

EMPREENDEDORISMO: O CAMINHO PARA O SUCESSO.¹

OLIVEIRA, Eduardo; SANTOS Geisiane Carvalho dos²

RESUMO

Diante de um cenário econômico de crise financeira, política e social que tem como a maior consequência o desemprego, o empreendedorismo surge como opção de fuga para muitas pessoas, pois constitui uma alternativa como geração de renda própria além de alavancar a economia do país. Portanto é de extrema importância que a área de educação priorize este problema, adicionando a disciplina de empreendedorismo de maneira contínua e permanente no currículo das escolas de nível médio e nível superior, para que os estudantes aprendam como essas ferramentas podem ajudar na administração de negócios, reduzindo os insucessos nos negócios e impactando diretamente na economia do país. O objetivo desse artigo é pesquisar junto aos alunos do curso de administração da Doctum Serra, quais pretendem empreender, após formados, investigando na visão deles, quais são os principais fatores motivadores e inibidores para a execução desse projeto. A pesquisa será realizada através do método qualitativo com estudantes do curso de administração da Doctum, analisando a importância que os alunos atribuem ao curso de administração para a formação empreendedora, identificando através dos alunos os pontos que impulsionam e também dificultam o processo de empreender.

Palavras-chaves: Empreendedorismo, Educação e Sucesso.

¹ O presente texto corresponde ao Trabalho de Conclusão de Curso de Administração e foi produzido como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração

² Aluno(s) do curso de Administração da Faculdade Doctum de Serra turma 2018/1. E-mail dos autores: edu.workadm@gmail.com; geisianec.santos@gmail.com

ENTREPRENEURSHIP THROUGH STRATEGIC PLANNING

ABSTRACT

Faced with a scenario of financial crisis, economic and social policy has as a consequence the unemployment of 13 million Brazilians, entrepreneurship appears as an option for many people because it is an alternative as autonomous income generation in addition to leverage sector of the country's economy. The purpose of this article is to show how the strategic planning applied to entrepreneurship may influence the scope of success, faster and safer. Through a qualitative method, will be made a field research with people beyond the grit and will have an own business, believed and adopted the strategic planning to undertake and have had amazing returns in the short term.

Key Word: Entrepreneurship; Education is Success.

1. INTRODUÇÃO

Diferentemente de países mais desenvolvidos, o Brasil passa por um momento bastante delicado economicamente, diante de uma forte crise que além de desacelerar o crescimento econômico, contribui para o desemprego, falta de investimentos internacionais e aumento de inflação (G1, 2017). Para Oliveira, *et al.* (2009) alguns fatores contribuem para o crescimento do empreendedorismo, podemos destacar o cenário econômico–social das últimas décadas no país, acompanhado do crescimento populacional contrastado pela estagnação ou baixo crescimento na oferta de emprego e geração de renda. Fatos que impactam diretamente na abertura de novos empreendimentos.

Esses fatores têm impactado diretamente os setores industriais e comerciais, fazendo com que muitas organizações fechassem suas portas resultando em muitos casos a falência. Aproximadamente 5.137 (cinco mil cento e trinta e sete) empresas do setor de comércio, serviço e turismo fecharam as portas, no período de janeiro de 2015 a julho de 2016. (SILVA, 2016).

Conforme a pesquisa Global Entrepreneurship Monitor:

“Em 2016 acentuou-se a mudança no cenário da economia brasileira que iniciou-se em 2014 e continuou em 2015. A desaceleração econômica do país nesses três anos culminou com um período recessivo que começou com a crise nos mercados internacionais, tornou-se mais grave com a continuada queda do preço das commodities, e, especialmente, com a crise. Esse cenário se mostrou menos favorável ao empreendedorismo por oportunidade e, em decorrência da situação de maior desocupação no país, acarretou um incremento no empreendedorismo por necessidade”. GEM (2016 p. 19).

Considera-se que esse fato influenciou diretamente o crescimento do empreendedorismo após essa recessão na economia que o país sofreu a partir de 2015, levando muitas pessoas a empreender por necessidade e falta de trabalho.

Segundo o GEM (2016 p. 23) para cada 100 brasileiros, aproximadamente 20 estavam iniciando algum empreendimento em 2016. Neste relatório os empreendedores que deram início a um novo empreendimento representam um total de 6,2% e, além de estarem envolvidos na estruturação desses

empreendimentos, eles não tiveram lucro ou se quer fizeram retiradas de pró-labore por mais de três meses.

Costa e Furtado (2016), nos mostra também que o mundo vem passando por um momento de transformação intensa, o ambiente mercadológico está a cada dia mais competitivo, e as empresas necessitam ajustar-se a este mercado para não serem extintas. Então tornar-se empreendedor em um cenário imprevisível que estamos atualmente, pode influenciar diretamente em resultados negativos para os setores comerciais, o sucesso ou fracasso de um empreendimento está essencialmente ligado ao conhecimento que se possui sobre o negócio que se quer implantar. E esse conhecimento deve ser buscado constantemente por quem deseja atuar no campo do empreendedorismo para ter sabedoria em atuar com as constantes variações na economia brasileira.

Costa e Furtado (2016, p.21) também afirma que:

“A evolução nas empresas só acontecerá se os encarregados de gestão assim o fizerem, os gestores, estes precisam participar de ciclos de aprendizagens gerenciais, que desenvolvam as habilidades e competências essenciais e necessárias para a atual gestão empresarial exigida por este mercado, à necessidade atual do mercado empresarial é de gestores empreendedores”.

Portanto, é possível concluir que a formação e aprendizagem empreendedora são de extrema importância para qualquer pessoa que deseja obter sucesso no campo do empreendedorismo, pois diminui a margem de erro e dar base para solucionar os problemas encontrados por quem deseja seguir nesse caminho.

1.1 Empreendedorismos: Conceitos

A definição de empreendedorismo tem feito os pesquisadores da área se sentirem unânimes a presumir que este entendimento, levará a compreensão dos fatores que motivam alguns empreendedores a alcançarem o sucesso e outro não, fato este que faz acreditar que o empreendedorismo pode ser construído através do aprendizado.

Valente (p.32 2004) afirma que:

“O empreendedorismo não possui uma definição clássica, cada pesquisador tem um conceito próprio para o fenômeno. Observa-se que o empreendedorismo está intimamente ligado às características individuais de cada ser humano e a forma como cada indivíduo percebe e internaliza experiências vividas ao longo da vida”.

Gomes (2003) também relata que é de extrema importância o estudo do perfil empreendedor, explorando conhecimento e informações e não esperar aparecer por acaso. Fillion, Dolabela (2000) Define o empreendedor como uma pessoa que investe todo seu esforço em inovação, arriscando nas oportunidades, criando e desenvolvendo algo novo em uma empresa que já existe, visando torna-la competitiva no mercado.

Segundo Schumpeter (apud BARROS, *et al* 2005) o empreendedor é o agente que irá alavancar o capitalismo através da renovação econômica setorial, criando novos nichos de mercado explorando tecnologia e inovação. Mussi e Costa, (2010) afirma que “além do empreendedorismo gerar inovação, gera também ciclos econômicos que vão desenvolver o crescimento da economia”.

Mas para isso é recomendável que o administrador tenha as características de empreendedor ao abrir seu negócio. “Empreendedor é a pessoa que consegue fazer as coisas acontecerem, pois é dotado de sensibilidade para os negócios, tino financeiro, e capacidade de identificar oportunidades” (Chiavenato, 2006, p.05). No entanto, se estas pessoas não tiverem características empreendedoras e não utilizarem um sistema de controle de custos e pesquisas mercadológicas, dentre outros fatores, poderão fechar as portas antes do que imaginam.

Segundo Zen e Fracasso (2008) O empreendedor é caracterizado pela inovação, não sendo ele um inventor, mais um indivíduo capaz de introduzir a invenção no mercado e assim produzir a inovação. Dornelas (2005) destaca algumas características do perfil de um empreendedor, que condiz em ser sonhador e saber aproveitar as circunstâncias convenientes do mercado, ser visionários, ou seja, ter a visão de como será o futuro para o seu negócio e sua vida, implementando seus sonhos, outra característica fundamental é saber a hora certa de tomar as decisões, não se sentindo inseguro para arriscar no negócio a ser implantado.

Filion e Dolabela (2000) também afirmam que a própria natureza da atividade de um empreendedor diz que é preciso estar permanentemente de olho nos acontecimentos, traçando diretrizes, corrigindo rumos para onde se pretende chegar e que devido a situação atual do mercado de trabalho, são obrigados a criar seus próprios caminhos profissionais. Percebeu-se que nos últimos anos em nosso país que, fortes fatores têm influenciado em uma terrível crise, nos mais diferentes aspectos, quer seja políticos, sociais e econômicos, havendo também um grande crescimento de conflitos e insegurança para sociedade em relação a violência e ao desemprego. Por outro lado o país faz parte de um processo de globalização mundial que além de gerar informação, ressurgiu um conceito de evolução comercial que até então já tinha sido criada muito antes por economistas e volta a ser praticada por pessoas como um novo paradigma de produção de valores. O empreendedorismo surge como uma válvula de escape diante do cenário vivido. É válido ressaltar que o empreendedorismo por necessidade se relaciona com a falta opção de trabalho e renda e dar espaço para o empreendedorismo por oportunidade (GEM,2016). Então é notável que essas dificuldades tenham levado o governo a incentivar através do SEBRAE a criação de pequenas e novas empresas com o objetivo de acelerar o crescimento econômico, apostando no empreendedorismo para geração de renda e crescimento econômico. Dolabela(2006) acredita que além de crescimento econômico, o empreendedorismo também contribui para o desenvolvimento social por meio da educação para o alcance de uma mudança cultural. Então é visto que a educação é a principal fonte que alimenta o empreendedorismo, pois desenvolve pessoas por meio de conhecimento e informação, tornando a sociedade melhor. Dolabela (2006) também faz uma crítica em relação as universidades brasileiras, que educam os alunos para torna-los bons empregados e não bons empregadores. Atualmente essa educação empreendedora tem sido muito importante na formação desses alunos que almejam em ter seu próprio negócio, é preciso que as instituições de ensino estimulem seus alunos a tornarem empreendedores desde o primeiro contato com entre ambos.

2.FORMANDO EMPREENDEDORES ATRAVÉS DA EDUCAÇÃO

Apesar do tema, empreendedorismo ser antigo, tem sido muito discutido no âmbito acadêmico nos últimos anos. Valente (2004) diz que, “este fenômeno surge fora do meio acadêmico, direcionado em um primeiro instante à produção, relacionado à trilogia do capitalismo, ou seja, terra, capital e trabalho”. De fato surgiu a necessidade de estudar e desenvolver o empreendedorismo no meio acadêmico, visto que, esse fator estava sendo responsável pelo avanço da economia. Dolabela (1999) diz em seu livro que “a primeira disciplina de empreendedorismo que surgiu no Brasil foi em 1981, na Escola Superior de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas, através de uma iniciativa do professor Ronald Degen”. A partir dessa data foi notado um aumento expressivo de pessoas que desejavam empreender e serem dono do seu próprio negócio.

Canever, *et al*(2013) constatou que atualmente no meio acadêmico, várias áreas de conhecimento discutem o empreendedorismo. Esses estudos nos evidenciam o grau de importância que esse tema tem sido tratado nas universidades e sustenta ainda mais que o crescimento econômico do país está ligado a esse fenômeno que vem evoluindo significativamente. Valente (2004 p.44) reforça a informação de que:

“As instituições que possuem uma estrutura de ensino, que vá desde o ensino fundamental até o terceiro grau e, que promovem o ensino do empreendedorismo em todos os níveis, expõem seus estudantes mais cedo a um mundo de oportunidades e possibilidades empreendedoras, possibilitando a estes se prepararem de maneira mais adequada às incertezas do mundo atual. E uma vez passando por todos os níveis e, tendo contato com o ensino do empreendedorismo, o aluno deixa de ser moldado por um modelo tradicional de ensino, que formam egressos voltados à busca de um emprego e lhes dá uma visão muito mais ampla, de tal sorte que não o iniba de ser empregado, se assim o desejar, mas que seja um empregado empreendedor”.

Estudar empreendedorismo desperta o interesse pela realização dos sonhos pessoais e profissionais, sendo através desse método que os profissionais aprendem a planejar, estabelecer metas e buscar informações, tornando-se proativos, persistentes e autoconfiantes (Sebrae, 2017). O propósito das universidades, em oferecer esse conhecimento empreendedor aos alunos é desenvolver habilidades e mentalidade empreendedoras, para

que estejam aptos a identificar os problemas da sociedade e transforma-los em oportunidades.

Segundo KIRBY,2004 (apud Canever *et al*, 2013) o empreendedor de sucesso tem um conjunto de habilidades, características e comportamentos, que vão além dos ensinamentos puramente comerciais que são geralmente ensinados nos cursos de graduação, são estes atributos, modos de pensar e comportar-se, que precisam ser desenvolvidos nos estudantes, quando se quer melhorar suas capacidades empreendedoras.

Frente a instável situação econômica do país, podemos observar a importância que tem as universidades ao introduzir a educação empreendedora em seus currículos, pois há uma relação de preocupação com a economia e desenvolvimento dos alunos para estarem aptos a explorarem o campo do empreendedorismo. Valente (2010) afirma que “estas instituições surgiram visando a atender o crescimento econômico do país, através, da preparação de recursos humanos mais especializados e tendo como motivação, o surto de industrialização do país”. As universidades brasileiras,através da relação de parceria com as empresas privadas podem trocar conhecimentos e desenvolver os alunos que estão em busca de desafios,para que possam executar suas habilidades profissionais e empreendedoras.É preciso que haja conexão entre essas organizações para que os alunos possam não só desenvolver, mais também criarem o desejo de empreender e ser dono do próprio negócio. Segundo Lucia *et al* (p. 713 2011) os jovens que almejam praticar o empreendedorismo e obter sucesso, são pegos na maioria dos casos pelas barreiras que medem o nível de educação e a falta de experiência. Então quem pensa em ter seu próprio negócio deve ficar pensando como e por que as pessoas de sucesso chegaram lá. Alguns acham que a primeira condição é ter um grande capital, outros acreditam na sorte e outros recorrem até em um amigo influente. Atitude, persistência, vontade de vencer e determinação ajudam muito, porém o aperfeiçoamento, e a capacitação de potenciais empreendedores são de extrema importância para gestão eficaz do negócio.

Para empreendero gestor deve ser estratégico e estar atentoàs ameaças externas. Segundo Mintzberg, Lampel e Miguel (2000) os gestores precisam ter uma visão ampla no ambiente externo e as mudanças que vem acontecendo, caso contrário, as decisões estratégicas sem um objetivo acarretarão o caos à organização.Porter (2003, p. 187) vai dizer que “Uma empresa sem estratégia

corre o risco de se transformar numa folha seca que se move ao capricho dos ventos da concorrência”.

Chiavenato (2006) fala da importância dos indicadores para o planejamento estratégico, afirmando que se possa controlar e analisá-los, com a utilização dos indicadores de desempenho a organização consegue visualizar se as metas traçadas estão sendo alcançadas. O indicador de desempenho torna-se um aliado ao planejamento porque sem ele o planejamento torna-se apenas projetos que não são concluídos se não tiver acompanhamento.

Abaixo, Chiavenato (2006 p.13) cita os perigos mais comuns nos novos empreendimentos.

- Não identificar adequadamente qual será o novo negócio
- Não reconhecer adequadamente qual será o novo negócio
- Não reconhecer qual será o tipo de cliente a ser atendido
- Não saber escolher a forma legal de sociedade mais adequada
- Não planejar bem as necessidades financeiras do novo negócio
- Não ter conhecimento sobre a produção de bens ou serviços com padrão de qualidade e de custos
- Desconhecer o mercado e, principalmente, a concorrência
- Ter pouco domínio sobre o mercado fornecedor
- Não saber vender e promover produtos ou serviços
- Não saber tratar adequadamente o cliente

Os riscos na hora de empreender são muitos, sendo assim é preciso planejar e traçar um método a ser seguido, para minimizar o risco diante das variáveis do mercado, planejando, você estará estudando toda a ação que vai executar antecipadamente para ter uma base de como e onde prosseguir. Segundo Barros e Miranda (2008), quanto mais ameaça surgir no mercado é preciso criar mais inovações visando combater os novos concorrentes que estão entrando para competir, pois o processo de inovar também faz com que você não seja desalojado por um potencial entrante. Então é de extrema importância que os empreendedores adotem o hábito de inovar para que estejam preparados a atenderem as necessidades do mercado consumidor, para que tenham um bom desempenho na competitividade do mercado.

O planejamento serve como uma ferramenta essencial de auxílio no processo de abertura de uma empresa.

Bataglia e Yu (2008, p.92) afirmam que “Oplanejamento estratégico gera um plano operacional cujo período contemplado, ou horizonte de planejamento, varia de organização para organização, dependendo da natureza de seus negócios”.

Borges, *et al*(2008) fala em sua pesquisa que noventa por cento dos jovens empreendedores redijam um planejamento estratégico. Então para todas as etapas, o primeiro passo é traçar um planejamento estratégico, pois é através deste planejamento que o empreendedor terá a oportunidade de examinar onde quer chegar com seu novo negócio e empenho que terá que ter para alcançar o melhor resultado, atingir metas e objetivos, evitar perdas de recursos, desperdício de tempo e dinheiro, atrasos de trabalho além de perder competitividade.

Junior e Vital (2004) “afirma que os problemas e as constantes variações de mercado que acontecem no ambiente externo geram incertezas, fazendo com que a empresa busque alternativas para sua sobrevivência”. Em função dessa afirmação, todos os empreendedores sabem que o futuro é de incertezas, então o objetivo inicial é tentar tornar esse futuro o mais viável possível e a favor do negócio, executando medidas de planejamento tendo sempre cautela, é uma atitude indispensável. É totalmente ilusório ser aventurar em um determinado empreendimento sem um trabalho prévio de planejamento que envolve uma série de informações que irão definir o futuro do negócio. Os pequenos empreendedores que não conseguem implantar o planejamento como definiram, se desmotivam em função dos resultados. Um dos aspectos mais impactantes é a concentração de atividades operacionais do negócio centralizadas no empreendedor. A falta de tempo e de disciplina é mortal à implantação de qualquer planejamento.

O empreendedor sempre vai estar em um processo de transformação, seja mudando ou evoluindo, inovando ou criando, estas ações precisam ser contínuas em função das variações de cenários e riscos que serão encontrados. Silva (2009) diz que o empreendedorismo é uma busca contínua por inovações e que o conhecimento, que os empreendedores absorvem, os ajuda a identificar as oportunidades. Nesse intenso processo de mudanças o foco é sempre a aprendizagem para que se tenha conhecimento e assim saber

identificar as oportunidades que irão surgir para desenvolver o papel de empreendedor e alcançar o objetivo.

3. METODOLOGIA E PROCEDIMENTOS TÉCNICOS DA PESQUISA

Esse trabalho foi baseado em um referencial teórico e através do método qualitativo será realizada uma pesquisa descritiva, com aplicação de questionários aos alunos do curso de administração da Rede de Ensino Doctum. Graham Gibbs (2008) aponta que esse método visa a abordar um grupo específico explicando os fenômenos sociais “de dentro” de várias maneiras diferentes, seja analisando experiências de indivíduos ou grupos ou examinando interações e comunicações que estejam se desenvolvendo. Então, o objetivo desta etapa é obter informações dos alunos do curso de administração da Doctum campos Serra, com a finalidade de identificar quais pretendem empreender, depois de formados, investigando na visão deles, quais são os principais fatores motivadores e inibidores para a execução desse projeto. Dentro desse propósito, elaboramos um questionário contendo trinta e cinco questões voltadas ao ensino do empreendedorismo dentro da faculdade de Doctum, buscando identificar no curso de Administração aqueles alunos que desejam tornar-se empreendedores e saber na visão deles, os fatores motivacionais e inibidores desse projeto.

3.1 A amostra

O questionário de pesquisa foi direcionado aos 216 (duzentos e trinta e seis) alunos, matriculados no curso de administração da Doctum e para fundamento da amostra, foram entrevistados um total de 139 alunos, divididos entre 8 (oito) turmas, que representam juntas um total de 13% das demais graduações oferecidas pela faculdade. A pesquisa de campo foi realizada em maio de 2018 em salas de aula, com autorização dos professores que ali estavam presentes. O questionário usado para coletar dados e informações contém 35 (trinta e cinco) usadas para identificar o desejo de empreender dos alunos após formados, assim como os fatores que inibem e motivam esse fenômeno.

Para realização desta pesquisa, dividimos todos os períodos do curso de Administração em duas classes, a primeira composta por alunos matriculados

do primeiro ao quarto período, somando um total de 98 (noventa e oito) alunos e a segunda classe os alunos matriculados do quinto ao oitavo período, que juntos somavam 118 (cento e dezoito) alunos. Considerando que todos os 216 (duzentos e trinta e seis) alunos de Administração representam um total de 100%. A quantidade de alunos da primeira classe equivale a 45% e a segunda 55%. Desse resultado, para fundamento da nossa amostra, foi necessário pesquisar 139 (cento e trinta e nove) alunos, ou seja, 63 (sessenta e três) na primeira e 77 (setenta e sete) na segunda, isso considerando os percentuais obtidos de todos os matriculados em Administração e tendo como margem de erro 5% com um nível de confiança de 95%, obtido através da calculadora amostral utilizada para chegar nesses resultados. Conforme dados representados na tabela abaixo:

3.2 As variáveis

O questionário de pesquisa consistirá de quatro partes. Os resultados foram mensurados através da escala de Likert que segundo Domingos e José (2014) “A escala de verificação de Likert consiste em tomar um construto e desenvolver um conjunto de afirmações relacionadas à sua definição, para as quais os respondentes emitirão seu grau de concordância”. Essas variáveis foram distribuídas em quatro campos com objetivos distintos, o primeiro consistiu em conhecer o perfil socioeconômico, buscando conhecer o sexo do entrevistado, idade, estado civil, renda mensal individual e qual período o aluno está cursando. Já a partir do segundo campo de questões, as respostas foram analisadas através da escala Likert onde o aluno, poderia concordar parcialmente, concordar totalmente, não concordar e nem discordar, discordar parcialmente ou discordar totalmente, para responder o questionário. Nesse segundo tópico o tema discutido diz respeito à influência do curso de administração para o empreendedorismo, análise feita através de dez questões que consistem em gerar informações necessárias para descrever a atitude, o interesse e a visão dos estudantes sobre o tema proposto. Seguido de um terceiro tópico que abordará os principais fatores que motivam os estudantes de administração a empreender pós-formados, explorando o conhecimento adquirido no decorrer do curso, com questões voltadas ao mercado empreendedor. Finalmente o quarto e último tópico abordam os empecilhos

desse projeto, ou seja, os pontos que na visão dos graduandos, inibem o projeto de empreender, desmotivando e dificultando todas as etapas de quem deseja se tornar empreendedor.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1 Perfis socioeconômicos

O primeiro tópico elencado no questionário, através de 5 (cinco) questões, buscou-se conhecer o perfil socioeconômico dos alunos. Nesse ponto a primeira questão levantada foi sobre o gênero dos entrevistados e considerando um total de 139 (cento e trinta e nove) respostas, concluiu-se que 67 (sessenta e sete) são mulheres e 72 (setenta e dois) são homens. A segunda questão identifica a idade dos alunos e mostra que, 71% dos entrevistados possuem faixa etária de 18 a 29 anos e 29% estão entre 30 e 59 anos. Esses dados mostram a busca pelo conhecimento entre os mais jovens, levando também em consideração uma parcela de pessoas que tem a idade mais avançada, também procuram se atualizar e buscar conhecimento dentro da universidade. O estado civil dos entrevistados mostra que 64% dos entrevistados são solteiros, 31% são casados e 5% são separados, seguidos da renda mensal individual por aluno, indicando que, a maior parte dos alunos tem a renda concentrada em até dois salários mínimos, ou seja, 36% do total de alunos pesquisados ganham até R\$ 1.530,00, fazendo uma analogia a essa análise, o número de pessoas que pretendem empreender após formados, também possui uma maior parcela podendo ser por consequência do simples fato de buscarem uma melhor renda no mercado de trabalho. Seguidos também por um dado interessante de 13% de alunos que não possuem renda, mais que também somam no desejo de empreender após formados.

A quinta questão, referente a esse tópico, que traça o perfil dos alunos apresenta o semestre cursado por cada participante, possibilitando identificar os alunos e distribuir os resultados e dois momentos distintos, o primeiro era composto por estudantes do 1º ao 4º período que juntos formavam 63 (sessenta e três) participantes e do 5º ao 8º período contabilizando mais 76 (setenta e seis) alunos, sendo um total de 139 (cento e trinta e nove) participantes.

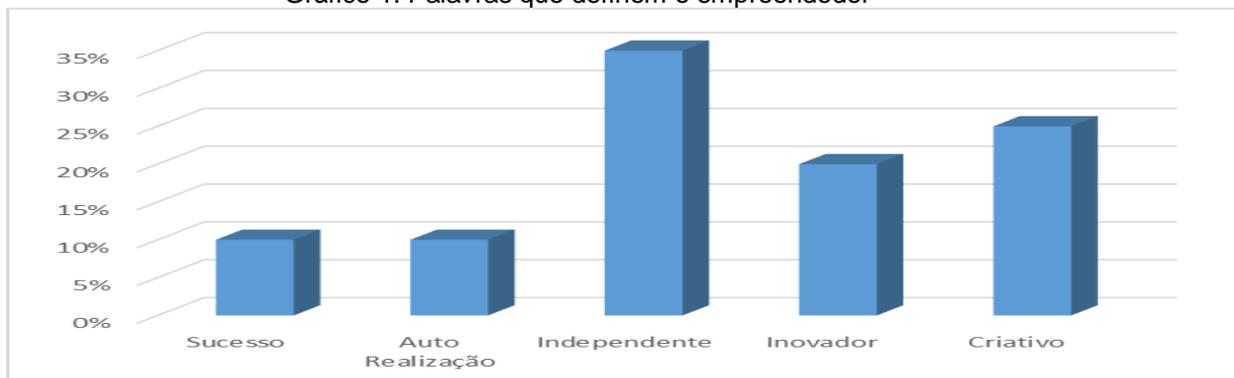
4.2 Desejo de empreender dos alunos, após formados.

Após colher os dados do perfil socioeconômico dos alunos entrevistados, buscou-se identificar, no segundo tópico do questionário, quais alunos pretendem empreender. Foram usadas 10 questões para avaliar a influência que tem o curso de administração no desejo de empreender dos alunos. Após análise dos resultados, da pesquisa, constatou-se que do total de entrevistados, 68% concordam que o currículo do curso de administração contribui para a formação empreendedora e 27% discordam, levando em consideração uma pequena parcela de 5% que não tem ainda opinião formada. Questionados se o curso oferece atividades extracurriculares para o desenvolvimento empreendedor, 52% dos alunos concordaram, 39% discordaram e 9% optaram em não responder. Visto que, o mercado de trabalho está bastante competitivo e vem exigindo que os profissionais estejam mais qualificados para os desafios que surgem a todo o momento. Questionados se a formação empreendedora é um diferencial competitivo no mercado de trabalho, essa análise revelou que 58% concordam que é um diferencial, 36% não concordam e 6% não opinaram. Apesar do conceito de empreendedorismo ser muito amplo, empreender tem influência direta para o aumento da economia de um país, e é através de atitudes empreendedoras que os problemas sociais podem ser eliminados, promovendo o bem estar social. Nesse contexto, foi pesquisado em campo se os alunos acreditam que empreender é importante para o crescimento da economia e a geração de emprego do país, os resultados mostraram que 78% dos alunos concordam e apenas 22% discordam dessa influência na economia do país.

O empreendedor não nasce com a característica de empreender, mas também não é possível afirmar que qualquer pessoa desenvolva as características necessárias para empreender como, capacidade de criação, inovação, conhecimento de mercado, entre outros, é necessário possuir muita motivação, esforço e disposição para seguir em frente ao se deparar com as dificuldades e incertezas do mercado. Questionados se o empreendedorismo é de fato considerado um dom, 61% acreditam que não pode ser considerado dom, enquanto 39% afirmam ser um “instinto” que já nasce com o empreendedor. Foi solicitado aos alunos que definissem o empreendedor

através de palavras destacadas no questionário e conforme o gráfico abaixo, “independente” é a palavra que mais define um empreendedor. E é o motivo que mais desperta aos alunos o desejo de empreender, talvez por circunstâncias tais como insatisfação com o emprego ou qualquer outro fato que cause infelicidade no trabalho.

Gráfico 1: Palavras que definem o empreendedor



Fonte: Os autores.

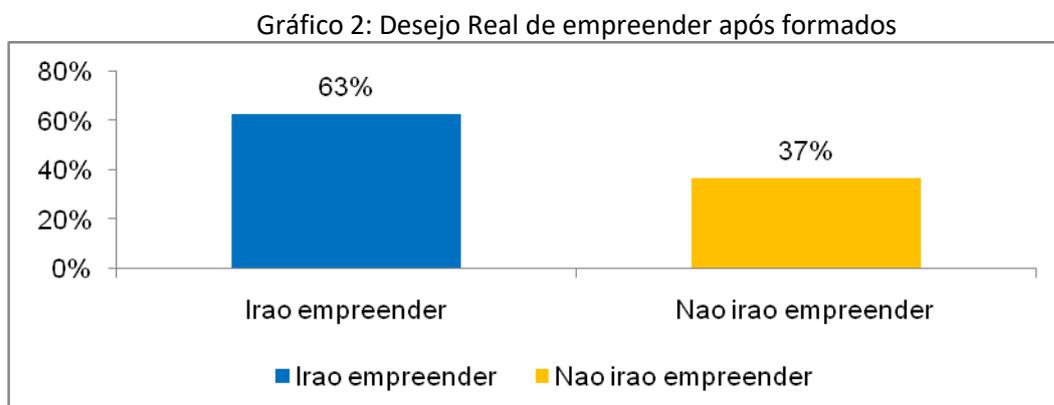
Apesar das oportunidades serem infinitas, empreender não é uma tarefa fácil, é preciso muito esforço, dedicação, foco e método, esses fatores fazem total diferença na hora de começar em um negócio.

De acordo com GEM (2016 p.33) “No Brasil a TEA (taxa de empreendedorismo inicial) é de 19,9% para mulheres e 19,2% para homens o que pode ser considerado uma distribuição bastante equilibrada. Este dado demonstra a importância das mulheres para a formação da TEA e é coerente com dados anteriores, pois nos anos de 2013 e 2015 as diferenças entre as taxas masculina e feminina foram de 0,2 e 1,4 pp (pontos percentuais) respectivamente.”

Segundo CARRER *et al*(apud GEM 2016 p.29) o nível de atividade econômica através do empreendedorismo no Brasil, vem se tornando independente totalmente influenciado nos últimos anos por fatores que estão em processo constante de mudança, como, o nível de escolaridade e conhecimento dos brasileiros sobre a lei responsável por criar o MEI, beneficiando e incentivando cada vez mais a atividade empreendedora.

A pesquisa realizada na faculdade Doctum campus de Serra, teve como objetivo principal identificar quantos alunos tem a pretensão de empreender após o término do curso, e os resultados obtidos, conforme o gráfico abaixo, afirma que 63% de 139 (cento e trinta e nove) entrevistados, desejam

empreender depois de formados, enquanto 37% não pensam em se tornar empreendedores após o término do curso.



Fonte: Os autores

Os dados apontam ainda que até o 4º período do curso de administração apenas 26% pretendem empreender depois de formados, enquanto 37% dos alunos, a partir do 5º período, já tem essa ideia totalmente formada. Conclui-se dessa análise que os alunos iniciantes no curso até o 4º período por possuírem poucos conhecimentos e informações de como e por onde iniciar um negócio, ainda não possui segurança para decidir sobre o futuro no mundo do empreendedorismo. Contrário a essa afirmação, estão os alunos do 5º ao 8º período que já em fase mais avançada de ensino e com os conhecimentos adquiridos em sala de aula, tem a ambição de iniciar um negócio próprio explorando o espírito empreendedor desenvolvido ao longo desse trajeto. Logo, os resultados apontam que o desejo de empreender dos alunos não reduz da fase inicial do curso para a fase final. A análise feita por gênero, na pesquisa, indica que os alunos do sexo masculino com desejo de empreender são 35% contra 28% do feminino, esses dados apontam que entre os homens há um desejo maior de empreender após formados, podemos associar esse interesse com os dados apresentados pelo GEM (2016 p.5) que indica “A Taxa Total de Empreendedores chegou a 38,2% no grupo dos homens e a 33,9% no grupo das mulheres. Portanto, no cômputo geral, os homens são proporcionalmente mais empreendedores que as mulheres”.

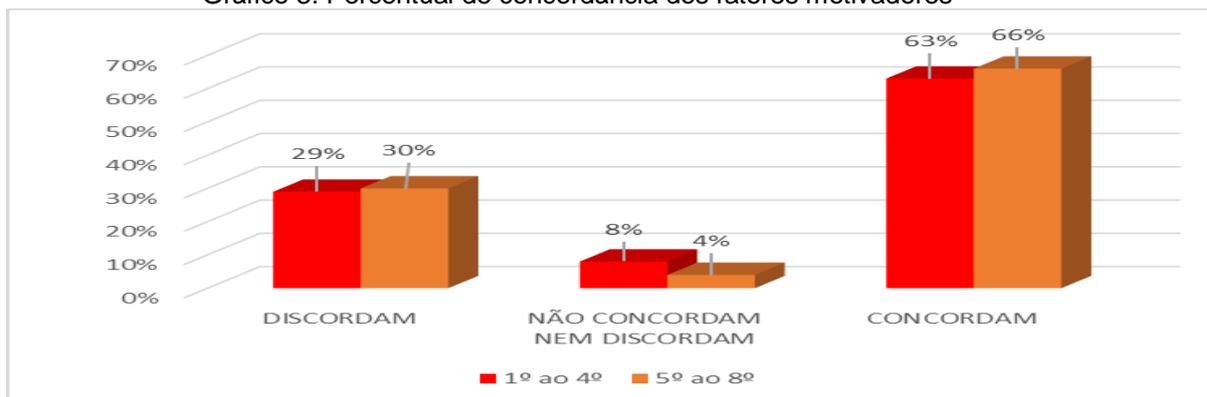
4.3 Principais fatores motivacionais para empreender.

Nesse tópico discutiu-se o resultado da pesquisa referente os fatores que possibilitam incentivo a motivação para empreender e, juntamente com os dados que foram coletados de 1º ao 4º períodos através do método Likert. Essas perguntas foram apresentadas para que o aluno demonstrasse sua opinião em relação ao grau de concordância.

Os dados obtidos através da análise feita, deu condição de identificar as variáveis em que os alunos concordam ou discordam em ser o (os) fator (es) que na visão deles,impulsam a empreender e explorar as oportunidades que surgem no mercado.Os resultados encontrados foram, que dos 63 (sessenta e três)alunos que estão em fase inicial de curso, ou seja, de 1º ao 4º períodos, 29% em suas opiniões discordaram das opções do quadro acima, enquanto 63% concordaram que todas as 10 opções listadas na tabela acima, impulsionam o desejo deles empreenderem após a formação do curso de Administração.Outra taxa interessante que foi analisada é que 8% não concordaram ou discordaram dos fatores elencados, atitude essa que os defini como alunos neutros ou sem opinião, sobre o tema proposto.

Fazendo essa mesma análise com os 76 (setenta e seis) estudantes de 5º ao 8º período, 30% apenas discordam que os fatores motivadores destacados, não os motivam, enquanto uma parcela maior de 66% concordam que esses fatores despertam o interesse em empreender. Seguidos de uma mínima parcela representada por 4% de pessoas que não concordaram e também não discordaram, mostrando mais uma vez que mesmo já no estágio avançado do curso, ainda não possuem opinião sobre a ideia proposta e devido a esse fato, concluímos que são alunos que não tem interesse em empreender. Diante dessa análise dos dois grupos de alunos que estão em fase de aprendizagem, foi possível perceber a diferença que há em relação aos semestres cursados, em função dos percentuais de concordância que aumentaram de uma fase para outra, devido o conhecimento que é adquirido, mostrando como é importante essa influência que o curso de Administração tem para o empreendedorismo. O gráfico abaixo apresenta os resultados de modo geral:

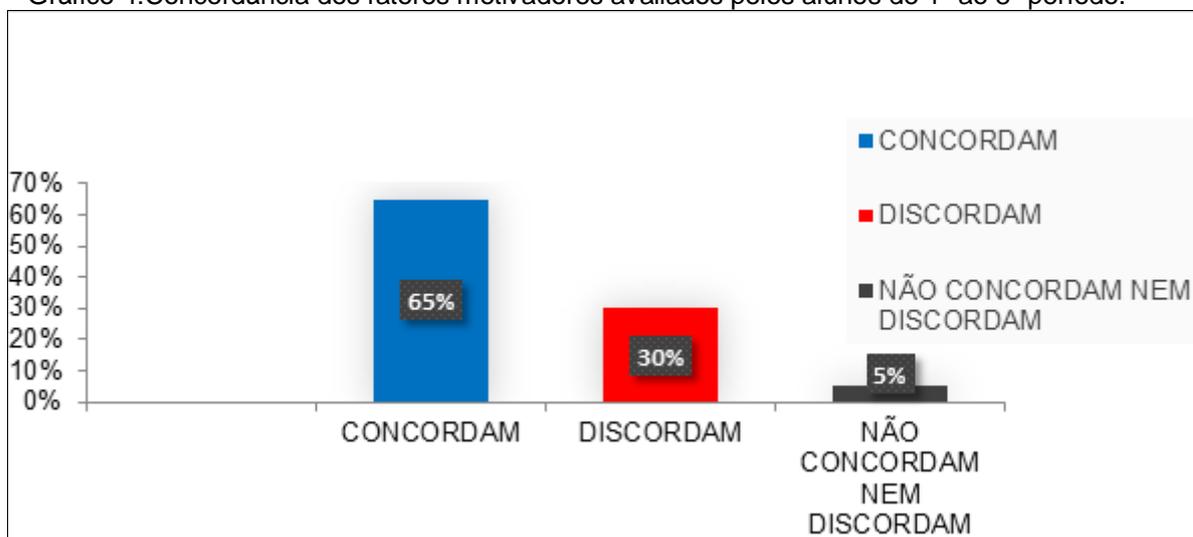
Gráfico 3: Percentual de concordância dos fatores motivadores



Fonte: Os autores

Em razão disso, podemos identificar de forma ampla, através do gráfico abaixo, que o incentivo e a motivação para os alunos do curso de Administração da Faculdade Doctum da Serra é alto, sendo que 65% dos 139 (cento e trinta e nove) respondentes consideram que o ensino e conhecimento adquiridos no curso tem dado capacidade de identificar e apontar os elementos que despertam a motivação para empreender.

Gráfico 4: Concordância dos fatores motivadores avaliados pelos alunos de 1º ao 8º período.



Fonte: Os autores

Buscou-se identificar também quais foram os fatores que os alunos mais discordam, e para achar esse resultado foi tirada uma média, em percentual, de todas as respostas que foram discordadas, excluindo dessa análise, os alunos que não concordaram e nem discordaram.

As perguntas de maior percentual de pessoas que discordaram foi:

1. Possuir uma renda independente,
2. Sair do desemprego para gerar emprego e
3. Assumir um negócio familiar

Um percentual de 62% de todos os entrevistados discordou que esses fatores tem influência na motivação para empreender, de fato, após a análise desses elementos foi possível observar que, possuir renda independente, remete a ideia de ser uma segunda fonte de renda para complementar a renda fixa que o aluno já possui como funcionário em alguma organização, excluindo as possibilidades de ser um empreendedor com renda única. A questão que trata sair do desemprego para gerar emprego, seu percentual de discordância também é alto, pois na visão dos alunos, essa deve ser uma prioridade de responsabilidade direta do governo. A outra questão envolve em assumir um negócio familiar e traz uma noção de herança herdada, através de um negócio que já existe e que precisa ser dada continuidade, fugindo completamente do contexto do empreendedor, pois empreender está diretamente ligado a explorar e desenvolver novas oportunidades de negócio, assumindo riscos em busca de resultados constantes.

Dentre os sete fatores que se destacaram em nível de concordância pelos alunos, observou-se que quatro fatores tiveram maiores percentuais de respostas, onde, do total de 139 (cento e trinta e nove) alunos entrevistados, a maioria identificou como ação incentivadora, a busca por independência financeira, contando 69% o nível de concordância, uma vez que ser dono do próprio negócio, além de trazer autonomia, ao longo prazo pode trazer uma estabilidade financeira, sustenta essa ideia o fator de saírem da situação como empregado, que contou com 42% de nível de concordância; o fator de usar a capacidade de criação e inovação ganhou destaque com 86% dos entrevistados concordando; o fator de otimismo e ser um tomador de decisões contaram com 53% dos que concordaram totalmente.

Podemos concluir que em relação os fatores que motivam os alunos a empreender depois de formados, não há uma diferença significativa entre os alunos iniciantes para os que estão em estágio mais avançado de curso, mas reforça a importância que o conhecimento adquirido ao longo do curso sustenta

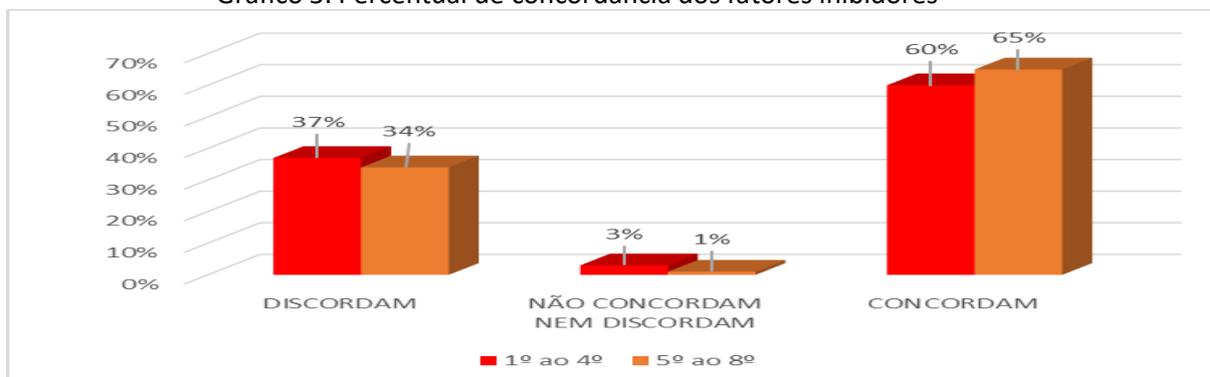
as decisões e atitudes dos estudantes, despertando os sonhos dos alunos dentro do universo do empreendedorismo, incentivando irem em busca de desafios. Borges et al (2018 p. 157) afirma que “é preciso estimular os espíritos empreendedores e acalantar todos aqueles que manifestem interesse em criar seu próprio negócio”.

4.4 Principais fatores considerados inibidores para empreender.

O próximo passo da pesquisa agora é identificar no quadro abaixo, quais são os elementos que os alunos mais consideram como inibidores do desejo de empreender, tais fatores podem ser vistos como dificuldades que os alunos esbarram ou encontram na hora de se tornarem empreendedores. Abaixo, foi destacado os aspectos que contribuem para essas barreiras e quais são os níveis de concordância dos alunos do 1º ao 4º período. A média percentual das 10 (dez) variáveis utilizadas como elementos que justificam a inibição do processo de empreender, o resultado encontrado foi que do total de 63 (sessenta e três) alunos pesquisados, 37% discordaram que tais fatores não inibem o desejo de empreender, contudo, 60% concordam serem inibidores e impeditivos para o empreendedorismo evoluir, por fim uma parcela menor representada por 3% opinaram em não concordar e nem discordar com esses elementos. Quanto ao quantitativo de alunos de 5º ao 8º período, foi possível chegar a uma análise de visão dos alunos que estão ainda na fase inicial de curso e os que estão já em um nível mais avançado. E observou-se que um total de 34% dos alunos desse segundo grupo discorda desses fatores como inibidores para o empreendedorismo, uma diferença de 3% a menos dos alunos do primeiro grupo, de 65% dos pesquisados de 5º ao 8º período concordam que condições inibem o sonho de empreender depois de formados, ou seja, é notável que houvesse um aumento também de 5% em relação ao primeiro grupo de pesquisados, quanto aos alunos que optaram em não discordar ou concordar, o percentual obtido foi 1%, sendo menor em 2% também comparando com o primeiro grupo. Esses dados mostram que de acordo com os semestres que vão passando, os alunos vão adquirindo mais conhecimento e conseqüentemente vão tendo mais desejo de se tornarem empreendedores, vale ressaltar que esse interesse é despertado pelos professores da Doctum Serra, se empenham ao longo do curso em passar

informações e conhecimentos aos alunos. O gráfico abaixo apresenta os resultados obtidos de forma ampla:

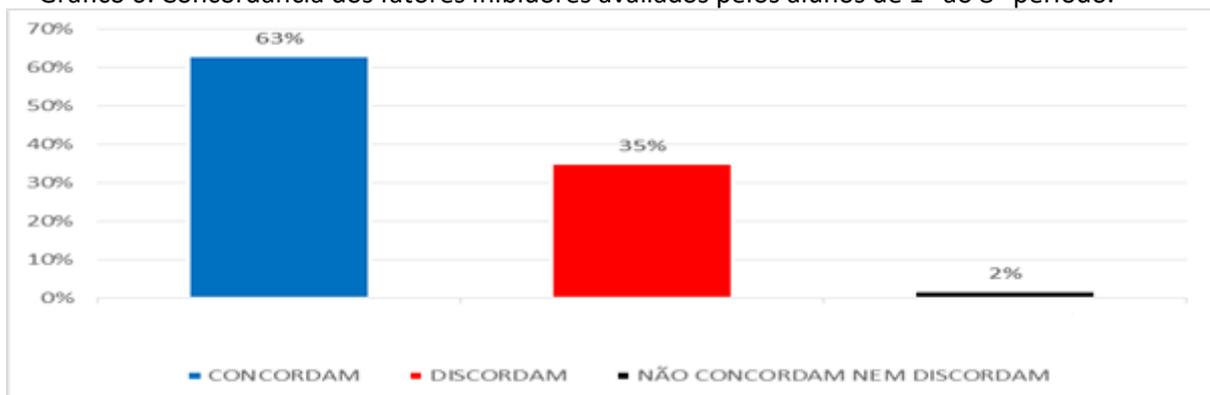
Gráfico 5: Percentual de concordância dos fatores inibidores



Fonte: Os autores

Com essa análise foi possível identificar que, de todos os 139 (cento e trinta e nove) alunos pesquisados para identificar a relação de concordância e discordância dos fatores que inibem o interesse em empreender após a formação do curso de Administração na faculdade Doctum Serra, 63% concordam que os fatores elencados no questionário de pesquisa, são fatores que inibem o empreendedorismo, enquanto 35% discordam que esses elementos sejam inibidores desse fenômeno. Houve ainda um percentual de 2% dos alunos que, não concordaram e nem discordaram dos fatores, um percentual baixo e considerável para sustentação dessa pesquisa.

Gráfico 6: Concordância dos fatores inibidores avaliados pelos alunos de 1º ao 8º período.



Fonte: os autores.

Visando apresentar uma análise específica referente às alternativas propostas no questionário, as variáveis de maior discordância perante os alunos, no fator de maior influência na inibição do desejo de empreender, com 78% são: a crise econômica em que o país está passando; a falta de

conhecimento e informação no campo de empreendedorismo; falta de políticas governamentais para empresas nascentes e a falta de oportunidade no mercado devido à alta concorrência.

Segundo Duarte, Carmo e Valadão (2017, p.81) “o país vem sofrendo constantes variações no cenário econômico e que através do empreendedorismo muitas pessoas estão garantidas sua sobrevivência e ajudando a acelerar a economia do país”. Esse pensamento do autor sustenta o grande percentual de discordância desses elementos, pois podemos considerar que são causas que obrigam muitas pessoas a buscarem conhecimentos para poderem explorar as oportunidades que surgem no mercado.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa teve como enfoque identificar quais alunos pretendem empreender e apresentar os principais fatores que motivam os alunos de administração ao empreendedorismo, além de apontar os fatores que inibem o desejo de se tornarem empreendedores após formados. Com relação ao quantitativo coletado, foi possível mapear os perfis socioeconômicos (sexo, período estudado e renda aproximada) dos entrevistados e a possível influência da graduação como ponte da criação de novos empreendedores. A pesquisa limitou-se a: 139 (cento e trinta e nove) alunos do curso de administração, dentre o primeiro ao oitavo período, ano de 2018, da faculdade Doctum, localizada em Laranjeiras na Serra.

O estudo analisou as opiniões através das questões propostas, contando com gráficos e tabelas. O objetivo foi alcançado, pois foi possível verificar e mensurar dificuldades para tomar a decisão de empreender e pontos críticos mais pontuados. Contudo, percebe-se através dos resultados que os alunos, no decorrer do curso de administração, tendem a reafirmar a vontade de serem empreendedores e iniciarem o próprio negócio. Isso foi possível, a partir do conhecimento adquirido, de forma mais avançada em cada fase acadêmica, além dos pontos incentivadores apontados. A contribuição dada foi a de permitir uma reflexão a respeito do tema empreendedorismo em sala de aula, visando salientar a importância de reconhecer diversos fatores motivadores necessários para atingir os objetivos. A pesquisa oferece

resultados interessantes para profissionais da área, como, professores, pesquisadores e até mesmos os alunos. Em razão do gênero analisado, notou-se que os homens tem maior interesse em empreender do que as mulheres, esse dado é interessante, pois o relatório GEM de 2016 afirma que nos últimos anos, o número de mulheres empreendedoras foi maior que dos homens, ou seja, a análise contradiz esse fato. Quando questionados se o espírito empreendedor pode ser considerado um dom, os alunos em maior parte discordaram, alegando que esse fenômeno pode ser desenvolvido no perfil das pessoas. Pode ser observado que o interesse dos alunos em empreender após o a conclusão do curso é alto e retrata o aumento expressivo de jovens empreendedores nos últimos anos. Tal fatoré sustentado pela representação de 63% de alunos do total pesquisado, ou seja, afirmaram que tem o real desejo de empreender depois de formados. A razão para esses alunos estarem otimistas quanto a escolha de empreenderem pós-formados está relacionada com o crescimento expressivo das oportunidades no campo do empreendedorismo nos últimos anos e esses fatos tornam ainda mais evidente que as universidades invistam e dê importância para o planejamento educacional dos alunos, com o intuito de prepara-los para as constantes exigências do mercado. Foi possível identificar também que o interesse dos alunos em fase inicial de curso de empreender vai aumentando conforme vão passando de semestre, é interessante esse fato, pois demonstra que o nível de conhecimento na área, vai fazendo diferença na maneira de pensar e agir dos estudantes, além de gerar atitude e competência para as tomadas de decisões. A análise dos constructos motivacionais que despertam o desejo de empreender nos estudantes, também apresentou parâmetros que torna válida a confiabilidade e clareza dos resultados obtidos.

Destacando as principais variáveis que tem influência direta na motivação dos alunos e teve maior grau de concordância, concluímos que obter uma independência financeira, sair da situação de empregado, usar a capacidade de inovação e criação e o otimismo ao tomar decisões, impulsionam os alunos ao empreendedorismo. Outro dado interessante foi em relação aos fatores inibidores, em que 78% dos alunos do primeiro ao oitavo período discordaram que a crise econômica em que o país está passando, a falta de conhecimento e informação no campo de empreendedorismo, falta de

políticas governamentais para empresas nascentes e a falta de oportunidade no mercado devido à alta concorrência, não são fatores que inibem o interesse deles para empreender. Logo, o objetivo desse trabalho foi apresentado detalhadamente e através desses resultados foi percebido que, há diferenças de pensamentos aos períodos que foram analisados, fundamentando que entre os alunos que estão em fase inicial de curso, estão ainda em processo de desenvolvimento de suas opiniões e objetivos, apesar de que alguns já tenham decidido que irão empreender após formados, já os alunos de quinto ao oitavo período, por possuírem já uma base de como gerir, criar e inovar, apresentam um interesse maior para empreenderem após a formação. Através dessa pesquisa também concluímos o grau de extrema importância que o curso de Administração tem para o desenvolvimento desses alunos que dependem do conhecimento e da educação para se tornarem profissionais empreendedores de sucesso, pois a formação empreendedora dentro das universidades diminui a proporção de risco ao empreendedor. E como sugestão de pesquisas futuras, propõe-se ampliar a pesquisa a outras faculdades que estão instaladas no Estado do Espírito Santo, sejam públicas ou privadas, para estenderem o assunto discutido no curso de Administração e também aplicar esse mesmo estudo em outras áreas de conhecimento, pois o empreendedorismo está diretamente ligado ao crescimento econômico do país e precisa ser desenvolvido por outras áreas. Outra questão levantada também a ser analisada é o fator de empreender por oportunidade ou necessidade, visto que o país vem sofrendo essas constantes variações econômicas e que há uma parcela de pessoas que enxergam oportunidades, já a outra parte opta em empreender por necessidade e muitas das vezes mesmo sem saber a real essência do empreendedorismo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARROS, A.; MIRANDA, M. **Empreendedorismo e crescimento econômico: uma análise empírica**. RAC - Revista de administração contemporânea, p. 975-993, 2008.
- BARROS, F.; FIÚSA, J.; IPIRANGA, A. **O Empreendedorismo como Estratégia Emergente de Gestão: Histórias de Sucesso**. O&S, 2005.
- BATAGLIA, W.; SIN OIH YU, A. **A sincronização da tomada de decisão estratégica com o planejamento estratégico formal**. RAM. Revista de Administração Mackenzie, p. 82-111, 2008.
- BORGES, C. E. A. **Jovens empreendedores e o processo de criação das empresas**. RAM. Revista de Administração Mackenzie, p. 39-63, 2008.
- CANAVER, I. A. **Planejamento estratégico para micro e pequena empresa**. Revista de ciências jurídicas, p. 94-103, 2013.
- CERTO, S.; PETER, J. **Administração Estratégica Planejamento e Implantação da Estratégia**. [S.l.]: Makron Books, 1993.
- CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo Dando Asas ao Espírito Empreendedor**. [S.l.]: Saraiva, 2006.
- CONTRERAS, H. **O Planejamento Estratégico dentro do conceito de Administração Estratégica**. FAE, p. 9-16, 2000.
- COSTA, R.; FURTADO, C. **Empreendedorismo: características, habilidades e competências**. Revista de empreendedorismo e gestão de micro e pequenas empresas, p. 20-40, 2016.
- DANTAS, J; MEIRA, R. **Gestão estratégica nas empresas de pequeno e médio porte**. Caderno de pesquisas em administração, p. 31-42, 2003.
- DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Editora de Cultura, 1999.
- DOLABELA, F. **O segredo de Luísa**. 2.ed. São Paulo: Cultura, 2006.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo Transformando ideias em Negócios**. 2. ed. [S.l.]: Elsevier, 2005.
- DUARTE, Maiara Natalia Marinho; CARMO, Shaiani de Oliveira do; VALADÃO, Renata de Sampaio. **Empreendedorismo: estratégia de negócio para tempos de crise**. Firb.br, 2017. Disponível em: <<http://www.firb.br/editora/index.php/interatividade/article/viewFile/215/308><http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/GEM%20Nacional%20-%20web.pdf><http://www.redalyc.org/pdf/2410/241019893007.pdf>> Acesso em: maio 2018.
- FASCINA, M. N. **A efetividade do planejamento estratégico como fator de competitividade**. Revista Científica da Faculdade Dom Bosco, Cornélio Procópio, v. 1, p. 23, 2013.
- FERREIRA, E. A. **A importância do planejamento estratégico para o crescimento das empresas**. Revista de ciências empresariais, p. 34 - 39, 2005.
- FIALHO, Borges Camila et al. **Motivação Para Empreender Em Cenário De Crise Econômica: Um Estudo Com Novos Empreendedores**. Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo, 2018. Disponível em: <<http://www.relise.eco.br/index.php/relise/article/view/123/121>>. Acesso em: 10 jun. 2018.

FILION, J. L.; DOLABELA, F. **Boa Ideia! E agora? Plano de Negócio, o caminho seguro para criar e gerenciar sua empresa.** 1º. ed. São Paulo: Cultura Editores Associados, 2000.

GIBBS, Graham. **Análise de dados qualitativos.** Porto Alegre: Artmed, p. 8, 2009.

GLOBAL Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil: Relatório Executivo.2017.** Disponível em: <m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%3 %B3rio%20Executivo%20BRASIL_web.pdf> Acesso em: 28 maio. 2018.

GLOBAL Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil: 2016.** Curitiba: IBQP, 2017.

GOMES, Rita de Cássia. **Empreendedor X E-Empreendedor.** Revista Eletrônica de Ciência Administrativa (RECADM). Faculdade Cenecista de Campo Largo. v. 2, n. 1, 2003

JORNAL Hoje. **Brasil tem R\$ 13 milhões de desempregados, diz IBGE.** G1, 2017. Disponível em: <https://glo.bo/2glnFUy>. Acesso em: 24 set. 2017.

JUNIOR, R.; VITAL, T. **A utilização do benchmarking na elaboração do planejamento estratégico: Uma importante ferramenta para a maximização da competitividade organizacional.** Revista Brasileira de Gestão de Negócios, p. 60-66, 2004.

MENSURAÇÃO e Escalas de Verificação: uma Análise Comparativa das Escalas de Likert. **Revista Brasileira de Pesquisas de Marketing.** São Paulo, 2014.

MINTZBERG, H.; LAMPEL, J.; MIGUEL, S. **Safari de Estratégia.** Bookman: [s.n.], 2000. 299 p.

MUSSI, F.; COSTA, R. **A influência do empreendedorismo no desenvolvimento econômico sob a perspectiva shumpeteriana.** Trivium – Rev. Elet. Mult. UCP, p. 17-32, 2010.

OLIVEIRA, et al. **Inteligência competitiva e suas conexões epistemológicas com gestão da informação e do conhecimento.** Ciência da informação, p. 19-34, 2009.

SEBRAE Nacional. **Tendências em educação empreendedora: aprendizado para quem sonha alto.** Educação Empreendedora, 2017. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/tendencias-em-educacao-empreendedor-aprendizado-para-quem-sonha-alto,9fb982fdc7c8b510VgnVCM100004c00210aRCRD>. Acesso em: 28 maio 2018.

SILVA, D. **Nove empresas fecham as portas por dia no ES, diz Fecomércio.** Espírito Santo. G1, 2016. Disponível em: <http://g1.globo.com/espirito-santo/noticia/2016/08/nove-empresas-fecham-portas-por-dia-no-es-diz-fecomercio.html>. Acesso em: 15 out. 2017.

SILVA, H. M. D. **Empreendedorismo: uma análise sobre o empreendedor e o administrador dentro das empresas.** Maringá Management: Revista de Ciências Empresariais, p. 35-42, 2009.

TEIXEIRA, C.; DANTAS, G.; BARRETO, C. **A Importância do planejamento estratégico para as pequenas empresas.** Revista Eletrônica Científica da FAESB, v. 1, n. 1, p. 8, 2015.

TERENCE, A. C.; FILHO, E. **Elaboração do planejamento estratégico: Estudo e aplicação de um roteiro em pequenas empresas.** Revista da Micro e Pequena Empresa, p. 34-50, 2007.

TREVISAN, K. **Brasil enfrenta pior crise já registrada poucos anos após um boom econômico.** G1, 2017. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/brasil-enfrenta-pior-crise-ja-registrada-poucos-anos-apos-um-boom-economico.ghtml>. Acesso em: 24 set. 2017.

VALENTE, Antonio Carlos Nascimento. **ESTRATÉGIAS METODOLÓGICAS E SUA EFICÁCIA NA FORMAÇÃO DE EMPREENDEDORES NOS CURSOS DE ADMINISTRAÇÃO DA FACULDADE BATISTA DE VITÓRIA: O ESFORÇO INSTITUCIONAL E A PERCEPÇÃO DO ALUNO FORMANDO**. 2004. 123 f, Florida Christian University, Orlando, 2004.

ZEN, A.; FRACASSO, E. **Quem é o empreendedor? As implicações de três revoluções tecnológicas na construção do termo empreendedor**. Revista de Administração Mackenzie, p. 135-150, 2008.

QUESTIONÁRIO

QUESTÕES:

1. Conhecer o perfil socioeconômico**1.1 Sexo do entrevistado**

Feminino Masculino

1.2 Qual a sua idade?

- 18 a 22 anos
 23 a 29 anos
 30 a 45 anos
 46 a 59 anos
 60 anos ou mais

1.3 Estado civil

- Solteiro
 Casado
 Separado
 Viúvo
 Outros

1.4 Renda mensal individual:

- De 965,00 a 1.530
 De 1.531 a 2.040
 De 2.041 a 2.550
 De 2.551 a 5.100
 De 5.101 a 7.650
 De 7.651 a 10.200
 Acima de 10.200
 Não tem renda

1.5 Qual período cursa atualmente?

- 1º Período
 2º Período
 3º Período
 4º Período
 5º Período
 6º Período
 7º Período
 8º Período

2. A influência do curso de administração para o empreendedorismo. Avalie quanto ao grau de concordância:**2.1 O currículo do curso de administração contribui para sua formação empreendedora?**

- Discordo totalmente
 Discordo parcialmente
 Não concordo nem discordo
 Concordo Parcialmente
 Concordo totalmente

2.2O curso oferece atividades extracurriculares para seu desenvolvimento empreendedor?

- Discordo totalmente

- Discordo parcialmente
 Não concordo nem discordo
 Concordo Parcialmente
 Concordo totalmente

2.3 A execução destas atividades extracurriculares é suficiente?

- Discordo totalmente
 Discordo parcialmente
 Não concordo nem discordo
 Concordo Parcialmente
 Concordo totalmente

2.4 A formação empreendedora é um diferencial competitivo no mercado de trabalho?

- Discordo totalmente
 Discordo parcialmente
 Não concordo nem discordo
 Concordo Parcialmente
 Concordo totalmente

2.5 Você acredita que empreender é muito importante para o crescimento da economia e a geração de emprego do país?

- Discordo totalmente
 Discordo parcialmente
 Não concordo nem discordo
 Concordo Parcialmente
 Concordo totalmente

2.6 Sua formação atual atende as exigências do mercado de trabalho?

- Discordo totalmente
 Discordo parcialmente
 Não concordo nem discordo
 Concordo Parcialmente
 Concordo totalmente

2.7 Você pretende abrir um negócio após o término do curso na faculdade?

Sim Não Talvez

2.8 Caso você já tenha um negócio próprio, você pretende expandi-lo por conta dos conhecimentos adquiridos ao longo do curso?

Sim Não Talvez

2.9 Para você, empreendedorismo é um dom?

Sim Não Talvez

2.10 Qual destas palavras melhor define o empreendedor para você?

- Sucesso
 Auto Realização
 Independente
 Inovador

() Criativo

3. Principais fatores motivacionais. Avalie quanto ao grau de concordância:

3.1 Criar uma independência financeira?

- () Discordo totalmente
 () Discordo parcialmente
 () Não concordo nem discordo
 () Concordo Parcialmente
 () Concordo totalmente

3.2 Explorar as oportunidades no mercado?

- () Discordo totalmente
 () Discordo parcialmente
 () Não concordo nem discordo
 () Concordo Parcialmente
 () Concordo totalmente

3.3 Sair da rotina de empregado?

- () Discordo totalmente
 () Discordo parcialmente
 () Não concordo nem discordo
 () Concordo Parcialmente
 () Concordo totalmente

3.4 Usar sua capacidade de criação e inovação?

- () Discordo totalmente
 () Discordo parcialmente
 () Não concordo nem discordo
 () Concordo Parcialmente
 () Concordo totalmente

3.4 Possuir uma renda independente?

- () Discordo totalmente
 () Discordo parcialmente
 () Não concordo nem discordo
 () Concordo Parcialmente
 () Concordo totalmente

3.6 Buscar uma realização pessoal?

- () Discordo totalmente
 () Discordo parcialmente
 () Não concordo nem discordo
 () Concordo Parcialmente
 () Concordo totalmente

3.7 Sair do desemprego para gerar emprego?

- () Discordo totalmente
 () Discordo parcialmente
 () Não concordo nem discordo
 () Concordo Parcialmente
 () Concordo totalmente

3.8 Assumir um negócio familiar?

- () Discordo totalmente
 () Discordo parcialmente
 () Não concordo nem discordo
 () Concordo Parcialmente
 () Concordo totalmente

3.9 Gostar de assumir riscos e responsabilidades?

- () Discordo totalmente
 () Discordo parcialmente
 () Não concordo nem discordo
 () Concordo Parcialmente
 () Concordo totalmente

3.10 Ser otimista e gostar de tomar decisões?

- () Discordo totalmente
 () Discordo parcialmente
 () Não concordo nem discordo
 () Concordo Parcialmente
 () Concordo totalmente

4. Identificar os principais elementos inibidores desse projeto. Avalie quanto ao grau de concordância:

4.1 Não possuir um capital para iniciar o negócio?

- () Discordo totalmente
 () Discordo parcialmente
 () Não concordo nem discordo
 () Concordo Parcialmente
 () Concordo totalmente

4.2 Ter medo em arriscar?

- () Discordo totalmente
 () Discordo parcialmente
 () Não concordo nem discordo
 () Concordo Parcialmente
 () Concordo totalmente

4.3 A crise econômica que o país está passando?

- () Discordo totalmente
 () Discordo parcialmente
 () Não concordo nem discordo
 () Concordo Parcialmente
 () Concordo totalmente

4.4 A alta carga de impostos que se paga para empreender?

- () Discordo totalmente
 () Discordo parcialmente
 () Não concordo nem discordo
 () Concordo Parcialmente
 () Concordo totalmente

4.5 Falta de conhecimento e informação no campo do empreendedorismo?

- () Discordo totalmente
 () Discordo parcialmente
 () Não concordo nem discordo
 () Concordo Parcialmente
 () Concordo totalmente

4.6 Falta de políticas governamentais para empresas nascentes?

- () Discordo totalmente
 () Discordo parcialmente
 () Não concordo nem discordo
 () Concordo Parcialmente
 () Concordo totalmente

4.7 Falta de oportunidade no mercado devido à alta concorrência?

- () Discordo totalmente
 () Discordo parcialmente
 () Não concordo nem discordo
 () Concordo Parcialmente
 () Concordo totalmente

4.8 Desconhecimento do mercado em que se pretende investir?

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Não concordo nem discordo
- Concordo Parcialmente
- Concordo totalmente

4.9 Ter dificuldade para inovação?

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Não concordo nem discordo
- Concordo Parcialmente
- Concordo totalmente

4.10 Não gostar de pessoas?

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Não concordo nem discordo
- Concordo Parcialmente
- Concordo totalmente

