

Empreendedorismo na Graduação em Administração: uma análise da efetividade dos Trabalhos de Conclusão de Curso em uma Universidade Comunitária.

Daiane Casaro
daiacasaro@unochapeco.edu.br
Unochapecó

Moacir Francisco Deimling
moacir@unochapeco.edu.br
Unochapecó

Rodrigo Barichello
rodrigo.b@unochapeco.edu.br
Unochapecó

Resumo: É notório o interesse de alunos dos cursos de Administração pelo empreendedorismo e os trabalhos de conclusão de curso, através de planos de negócio e de análise de viabilidade econômico-financeira dão vazão ao sonho destes se tornarem empresários. Este estudo busca responder qual a efetividade dos trabalhos de conclusão de curso em uma universidade comunitária. Como instrumento de coleta de dados foi utilizado o questionário e a pesquisa caracteriza-se como descritiva de cunho quantitativo. Como principais resultados têm-se que o curso atendeu às expectativas quanto ao seu papel de auxiliar no sucesso de um empreendimento.

Palavras Chave: ensino superior - empreendedorismo - TCC - -

1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo tem se constituído em uma alternativa viável e interessante para o desenvolvimento econômico, na medida em que distribui renda a partir de pequenos negócios e oportuniza a ascensão social e econômica a uma ampla fatia da população.

Conforme Schumpeter (1984), os empreendedores assumem papel relevante no desenvolvimento econômico e social de países em desenvolvimento. O empreendedorismo tem uma valorização crescente em função das mudanças que vêm ocorrendo, principalmente no que tange às relações de trabalho e de emprego e renda.

Degen (2010) coloca que todo empresário ou futuro estudante de empreendedorismo, em um dia de suas vidas, começa a adquirir conhecimento. Eles começam pela construção de seu capital-social (normas ou valores compartilhados que promovam a cooperação social) e acumulam uma cultura pessoal. Eles aprendem na escola como dominar tarefas complexas na sua área de interesse, como gerenciar os outros, como entender de negócios e como ganhar experiência.

Dolabela (1999) afirma que o ensino no Brasil ainda não sinaliza totalmente para o empreendedorismo, mas que está voltado para a formação de profissionais que irão buscar emprego no mercado de trabalho.

Para Ramos e Gimenez (2006) os cursos de administração ainda privilegiam a gestão de grandes organizações em detrimento das pequenas e médias empresas, e que o ensino de empreendedorismo pode incrementar o pensamento criativo, a inovação e a habilidade de descobrir problemas e resolvê-los de maneira original.

Flores; Hoeltg e baum; e Silveira (2008) afirmam que em países onde o ensino do empreendedorismo é mais evidente, como nos Estados Unidos e Canadá, também é maior a atividade empreendedora. Levando-se a crer que o envolvimento das IES como formadora de empreendedores é fundamental.

Para Ramos e Gimenez (2006) as IES no Brasil precisam melhorar em relação ao planejamento (objetivos claros, metodologia definida e recursos limitados), uma vez que se mostram muitas vezes incompletos. A falta de itens do planejamento pode comprometer a qualidade do ensino de empreendedorismo.

As universidades que oferecem cursos de administração estão entre as que possuem mais condições de promover o empreendedorismo em suas classes e formar egressos com um perfil orientado a novos negócios. Para tanto, se faz necessário uma orientação clara para isso agregada a metodologias e recursos adequados para a concretização de uma educação empreendedora.

O assunto empreendedorismo tornou-se requisito necessário nos cursos de Administração, pois muitos acadêmicos escolhem o assunto para trabalhos de conclusão de curso, também denominados de TCC.

A temática proposta neste estudo é identificar os acadêmicos que utilizaram o assunto de plano de negócio ou viabilidade Econômico-Financeira em seus TCC, por que optaram por esse assunto e se implantaram o mesmo. Os que implantaram se houve êxito, e se não qual o motivo. Ou seja, estudar a efetividade dos planos de negócio e estudos de viabilidade Econômico-Financeira oriundo de TCC do curso de Administração de uma universidade comunitário localizada no oeste de Santa Catarina.

2. REVISÃO DA LITERATURA

2.1 EMPREENDEDORISMO E O EMPREENDEDOR

Para Mendes (2009), o empreendedorismo tem como objetivo gerar e aumentar as riquezas e benefícios através do desenvolvimento econômico de um projeto, distribuindo a toda sociedade de forma dinâmica buscando sempre a melhor maneira de conduzi-lo. O empreendedorismo pode ser a união de uma oportunidade com uma idéia inovadora, que fazem com que pessoas possam colocar em prática processos que podem fazer a transformações para seus negócios chegarem ao sucesso.

Para Bernardi (2006) existe um mito de que não é possível desenvolver o empreendedorismo, ou seja, deve-se nascer empreendedor. Mas existem várias circunstâncias e motivações que dão origem a um empreendimento e ao surgimento do empreendedor, que podem estar ou não ligadas a sua personalidade.

Chiavenato (2008) coloca que o empreendedor não é somente um impulsionador de novas empresas e negócios, mas é a energia da economia, a alavanca de recursos, o impulso de talentos, a dinâmica de idéias. Ele busca oportunidades e precisa ser rápido, antecipando movimentos antes que outros o façam. Mendes (2009) e Chiavenato (2008) trazem a idéia de que o empreendedor sabe que existe um risco muito grande associado à prática do empreendedorismo.

Segundo Bernardi (2003) o empreendedorismo pode ser concretizado de diferentes formas: a) montagem de um empreendimento; b) compra de uma empresa em funcionamento; c) sociedade num novo empreendimento; d) sociedade num empreendimento em funcionamento; e) franquias, muito utilizada quando não se conhece o ramo, o que economiza muitas etapas e estudos, além de diluição de riscos.

Para Degen (2009) os empreendedores inicialmente assumem quatro papéis ao iniciarem uma atividade própria: empreendedor, empresário, executivo e empregado, com os riscos inerentes a cada uma destas atividades

As características de um empreendedor, para Dolabela (1999), “[...]saberá aprender o que for necessário para criar, desenvolver e realizar sua visão. No empreendedorismo, o ser é mais importante do que o saber: este será consequência das características pessoais que determinam a metodologia de aprendizagem do candidato a empreender.”

2.2 PLANO DE NEGÓCIO

O plano de negócio é uma documentação que é composta de todas as informações necessárias para que esse plano seja colocado em prática, informações essas que vão desde como será o negócio, como vai ser operacionalizado, estratégias, previsões financeiras de contas a pagar e receber, previsão de resultados e como vai entrar no mercado competitivo que enfrentamos atualmente, podemos considerar o plano com um manual de como proceder na hora de executar.

Para Hisrich e Peters (2004), o plano de negócio é um documento preparado pelo empreendedor em que são descritos todos os elementos externo e internos relevantes envolvidos no início de um novo empreendimento. Envolve uma integração de planos funcionais como os de marketing, finanças, produção e recursos humanos.

Planos de negócios não são úteis apenas para novos empreendimentos, mas podem e deve ser usado para agregar valor a um produto ou serviço, ampliar uma área da empresa,



criar um novo produto ou serviço, o plano de negócio pode ser usado de diversas maneiras, dependendo da necessidade e da demanda.

Segundo Chiavenato (2008) o plano de negócio é um projeto indispensável para definir os rumos atuais e futuros do novo empreendimento. O plano de negócio permite melhores condições para planejar, organizar, dirigir, avaliar e controlar o negócio. Em outras palavras, ele serve para retratar o início, o meio e o fim de um empreendimento.

Para Cecconello (2008) “a elaboração de um plano de um negócio é um trabalho que exige clareza quanto ao que vai ser avaliado, além de cuidados específicos com relação à fundamentação e qualidade das premissas que venham a ser assumidas”.

Todo novo empreendimento deve ser visualizado do ponto de vista de um plano de negócio completo e que contenha todos os elementos importantes para caracterizá-lo adequadamente. Para Chiavenato (2008), o plano deve trazer a descrição do setor, a natureza jurídica do negócio, a estrutura organizacional da empresa, os relatórios financeiros simulados, um plano estratégico e um plano operacional.

Bernardi (2006) coloca que o desenvolvimento do plano de negócios conduz e obriga o empreendedor a analisar o ambiente de negócios, os objetivos, as estratégias, competências, estrutura, organização investimentos, recursos, bem como o estudo de viabilidade do negócio em questão. Através desta análise podem-se encontrar os pontos fracos e ameaças do empreendimento, as oportunidades e forças, bem como quais medidas devem ser tomadas para adequar o negócio ao mercado.

2.3 EDUCAÇÃO E EMPREENDEDORISMO

Vários estudos têm sido realizados sobre a capacidade do empreendedorismo para criar novos postos de trabalho e a importância da educação para o empreendedorismo na produção de potenciais empreendedores do sistema educacional.

Ramos e Gimenes (2006) colocam que às universidades e outras instituições de ensino superior ter sido dada a incumbência de desempenhar um papel de liderança em inculcar aos alunos o conhecimento empresarial e as competências que serão úteis em seus esforços de carreira. As universidades têm um importante papel na promoção da educação para o empreendedorismo, desenvolvendo com isso as economias regionais e da sociedade. Para tanto, as instituições de ensino superior devem ter esta consciência e promover o empreendedorismo na formação de seus alunos.

Para Bygrave (2004) as universidades dever focar em ensinar seus alunos a pensar e comportar-se como empreendedores. Gnyawali e Fogel (1994) colocam que as universidades devem posicionar-se como um centro de empreendedorismo, fazendo uma contribuição substancial em nutrir um ambiente empresarial que combina fatores que contribuem para o desenvolvimento do empreendedorismo.

Na mesma linha Roffe (1999) afirma que como um fornecedor de programas de treinamento de empreendedorismo, a universidade deve fazer o melhor possível para criar um ambiente favorável ao empreendedorismo que poderia incentivar a atividade empresarial, que por sua vez contribuirá para desenvolver uma cultura empresarial entre os estudantes universitários que são os empresários de amanhã.

Espera-se das universidades a criação de uma cultura empreendedora no campus, afinal os alunos podem ser influenciados nesta etapa de suas vidas, e a decisão para a criação de empresas pode se dar desta forma.



Gnyawali e Fogel (1994) afirmam que as preferências dos estudantes em relação à carreira são facilmente influenciadas pelas condições ambientais em que eles estão interagindo, e como são jovens e sempre à procura de modelos adequados, o empreendedorismo surge como alternativa viável.

Produzir estudantes que são capazes de lidar com a atividade empresarial real ou transformar as competências empreendedoras dos alunos de forma prática está intimamente centrado em cursos de empreendedorismo ou que tenham um forte enfoque neste. Assim, grande parte do desafio de fomentar o empreendedorismo está na educação e na adequação das grades curriculares à este, de forma a desenvolver as competências e habilidades necessárias aos futuros empreendedores.

3. METODOLOGIA

O presente trabalho foi realizado no período de agosto a novembro de 2011, na cidade de Chapecó (SC), com o objetivo de avaliar a utilização dos planos de negócios elaborados pelos acadêmicos da Unochapecó nos trabalhos de conclusão de curso.

A caracterização do estudo quanto ao objetivo foi de pesquisa exploratória, onde é estudado um determinado fato visando proporcionar uma dimensão geral sobre o tema abordado, com maiores informações, facilitando a delimitação do estudo.

Quanto ao procedimento da pesquisa, foi elaborado um questionário para obter informações. Utilizou-se a definição acerca da amostra da pesquisa, todos os acadêmicos do curso de administração que cursaram na grade 221 e 222, sendo que destes 122, tiveram como escolha o assunto Plano de Negócio e viabilidade Econômico-Financeira para o trabalho de conclusão de curso, no período de 2006 à 2011.

Os acadêmicos foram informados do objetivo da pesquisa através de mensagem gerada pelo Sistema de Mensagem Integrada – UNOCHAPECÓ, Uno-SMI. A mensagem foi enviada a todos os acadêmicos (Figura 1) que realizaram o trabalho de conclusão do curso de Administração do ano de 2006 ao primeiro semestre de 2011 corresponde às grades 221 e 222, a partir do dia 15 de outubro de 2011.

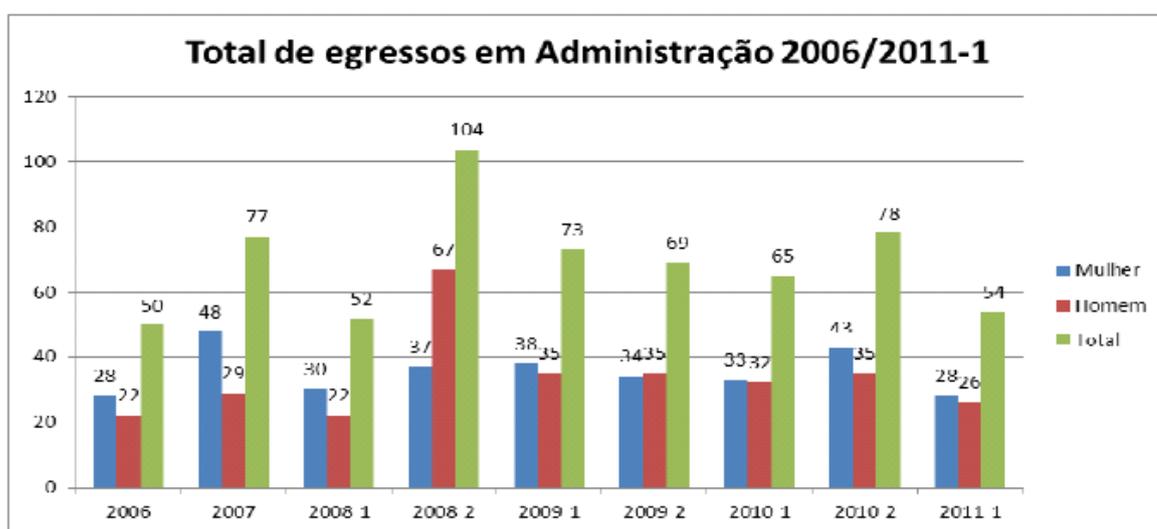


Figura 1. Total de egressos do curso de Administração 2006 -2011/1

O questionário foi elaborado na ferramenta “Google docs” e disponibilizado para preenchimento pela internet aos participantes até o dia 15 de novembro de 2011. Os acadêmicos que realizaram o trabalho de conclusão do curso de Administração de 2006 até o primeiro semestre de 2011 totalizaram 622 alunos. Contudo, a pesquisa estava diretamente direcionada aos acadêmicos egressos que desenvolveram seu TCC em “Plano de Negócios, ou Viabilidade Econômico-Financeira”.

Desta forma, do total de 622 acadêmicos que concluíram o curso de administração e desenvolveram seu trabalho de conclusão de curso, somente 122 o fizeram nesta temática.

Importante ressaltar, que os 122 alunos aptos a responderem (veja Figura 2) a pesquisa referem-se aos acadêmicos que realizaram o TCC, corresponde aos alunos do primeiro semestre de 2008 ao primeiro semestre de 2011, isso se justifica em razão de não ter se obtido os dados/registros dos acadêmicos que realizaram o TCC em “Plano de Negócios, ou Viabilidade Econômico-Financeira” no primeiro e segundo semestres dos anos de 2006 e 2007 junto à Coordenação do Curso.

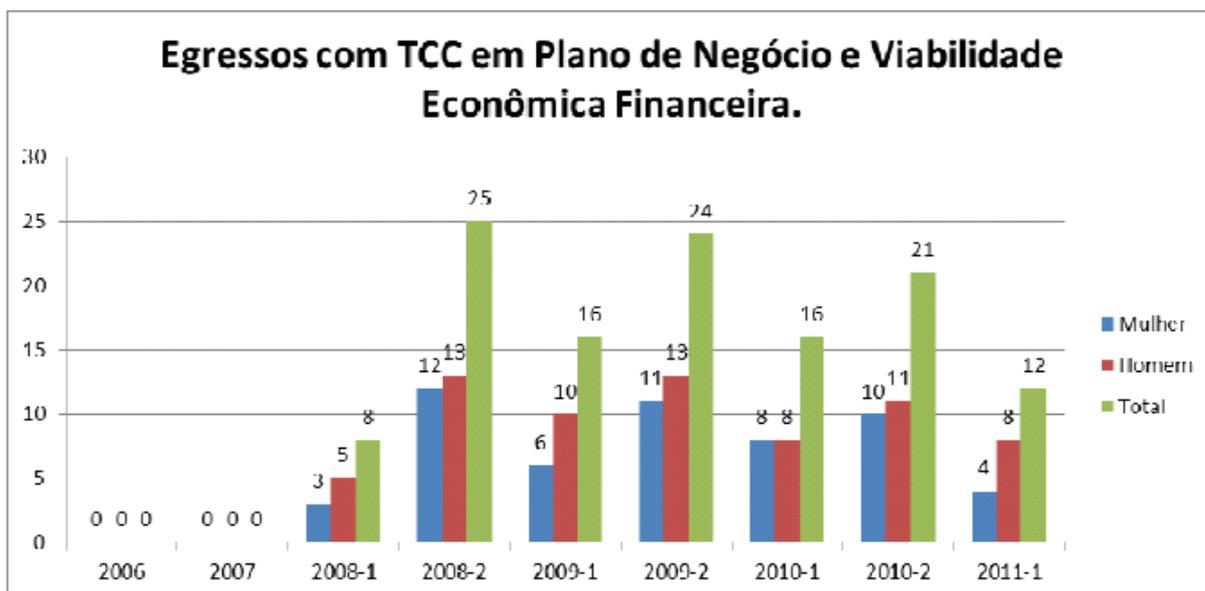


Figura 2 - Egressos com TCC em Plano de Negócios e Viabilidade Econômico-Financeira

Foram aceitos e analisados todos os questionários respondidos pelos egressos que realizaram o TCC dentro da temática proposta para a análise nesta pesquisa.

4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Primeiramente serão apresentados os principais aspectos do Projeto Político Pedagógico do Curso de Administração, a fim de que se evidencie a importância do empreendedorismo no escopo do curso. Posteriormente serão apresentados os resultados do questionário aplicado aos egressos de diversas matrizes curriculares, compreendendo alunos formados nos anos de 2006 a 2011.



4.1 ANÁLISE DO PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO - PPC

Hoje o profissional da administração tem a necessidade de estar atualizando e ampliando os seus conhecimentos, para efetivamente contribuir com as organizações, e ao mesmo tempo ele deve estar preparado para enfrentar as dificuldades de acompanhar o ritmo de expansão do conhecimento. Assim a Universidade Comunitária da Região de Chapecó - Unochapecó elaborou sua missão e sua visão:

Missão: Proporcionar e difundir conhecimento contribuindo com o desenvolvimento regional sustentável e a formação cidadã.

Visão: Ser referência como universidade comunitária e reconhecida pela sua produção científica, qualidade acadêmica, gestão democrática e atuação na sociedade.

O Curso de Administração da Universidade Comunitária da Região de Chapecó – Unochapecó:

[...] deseja formar cidadãos e profissionais, líderes e empreendedores, que possam colaborar com o desenvolvimento da região, e que isso reflita positivamente na expansão econômica, na criação de empreendimentos, na geração de empregos, na criação de valores e inovações tecnológicas e, principalmente, na solução dos problemas sociais (PPC, 2010, p.6).

Capacitar profissionais para o mercado de trabalho, sempre com intuito de despertar nesses profissionais administradores o perfil de liderança e também a visão empreendedora, algo que as empresas estão buscando e que atualmente está escassa no mercado de trabalho, são objetivos do curso de administração da Unochapecó.

O curso ainda demonstra como o administrador poderá usar as técnicas administrativas encontradas no mercado de trabalho, fortalecendo seus conhecimentos teóricos e podendo aplicá-los na gestão das organizações, com isso poderá estar sempre acompanhando as novas tendências para gerenciamento das organizações.

Todavia o curso de Administração da Unochapecó sempre reforça que o administrador precisa além de conhecimentos teóricos e práticos, serem profissional acima de tudo, trabalhando com princípios éticos, executando suas obrigações com transparência.

O curso de Administração da Unochapecó promove vários eventos que ajudam a formação de novos empreendedores, como: Vida Empresarial, em parceria com a Associação Comercial e Industrial de Chapecó (ACIC), a Semana do Administrador, Seminário trabalhado no assunto, visitas a empresas, e o curso participa (através de seus alunos) do programa Desafio SEBRAE.

A Unochapecó trabalha com a capacitação constante de seus docentes com objetivo de:

[...] qualificar e desenvolver os docentes da Instituição, foi determinado pela Resolução nº 140/CONSUN/2006, a destinação de 1% da receita total da Instituição em programas de capacitação, em diversas modalidades de apoio, bem como determina que os programas de capacitação deverão envolver anualmente, no mínimo, 70% do quadro docente, visando com isto, garantir políticas para a consolidação da Universidade como referência na produção e difusão do conhecimento, garantindo excelência no ensino, na pesquisa e na extensão através da qualificação do corpo docente. (PPC, 2010, p.9)

Da mesma forma que a instituição Unochapecó busca qualificar seus acadêmicos ela precisa manter seu corpo de docentes sempre atualizados, para isso a instituição realiza oficinas de atualização de docentes em períodos de recesso e ainda disponibiliza convênios para realização de mestrados e dispunha de bolsas de estudos para realização de pós-graduação dentro da própria instituição.



Desta maneira a Unochapecó garante o ciclo do conhecimento, passando para os docentes e desses para os discentes, contribuindo na formação de profissionais e além de tudo cidadãos que possam construir o desenvolvimento da região.

Por mais que o curso de Administração da Unochapecó tenha como objetivo formar cidadãos empreendedores, e oferecer vários eventos sobre empreendedorismo, a grade 221 e 222 não oferece disciplinas totalmente focadas em empreendedorismo, sendo assim, conforme pode ser verificado na pesquisa a seguir, muitos dos respondentes sentiu a falta de disciplinas e práticas na área do empreendedorismo.

4.2 ANÁLISE DOS QUESTIONÁRIOS

A análise dos dados é resultado do questionário realizado como parte do levantamento de informações para o trabalho de conclusão do curso de Administração da Universidade Comunitária da Região de Chapecó - UNOCHAPECÓ, o qual teve por objetivo coletar informações dos acadêmicos egressos do Curso de Administração que optaram por fazer seu trabalho de conclusão de curso em Plano de Negócios, ou Viabilidade Econômico-Financeira.

O questionário foi disponibilizado a todos os egressos do curso de Administração da UNOCHAPECÓ do período de 2006 a 2011, correspondentes a grade curricular do curso 221 e 222.

Os resultados da pesquisa descritiva decorrem de 55 questionários respondidos dentre os 122 acadêmicos aptos, ou seja, aqueles que desenvolveram o Trabalho de Conclusão de Curso no período de 2006 a 2011 primeiro semestre.

Foram primeiramente colhidos dados gerais, buscando-se traçar o perfil dos egressos do curso com relação a fatores como sexo, faixa etária, estado civil, quantidade de filhos, escolaridade, emprego atual e renda mensal dos participantes. Posteriormente, fez-se a análise quanto às informações relativas ao desenvolvimento e realização do Trabalho de Conclusão de Curso, quanto ao objetivo de ter optado em realizar o trabalho nesta linha de pesquisa; a avaliação do egresso das disciplinas ofertadas pelo curso de Administração e se estas o auxiliaram na elaboração do seu TCC; as orientações; bem como o objetivo do curso de Administração na formação para empreendedores foi satisfatório ou não.

E por fim, se o “Plano de Negócios, ou Viabilidade Econômico-Financeira” desenvolvido pelo egresso fora implantado ou não e seus motivos. Assim, a discussão desses dados faz-se necessário para que se estabeleça a associação destes, com o desígnio de realizar posteriormente a análise cruzada de determinadas variáveis apresentadas.

4.2.1 Perfil Dos Egressos

Inicialmente buscou-se verificar o perfil dos egressos. Neste sentido os principais resultados da análise dos dados demonstram que: dos 55 egressos pesquisados quanto ao sexo 71% (39) desta população é constituída por homens e 29% (16) mulheres. Na sua maioria 42% (23) possuem de 26 a 30 anos; seguido pela faixa de 20 a 25 anos com 29% (16); 16% (9) acima de 36 anos e 13% (7) estão na faixa etária entre 31 a 35 anos.

No que se refere ao estado civil dos participantes, demonstrou-se que 53% (29) são casados; seguidos por 43% (24) solteiros e 4% (2) divorciados, sendo assim mais da metade dos participantes possui família constituída. Dentre estes, 75% (41) não tem filhos; 16% (9) possuem apenas 1 filho e 9%, (5) egressos responderam ter 2 filhos.

Quanto ao grau de escolaridade, 49% (27) dos egressos já ingressaram em cursos de pós-graduação; outros 49% (27) possuem somente a graduação e apenas 2% (1) respondente afirma ter realizado mestrado/doutorado. Este número apresenta-se positivo, ao demonstra que

49% dos participantes da pesquisa estão preocupados em aprimorar a profissão comum a formação complementar e específica.

Em se tratando da empregabilidade atual, 60% (33) afirmaram estarem empregados em empresa privada; 24% (13) são empresários do próprio negócio; 13% (7) trabalham como servidores em empresas públicas e 3% (2) encontram-se atualmente desempregados. Observa-se que a taxa de desemprego entre os egressos é pequena, embora a participação de empresários seja pequena.

Buscando obter informações quando a renda mensal dos participantes, verificou-se que 27% (15) dos alunos declararam possuir rendimentos de R\$1.090,01 à R\$ 1.635,00; 20% (11) informaram renda de R\$ 2.725,01 à R\$3.270,00; já 18% (10) dos participantes afirmam recebem um rendimento mensal acima de R\$ 3.270,01; 15 % (8) renda de R\$ 2.180,01 a 2.725,00; seguindo de 11% (6) egressos que responderam que auferem renda mensal entre R\$ 1.635,01 à R\$ 2.180,00 e por fim 9% (5) afirmaram receber a quantia de R\$ 545,01 à R\$ 1.090,00 como valores que mais se aproximam ao valor correspondente ao pagamento mensal.

4.2.2 Trabalhos de Conclusão de Curso

A aplicação do questionário permitiu ainda, algumas constatações que respondem à pergunta de pesquisa: Qual é a efetividade na implementação dos planos de negócios e de viabilidade Econômico-Financeira e as principais dificuldades encontradas.

O estudo realizado pelo levantamento quantitativo, através da aplicação de questionários, com questões predominantemente quantitativas, resultou no cumprimento das etapas quanto aos objetivos específicos, respondendo ao objetivo geral proposto na pesquisa, conforme resultados a seguir.

Quanto à avaliação do papel do curso de administração para o sucesso do empreendimento, 55% (30) egressos avaliaram como sendo Bom; seguidos de 27% (15) que avaliaram como sendo ótimo; 14% (8) afirmaram ser regular esse desempenho e 4% (2) responderam que o papel do curso é Ruim para o sucesso de um empreendimento. Constatou-se dessa forma que parte representativa dos respondentes 82% afirma que o curso de Administração da Unochapecó, atendeu às expectativas quanto ao seu papel auxiliar para o sucesso de um empreendimento.

Na avaliação quanto aos principais aspectos relativos ao sucesso na implementação do negócio, os principais pontos abordados pelos participantes foram, a necessidade de aplicação dos conhecimentos teóricos associados às características e habilidades necessárias para ser um empreendedor de sucesso as quais devem ser coragem, iniciativa, persistência, foco, organização. Contudo, atrelado a tal objetivo, acredita-se ser necessário que o futuro profissional administrador busque desenvolver durante a sua formação à prática crítico-investigativo, a qual se faz imprescindível para a construção de sua autonomia intelectual e profissional, encontrando-se intimamente ligada ao processo de produção do conhecimento papel este que deve ser perquirido conjuntamente entre acadêmicos e o Curso de Administração.

Quanto às principais dificuldades encontradas na implantação do Plano de Negócio ou Viabilidade Econômico-Financeira, constatou-se; a falta de visão estratégica e a falta de experiência no ramo de atividade a ser desenvolvida. Importante destacar também, que dentre os egressos participantes da pesquisa, 33% (13) identificaram como sendo um dos principais motivos para a não implantação do Plano de Negócio a inviabilidade financeira por parte do egresso em implantar o negócio.



Contudo, outro dado que também nos chamou a atenção foi pela falta de interesse em implantação do Plano de Negócio, com 31% (12) dos participantes após a sua elaboração. Em menor porcentagem 10% (4) afirmaram ainda de não implantarem o Plano de Negócio, por ter sido este mal elaborado e 8% (3) por este não ser viável.

A pesquisa também teve a finalidade de identificar qual foi a motivação para realizar o Trabalho de Conclusão de Curso em plano de negócio, verificou-se que 33% (18) responderem por ser uma oportunidade em implantar seu próprio negócio; 31% (17) pelo interesse no assunto despertado durante o curso; 24% (13) foi pelo sonho em ser dono do próprio negócio, 9% (5) a escolha do TCC se deu pela oportunidade em fazer o mesmo e implantar negócio de terceiros e 3% (2) afirmaram ser outros os motivos.

Há que se destacar que dos 55 participantes da pesquisa 71% (39) responderam que o seu Plano de Negócio ou Viabilidade não foi implantado e apenas 29% (16) responderam ter sido aplicado, destes 14 afirmaram que o mesmo está em funcionamento.

Com bases nestas observações, depara-se que cada vez mais, há necessidade da busca pelo aprimoramento dos futuros profissionais, a fim de que estes construam habilidades que venham possibilitar um melhor gerenciamento de seus empreendimentos, garantindo assim o seu sucesso.

A pesquisa identificou, como sendo Bom e Ótimo as opções respondidas pelos pesquisados quanto ao papel do curso de Administração na efetividade do empreendedorismo de seus egressos. Essa análise nos faz concluir que os participantes avaliam positivamente o curso de Administração e que o mesmo vem contribuindo para formação voltada na atuação profissional, procurando adequar-se a realidade encontrada pelos egressos em seu mercado de trabalho.

Imprescindível, contudo, que o Curso de Administração promova constantemente diversos métodos de ensino/aprendizagem, desenvolvendo conjuntamente com professores, alternativas de interação entre teoria e prática, a fim de preparar os egressos para o mercado de trabalho sob a forma de novos empreendedores.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo atinge seu principal objetivo, de estudar a efetividade dos planos de negócio e estudos de viabilidade Econômico-Financeira oriundo de TCC do curso de Administração da UNOCHAPECÓ. O curso de Administração da Unochapecó atendeu às expectativas quanto ao seu papel auxiliar para o sucesso de um empreendimento.

Na avaliação quanto aos principais aspectos relativos ao sucesso na implementação do negócio, os principais pontos abordados pelos participantes foram, a necessidade de aplicação dos conhecimentos teóricos associados às características e habilidades necessárias para ser um empreendedor de sucesso as quais devem ser coragem, iniciativa, persistência, foco, organização.

A pesquisa também conseguiu identificar que poucos estudantes conseguiram efetivamente implantar o seu plano de negócio ou estudo de viabilidade econômico-financeira, ficando aquém de 30% dos respondentes. Isso coloca em xeque o modelo utilizado pela instituição, que por um lado trás êxito em promover o empreendedorismo, mas por outro não consegue dar a motivação para que o futuro empreendedor de fato invista na abertura de um novo negócio.

Ressalta-se que os alunos, embora em pequeno número, que efetivaram seus empreendimentos obteve sucesso, uma vez que de 16 que o fizeram, 14 afirma que os mesmos



encontram-se em funcionamento, o que é uma taxa extremamente elevada de sucesso empresarial para empresas de pouco tempo de vida.

Por fim, há de se destacar que existe uma necessidade de busca pelo aprimoramento dos futuros profissionais, a fim de que estes construam habilidades que venham possibilitar um melhor gerenciamento de seus empreendimentos, garantindo assim o seu sucesso.

6. REFERÊNCIAS

BERNARDI, Luiz Antonio. Manual de empreendedorismo e gestão: fundamento, estratégias e dinâmicas. São Paulo: Atlas, 2003.

_____. Manual de plano de negócios: fundamentos, processos e estruturação. São Paulo: Atlas, 2006.

BYGRAVE, W. D. (2004). The entrepreneurial process. In W. D. Bygrave & A. Zacharakis (Eds.). The portable MBA in entrepreneurship. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.

CECCONELLO, Antonio Renato; ALBERTO, Ajzentel. A construção do plano de negócio: percurso metodológico para: caracterização da oportunidade. São Paulo: Saraiva, 2008.

CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

DEGEN, Ronaldo Jean. O empreendedor: empreender como opção de carreira. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

DEGEN, Ronald Jean. Teaching entrepreneurship students to become knowledge-agents for innovation. Glob Advantage - Center of Research in International Business & Strategy. Workingpaper Nº 64/2010, Maio 2010.

DOLABELA, Fernando. Oficina do empreendedor. 6. ed. São Paulo: de cultura, 1999.

_____. Empreendedorismo: transformando idéias em negócios. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

FLORES, Danusa Cunha; HOELTGEBAUM, Marianne; SILVEIRA, Amelia. O ensino do empreendedorismo nos cursos de pós-graduação em administração no Brasil. Revista de Negócios, Blumenau, v13, n. 2, p. 93 – 104, Abril/Junho, 2008.

GNYAWALI, D. R. and FOGEL D. S. (1994). "Environments for entrepreneurship development: Key dimensions and research implications." Entrepreneurship Theory and Practice 18(4): 43-62.

HISRICH, Robert D; PETERS, Michael P. Empreendedorismo. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

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

RAMOS, Simone Cristina; GIMENEZ, Fernando Antonio Prado. Estudo comparativo das práticas didático-pedagógicas do ensino de empreendedorismo em universidades brasileiras e norte-americanas. Revista Alcance - UNIVALI - Vol. 13 - n.2 p. 207 - 225 - Mai / Ago 2006.

ROFFE, I. (1999). "Transforming graduates, transforming firms." Education + Training 41(4): 194-201.

SCHUMPETER, J.A. Capitalismo, socialismo e democracia. Rio de Janeiro: Zahar, 1984.

UNOCHAPECÓ. Projeto Político do Curso de Administração. (Síntese), 2010. Disponível em: <http://www.unochapeco.edu.br/static/data/portal/sites/ppc/35.pdf>. Acesso em: 23 de nov. 2011.