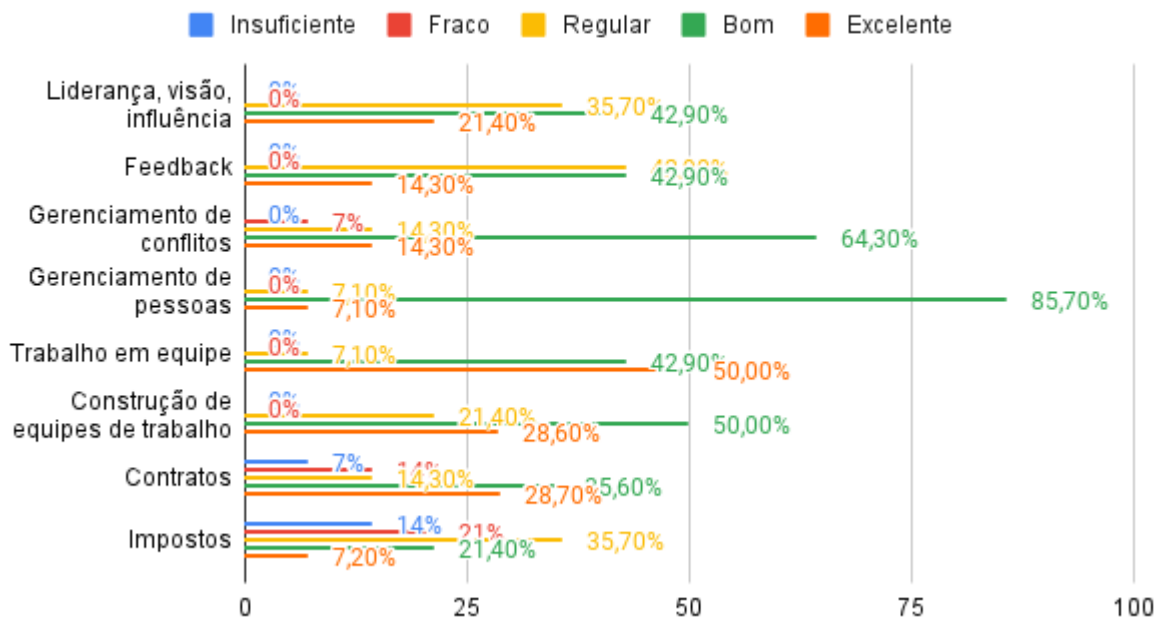
4.5.5 Relacionamento interpessoal

O Gráfico 15 apresenta os resultados da auto avaliação dos acadêmicos em relação às competências gerenciais voltadas ao Relacionamento Interpessoal. 42,9% dos acadêmicos acreditam ser bons quanto à liderança, visão e influência, 35,7% regulares e 21,4% são

excelentes. Sobre o feedback 42,9% dizem que são bons e regulares e 14,3% excelentes. No gerenciamento de conflitos 64,3% acreditam que são bons, 14,3% são regulares e excelentes e 7,1% fracos. No gerenciamento de pessoas 85,7% dizem que são bons, 7,1% regulares e excelentes. Com relação a trabalho em equipe, 50% consideram-se excelentes, 42,9% bons e 7,1% regulares. Na construção de equipes de trabalho 50% são bons, 28,6% excelentes e 21,4% regulares. Nos conhecimentos e gestão de contratos 35,7% são bons, 28,7% excelentes, 14,3% regulares e fracos e apenas 7,1% consideram-se insuficientes. E sobre o conhecimento e gestão de impostos 35,7% são regulares, 21,4% fracos e bons, 14,3% insuficientes e apenas 7,1% consideram-se excelentes.

Gráfico 15 - Competências gerenciais em relação ao relacionamento interpessoal

Competência Gerencial de Relacionamento Interpessoal



Fonte: Elaborado pela autora (2023).

Relacionamento interpessoal é a conexão realizada por duas ou mais pessoas de um mesmo ciclo. Para Mello (2006), um empreendedor é aquele que consegue construir e manter relacionamentos de confiança e credibilidade junto aos *stakeholders* da organização e consegue utilizar de suas redes de contato para adquirir e fortalecer as oportunidades e para obter recursos e capacidades jogando sempre de forma “ganha-ganha”, recorrem a pessoas e grupos de referência oriundos do cotidiano secular a favor da prática profissional e estão sempre preparados e capacitados para discutir e negociar interesses.

4.6 ANÁLISE DO CONCEITO DOS ACADÊMICOS EM RELAÇÃO A CONTRIBUIÇÃO DO CURSO PARA O SEU DESENVOLVIMENTO EMPREENDEDOR

Além dos testes de perfil aplicados com as questões objetivas já discutidas, foi inserido ao questionário uma questão subjetiva, para que os acadêmicos do nono período do curso de Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul - UFFS descrevessem sua percepção em relação aos conhecimentos adquiridos no decorrer do curso, se os mesmos foram relevantes para que pudessem se tornar ou se desenvolverem como empreendedores.

Foi proposto aos acadêmicos a seguinte questão: “Enquanto acadêmico do curso de Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul - UFFS, você acredita que os conhecimentos adquiridos no decorrer deste curso propiciaram condições para tornar-se e/ou desenvolver-se como empreendedor? Justifique.” A pergunta não é de carácter obrigatório, então houve apenas 07 (sete) respostas.

O Quadro 05 apresenta as respostas e justificativas fornecidas pelos acadêmicos com relação à questão proposta. Nota-se que a maioria dos pesquisados acredita que os conhecimentos adquiridos no decorrer do curso foram satisfatórios e contribuíram para prepará-los para o mercado de trabalho e a prática empreendedora.

Quadro 05 – Percepção dos acadêmicos sobre a contribuição do curso para o desenvolvimento de um perfil empreendedor

ACADÊMICO	RESPOSTA
01	Eu acredito que sim
02	Acredito que em partes sim, mas em vários quesitos saímos despreparados, como por exemplo, entender de impostos, quais decisões isso pode influenciar, a parte de negociação, de contratos... E vai depender depois da formação acadêmica de se aprofundar nesses assuntos para entender.
03	Sim. Hoje em dia tenho mais segurança ao gerir meu próprio negócio, tomar decisões baseadas em teoria e dados e planejar melhor o crescimento da minha empresa.
04	Sim, no decorrer do curso é visto conteúdos suficientes para se tornar um empreendedor, basta querer, e colocar um objetivo de onde se quer chegar.
05	Acredito que a universidade tenha colaborado neste quesito, pois propiciou um ambiente com oportunidades de participar de atividades empreendedoras, como a empresa júnior e a INNE, de forma que os alunos interessados em participar deste tipo de atividades tiveram a oportunidade.
06	Sim
07	Acredito que em grande parte sim, mas somente na prática veremos o quanto foi o suficiente.

Fonte: Pesquisa realizada pela autora (2023).

Lima e Maurício (2016), acreditam que a universidade é fundamental no desenvolvimento de uma cultura empreendedora, pois ela é uma fonte formadora de opinião e do saber. A mesma tem o dever de proporcionar aos acadêmicos experiências e vivências diversas que possibilitem não só aprendizado da teoria, mas também o desenvolvimento da prática no contexto organizacional onde estarão inseridos.

Ainda, segundo os autores, as disciplinas que tratam o empreendedorismo nos cursos de administração objetivam ensinar conceitos como o de empreender comercialmente; a iniciação de uma atividade empresarial; a importância, as práticas administrativas e as políticas e programas de apoio na criação da pequena e média empresa; as habilidades, perfil e comportamento de um gestor na empresa, além de outros conteúdos voltados ao empreendedorismo.

Dessa forma, é possível observar que o curso de administração, muitas vezes é iniciado por muitos acadêmicos com o objetivo de empreender, pois em sua maioria, buscam através dos conhecimentos proporcionados pelo curso, melhorar seu desempenho na empresa que atuam, reconhecer oportunidades de inovar e criar, direcionar o negócio da família ao sucesso ou mesmo novas ideias e entendimentos para abrir o próprio negócio através do processo empreendedor (ALMEIDA et al., 2012).

4.7 SÍNTESE DO PERFIL EMPREENDEDOR ANALISADO

Com base nas notas atribuídas pelos acadêmicos para cada uma das características propostas no teste relacionadas ao ambiente, atitudes e conhecimentos práticos dos empreendedores, será realizada a análise dos resultados obtidos.

Dornelas (2015) analisa o desempenho de forma individual conforme as notas atribuídas pelos acadêmicos em cada item. A análise de desempenho das características propostas nesse trabalho, ocorreu pela frequência de avaliações, da seguinte forma:

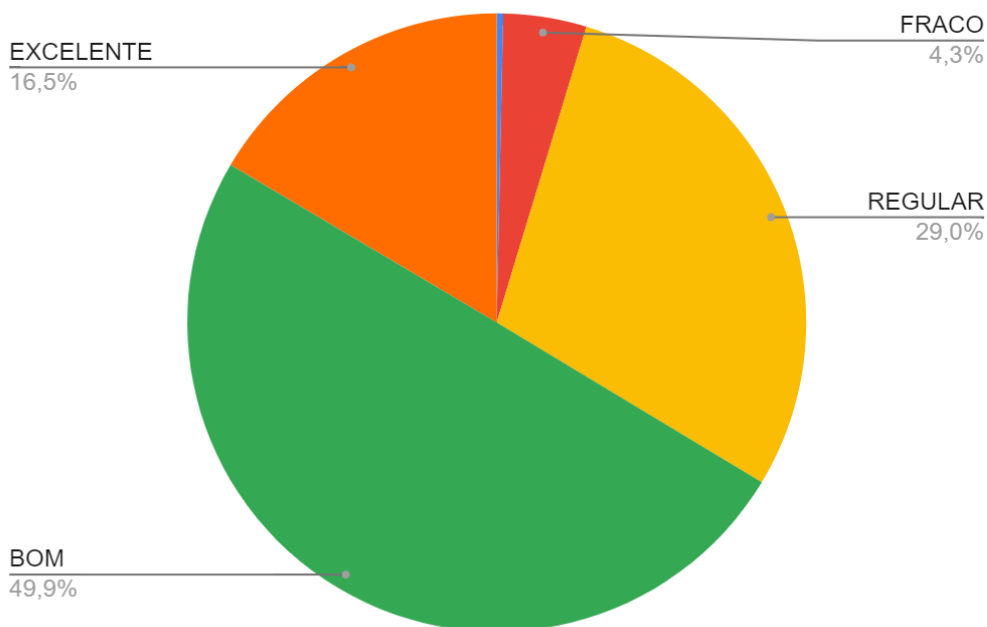
- Excelente: O indivíduo provavelmente já é um empreendedor, possui as características comuns aos empreendedores e tem tudo para se diferenciar em sua organização.
- Bom: Possui muitas características empreendedoras e às vezes se comporta como um, porém você pode melhorar ainda mais se equilibrar os pontos ainda fracos com os pontos já fortes.
- Regular: Possui características comuns aos empreendedores, porém não se comporta como um. Para se diferenciar é preciso desenvolver mais características e desenvolver seu comportamento empreendedor.

- Fraco: 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 procure analisar os seus principais pontos fracos e definir estratégias pessoais para eliminá-los.
- Insuficiente: Não é empreendedor e se continuar a agir como age dificilmente será um. Isto não significa que você não tem qualidades, apenas que prefere seguir a ser seguido. Se seu anseio é ser reconhecido como empreendedor, reavalie sua carreira e seus objetivos pessoais, bem como suas ações para concretizar tais objetivos.

A seguir, no Gráfico 16 é possível verificar que a porcentagem de acadêmicos que se consideram insuficientes, fracos, regulares, bons e excelentes, através deste, foi possível definir o perfil com maior predominância, resultado obtido através das avaliações dos acadêmicos respondentes.

Gráfico 16 - Apuração dos resultados no teste de características empreendedoras, relacionadas ao ambiente, atitudes e conhecimentos práticos

Pontuação dos acadêmicos em relação ao teste de perfil relacionado a ambiente, atitudes e conhecimentos práticos



Fonte: Elaborado pela autora (2023).

É possível observar que 49,9% consideram-se bons em relação a possuir características empreendedoras, 29% são regulares, 16,5% excelentes e apenas 4,3% como fracos.

Sendo assim, constata-se que a maioria dos acadêmicos consideram-se bons, ou seja, possuem características empreendedoras e muitas vezes se comportam como tal, porém, tem muito para melhorar e equilibrar os pontos fracos e fortes.

Posteriormente, é possível observar que muitos acadêmicos consideram-se regulares em relação ao teste, estes, por sua vez, possuem características empreendedoras, porém se comportam mais como administradores do que como empreendedores. Para se diferenciar e se tornar um empreendedor é necessário identificar seus principais pontos fracos e definir estratégias pessoais para eliminá-los, além da busca constante por aperfeiçoamento.

Conforme o resultado do primeiro teste, é possível observar que a maioria dos pesquisados possuem um perfil com características comuns aos empreendedores e possivelmente podem fazer a diferença dentro de uma organização.

Segundo Santos (2005), para construir um perfil empreendedor sólido é necessário ter conhecimento para encontrar, organizar e controlar recursos, ter domínio de suas habilidades e buscar sempre o aperfeiçoamento.

Já Dornelas (2015) ressalta que mesmo que o indivíduo possua a coragem e todas as características para ser empreendedor, e mesmo que o ambiente seja propício, se ele não tiver preparo algum, as chances do negócio fracassar são enormes, por isso é necessário se manter em constante aprendizado.

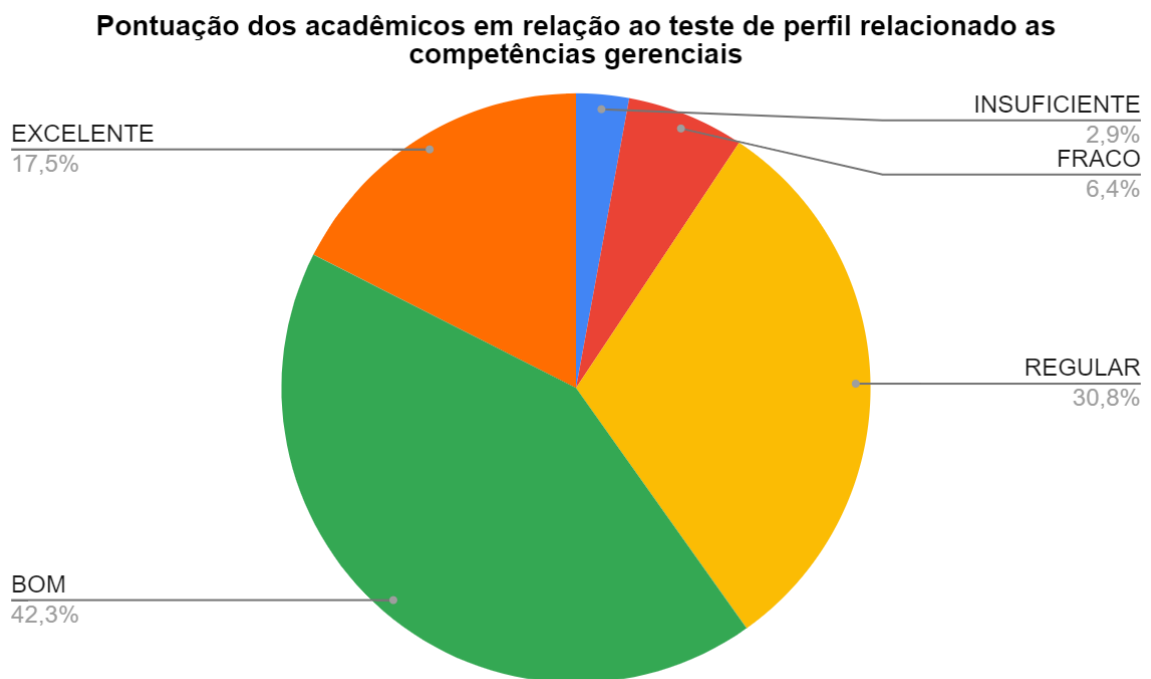
Para o segundo teste, referente às competências gerenciais e as habilidades empreendedoras, foi utilizada para análise de desempenho basicamente a mesma metodologia do teste realizado para as características empreendedoras voltadas ao ambiente, atitudes e conhecimento prático.

- Excelente: Provavelmente é empreendedor destinado ao sucesso, pois desempenha com êxito as competências e habilidades necessárias para gerenciar um empreendimento.
- Bom: Desempenham a maioria das competências gerenciais com habilidades empreendedoras muito bem, mas se deseja obter sucesso é necessário aprimora-las.
- Regular: Desempenham as competências gerenciais com habilidades empreendedoras de forma mediana, sendo necessário, portanto, aprimorá-las para poder gerenciar um empreendimento e garantir o sucesso deste.
- Fraco: Suas habilidades empreendedoras precisam ser trabalhadas, buscar conhecimento e sair do comodismo são atitudes necessárias para a prática empreendedora. Portanto, aprimore seus conhecimentos e habilidades e procure buscar o melhor aprendizado para aplicar a sua organização.

- Insuficiente: Não desempenhas as competências gerenciais com as habilidades necessárias para gerenciar um empreendimento como um empreendedor de sucesso. Isto não significa que não possua outras habilidades e competências, apenas não se enquadra como empreendedor ainda. Mas se deseja buscar reconhecimento como empreendedor e desenvolver essas habilidades, é possível, basta querer e persistir. O caminho mais viável para desenvolvê-las é busca por conhecimentos, seja por meio do ensino educacional, seja por meio de experiências pessoais e profissionais, é sempre necessário buscar o aprendizado.

A seguir, no Gráfico 17 é possível verificar que a porcentagem de acadêmicos que consideram-se insuficientes, fracos, regulares, bons e excelentes em relação às competências gerenciais, através deste, foi possível definir o perfil com maior predominância.

Gráfico 17 - Apuração dos resultados no teste de competências gerenciais



Fonte: Elaborado pela autora (2023).

É possível observar que 42,3% dos acadêmicos consideram-se bons em relação ao desempenho das competências gerenciais com habilidades empreendedoras, enquanto 30,8% consideram-se regulares, 17,5% excelentes, 6,4% como fracos e apenas 2,9% são insuficientes.

Através dessa análise, é possível verificar que a maioria dos acadêmicos consideram-se regulares e bons em relação às competências gerenciais, isso revela que as habilidades empreendedoras ainda precisam ser trabalhadas, buscar conhecimento e sair do comodismo são

atitudes necessárias para a prática empreendedora. Portanto, é necessário aprimorar seus conhecimentos e habilidades e procurar buscar o melhor aprendizado para levar à prática profissional.

O caminho mais viável para desenvolvê-las é a busca por conhecimentos, seja por meio do ensino educacional, seja por meio de experiências pessoais e profissionais, é sempre necessário buscar o aprendizado.

De acordo com Dornelas (2015), além das características comuns relacionadas ao ambiente, as atitudes e conhecimentos práticos, os empreendedores devem buscar desenvolver habilidades gerenciais, através de capacitação profissional, conhecimento de mercado, relacionamento interpessoal com quem atribui valor para o seu negócio, dentre outras ações. Sendo assim, o empreendedor além de estar atento às oportunidades que o mercado oferece, ele deve estar capacitado para aproveitá-las.

É possível sintetizar o perfil empreendedor dos acadêmicos concluintes do curso de administração 2022/2 da Universidade Federal da Fronteira Sul - UFFS, conforme análise realizada através dos testes de perfil empreendedor aplicados, da seguinte forma:

- Os acadêmicos predominantes na pesquisa são jovens na faixa etária de 20 até 30 anos, do gênero feminino, solteiros, a maioria não possui parentes com negócio próprio, e não participaram de atividades extracurriculares oferecidas pela instituição.
- Características empreendedoras relacionadas ao ambiente, atitudes e know-how: a maioria dos acadêmicos possuem características comuns aos empreendedores e acreditam desempenhá-las bem, o que significa que possuem a capacidade de fazer a diferença dentro de um ambiente organizacional e ter sucesso em seu próprio empreendimento.
- Competências gerenciais empreendedoras: a maioria dos entrevistados consideram-se bons em desempenhar habilidades e competências gerenciais, mas ainda precisam desenvolver e aperfeiçoar essas competências.
- Percepção dos acadêmicos sobre a contribuição do curso para o desenvolvimento de um comportamento empreendedor: a maioria dos acadêmicos entrevistados acreditam que os conhecimentos adquiridos no curso contribuíram de forma positiva para o seu desenvolvimento como empreendedores.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A prática do empreendedorismo é fundamental para garantir o sucesso de um negócio no mercado atual. Dessa forma, é necessário compreender do que trata o empreendedorismo, como funciona o seu processo, de que forma é possível empreender e quais características são importantes adquirir e desenvolver para a formação de um perfil empreendedor. Para cada uma das etapas do processo empreendedor é necessário conhecimento, empenho, dedicação e comprometimento para que ao final se possa colher recompensas positivas.

A base do empreendedorismo é o conhecimento, por isso, é importante que os empreendedores busquem as melhores fontes de conhecimento conforme a realidade do seu negócio. O curso de administração fornece ferramentas e fontes de conhecimento e oportunidades de grande valor para quem busca obter êxito no mercado de trabalho e no âmbito empresarial. Neste presente trabalho de conclusão de curso, foi analisado a formação do perfil dos Acadêmicos concluintes 2022/2 do curso de administração na Universidade Federal da Fronteira Sul - UFFS, o objetivo além de verificar as características empreendedoras que moldam o perfil dos acadêmicos, a partir da percepção e compreensão dos elementos pesquisados, com relação à contribuição dos conhecimentos adquiridos no decorrer deste curso para que pudessem se tornar ou desenvolver-se como empreendedores.

Dessa forma, a pesquisa realizada foi satisfatória, pois foi possível obter as respostas para os questionamentos levantados, fazendo com que a mesma chegasse ao entendimento do perfil empreendedor predominante nos acadêmicos de administração da Universidade Federal, suas dificuldades e como a Instituição contribui para a formação desses indivíduos, e quais pontos é necessário melhorar.

A problemática tratou do perfil empreendedor dos acadêmicos concluintes do curso de administração da Universidade Federal com o interesse de verificar quais as características empreendedoras presentes nestes acadêmicos e ainda se o curso pode impulsioná-los à prática do empreendedorismo.

Obteve-se como resultado que os acadêmicos do curso de administração da Universidade Federal da Fronteira Sul - UFFS possuem um perfil com características comuns aos empreendedores, necessárias para que se desenvolvam como excelentes profissionais no mercado de trabalho e empreendem com êxito em uma infinidade de negócios. Mas, faz-se necessário aprimorar seus conhecimentos e habilidades.

Pois, mesmo possuindo as características comuns de empreendedores é necessário se manter atualizado e em busca de conhecimento contínuo, que são atos imprescindíveis para a garantia do sucesso pessoal e profissional.

Dessa forma, após a pesquisa realizada, foi possível obter as respostas para os questionamentos levantados, fazendo com que a mesma chegasse ao entendimento de que os acadêmicos concluintes do curso de administração da Universidade Federal da Fronteira Sul - UFFS no ano de 2022/2, possuem características relevantes para a formação de um perfil empreendedor, mas que ainda precisam melhorar, os mesmos acreditam que os conhecimentos adquiridos durante sua formação acadêmica neste curso, contribuíram positivamente para que possam atuar como empreendedores, também informaram que a universidade colaborou no desenvolvimento, pois propiciou um ambiente com oportunidades, além do aprendizado na sala de aula, a instituição oferece atividades empreendedoras como a Empresa Júnior, a INNE, palestras sobre empreendedorismo e muitas outras atividades extracurriculares relacionadas ao tema.

Mediante os resultados obtidos na pesquisa, foi possível observar que a universidade como formadora de tais profissionais, desperta entre os alunos as características necessárias para se tornar um empreendedor, mas que os acadêmicos ainda têm muito o que aprender sobre o tema. É possível observar que a universidade oferece muitas oportunidades (além da sala de aula) para os acadêmicos aprofundar seu conhecimento sobre o tema, porém, como é possível verificar no levantamento de dados, menos da metade participaram das atividades extracurriculares oferecidas.

O presente trabalho, significou para mim, como futura administradora, verificar como meus colegas se sentiam-se em relação as características e competências empreendedoras desenvolvidas ao longo da graduação. Nota-se que os mesmos possuem um sentimento semelhante ao meu, nos consideramos bons em possuir as características empreendedoras e em desenvolver as competências, porém, só vamos saber se realmente somos na prática, fora do ambiente universitário. Na resposta aberta, senti insegurança dos acadêmicos em empreender, porque por mais que consideram-se bons em muitos aspectos, ainda não acreditam que aprenderam o suficiente.

A principal dificuldade encontrada no desenvolvimento deste trabalho foi a obtenção das respostas do questionário, cujo número de respondentes foi inferior ou esperado. Acredito que o fato ocorreu devido a aplicação ocorrer durante o período de férias dos acadêmicos.

Conclui-se que foi atingido os objetivos dessa pesquisa e como recomendação para pesquisas futuras no campo ou complementos, sugiro as seguintes propostas: ênfase em

disciplinas focadas no ensino do empreendedorismo e análise individual do perfil dos respondentes. Ressalto que a pesquisa pode ser aplicada em outros cursos de graduação também.

Ter características empreendedoras não é o suficiente para garantir sucesso no seu ramo, o empreendedor precisa estar em constante evolução, isso faz parte do processo de empreender. O segredo é fazer sempre mais e cada vez melhor.

REFERÊNCIAS

- CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas. 2.ed. rev. e atualizada. São Paulo: Saraiva 2007.
- DORNELAS, José. **Empreendedorismo**: Transformando ideias em negócios. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.
- Dornelas, José. **Empreendedorismo na Prática**: Mitos e Verdades do Empreendedor de Sucesso. 3 ed. São Paulo: Empreende/Atlas, 2015.
- DORNELAS, José. **Empreendedorismo**: Transformando ideias em negócios. 6 ed. São Paulo: Empreende/Atlas, 2016.
- DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor**: práticas e princípios. 1 ed. São Paulo: CENGAGE, 2010.
- ARAKAKI, Arthur Teruo. **Análise crítica sobre o papel da universidade no fomento do empreendedorismo**. Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento. Ano 2005, Ed. 11, Vol. 12, pp. 69-81. Disponível em: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/lei/papel-da-universidade>. Acesso em: 08 de Junho de 2022.
- SANTOS, Cleston Alexandre; DANI, Andréia Carpes; CECOM, Bianca; SILVA, Thiago Bruno de Jesus; HEIN, Nelson. **Uma análise da tendência empreendedora nos acadêmicos dos cursos de Administração e Ciências Contábeis**. Ponta Grossa: ADMPG, 2017. Disponível em: www.admpg.com.br/2017/down.php?id=2789&q=1. Acesso em 08 de Junho de 2022.
- SANTOS FILHO, Marcio de Oliveira. **Como é o ensino de empreendedorismo no Brasil?** Revista Exame. Disponível em: <http://exame.abril.com.br/pme/como-e-o-ensino-de-empreendedorismo-no-brasil/>. Acesso em 08 de Junho de 2022.
- DORNELAS, José. **Empreendedorismo na prática**: mitos e verdades do empreendedor de sucesso. Rio de Janeiro: editora Campus, 2005.
- BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. **Empreendedorismo**: Conceitos e Definições. Rev. de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia, 2015. Disponível em: <https://seer.imed.edu.br/index.php/revistasi/article/viewFile/612/522>. Acesso em 20 de Junho de 2022.
- BARON, Robert A.; SHANE, Scott A. **Empreendedorismo: uma visão do processo**. São Paulo: Cengage Learning, 2014.
- BERNARDI, Luiz Antônio. **Manual de Empreendedorismo e Gestão**: Fundamentos, Estratégias e Dinâmicas. São Paulo: Atlas, 2012.
- SALES, Maria Anália Sousa. **O perfil dos acadêmicos do curso de administração da faculdade de Itaituba - FAI**: Olhares de concluintes. 2018. Monografia (Graduação em administração). Faculdade de Itaituba, 2018. Disponível em:

file:///C:/Users/Guilh/Downloads/TCC%20MARIA%20AN%C3%81LIA.pdf. Acesso em 05 de Agosto de 2022.

MACÊDO, Fernanda Maria Felício; BOAVA, Diego Luiz Teixeira; SILVA, Amanda Fontes. **Estudo sobre as abordagens econômica e comportamental no empreendedorismo.** 2006. E-book. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ram/a/QcdCh4sfDP4FHR38qhwPdkH/?lang=pt&format=pdf>. Acesso em 15 de Agosto de 2022.

OLIVEIRA, José Roberto Cajaíba; SILVA, Wendel Alex Castro; ARAÚJO, Elisson Alberto Tavares. **Características comportamentais empreendedoras em proprietários de MPES Longevas do vale do Mucuri e Jequitinhonha/MG.** São Paulo. 2014. Revista ADM. MACKENZIE. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ram/a/sjhXXwv8dJCR4SPmXYzdDhn/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em 15 de Agosto de 2022.

GOMES, Almiralva Ferraz; LIMA, Juvêncio Braga; CAPPELLE, Mônica Carvalho Alves. **Do empreendedorismo à noção de ações empreendedoras: Reflexões Teóricas.** Revista Alcance - Eletrônica, Vol. 20 - n. 02 - p. 203-220 - abr./jun. 2013 Disponível em: <file:///C:/Users/Usuario/Desktop/21555,+04.pdf>. Acesso em 20 de Agosto de 2022.

FERNANDES, Renê José Rodrigues. **Breve histórico do ensino de empreendedorismo no Brasil.** 2013. *E-book*. Disponível em <file:///C:/Users/Usuario/Desktop/admin,+60813-127938-1-CE.pdf>. Acesso em 23 de Agosto de 2022.

ROCHA, Estevão Lima de Carvalho; FREITAS, Ana Augusta Ferreira. **Avaliação do Ensino de Empreendedorismo entre Estudantes Universitários por meio do Perfil Empreendedor.** 2014. Artigo. RAC, Rio de Janeiro. V. 18, art. 5, pp. 465-486. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rac/a/RDg86kGXNpFshX6spqYXDrG/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 24 de Agosto de 2022.

SANTOS, Suze Anne Sombra. **Perfil empreendedor: Análise das características empreendedoras.** 2013. Monografia (Graduação em administração). Universidade Federal do Ceará. Fortaleza. 2013. Disponível em: https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/29637/1/2013_tcc_sasantos.pdf. Acesso em 04 de Setembro de 2022.

MACÊDO, Fernanda Maria Felício; BOAVA, Diego Luiz Teixeira; SILVA, Amanda Fontes. **Estudo sobre as abordagens econômica e comportamental no empreendedorismo.** 2006. Artigo. Universidade Federal de Ouro Preto. Minas Gerais, 2006. Disponível em: <https://sistema.semead.com.br/12semead/resultado/trabalhosPDF/597.pdf>. Acesso em 15 Novembro de 2022.

PEGN (Pequenas Empresas Grandes Negócios). **Os 5 Tipos de Empreendedores que Existem no Mundo dos Negócios.** Revista PEGN. Disponível em: <http://revistapegn.globo.com/Dia-a-dia/noticia/2015/04/os-5-tipos-deempreendedores-que-existem-no-mundo-dos-negocios.html>. Acesso em 15 de Novembro de 2022.

PAULINO, Alice Dias e ROSSI, Sonia Maria Morro. **Um estudo de caso sobre Perfil Empreendedor – Características e traços de personalidade empreendedora.** Brasília:

Anuais do EGEPE, 2003. Disponível em: www.dad.uem.br/adm/graduacao/download/2762-07.pdf. Acesso em 15 de Novembro de 2022.

PEIXOTO FILHO, Heitor Mello. **Empreendedorismo de A à Z: casos de quem começou bem e terminou melhor ainda**. São Paulo: Saint Paul, 2011.

BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei Nº 3426 de 05 de Outubro de 2021**. Que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional, para incluir Educação Empreendedora e Educação Financeira na matriz curricular nacional do ensino fundamental e médio. Brasília, DF, 2020. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2301489>. Acesso em 15 de Novembro de 2022.

SCHMIDT, Serje; BOHNENBERGER, Maria Cristina. **Perfil empreendedor e desempenho organizacional**. 2009. *E-book*. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rac/a/mqp6BWbRfNwmtHNmWn7Mn7g/?lang=pt>. Acesso em 20 de Novembro de 2022.

LEITE, Emanuel. **O Fenômeno do Empreendedorismo**. São Paulo: Saraiva, 2012.
PORTAL CONSELHO FEDERAL DE ADMINISTRAÇÃO – CFA. Disponível em: <https://cfa.org.br/administracao-administracao/administracao-historia-da-profissao/>. Acesso em 21 de Novembro de 2022.

PORTAL UFFS. **Universidade Federal Da Fronteira Sul**. Disponível em: https://www.uffs.edu.br/institucional/a_uffs/a_instituicao/historia. Acesso em 21 de Novembro de 2022.

OLIVEIRA, Luciel Henrique de. **Revitalizando o processo de ensino-aprendizagem em administração**. São Paulo: Varginha, 2005.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ed. São Paulo: Atlas, 2002.
MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do Trabalho Científico**. 23ª Ed. São Paulo: Cortez, 2007.

OLIVEIRA, Maxwell Ferreira. **Metodologia Científica: um manual para a realização de pesquisas em administração**. UFG-Catalão, 2011. Disponível em: https://adm.catalao.ufg.br/up/567/o/Manual_de_metodologia_cientifica_-_Prof_Maxwell.pdf. Acesso em 10 de Dezembro de 2022.

ANEXO 01

QUESTIONÁRIO SOBRE O PERFIL EMPREENDEDOR

Este questionário faz parte de uma pesquisa sobre o perfil empreendedor dos acadêmicos de administração da Universidade Federal da Fronteira Sul – UFFS do Campus Chapecó – SC para a elaboração de um trabalho de conclusão de curso que tem como objetivo analisar o perfil empreendedor dos acadêmicos concluintes e analisar a influência do ambiente universitário na formação empreendedora dos mesmos.

O questionário é composto por perguntas de múltipla escolha e abertas, e dois testes de perfil empreendedor, ambos adaptados de Dornelas (2015), o teste 1 é sobre as características empreendedoras, enquanto o teste 2 aborda as habilidades de gerenciamento.

Os dados serão utilizados exclusivamente para fins acadêmicos.

Desde já agradecemos pelo seu apoio e contribuição.

Atenciosamente,

Eloisa Caroline Baggio – Graduanda em Administração – UFFS

Orientação Prof. Humberto Tonani Tosta

FAIXA ETÁRIA:

- Menos de 20 anos
- 20 à 30 anos
- 30 à 40 anos
- 40 à 50 anos

GÊNERO:

- Masculino
- Feminino
- Outros

ESTADO CIVIL:

- Solteiro (a)
- Casado (a)
- União estável
- Divorciado (a)
- Viúvo (a)

CONSIDERANDO SEUS PARENTES DE 1º GRAU (MÃE, PAI, TIO), ALGUM DELE POSSUI NEGÓCIO PRÓPRIO?

- Sim, minha mãe
- Sim, meu pai
- Sim, outro parente (avós, tios)
- Não tenho parente que possuem um negócio

VOCÊ PARTICIPOU DE ATIVIDADES EXTRACURRICULARES OFERECIDAS PELA INSTITUIÇÃO DE ENSINO (DIRETÓRIO ACADÊMICO, EMPRESA JÚNIOR, MOVIMENTO ESTUDANTIL, ETC.)?

- Sim
- Não

TESTE DE PERFIL EMPREENDEDOR 01 - AMBIENTE, ATITUDES E KNOW-HOW

1. Classifique à sua pessoa uma nota de 1 a 5 para cada uma das características a seguir. Sendo 1 Insuficiente, 2 Fraco, 3 Regular, 4 Bom e 5 Excelente.

CARACTERÍSTICAS	1	2	3	4	5
Comprometimento e determinação					
1. Proatividade na tomada de decisão.					
2. Tenacidade, obstinação.					
3. Disciplina, dedicação.					
4. Persistência em resolver problemas.					
5. Disposição ao sacrifício para atingir metas.					
6. Imersão total nas atividades que desenvolve.					
Obsessão pelas oportunidades					
7. Procura ter conhecimento profundo das necessidades dos clientes.					
8. Segue as tendências do mercado					
9. Obsessão em criar valor e satisfazer aos clientes.					
Tolerância ao risco, ambiguidade e incertezas					
10. Toma riscos calculados (analisa tudo antes de agir).					

11. Procura minimizar os riscos					
12. Tolerância às incertezas, estresse, conflito e falta de estrutura.					
13. Hável em resolver problemas e integrar soluções.					
Criatividade, autoconfiança e habilidade de adaptação					
14. Não-convencional, cabeça aberta, pensador.					
15. Não se conforma com o <i>status quo</i> (estado das coisas).					
16. Hável em se adaptar a novas situações.					
17. Não tem medo de falhar.					
18. Hável em definir conceitos e detalhar ideias.					
Motivação e superação					
19. Orientação a metas e resultados.					
20. Dirigido pela necessidade de crescer e atingir melhores resultados.					
21. Não se preocupa com <i>status</i> e poder.					
22. Autoconfiança.					
23. Ciente de suas fraquezas e forças.					
24. Tem senso de humor e procura estar animado.					
25. Tem iniciativa.					
26. Poder de autocontrole.					

Fonte: Adaptado de Dornelas (2015)

TESTE DE PERFIL EMPREENDEDOR 02 - HABILIDADES GERENCIAIS

2. Atribua à sua pessoa uma nota de 1 a 5 para cada uma das competências que você acredita possuir. Sendo 1 Insuficiente, 2 Fraco, 3 Regular, 4 Bom e 5 Excelente.

COMPETÊNCIAS GERENCIAIS	1	2	3	4	5
Marketing					
1. Avaliação e pesquisa de mercado.					
2. Planejamento de marketing.					
3. Estabelecimento de preços dos produtos.					

4. Gerenciamento de vendas.					
5. Venda por catálogo/mala direta.					
6. Telemarketing					
7. Serviço ao consumidor.					
8. Gerenciamento de distribuição.					
9. Planejamento de novos produtos.					
10. Venda direta.					
Produção e Operação					
11. Gerenciamento da manufatura.					
12. Controle de estoques.					
13. Controle e análise de custos.					
14. Controle de qualidade.					
15. Planejamento de produção.					
16. Compras de matérias- primas.					
Finanças					
17. Contabilidade.					
18. Orçamentos					
19. Gerenciamento de fluxo de caixa.					
20. Gerenciamento de contas a pagar e receber.					
21. Gerenciamento das relações com fontes de financiamento.					
22. Negociações para obtenção de recursos financeiros					
Administração					
23. Resolução de problemas					
24. Comunicação					
25. Planejamento					
26. Tomada de decisão					
27. Gerenciamento de projetos					
28. Negociação					
29. Administração de pessoal					
30. Sistema de Informação gerencial					
Relacionamento interpessoal/equipes					

31. Liderança, visão, influência.					
32. Feedback					
33. Gerenciamento de conflitos.					
34. Gerenciamento de pessoas.					
35. Trabalho em equipe.					
36. Construção de equipes de trabalho.					
37. Contratos.					
38. Impostos.					

Fonte: Adaptado de Dornelas (2015)

Enquanto acadêmico do curso de Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul - UFFS, você acredita que os conhecimentos adquiridos no decorrer deste curso propiciaram condições para tornar-se e/ou desenvolver-se como empreendedor? Justifique
