

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SOCIOECONÔMICO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA ADMINISTRAÇÃO

FORMAÇÃO EMPREENDEDORA NO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA UFSC: UMA
COMPARAÇÃO ENTRE AS EXPECTATIVAS DOS CALOUROS *VERSUS* A
PERCEPÇÃO DOS ALUNOS DE ÚLTIMA FASE

BRUNO DEWES MAGNUS

Resumo:

Este artigo é resultado de uma pesquisa que buscou analisar o desenvolvimento da formação empreendedora nos estudantes do curso de administração da UFSC. Para alcançar este objetivo, foram coletadas as expectativas de formação e profundidade de conhecimento acerca das competências empreendedoras junto aos alunos ingressantes e estes dados foram comparados com a percepção dos estudantes prestes a concluir sua formação. Os dados foram obtidos através de pesquisa primária com o uso de questionário estruturado, aplicados diretamente a alunos de primeira fase e última fase (predominantemente). Entre as principais conclusões destacam-se que os estudantes ingressantes apresentaram menor familiaridade com o termo “empreendedorismo” apesar da crescente popularidade do mesmo e maior interesse em abrir o próprio negócio, contrastando com o maior entendimento conceitual dos estudantes formandos e seu menor interesse para empreender. Também pode-se destacar a necessidade de inserção de mais atividades e disciplinas com abordagens mais práticas e nas classes ao longo do curso, pois as competências empreendedoras ultrapassam a dimensão de conhecimentos carecendo ainda do desenvolvimento de habilidades e atitudes, além disso, por vezes o curso não é direcionado ou focado a pequenos negócios.

Palavras chave: Empreendedorismo Universitário. Educação Empreendedora. Competências Empreendedoras.

1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é um tema que está cada vez mais em voga na economia global, historicamente sendo atrelado à inovação. Schumpeter (1961) apresentou o conceito de destruição criativa que aborda o rompimento com velhos modelos ou padrões para a criação de inovação, tanto de produtos, processos e recursos, quanto de mercados e consequentemente possibilitando um novo ciclo econômico. Essa definição de Schumpeter centra-se, sobretudo na figura do empreendedor como o grande responsável pela destruição criativa e consequentemente inovação e criação.

Drucker (1987) define o empreendedor como o agente que cria algo diferente, que é capaz de transformar valores e inovar constantemente, desenvolvendo novas oportunidades.

Uma das características que podem definir um empreendedor, é justamente sua capacidade de transformação, quando transcende a barreira da imaginação e dá forma a uma criação, ou seja, “Um empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões” (FILION, 1999. p. 19).

A UFSC tem 937 estudantes de administração em graduação presencial (DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA ADMINISTRAÇÃO, 2016), recebendo a cada ano cerca de 140 novos estudantes nessa área. Segundo este departamento, a universidade em seu histórico possui mais de 4300 egressos do curso de Administração. Entretanto, em sua grade curricular regular, o curso de Administração tem apenas uma disciplina que aborda – formalmente em sua ementa – a palavra empreendedorismo, qual seja: Cultura Empreendedora e Criatividade. Isso em um universo de 50 disciplinas obrigatórias.

Drucker (2013) afirma que a administração empreendedora precisa ser diferente daquela que já existe, entretanto, assim como o modelo existente, ela precisa ser sistemática, organizada e deliberada. Portanto, um empreendedor deveria ter uma formação complementar àquela tradicional apresentada no currículo programático com base gerencialista.

No cenário nacional, segundo pesquisa realizada pela Global Entrepreneurship Monitor (GEM) em 2015, um baixo número de empreendedores possui curso superior completo, estando abaixo dos 8 % do número total de empreendedores no país. Os dados do GEM (2015) apontam que a grande maioria dos empreendedores concluiu sua formação no ensino médio ou básico. De acordo com o mesmo relatório, o Brasil tem aumentado o

número de empreendedores, entretanto o fator necessidade de empreender tem sido um dos principais motivadores desse aumento. Empreendedorismo por necessidade pode ser identificado como uma situação em que o indivíduo não considera a sua própria condição de vida como ideal, precisando aumentar seus rendimentos financeiros, não tendo desenvolvido as competências profissionais e empreendedoras que para a criação de auto emprego ou inovação, que é uma característica do empreendedor por oportunidade (ALMEIDA; CHAVES. 2015).

Adicionalmente a estes fatos cabe destacar que “Em 2010, 58 % das empresas de pequeno porte fecharam as portas antes de completar cinco anos” (PORTAL BRASIL, 2016, p 01). O Sebrae, citado pelo Portal Brasil (2016), aponta que dentre alguns dos fatores que influenciaram o fechamento das MPEs estão: a falta de planejamento, de técnicas de marketing, de avaliação de custos e fluxo de caixa, entre outros.

Diante da importância da formação de empreendedores, o que pode culminar em negócios com maior ou menor vida útil, tem-se a seguinte questão de pesquisa: quais são as principais expectativas dos estudantes ingressantes e as percepções dos estudantes concluintes em relação às competências empreendedoras no curso de Administração da UFSC?

Nesse contexto, o objetivo geral desta pesquisa é analisar a expectativa dos alunos ingressantes *versus* a realidade de preparação dos concluintes em relação às competências e formação empreendedora em um curso de Administração por meio do estudo do caso da UFSC.

Para alcançar o objetivo proposto, serão utilizados os seguintes objetivos específicos:

- a) conhecer as expectativas dos estudantes de primeira fase (calouros) quanto à formação empreendedora no curso de administração e sua vontade de empreender um negócio próprio;
- b) conhecer a percepção e conhecimentos dos estudantes de última fase do curso de administração quanto à sua formação empreendedora e sua capacidade para empreender um negócio próprio;
- c) identificar se há convergências ou divergências entre as expectativas e a realidade da formação ofertada.

A educação empreendedora ainda acontece com pouca frequência nos cursos de administração brasileiros, com raras exceções, em geral são voltados exclusivamente para o trabalho em grandes corporações. O presente artigo visa contribuir do ponto de vista empírico com a melhoria do processo formativo nos cursos de Administração, e de forma

mais específica no curso da UFSC buscando incluir de forma efetiva o desenvolvimento das competências empreendedoras no projeto pedagógico do curso.

Destaca-se também a contribuição deste trabalho, que acrescenta conteúdo à formação do autor, que desenvolve atividades na área da educação empreendedora há alguns anos, corrobora com estudos similares que englobam a realidade das universidades frente ao universo do empreendedorismo e, por consequência, à sociedade como um todo colherá frutos positivos com a presença de mais agentes de realização (empreendedores) formados em nossas IES.

Ainda sobre o contexto de importância social e econômica, Dolabela (2008) aponta que o empreendedorismo transbordou seu conceito para além da atividade estritamente empresarial, abrangendo todas as atividades humanas, em áreas de todas as esferas: governo, empresas e terceiro setor.

Neste sentido, uma pesquisa feita pelo GEM (2015), citando Dolabela (2008), aponta a importância da criação de empresas, que funcionam como instrumento para a geração de empregos, por consequência maior crescimento econômico, desenvolvimento social e, combate à pobreza em uma sociedade.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A fundamentação teórica foi desenvolvida em duas vertentes principais, que estão ligadas a educação e ao empreendedorismo, sendo a primeira um apanhado conceitual e histórico e a segunda mais objetivamente relacionada à importância do ensino de empreendedorismo.

2.1 Empreendedorismo e Empreendedores

Schumpeter no século XX, foi um dos precursores da definição de empreendedorismo aceita e difundida atualmente, fazendo uma relação direta com inovação, criação e oportunidades. Nesse sentido, Filion (1999), citando Schumpeter, afirma que o empreendedorismo por princípio está ligado ao aproveitamento de novas oportunidades de negócios, e ainda afirma que também tem relação com a forma de utilização de recursos

nacionais, ao ponto que são empregados em novas formas, para além daquelas que seriam empregados tradicionalmente.

Em tom mais arrojado, Filion (1999) coloca o empreendedor como uma pessoa que corre riscos por usar recursos próprios, assim como por objetivar transformar e revender matérias-primas mesmo antes de ter o preço estabelecido. Filion (1999) também define o empreendedorismo como o fenômeno que estuda os empreendedores. Já o empreendedor é quem imagina, desenvolve e realiza visões.

Para Dolabela (2008), o empreendedorismo é uma tradução livre que se faz da palavra *entrepreneurship*. É uma definição relacionada a um estilo de vida, maneira como se vê o mundo e como se relaciona com ele. O empreendedor é quem busca transformar esse sonho em realidade, estando insatisfeito e inconformado, pensando para apresentar melhorias para ele próprio e para os outros. É protagonista da sua própria jornada e da comunidade onde vive, traçando os melhores e as vezes inexplorados caminhos. Portanto, montar um negócio é apenas uma opção de atividade como empreendedor.

McClelland (1961), citado por Aveni (2014), diferencia o empreendedor dos demais agentes econômicos por sua necessidade de realização e gosto por resolver problemas. Também buscam objetivos desafiadores e preocupação com qualidade.

No quadro seguinte, Souza (2006) apresenta um compilado de competências citadas por diversos autores sobre empreendedorismo. A autora conseguiu agrupar em um único quadro dezesseis outros autores que são caracterizados por sua grande contribuição no quesito empreendedorismo. Embora os autores não concordem com a presença de todas as competências, percebe-se uma homogeneidade diante de algumas delas.

Quadro 1: Características Empreendedoras

CARACTERÍSTICAS	AUTORES																
	J.Schumpeter	D.McClelland	M.Weber	L.J.Filion	R.E.McDonald	R.Degen	P.Drucker	R.L.alkala	I.Dutra	Barros e Prates	H.Mintzberg	E.Angelo	Logenecker et al.	E.Leite	Carland et al.	Frese et. Al.	TOTAL
Buscar oportunidades	X	X		X	X	X	X		X		X	X	X	X			11
Conhecimento do mercado						X	X	X				X		X			5
Conhecimento do produto						X	X	X				X		X			5
Correr riscos	X	X		X	X	X	X				X	X		X	X		10
Criatividade		X		X		X		X	X	X		X		X	X		9
Iniciativa	X	X		X					X					X		X	6
Inovação	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	16
Liderança	X	X	X	X	X		X				X						7
Necessidade de realização	X	X									X				X	X	5
Proatividade	X	X		X											X	X	5
Visionariedade				X					X		X			X		X	5

Fonte: Souza (2006, p. 17)

Evidentemente, apenas “Inovação” se destacou como unanimidade entre os autores, sendo considerada, portanto, uma característica intrínseca ao empreendedorismo. A análise do quadro nos permite perceber que as competências inerentes ao empreendedor não são inatas, podendo, portanto, serem desenvolvidas ao longo do tempo. (ZAMPIER; TAKAHASHI, 2011).

2.2 A importância do ensino de empreendedorismo

O ensino de empreendedorismo, para Minniti e Bygrave (2001) pode ser definido como um processo que trabalha o aumento da confiança do empreendedor, sendo necessário perpassar por repetição e experimentação, aumentando a sua gama de conhecimentos

O ensino de empreendedorismo revela a sua importância quando passou a ser tomado como um possível caminho para gerar e incentivar novos negócios e a criação de empregos, atendendo às transformações e demandas sociais (RELATÓRIO GUESS BRASIL, 2011).

Para Rios et. al. (2005), para a formação do empreendedor é importante que sejam possibilitadas a experiência com múltiplas áreas do conhecimento, formando assim um

profissional com postura mais flexível e mais crítico, podendo abordar e compreender o mercado. As possibilidades e os múltiplos saberes rompem com a proposta de um saber único e especializado.

Na seguinte tabela apresentada no Relatório GUESSS BRASIL (2011), de 516 IES pesquisadas menos de 20 % oferecem disciplinas que tratem de empreendedorismo no currículo de seus cursos. Demonstrando uma grande lacuna no ensino empreendedor nacional.

Tabela 1: Oferta de disciplina de empreendedorismo nas IESs pesquisadas no Relatório GUESSS BRASIL (2011, p.13)

CURSOS	Privadas	Públicas	Total
Administração de Empresas	17	22	39
Habilitações em Administração	06	01	07
Outros Cursos	23	14	37
Total Geral	46	37	83

Fonte: Guerra e Grazziotin (2010, p. 80)

Drucker (2013) enfatiza a importância da formação de empreendedores quando aponta que o espírito empreendedor é necessário para a sociedade, tanto na ótica econômica quanto na ótica social, sendo aderente portanto ao setor público ou privado, por consequência, o empreendedorismo é fundamental não somente para o empreendedor, mas para a sociedade como um todo.

Não se pode tratar a educação empreendedora da mesma forma como é tratada a educação para negócios, Löbler (2006) relaciona essas duas escolas e aponta diversas diferenças nas suas formações, tanto quanto a foco, objetivo, papel de aluno e professor, entre outros. A escola voltada para negócios tem no professor o foco central, por se tratar de um processo educacional, já a educação empreendedora o foco é voltado para o aluno, que busca conhecimentos e práticas nos mais diversos meios, tornando-se algo mais complexo e desafiador.

Neste sentido é que figura a imagem do empreendedor e suas características que dão corpo aos empreendimentos. Em considerando a necessidade de desenvolvimento de competências, Ortega (2016) diz que qualquer instituição brasileira que trabalhe com ensino pode desenvolver atividade de fomento ao empreendedorismo, sendo estas instituições as catalisadoras do processo de formação empreendedora. Tamanha a importância da formação

e educação de empreendedores, que a concorrência nas MPEs é justamente influenciada por suas competências (MAN; LAU. 2000)

O processo de educação e aprendizado das competências empreendedoras é extremamente relevante para a aquisição das mesmas, como afirma Bitencourt (2005), não havendo desenvolvimento sem o aprendizado.

Paim (2001) ao avaliar o empreendedorismo e a interdisciplinaridade concluiu que a arte de empreender pode ser apresentada como uma disciplina que apresenta base teórica para compreender melhor os processos e modelos, fortalecendo a grade curricular acadêmica. Há vinte anos o empreendedorismo passou a fazer parte de algumas grades curriculares, entretanto, na realidade da UFSC esse tema ainda é pouco trabalhado.

Mesmo com poucas disciplinas sobre empreendedorismo na UFSC, Dolabela (2008) faz um relato interessante sobre a universidade ter criado um Escola de Novos Empreendedores (ENE), em 1992, configurando um dos mais importantes projetos a nível nacional em pesquisas e ensino sobre empreendedorismo. Segundo o mesmo autor, a universidade foi precursora com a criação da ENE, realizando projetos internos e também com outras universidades e órgãos internacionais.

A educação empreendedora no curso de Administração, ou em qualquer outro curso, pode buscar condições para criar e repassar técnicas às pessoas que já possuem um veio empreendedor, assim como sugere Nicolescu (1997), aumentando suas chances de sucesso.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa foi desenvolvida principalmente com base em coleta de dados primários junto ao público-alvo e complementada com o cruzamento de dados secundários. Foi utilizado um questionário estruturado e a aplicação foi feita presencialmente.

A pesquisa realizada se caracteriza, quanto aos seus objetivos, como descritiva. A pesquisa descritiva, segundo Malhotra et al. (2005), procura descrever algo, sendo geralmente comportamentos de variáveis ou categorias em um determinado fenômeno. A pesquisa descritiva deve ser conclusiva, e quando quantitativa deve ser fundamentada em amostras representativas, os dados obtidos estão sujeitos a análise quantitativa, e os principais métodos para realizar uma pesquisa descritiva são levantamento de campo e observação. Os autores ainda frisam que para desenvolver uma pesquisa é necessário que o pesquisador

possua conhecimento prévio sobre o assunto que lhes permita a definição das variáveis, bem como a análise de dados.

Como estratégia de pesquisa utilizou-se o *Survey* (levantamento de campo), que pode ser definido com um questionário estruturado que busca levantar informações dos entrevistados que correspondem a uma determinada população (MALHOTRA et al, 2005). Os questionários foram aplicados de forma direta pelo pesquisador junto ao entrevistado.

Este método possui uma série de vantagens, pois é de simples aplicação, há confiabilidade nos dados obtidos, a codificação, análise e interpretação de dados também são relativamente simples.

A razão da escolha de tal método deu-se porque sendo uma pesquisa que visa levantar o desenvolvimento da formação de competências empreendedoras na formação acadêmica dos estudantes, é necessária uma amplitude e eficiência na coleta de dados.

Usou-se ainda a pesquisa documental, que buscou analisar o projeto pedagógico do curso, bem como, os planos de ensino.

Os questionários foram aplicados para estudantes graduandos em Administração na UFSC, com restrição à fase predominante do entrevistado que deve estar na primeira ou última fase do curso (predominantemente), tanto do período matutino quanto noturno. A pesquisa é não probabilística (já que a amostra é finita) e por conveniência. O pesquisador afirma que não foi possível conseguir abarcar a totalidade de indivíduos, mesmo sendo uma amostra finita e razoavelmente pequena, porque o número de abstenções dos alunos (sobretudo de nonas fases) nas salas de aula (locais de aplicação dos questionários) por vezes foi demasiada grande. Sendo, por exemplo, necessária mais de uma aplicação por turma em alguns casos, até alcançar o número de respostas que considerou satisfatória. As aplicações totalizaram a coleta de dados com 133 estudantes do curso de administração, sendo 78 destes calouros e outros 55 alunos com matrícula predominantemente em disciplinas da última fase do curso (9ª fase).

O pré-teste foi realizado com 7 pessoas, todas dentro das características estabelecidas como as do público-alvo, ou com grade similaridade com tal.

Como o instrumento de pesquisa contou com respostas objetivas e respostas abertas, foi utilizado um método para a análise, então optou-se por seguir a sequência proposta por Malhotra et al (2005), que estabelecem que seguinte processo de preparação dos dados: a)

Verificação e edição dos questionários; b). Codificação; c) Transcrição; d) Limpeza de dados; e e) Escolha uma estratégia para análise de dados.

4 RESULTADOS

Após a coleta de dados primários com, serão detalhadas aqui as comparações entre os dois grupos avaliados a fim de satisfazer os objetivos deste trabalho. Para melhor organizar a apresentação dos dados, os resultados serão subdivididos em três etapas: a) familiarização com empreendedorismo e competências empreendedoras; b) preparação e intenção de empreender e; c) percepção dos alunos sobre o ensino empreendedor no curso de administração.

4.1 FAMILIARIZAÇÃO COM EMPREENDEDORISMO E COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS

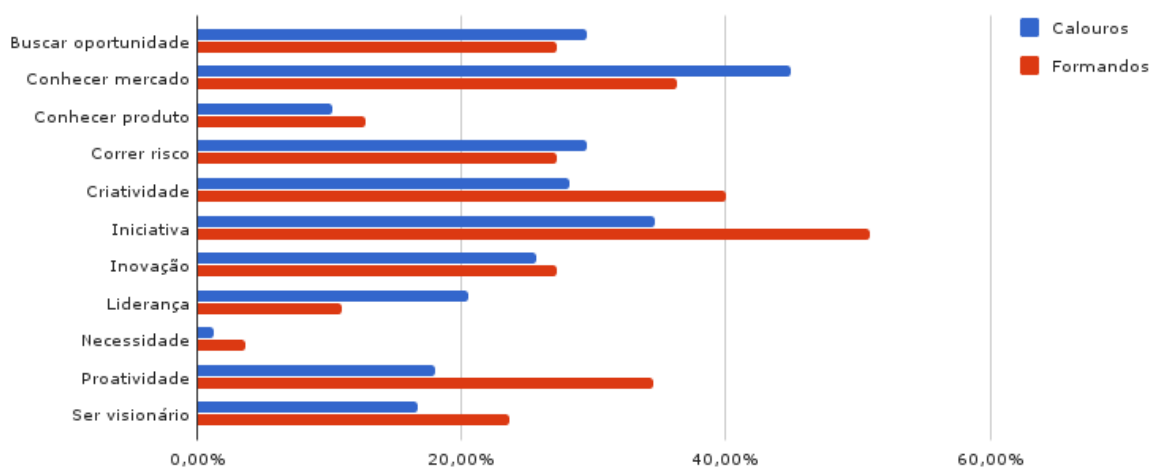
As primeiras questões levantadas pelo instrumento de pesquisa na coleta primária procuravam mensurar e comparar como os estudantes entrantes (calouros) e estudantes de última fase (formandos) percebiam o empreendedorismo e suas competências. De "zero" a "dez" a média de familiaridade dos calouros com a palavra "empreendedorismo" foi de 7 (sete) com desvio padrão de 2 (dois). Apesar de os formandos indicarem maior familiaridade com a palavra (média 8,4 e desvio padrão 1,2), o desvio padrão coloca os dois resultados em proximidade. Assim demonstrando uma diferença pequena ou "empate técnico".

Quando questionados sobre que palavra ou termo que melhor define “empreendedorismo”, "Inovação" foi a que recebeu maior número de citações por parte dos formandos (25 %), enquanto para os calouros essa palavra apareceu em apenas em 13 % das citações, ficando como a segunda mais citada. Para os ingressantes, empreendedorismo está mais relacionado, principalmente com as ações de “Criar” ou “Construir” um negócio, representando 17 % das respostas. Uma leve distinção dentre as respostas dos grupos se deu pelo fato de 4 % dos calouros ter atribuído à palavra em questão definições de caráter mais gerencial, como “Administração” ou “planejar, organizar, controlar e dirigir”, enquanto os formandos não atrelaram nenhuma palavra ou termos com essa característica. Ao final, é

possível ressaltar que houve uma dispersão muito grande, já que não houveram termos majoritariamente lembrados.

Percebe-se também uma diferença significativa entre entrantes e concluintes do ponto de vista de amadurecimento conceitual e acadêmico, já que inovação e empreendedorismo são considerados na literatura científica como duas faces de uma mesma moeda, ou seja, processos indissociáveis, assim como Schumpeter (1961) associa o empreendedorismo com qualquer forma de inovação que resulte em algo positivo para uma empresa. Pode-se inferir que as disciplinas do curso tenham contribuído para este conhecimento adquirido.

Gráfico 1: As principais características que os estudantes acreditam que um empreendedor deve possuir



Fonte: Dados primários coletados pelo autor.

No gráfico acima (gráfico 1), os calouros em sua maioria (44,78 %) apontaram “Conhecer o mercado” como principal competência que um empreendedor deve possuir. Dentre os formandos, mais de 50 % indicaram que ter “Iniciativa” é a competência mais importante que os empreendedores precisam possuir, este item ficou como segundo lugar para os calouros. A competência “Necessidade de Realização” ficou em último lugar como escolha de ambos os grupos pesquisados. Pode-se notar aqui que há uma razoável concordância entre os dois grupos quanto a questão proposta. Estes resultados entram em contrassenso com o que Aveni (2014), citando McClelland, 1961, diz, que se comparado a outros agentes econômicos, o diferencial do empreendedor é sua necessidade de realização.

Durante a formação acadêmica, dentre as mais de cinquenta disciplinas obrigatórias do curso, apenas uma aborda empreendedorismo em seu projeto pedagógico, e apenas outras três disciplinas abarcam esse tema de maneira secundária (a critério do professor), o que pode resultar na falta da orientação sobre como empreender, além da possibilidade de estar

relacionada a falta de vontade de empreender. Estes podem ser fatores que tenham feito a competência “necessidade de realização” receber um destaque tão baixo nos gráficos 1 e 2, levando a crer que há uma falta de entendimento sobre o significado e importância deste item para a formação do empreendedor.

Em complemento ao gráfico anterior, o Gráfico 2 procura fazer uma análise das expectativas dos calouros quanto às competências que desenvolverão ao longo do curso, e as competências mais desenvolvidas na percepção dos alunos de última fase. Cerca de 80 % dos calouros assinalaram que acreditam que vão desenvolver seu "conhecimento de mercado" durante sua formação, 62 % dos formandos apontam tê-la desenvolvido. Por ser um curso amplo, que não dá enfoque direcionado a um determinado setor de mercado, é importante ressaltar que ao longo da graduação o estudante vai aprender como conhecer um mercado, aprendendo a identificar o que é importante em cada um deles. Então esta competência está atrelada aos meios (como conhecer um mercado) e não à especificidade de um único mercado.

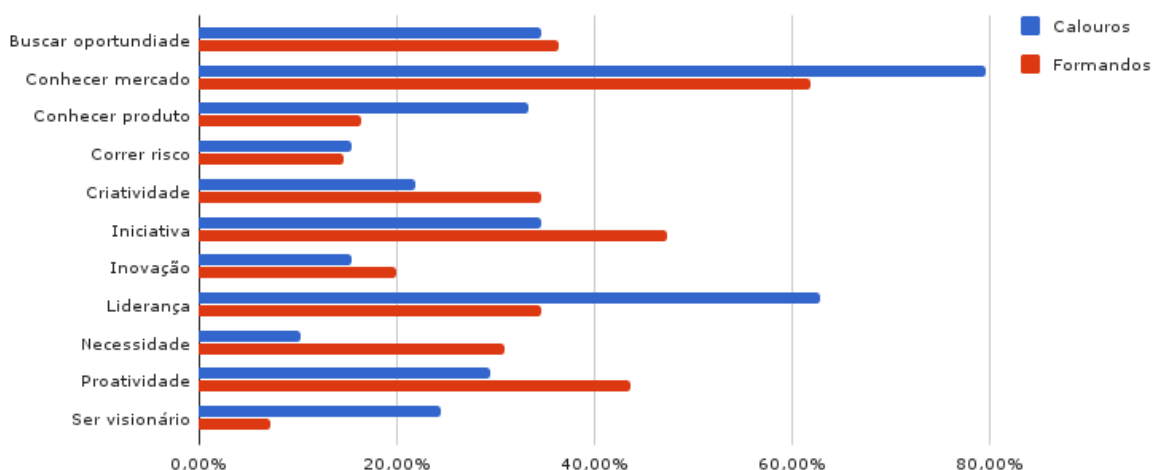
A competência "liderança" (com 63 %) ocupou o segundo lugar das expectativas dos calouros, entretanto menos de 35 % dos formandos afirmam tê-la desenvolvido. Como definição de liderança, pode-se dizer que líder é a pessoa que, com seu próprio objetivo, consegue influenciar pessoas a adotarem voluntariamente esse objetivo (SCHMIDT; BOHNENBERGUER, 2009).

O desenvolvimento da "liderança" ficou em quinto lugar, juntamente com "Criatividade", dentre as 11 (onze) competências analisadas, o que pode caracterizar que o curso tenha uma tendência demasiada teórica, visto que esta competência é pragmática e não conceitual. Weber (1947), um dos primeiros a apresentar uma visão comportamental do empreendedorismo, ressaltou a liderança, definindo o empreendedor como alguém que é inovador e exerce importante papel de liderança na organização. Rocha e Freitas (2014), ao avaliarem o perfil empreendedor entre estudantes universitários relataram que as dimensões autorrealização, planejador, inovador, capaz de assumir riscos, líder e sociável confirmaram a característica multidimensional do sujeito empreendedor. Visto a liderança como uma característica importante, no presente estudo evidenciou-se uma deficiência na formação dessa competência ao longo da graduação.

A competência “criatividade” também tem seu valor para o empreendedor, que Schein (1985) destaca como a propensão a criar algo novo e aceitar riscos, estando motivado para

superar obstáculos e determinado a alcançar um objetivo pessoal. Este item também aparece no currículo do curso de administração apenas em uma disciplina, apesar de ser frequentemente relacionado à capacidade dos indivíduos em concretizar suas ideias em ações, além de ser um meio para assunção e superação de riscos, estando relacionado à capacidade de planejar e alcançar objetivos.

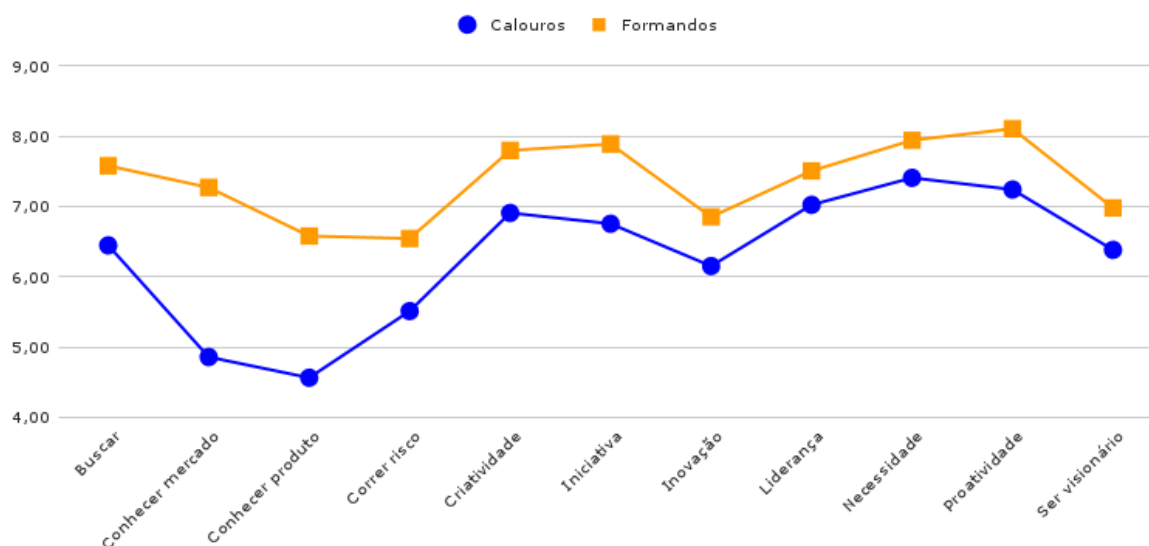
Gráfico 2: Características que calouros acreditam que vão desenvolver ao longo do curso versus principais características desenvolvidas por formandos.



Fonte: Dados primários coletados pelo autor.

No próximo passo da análise em relação às competências empreendedoras buscou-se verificar especificadamente o quanto cada competência se desenvolveu nos alunos prestes à conclusão do curso em relação àqueles que entraram recentemente. Os estudantes puderam atribuir notas de 0 (zero) a 10 (dez) em relação ao seu desempenho para cada uma das competências, de acordo com julgamento e interpretação pessoal.

Gráfico 3: De "0" a "10", o quanto você acredita possuir em cada uma das seguintes competências:



Fonte: Dados primários coletados pelo autor.

Novamente, dado o desvio padrão, não é possível dizer que exista uma diferença significativa entre calouros e formandos no desenvolvimento destas competências. Apesar disso, em todas as competências os veteranos se sobressaíram obtendo médias mais elevadas que o outro grupo avaliado. Vale destacar neste quadro que as principais diferenças de resultado entre calouros e formandos foram nas competências de "Conhecer mercado" e "Conhecer produto", onde o primeiro grupo apresentou suas menores médias, destacando uma deficiência que precisa ser sanada nestes itens, e que inclusive foram itens de destaque nos dois quadros anteriores. A média dos formandos foram igualmente baixas nestes itens, se comparadas com as demais competências, tanto que "conhecer mercado" figurou em sétima colocação e "Conhecer produto" em penúltima (décima) colocação, esta última com média 6,58. Estes dois itens (principalmente "conhecer mercado") foram apontados anteriormente entre as competências com o maior nível de desenvolvimento entre os veteranos, e mesmo com essa percepção, eles ainda aparecem entre as menores médias.

Os dois itens que mais se destacaram com médias mais elevadas em ambos os grupos foram "Proatividade" e "Necessidade de realização", embora ambos os grupos tenham dito anteriormente que não associavam necessidade de realização com empreendedorismo. Nas duas questões anteriores, onde buscou-se avaliar a importância de cada competência para empreender e o quanto se esperava ou se desenvolveu em cada competência, a necessidade de realização foi a competência que obteve a menor - ou esteve entre as menores -

porcentagens de escolha por ambos os grupos, entretanto ela é uma das características com maior destaque que os alunos afirmam possuir. Sobre este fato é possível levantar o questionamento sobre a importância ou entendimento desta competência na visão e formação dos estudantes. Dolabela (2008) afirma que existem diversas pesquisas que indicam que o empreendedorismo oferece altos índices de autorrealização, por ser uma forma de exteriorizar aquilo o que a pessoa carrega em seu âmago e suas características pessoais, fazendo que trabalho e prazer andem juntos. O que reafirma a importância da formação empreendedora para, inclusive, possibilitar aos estudantes a realização pessoal plena.

4.2 INTENÇÃO E PREPARAÇÃO PARA EMPREENDER

Nesta sessão as perguntas procuraram identificar o quanto os calouros pretendiam empreender e de que forma essa intenção se manteve ou se modificou entre os formandos. Além disso, o quanto os grupos respectivamente se sentiam preparados para empreender quando formados, dessa forma identificando as expectativas de um lado e a percepção do que fora desenvolvido de fato de outro lado.

Quase 58 % dos calouros (45 estudantes) que não possuem ou não herdarão um negócio familiar demonstraram maior intenção em empreender um negócio próprio ao final do curso, sendo que destes, quase 40 % (30 estudantes) assinalaram a proposição “Eu empreenderei um negócio próprio”, afirmando maior aspiração para tal. Os formandos ficaram bem atrás neste quesito, com menos de 30 % (15 estudantes) do total de respondentes afirmando que abrirá um empreendimento próprio. Entretanto é perceptível que a porcentagem de alunos em fase final que possui negócio ou que herdarão algum negócio familiar (12,73 %) é muito mais representativa do que a porcentagem de calouros neste mesmo quesito (2,56 %). Não é possível, nesta pesquisa, determinar se o diferencial percentual entre calouros e formandos que já possuem empresa ou que herdarão algum negócio familiar se deve à casualidade, ou se esses negócios foram formados ao longo da graduação, o que representaria uma influência positiva do curso sobre a ação de empreender, mas é uma variação que suscitaria um estudo mais aprofundado.

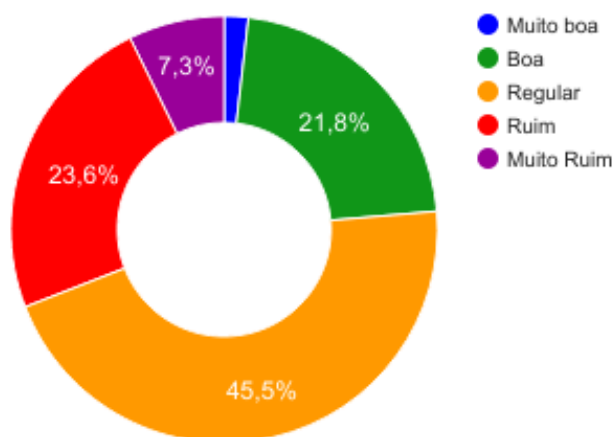
Após saber sobre a intenção de empreender, é importante avaliar como está a expectativa e percepção em relação a preparação para abrir um negócio próprio. Dos calouros, 53,85 % acreditam que estarão com um nível de preparação bem desenvolvido para

empreender um negócio ao final do curso. Em contraponto, apenas 25,24 % dos formandos estão se sentindo preparados para tal (menos da metade da porcentagem da expectativa dos calouros). A grande maioria dos formandos (58,18 %) considera sua preparação em nível apenas razoável. Este dado reflete uma em relação direta entre a vontade de empreender por parte dos calouros e o quanto acreditam estar preparados para tal ao final do curso. Já em relação aos formandos, a porcentagem de alunos que afirmou ter intenção em empreender um negócio próprio é quase vinte pontos percentuais maior que a noção de preparo para tal. Desta maneira, pode-se deduzir que 20 % daqueles estudantes que tem maior interesse em empreender vão concluir o curso sem se sentir suficientemente preparados para tal.

Na mesma linha destes resultados, Terada et al. (2016) informam que mais de 40 % dos estudantes ingressantes em administração na UFSC acreditam que o curso será “fundamental” para o seu futuro profissional, enquanto apenas 20 % dos formandos percebiam isso às vésperas de conclusão do curso. Em ambos os casos, os calouros apresentaram uma expectativa muito mais elevada em relação ao curso (tanto de maneira ampla, quanto de maneira mais específica em empreendedorismo) do que os formandos.

Outro dado levantado que corrobora com as informações acima é a percepção dos estudantes formandos em relação a sua preparação para empreender durante a sua graduação como administrador, conforme o seguinte gráfico:

Gráfico 4: Percepção dos estudantes concluintes quanto a preparação para empreender na graduação em administração.



Fonte: Dados primários coletados pelo autor.

De acordo com a pesquisa, mais de 45 % dos respondentes apontou sua preparação para empreender ao longo do curso como regular, enquanto 21,8 % consideraram como boa e

outros 23,6 % como ruim, denotando uma percepção mais negativa do que positiva, afinal as opções “Ruim” e “Muito ruim” representam 30,9 % das respostas.

Em pesquisa semelhante, Terada et al. (2016) coletaram junto ao público-alvo com mesmo perfil as suas percepções, de maneira mais ampla sobre o curso de administração. A pesquisa apresentou que formandos classificavam o curso de administração como “mediano”, totalizando cerca de 50% do total de respondentes. Há uma notável conformidade entre as pesquisas, tanto na avaliação do curso sobre a ótica do empreendedorismo, quanto sobre uma ótima mais ampla. Houve esse resultado similar mesmo considerando que a satisfação e expectativa com o curso não é somente atrelada as questões relacionadas a empreendedorismo, e abarcar um universo ainda maior de perspectivas e interesses por parte dos estudantes. Apenas um formando assinalou a preparação para empreender no curso de administração da UFSC como muito boa. A pergunta desta questão pode ter dado margem para dupla interpretação, visto que a intenção da pergunta é relacionada única e estritamente à graduação em sala de aula, não considerando atividades extracurriculares.

Outro dado importante é que 60 % dos formandos consideraram que o curso de administração da UFSC não é suficiente para que os estudantes se tornem profissionais competentes (TERADA et al, 2016). Quando é colocado filtro para avaliar a percepção de estudantes que não participaram de nenhuma atividade extracurricular, percebe-se que para quase 60 % destes respondentes no curso de administração a preparação durante a graduação foi boa, enquanto para os estudantes que participaram de atividades extracurriculares apenas 11,6 % perceberam essa característica positiva no curso. Indiretamente, essa questão sugere que a percepção pode estar vinculada às experiências extracurriculares práticas dos estudantes, tal que aqueles que tiveram esse tipo de experiência apresentam um rigor crítico mais elevado em relação ao ponto em questão, uma vez que as atividades extracurriculares expõem os estudantes a desafios reais do mercado.

Em se tratando de atividades extracurriculares, 78% dos estudantes em última fase participaram de alguma, sendo que 70% realizaram estágio remunerado e destes 38 % realizaram apenas estágio remunerado e 40 % realizaram outras atividades extracurriculares além de estágio remunerado.

A participação ou não em atividades extracurriculares, apesar de apresentar médias levemente mais elevadas, não apresentou correlação expressiva com outros itens, como intenção em empreender, preparação para empreender ou melhor nível em cada uma das

competências. Mas, das pessoas que participaram de alguma atividade extracurricular, 39 estudantes (90,7 %) consideram que essa participação foi importante ou fundamental para sua formação empreendedora. Isso pode ser associado com o maior grau de insatisfação com a formação para empreender durante o curso de administração por parte deste grupo de alunos (formandos que participaram de atividades extracurriculares), apresentado anteriormente.

4.3 PERCEPÇÃO DOS ALUNOS SOBRE O ENSINO DE EMPREENDEDORISMO NO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

A etapa final do instrumento de pesquisa buscou avaliar em duas partes a percepção dos estudantes em relação à educação empreendedora no curso de administração e as iniciativas que, na visão discente, podem ser tomadas na graduação para contribuir de maneira mais efetiva para a formação de empreendedores.

De acordo com os seguintes gráficos, calouros e formandos têm concordância quanto à importância do curso de administração preparar o graduando para empreender:

Gráficos 5 e 6: Quão importante é a preparação para empreender durante a formação do administrador.



Fonte: Dados primários coletados pelo autor:

A grande maioria dos formandos (96 %) e calouros (86 %) assinalaram como "muito importante" ou "importante" a preparação para empreender durante a formação do Administrador. Novamente, este dado vai de encontro ao fato de que apenas 25 % dos alunos que estão em fase de conclusão do curso sentem-se realmente preparados para empreender.

A seguinte tabela foi elaborada com base nas respostas dos alunos formandos:

Quadro 2: Maneiras mais efetivas para a formação de empreendedores no curso de Administração da UFSC na visão dos estudantes em fase de formação.

Ação efetiva no curso de Administração da UFSC	
Expressões agrupadas por classe	Porcentagem
Mais aulas e/ou atividades práticas	30,91 %
Acrescentar e/ou focar em disciplinas de empreendedorismo	20,00 %
Atualização curricular	3,64 %
Direcionar o currículo do curso ao empreendedorismo	7,27 %
Outros termos	16,36 %
Não respondeu	21,82 %

Fonte: Dados primários coletados pelo autor.

Dos respondentes, aproximadamente 40% citou que gostaria de mais aulas e/ou atividades práticas ao longo do curso, algo que segue na mesma linha do que Rae e Carswell (2000) defendem. Para ambos, a experiência prática, onde o empreendedor tem contato direto com sucessos e fracassos e podem desenvolver relacionamento com outras pessoas, é o meio de aprendizado do indivíduo. Nesta linha, Dolabela (2008) classifica como “anacrônica” a divisão entre mundo acadêmico de um lado e mundo produtivo de outro lado, definindo escolas e empresas. Não é mais possível que teoria e prática andem em caminhos paralelos. Por outro lado, o conhecimento é um processo metodológico permanente de questionamento da realidade, sendo tanto o professor como o aluno os pontos chaves desse processo (DEMO, 1994).

A percepção dos estudantes quanto a formação dos professores foi levantada e apontada na pesquisa de Terada et al (2016), em que 50 % dos estudantes formandos acreditam ser de fundamental importância a presença de professores com experiência de mercado, mas também 50 % dos estudantes apontaram como importante professores com perfil acadêmico, podendo-se inferir aqui que na visão dos estudantes há a sensibilidade de que a formação do administrador deve perpassar por uma complementariedade entre teoria e visão prática.

Outros 25% indicaram a necessidade de focar o curso ou incluir mais disciplinas de empreendedorismo ao longo da formação, lembrando que apenas uma disciplina (de 50 disciplinas obrigatórias) apresenta formalmente em sua ementa o uso do termo “empreendedorismo”. Também foi citado (8%) que, de alguma forma, o curso é muito voltado para o trabalho em grandes empresas e não ao empreendedorismo. Conforme afirma Dolabela (2008), salvo raras exceções, o curso de administração é direcionado para a gestão

de grandes empresas. A educação para abrir um negócio do “zero” ou para gerenciar pequenos negócios é quase inexistente. Fato reafirmado por Aidar (2007), em que critica os cursos e literaturas tradicionais na área de administração de negócios, que enfatizam apenas a formação de executivos de grandes empresas, nos quais pouco se pensa no empreendedorismo como carreira. Lavieri (2010) enfatiza ainda que a origem do empreendedorismo está relacionada aos cursos de administração de empresas.

5 CONCLUSÃO

O presente trabalho buscou de alguma forma chamar a atenção para a educação empreendedora que está sendo desenvolvida no curso de Administração da UFSC, dada a importância social e econômica do tema na atualidade. Para tanto, foram abordadas diversas competências inerentes ao empreendedorismo e como seu desenvolvimento está acontecendo nos estudantes das primeiras e últimas fases da graduação.

Os alunos ingressantes, com menos de um semestre letivo completo, apresentaram uma visão estreita a respeito do tema “empreendedorismo”, principalmente se comparado aos estudantes em fase final de curso. Entretanto, as expectativas destes calouros em relação ao seu desenvolvimento empreendedor (tendo em vista a ideia de empreender um negócio próprio) por vezes não é correspondida, haja vista a realidade percebida na formação apontada por alunos em vésperas de concluir o curso. Quesitos como liderança, criatividade, correr riscos, entre outros, apresentaram médias e evolução baixas.

Ao final da pesquisa, os estudantes de última fase apontaram sua baixa satisfação diante da qualidade do curso na formação empreendedora. Nesta pesquisa os estudantes reivindicaram uma reformulação na forma como a educação para a formação de empreendedora é executada, incluindo sobretudo mais atividades e aulas práticas além da abordagem mais direta ao tema “Empreendedorismo”. Dolabela (2008) é categórico ao afirmar que o ensino empreendedor precisa de novas formas de aprendizado, já que os fundamentos do empreendedor não são os mesmos que os conceitos ensinados nas escolas. É necessário que valores, atitudes, comportamentos e conhecimentos de mundo também passem a vigorar na formação do estudante. O mesmo autor ainda afirma que é preciso estimular a pesquisa na área de empreendedorismo, que ainda acontece de forma básica, criando congressos acadêmicos e outros meios que estimulem e sejam ponto de encontro para

todos os envolvidos com o tema, assim promovendo um intercâmbio permanente de pesquisadores em todo o mundo.

As nossas universidades remontam a modelos de três séculos ou mais, necessitando de novas formas de pensar e novas abordagens (DRUCKER, 2013). Este ponto casa com o relato dos estudantes da forma como a graduação é levada, direcionando seu foco somente para o trabalho executivo em grandes empresas. Não estando voltada para que seus estudantes desenvolvam competências para abrir seu próprio negócio. Na mesma linha, Drucker (2013, p. 197) conclui: “A administração empreendedora exige administração diferente daquela que existe. Mas, como a existente, ela requer administração sistemática, organizada e deliberada”.

Conforme instiga De Lima e Oliveira (2014) as Instituições de Ensino superior precisam ser a peça central para a convergência entre o espírito empreendedor e a educação, formando cidadãos empreendedores. Portanto é papel das Universidades brasileiras se preparem para o ensino do empreendedorismo.

A formação empreendedora no curso de administração da UFSC pode ser melhor adaptada à realidade e desafios do empreendedorismo contemporâneo.

6 AGRADECIMENTOS

Os agradecimentos se dirigem especialmente à Professora Doutora Gabriela Fiates, que atuou com assertividade na orientação nos momentos em que mais precisei, e à mestranda Iara Regina dos Santos, que refinou este trabalho com seu olhar crítico e proposições sempre bem colocadas. Os agradecimentos também são dirigidos a todos os outros professores e colegas de formação que certamente contribuíram com a formação deste autor ao longo de sete anos de formação.

7 REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Rachel de Castro; CHAVES, Miguel. **Empreendedorismo como escopo de diretrizes políticas da União Europeia no âmbito do ensino superior**. Educ. Pesqui., São Paulo, v. 41,n. 2,p. 513-526, jun. 2015. Disponível em <<http://www.scielo.br/scielo.php?>

script=sci_arttext&pid=S1517-97022015000200513&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 10 jun. 2017. <http://dx.doi.org/10.1590/S1517-97022015041779>.

AIDAR, Marcelo Marinho. **Empreendedorismo**. São Paulo: Editora Thompson, 2007.

AVENI, Alessandro. **Empreendedorismo contemporâneo: Teorias e Tipologias**. São Paulo: Atlas, 2014.

BITENCOURT, C. C. **Gestão de competências e aprendizagem nas organizações**. São Leopoldo/RS: Unisinos, 2005.

COM – Comissão das Comunidades Europeias. Comunicação da Comissão ao Conselho e ao Parlamento Europeu, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões sob o título aplicar o programa comunitário de Lisboa: promover o espírito empreendedor através do ensino e da aprendizagem. COM, Bruxelas, 33 final, 13 fev. 2006

DE LIMA RIBEIRO, R.; OLIVEIRA, E. A. A. Q.; DE ARAÚJO, E. A. S. A contribuição das instituições de ensino superior para a educação empreendedora. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, v. 10, n. 3, 2014.

DEMO, P. **Pesquisa e construção do conhecimento** - Metodologia científica no caminho de Habermas. Tempo Brasileiro: Rio de Janeiro, 1994.

DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA ADMINISTRAÇÃO (Florianópolis). **Graduação Presencial**. Disponível em: <<http://portal.cad.ufsc.br/presencial/>>. Acesso em: 03 nov. 2016.

DOLABELA, F. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 3. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Campus, 2008.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor: entrepreneurship: prática e princípios**. São Paulo: Pioneira Thomson, 2013.

DRUCKER, Peter F. **Inovação e Espírito Empreendedor** – Entrepreneurship. 6ª ed. São Paulo: Pioneira, 1987.

FILION, L. J.. **Empreendedorismo: empreendedores e proprietários** - gerentes de pequenos negócios. Revista de Administração da Universidade de São Paulo. São Paulo, 1999.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil: Relatório Executivo**. São Paulo, 2015. 21 p. Disponível em: <goo.gl/5IrWVz>. Acesso em: 25 set. 2016.

LÖBLER, H. **Learning Entrepreneurship from constructivist perspective**. *Technology Analysis & Strategic Management*, Alemanha: Leipzig, fev, 2006.

MALHOTRA, Naresh K. **Introdução à Pesquisa de marketing**. São Paulo, Prentice Hall, 2005.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

MAN, T. W. Y; LAU, T. **Entrepreneurial competencies of SME owner/ manager in the Hong Kong services sector: a qualitative analysis**. *Journal of Enterprising Culture*, v. 8, n. 3, 2000.

MINNITI, M.; BYGRAVE, W. A dynamic model of entrepreneurial learning. **Entrepreneurship Theory and Practice**, p. 5-16, 2001.

NICOLESCU, B. **Projeto Ciret-Unesco: evolução transdisciplinar da universidade**, 1997, disponível em: <<http://www.cetrans.futuro.usp.br>>.

ORTEGA, Luciane Meneguim. **Programa Empreendedorismo-Escola: influenciando a Universidade por meio do tripé ensino, pesquisa e extensão.** *Racef*, [s.l.], mar. 2016. FUNDACE.

PAIM, L. R. C. **Empreendedorismo e interdisciplinaridade: uma proposta metodológica no ensino de graduação.** 2001.

PORTAL BRASIL. **Sobrevivência e Mortalidade.** 2016. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2012/02/sobrevivencia-e-mortalidade>>. Acesso em: 08 dez. 2016.

RELATÓRIO GUESSS BRASIL. **Intenções e Atividades Empreendedoras dos Estudantes Universitários: Relatório do Estudo GUESSS Brasil 2011.** São Paulo: Grupo Apoe, 2011. 50 p. Disponível em: <<https://guesssbrasil.files.wordpress.com/2012/02/c-selo-portugues-final-relatorio-guesss-2011.pdf>>. Acesso em: 12 out. 2016.

_____. RAE, D.; CARSWELL, M. Using a life-story approach in researching entrepreneurial learning: The development of a conceptual model and its implications in the design of learning experiences. *Education & Training*, v. 42, n. 4/5, p. 220-227, 2000.

RIOS, Antonio Welligton Sales et al. **Formação por competências no ensino de tecnologia: Um estudo de caso na FATEC Guaratinguetá (SP).** In: XXV ENCONTRO NAC. DE ENG. DE PRODUÇÃO, 25., 2005, Porto Alegre. **Artigo.** Porto Alegre: Abepro, 29005.

ROCHA, E. L. C.; FREITAS, A. A. F. Avaliação do Ensino de Empreendedorismo entre Estudantes Universitários por meio do Perfil Empreendedor/Evaluation of Teaching Entrepreneurship among University Students by Means of an Entrepreneur Profile. *Revista de Administração Contemporânea*, v. 18, n. 4, p. 465, 2014.

SCHUMPETER, J. A. **Capitalismo, socialismo e democracia.** Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1961.

SCHMIDT, S.; BOHNENBERGER, M. C. **Perfil empreendedor e desempenho organizacional**. Revista de Administração Contemporânea, 13(3), 450-467, 2009.

SCHEIN, E. **Organizational Culture and Leadership**. San Francisco: Jossey-Bass Publishers, 1985.

SOUZA, E. C. L. Empreendedorismo: da gênese à contemporaneidade. In: SOUZA, Eda C. Lucas; GUIMARÃES, Tomás de Aquino. (Org.). **Empreendedorismo além do plano de negócio**. São Paulo: Atlas, 2006.

TERADA, A.M.D. et al. **Pesquisa de satisfação**: expectativas e realidade percebida pelos alunos do curso de ciências da administração da ufsc quanto ao mesmo. Florianópolis, UFSC. 2016.

WEBER, M. **The Theory of Social and Economic Organization**. Contributors: A. M. Henderson - Translr, Talcott Parsons - editor, Max Weber - author. Publisher: Oxford University Press. Place of Publication: New York. Publication Year: 1947

ZAMPIER, Marcia Aparecida; TAKAHASHI, Adriana Roseli Wünsch. Competências empreendedoras e processos de aprendizagem empreendedora: Modelo conceitual de pesquisa. **Cadernos Ebape.br**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 6, p.564-585, jul. 2011.