



# **UMA ANÁLISE DO PERFIL EMPREENDEDOR DOS ALUNOS DO CURSO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS DA UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE EM CAMPOS DOS GOYTACAZES, RJ**

**Júlia Conde Oliveira**  
**juliaconde@gmail.com**  
**UFF**

**Cristiano Souza Marins**  
**cristianosouzamarins@yahoo.com.br**  
**UFF**

**Rodrigo Resende Ramos**  
**universolrrr@hotmail.com**  
**UFF**

**Joselane da Silva Anastácio**  
**joselane8@gmail.com**  
**UNESA**

**Resumo:** O presente trabalho apresenta o que é o empreendedorismo, que apesar de ser um pouco prematuro, podemos perceber que esta prática vem crescendo mais e mais no Brasil. É considerada como uma opção de carreira e como uma forma alternativa de trabalho para escapar das dificuldades econômicas que o país enfrenta e não consegue se inserir novamente no mercado de trabalho. Diante disso, buscamos avaliar os perfis alunos para termos ciência se possuem ou não características empreendedoras. A partir de uma fundamentação teórica, analisou-se o conceito do tema abordado, o papel e o caráter do empreendedor, o empreendedorismo no Brasil e a educação empreendedora. Após da revisão bibliográfica, é feito um estudo de caso dos perfis dos alunos que tem como base analisar a influência do ambiente universitário na formação empreendedora dos alunos dos cursos de Economia e investigar o seu comportamento empreendedor.

**Palavras Chave:** Perfil empreendedor - Avaliação - alunos de graduação - Curso de Economia - UFF



## 1. INTRODUÇÃO

O estudo do empreendedorismo é importante, pois é considerado por muitos como o combustível para o crescimento e desenvolvimento econômico, assim podendo criar empregos e prosperidades. É relevante estudá-lo, para assim se preparar e obter o conhecimento necessário para começar um novo negócio, inserir algum produto novo no mercado, e tentar minimizar os riscos de fracassos, tendo como base muito estudo e planejamento.

Acredita-se que, hoje em dia, é possível se ensinar o empreendedorismo. Além daquele empreendedor nato, que nascia com tal “dom”, o sucesso pode depender de fatores internos e externos, como é sua administração, se é organizado ou não, o perfil do empreendedor, quais são as perspectivas para o futuro do negócio. E a motivação das pessoas pode vir de diversos fatores, como desemprego, o sonho do negócio próprio, aumento da renda, uma perspectiva melhor.

O empreendedor é visto como uma pessoa capaz de ter liderança, criar boas equipes para se trabalhar, desenvolver excelentes relacionamentos no seu ambiente de trabalho, ser capaz de assumir riscos calculados, ter grande poder de persuasão, e apesar de arriscar, conseguir evitar riscos desnecessários para o seu negócio.

Esta pesquisa tem uma importância econômica e social de mostrar os conceitos gerais do empreendedorismo, as características dos perfis empreendedores, como é o comportamento desse assunto dentro de uma instituição de ensino superior e, além disso, é apresentado um estudo de caso que apresenta se os estudantes de uma universidade possuem um potencial empreendedor e as características inerentes ao empreendedorismo.

Dessa forma, o problema tratado nesse trabalho pode ser definido pelos seguintes questionamentos: Os alunos do curso de economia da UFF possuem um perfil empreendedor? A formação desses alunos está adequada para atender as necessidades de mercado? Quais são essas características? Quais são os principais resultados observados a partir da análise do estudo de caso aplicado?

Sendo assim, o presente estudo tem como tema principal “O Empreendedorismo no Brasil” e tem o objetivo de apresentar, analisar e discutir o referencial teórico, de natureza técnica-científica. Analisando a trajetória do que é o empreendedorismo, seus principais conceitos, abordando o seu processo histórico. Além de apresentar um modelo de avaliação do perfil de empreendedorismo que possa ser aplicado aos alunos do curso de economia da UFF. E realizar um estudo aplicado com o objetivo de identificar os perfis dos alunos, podendo afirmar ou não, se esses alunos possuem características empreendedoras que irão colocar em prática no mercado de trabalho.

Em uma questão de estrutura e ordem cronológica, o presente trabalho está subdividido nas seguintes partes: Introdução; Revisão Bibliográfica; Empreendedorismo: conceitos e fundamentos; As características do empreendedor; O empreendedorismo no Brasil; A educação empreendedora; Metodologia; Métodos de abordagem; Métodos de Procedimento; Estudo de caso; Modelo de Pesquisa; Apresentação dos resultados; Perfil dos alunos da Universidade Federal Fluminense; Características dos alunos como potencial empreendedor; Avaliação da instituição em relação ao empreendedorismo; Considerações finais e Referências bibliográficas.

## 2. A EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA

O tema de ensino e aprendizagem vem apresentando ao longo do tempo um interesse crescente por parte dos pesquisadores, sendo uma das perspectivas de investigação sobre o tema empreendedorismo no Brasil.

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

Dornelas (2008), chega a identificar o momento atual como sendo “a era do empreendedorismo”, que segundo ele:

[...] são os empreendedores que estão eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riqueza para a sociedade. (DORNELAS, 2008, p. 21)

Foi implantado um Projeto de Lei de nº862/2011, que institui o PEE – Programa de Educação Empreendedora nas Escolas Públicas do Estado do Rio de Janeiro, que tem como objetivo inserir ações pedagógicas para o desenvolvimento desse espírito empreendedor; contribuir no desenvolvimento socioeconômico do Estado, através da inclusão dos jovens; incentivar a autonomia financeira e o surgimento de negócios inovadores e desenvolver nos alunos essa cultura empreendedora, para assim poderem aproveitar as oportunidades de negócios e terem visão planejadora para traçar planos e chegarem ao sucesso (ALERJ, 2011).

Em relação ao ensino e o aprendizado do empreendedorismo nas Instituições de Ensino Superior não é algo, teoricamente “novo”. Segundo Rocha e Bacchi (2010), tomando como base uma análise histórica, um dos primeiros caminhos de inserção do respectivo ensino das universidades, está relacionado a um curso criado pela escola de Administração de Harvard, em 1947, que tinha como objetivo qualificar ex-combatentes de guerra para a abertura de pequenos negócios. Já no Brasil, uma das primeiras iniciativas partiu da introdução de uma disciplina em um curso de Especialização em Administração, em São Paulo, pela Escola de Administração da Fundação Getúlio Vargas (FGV), em 1981. E em 1984, essa proposta foi estendida para o curso de graduação em Administração da FGV-SP (DOLABELA, 2001; GUIMARÃES, 2002).

De acordo com Lautenschläger e Haase (2011), o ensino do empreendedorismo vem apresentando diferentes formas em relação ao seu processo pedagógico, isso quer dizer que, duas diferentes áreas têm administrado, conduzido à educação empreendedora e com isso diversificando a pedagogia. Uma área aborda a educação sobre o empreendedorismo em si e a outra tem foco na educação para o empreendedorismo. Os autores ainda destacam que existem características do empreendedor que podem ser mais fáceis de serem ensinados e outros não. Alguns desses aspectos que ainda não se encontram apoiados por métodos de ensino adequados, como: habilidades e competências como criatividade, inovação, pro atividade, tomada de decisão e propensão ao risco.

Nessa conjuntura, a *European Commission Enterprise and Industry Directorate-General* (European Commission, 2008), o papel importante da educação é promover mais atitudes e comportamentos empresariais, dando início na escola primária, o qual é reconhecido. Os benefícios da educação do empreendedorismo não são limitados apenas para impulsionar novas empresas, empreendimentos inovadores e novos empregos, mas o empreendedorismo é uma competência que abrange todos, ajudando jovens adultos a serem mais criativos, seguros e confiantes no que possam empreender.



Ainda segundo *European Commission Enterprise*, uma instituição superior deveria ter como objetivo principal desenvolver capacidades e mentalidades empresariais. E os programas de educação para o empreendedorismo possuem três objetivos diferentes, como: (a) desenvolver o impulso empresarial dos estudantes, (b) capacitar os estudantes no que é necessário para assim criar um negócio e administrá-lo, (c) desenvolver as habilidades empreendedoras necessárias para identificar e explorar oportunidades de negócios. Essa percepção pode ser vista na Figura 01, em que expõe esses objetivos do ensino.



**Figura 1:** Objetivos do Ensino do Empreendedorismo

**Fonte:** European Commission Enterprise and Industry Directorate-General (2008)

No Brasil como se está sempre se buscando um desenvolvimento econômico e social, a realidade vem mostrando que nos últimos anos, as pessoas não estão empreendendo por conta de uma boa oportunidade, mas sim, pela dificuldade de se arranjar um emprego e poder se sustentar, assim, buscam uma alternativa financeira, um meio de renda para se sustentar diante das dificuldades enfrentadas (SCHLEMM et al., 2007). Assim, alguns jovens em face a essa dificuldade de se inserir no mercado de trabalho, vêem o empreendedorismo como uma possibilidade de inserção.

Santos, Minuzzi e Cruz (2007), buscaram, em seu trabalho, analisar e destacar a importância de se saber o perfil dos estudantes, sendo assim, fizeram esta breve análise: “era necessário dar atenção ao perfil empreendedor dos alunos (...) e identificar seus traços psicológicos”. E essas características poderiam ter origem na cultura familiar do estudante, ligada aos negócios. Assim, os autores acreditam na importância de se analisar as características dos alunos, seus traços de personalidade, suas habilidades, pois pode influenciar no perfil. É importante compreender o histórico, os interesses dos alunos que estão inseridos na área do empreendedorismo e vale ressaltar, que o conhecimento que eles possuem diz muito sobre si mesmo e é influenciado pelo meio em que vivem, tanto físico quanto social, pelas suas necessidades e das suas experiências obtidas anteriormente.

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

Existem diferentes alternativas para que o estudante coloque em prática seus conhecimentos e habilidades sobre o empreendedorismo, como: pesquisa ou projetos de iniciação científica que contemplem o determinado assunto, algumas atividades de extensão que podem ser desenvolvidas em incubadoras de empresas, as empresas juniores, diretórios e



centros acadêmicos, atléticas ou movimentos estudantis. Outros meios que também podem desenvolver e favorecem esse ensino, são palestras, eventos, visitas e contatos com empresas, desenvolver um plano de negócios, estudos de casos, trabalhos práticos e teóricos individuais, desenvolvimento e criação de produtos, filmes e vídeos, jogos de empresas e simulações, sugestão de leituras, trabalho em grupo, aulas expositivas e grupos de discussão.

Não se pode negligenciar as experiências obtidas pelos estudantes antes de ingressarem em uma instituição de ensino superior, pois esse histórico será muito importante para compreender o seu potencial para empreender. Souza Neto et al (2007), realizaram uma pesquisa e nas suas conclusões, observaram que: “o ensino do empreendedorismo só despertou o desejo de empreender em quem já tinha condições sociais e culturais favoráveis.”

Nesse mesmo contexto, Ferreira e Mattos (2004) também argumentam que fatores que vão além do ambiente universitário/acadêmico influenciam no potencial e perfil empreendedor dos alunos:

[...] para se entender a formação empreendedora, tão importante quanto às próprias práticas da escola, é o contexto histórico-social em que está inserido o jovem e a cultura que o cerca, em nível familiar, ou de outros grupos sociais mais próximos. (FERREIRA; MATTOS, 2004, p. 13)

As experiências obtidas pelos estudantes antes de ingressarem na faculdade são de extrema importância para compreender se o aluno possui um potencial empreendedor como característica. Se participaram de algum partido ou movimento político, trabalhos voluntários em prol da sociedade, movimento escoteiro, projeto em algum grupo religioso são exemplos de indicadores que podem ajudar a caracterizar o jovem, indicando já certo grau de iniciativa, liderança ou capacidade de realização, que formam um perfil empreendedor.

E de acordo com Dolabela (1999), o indivíduo que possui em seu ambiente, pessoas empreendedoras ou propensas a empreender, têm uma maior possibilidade de também empreender. E um outro fator que causa uma maior influência nesse quesito, são se as pessoas que fazem parte do seu convívio fazem parte do seu nível primário de relação, como mãe, pai, avó, tio ou tia.

### 3. METODOLOGIA

Segundo PRODANOV e FREITAS (2013), a metodologia constitui-se em: estudar, compreender e avaliar os vários métodos disponíveis para se realizar uma pesquisa acadêmica. Segundo os autores:

A metodologia, em um nível aplicado, examina, descreve e avalia métodos e técnicas de pesquisa que possibilitem a coleta e o processamento de informações, visando ao encaminhamento e à resolução de problemas e/ou questões de investigação. (PRODANOV e FREITAS, 2013, p. 14)

Ou seja, tem como propósito utilizar certos procedimentos e as técnicas necessárias para a construção do conhecimento, com o objetivo de deixar claro sua validade e utilidade nos diversos campos da sociedade como um todo.

Segundo Lakatos e Marconi (2007), os métodos de procedimento constituem etapas concretas de investigação, com finalidade mais restrita em termos de explicação geral dos fenômenos menos abstratos, ou seja, estão relacionados com os procedimentos técnicos a serem seguidos pelo pesquisador dentro de determinada área de conhecimento. “Esses métodos têm por objetivo proporcionar ao investigador os meios técnicos para garantir a objetividade e a precisão no estudo dos fatos sociais.” (GIL, 2008, p. 15). Eles têm como objetivo principal fornecer a orientação necessária para a realização da pesquisa e assim dar valor aos dados que se referem ao problema principal da investigação realizada.



O método de procedimento utilizado no presente trabalho foi o método de estudos de caso. Estimula o empreendedor, o aluno estudado, incentiva a instituição de ensino a presenciar e vivenciar uma situação presente/real. Em termos empírico, em relação a investigação, foi feita uma pesquisa quali-quantitativa visando à obtenção de dados em um total de 102 respondentes da Instituição Universidade Federal Fluminense, do polo de Campos dos Goytacazes.

A realização dessa pesquisa foi realizada no mês de outubro e novembro de 2017, por meio de um instrumento de coleta de dados, sendo desenvolvido e validado a partir da implementação de um questionário, denominado “Análise do Perfil Empreendedor dos Alunos da Universidade Federal Fluminense”.

O instrumento de estudo, o questionário, é composto por questões de múltipla escolha, que irão analisar o perfil do aluno, em seguida se possuem as características empreendedoras necessárias e se no curso apresenta um suporte para o aluno sobre o referido tema. Em relação à estrutura, o questionário é composto por 22 questões que são subdivididas em:

1. O perfil dos alunos – esta seção é composta por 11 questões e irá abordar o perfil individual de cada estudante, recolhendo as principais informações socioeconômicas dos estudantes.
2. Características gerais do empreendedor – composta por 9 questões que tem como objetivo identificar as características gerais e técnicas do respondente.
3. O empreendedorismo em matérias nos cursos das instituições de ensino – composta por 2 questões que procuram avaliar se o curso da faculdade oferece o suporte necessário para obter o conhecimento sobre este assunto e também, se a pessoa questionada possui algum interesse em se inscrever em um outro curso que possa fornecer todo o conhecimento possível.

Ao final da aplicação do questionário, 102 alunos responderam à pesquisa descrevendo suas informações afim de no final da averiguação, descobrir as características, no geral, dos estudantes e se possuem as necessárias para se tornarem empreendedores. As respostas foram recolhidas através do sistema do Google e postas em uma tabela, que geraria um gráfico por consequência, para assim serem analisados adequadamente, de acordo com a bibliografia estudada.

## **4. ESTUDO DE CASO**

### **4.1 MODELO DE PESQUISA**

Como dito anteriormente, o modelo de pesquisa do estudo de caso será dividido em três partes e abrange alguns pontos, tais como: as características dos alunos no geral, se tiveram experiências antes de ingressarem na faculdade; determinar se os alunos têm ou não as características de um potencial empreendedor; opinião se o curso no qual estão inseridos oferecem uma formação empreendedora.

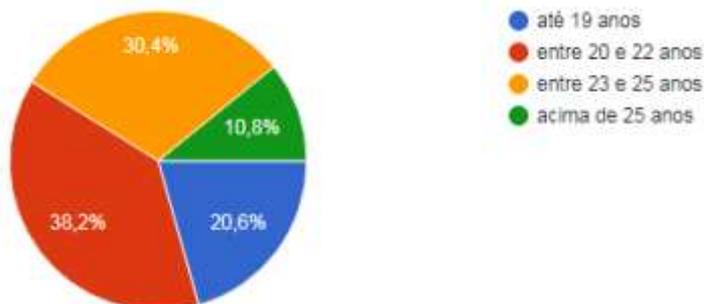
O questionário utilizado para abordar essa análise foi elaborado online, através da plataforma do Google Formulários®, pertencente ao Google Drive®. O questionário foi enviado para os alunos de diversos períodos da Instituição Superior para se ter uma análise mais completa do perfil dos alunos inscritos. Link do Formulário: [https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScRX7f4yy5D4F-5ch\\_iP9KqP5UNIOjX2D9PY378xBtTGrrs3Q/viewform?usp=sf\\_link](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScRX7f4yy5D4F-5ch_iP9KqP5UNIOjX2D9PY378xBtTGrrs3Q/viewform?usp=sf_link).



## 4.2 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

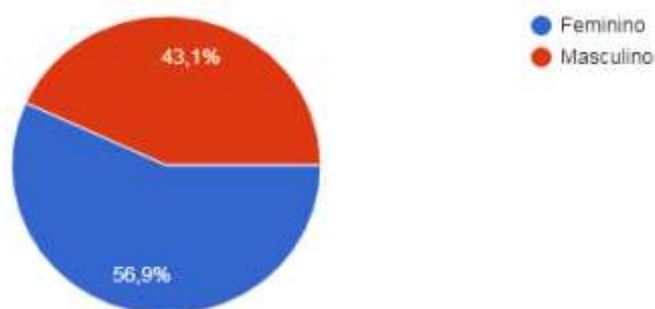
### 4.2.1 Perfil dos Alunos da Universidade Federal Fluminense

As figuras 2 e 3 apresentam os dados relativos ao sexo e idade dos pesquisados:



**Figura 2:** Idade dos alunos

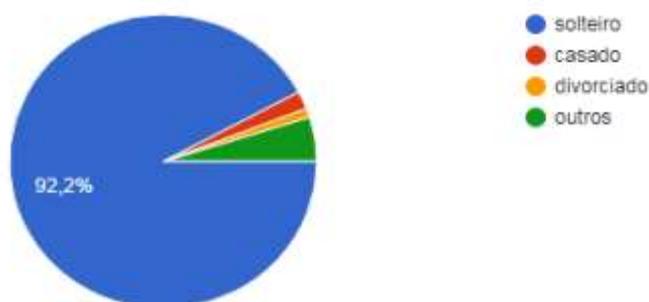
Fonte: Própria



**Figura 2:** Gênero dos alunos

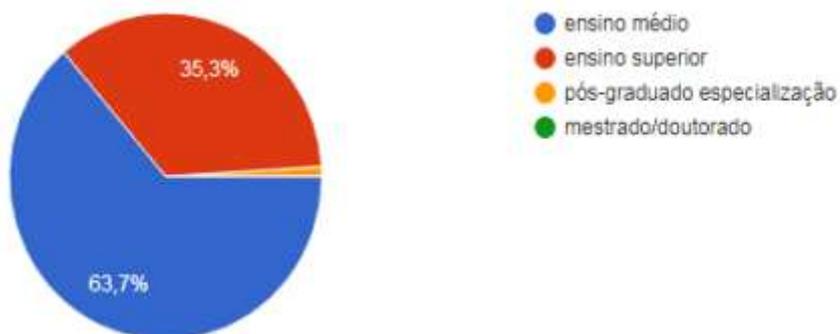
Fonte: Própria

Como pode-se perceber nas figuras 2 e 3, 56,9% dos pesquisados são do sexo feminino e 43,1% do sexo masculino, e desse total, 38,2% estão na faixa etária entre 20 e 22 anos; 30,4% dos alunos têm entre 23 e 25 anos; 20,6% possuem até 19 anos e 10,8% possuem idade acima de 25 anos. Esse resultado mostra uma diversidade do público respondente que incluem alunos desde o primeiro período da faculdade até quem mesmo já se formou na graduação escolhida. As figuras 3 e 4, apontam os dados relativos referentes ao estado civil e ao nível mais alto atingido na educação formal:



**Figura 3:** Estado civil dos alunos

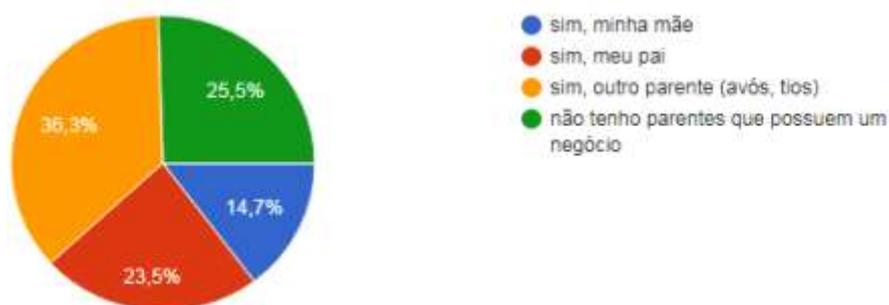
Fonte: Própria



**Figura 4:** Maior nível atingido na educação formal dos alunos

Fonte: Própria

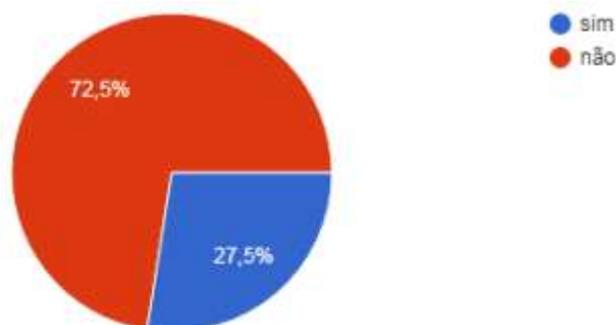
Conforme as figuras 3 e 4, que apresentam o estado civil e nível de educação formal, a maioria, 92,2% afirmam que são solteiros; outros 4,9% se encaixam na categoria de “outros”; 2% dos alunos são casados. Em consideração ao nível mais alto atingido na educação formal, 63,7% concluíram o ensino médio; 35,3% possuem o ensino superior e 1,1% possui o título de pós-graduação na faculdade. A figura 5 expõe os dados que algum dos pesquisados possuem alguém na família que possui algum negócio próprio:



**Figura 5:** Parentes que possuem ou não, negócio próprio

Fonte: Própria

Segundo a figura acima, 36,3% dizem que não possuem outro parente (avós, tios) que possuem algum tipo de negócio; outros 25,5% afirmaram que não tinham nenhum parente com negócio próprio; 23,5% têm o pai como empreendedor e 14,7%, a mãe como empreendedora do seu negócio. A figura 6 mostra a percentagem do aluno desenvolver um negócio:

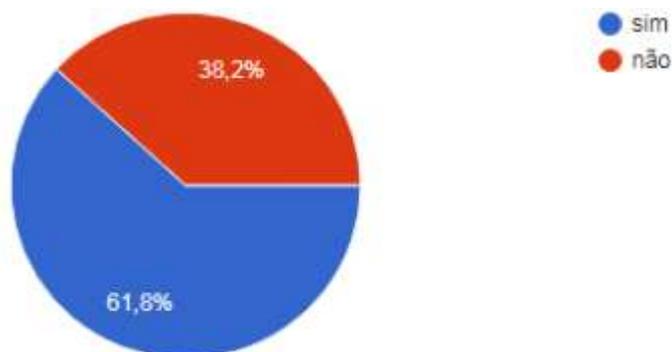


**Figura 6:** Oportunidade do aluno de desenvolver um negócio

Fonte: Própria

Diante da figura 6 e considerando a experiência que tiveram antes da faculdade e o período da graduação, 72,5% dos questionados não tiveram a oportunidade de desenvolver um negócio próprio e 27,5% conseguiram ter essa oportunidade. Em relação a algumas atividades

que exerceram antes de ingressarem na faculdade, a maioria, cerca de 50 alunos (49,5%), participaram de algum grupo religioso, 32 (31,7%) exerceram algum trabalho voluntário, 4 (4%) eram engajados com movimentos políticos, 4% exerceram atividade militar e 3% foram do movimento escoteiro. A Figura 7 apresenta a percentagem da participação dos alunos em alguma atividade remunerada:



**Figura 7:** Participação em alguma atividade remunerada

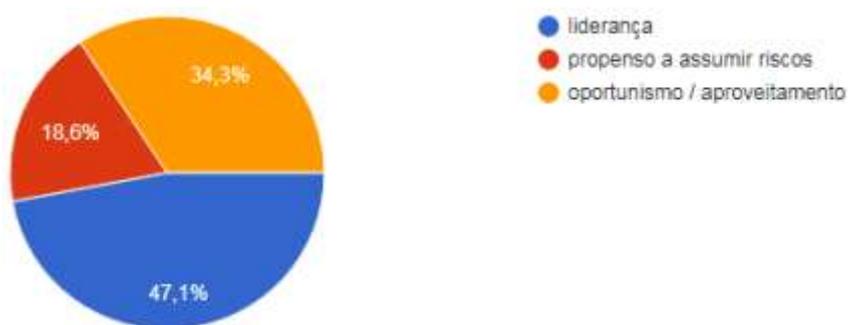
Fonte: Própria

A respeito da figura 7 e no que diz respeito ao mercado de trabalho, 61,8% dos respondentes exerceram alguma atividade remunerada, e 38,2% disseram que não exerceram nenhuma atividade.

#### 4.2.2 Características dos Alunos como Potencial Empreendedor

Essa segunda parte do questionário composta por 9 questões, têm como objetivo identificar e traçar as características gerais e técnicas do respondente como possíveis empreendedores.

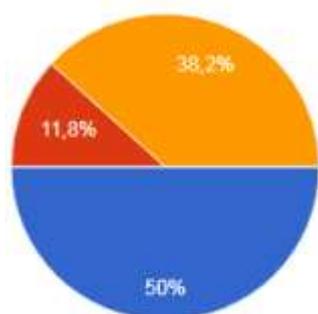
Conforme foi abordado na revisão teórica, o empreendedor possui algumas características que o diferenciam em relação às outras pessoas, como: ter a capacidade de liderança, a autoconfiança, iniciativa nas suas atividades, sabem tomar decisões, além de outros mais. Baseado nisso, a figura 8 mostra a característica com o qual melhor o aluno se identifica:



**Figura 8:** Características que os alunos levam em consideração com o qual se identifica como sendo seu diferencial

Fonte: Própria

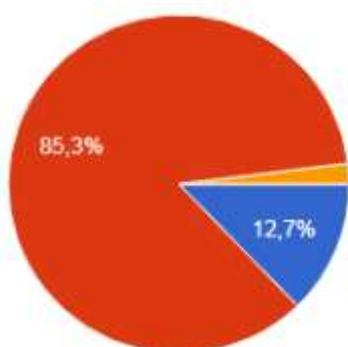
Conforme é observado na figura acima, quando questionado sobre qual característica considerava ser o seu diferencial, 47,1% dos alunos responderam que possuem a liderança como melhor característica. Em seguida, 34,3% disseram que conseguem identificar e aproveitar as oportunidades que surgem. E 18,6% dos alunos estão mais propensos a assumir riscos diante de uma oportunidade. A figura 9 mostra se os pesquisados se consideram como possíveis empreendedores:



- sim, creio que tenho habilidade em identificar oportunidades de negócio
- não, pois não consigo ter a liderança necessária
- as vezes, quando surge alguma ocasião que simplesmente apareceu

**Figura 9:** Característica do aluno em relação ao seu potencial empreendedor  
**Fonte:** Própria

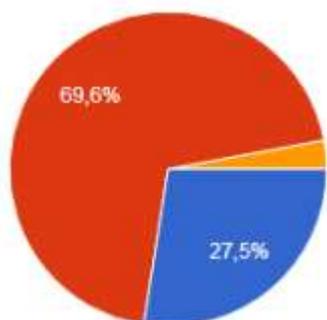
Conforme visto acima, quando perguntados se eles se consideram como uma pessoa empreendedora, 50%, a metade dos respondentes, afirmaram que se consideram empreendedores e acreditam que possuem a habilidade em identificar oportunidades de negócio. Já 38,2% responderam que eventualmente se consideram empreendedores somente quando surge alguma oportunidade e 11,8% afirmaram que não se consideram empreendedores, pois não conseguem ter a liderança necessária. A figura 10 expõe as opiniões dos alunos se acreditam em “predestinação” para ser empreendedor:



- sim, algumas delas já tem essa intuição desde nova a empreender
- certas pessoas vão desenvolvendo mais esse empreendedorismo nelas pois elas possuem características como liderança, criatividade e oportunismo
- não, pois essa intuição empreendedora se tem ou não

**Figura 10:** Predestinação ao nascer  
**Fonte:** Própria

Conforme pode ser observado, cerca de 85,3% das pessoas responderam que certas pessoas conseguem se tornar empreendedores por já possuírem características como liderança, criatividade e oportunismo. Já 12,7% dos pesquisados afirmaram que alguns possuem, de forma inata, a intuição desde novo para empreender e 2% afirmaram que a intuição empreendedora não se adquire, a pessoa tem ou não. A figura 11 apresenta a atitude do questionado em relação a uma ordem.



- aceita e cumpre no momento dado
- recebe a ordem, analisa, debate sobre e só depois chega a conclusão que irá efetivá-la
- não consegue aceitar a ordem facilmente, pois gosta de tomar as suas próprias

**Figura 11:** Atitude do aluno em relação a uma ordem  
**Fonte:** Própria

E quando perguntados qual seria a atitude dos alunos diante de uma ordem dada, a maioria, 69,6% afirmam possuir um perfil mais assertivo e questionador. Afirmam que

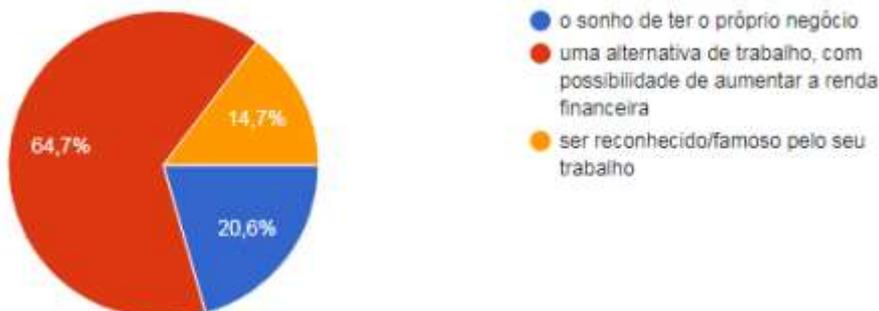


recebem a ordem, analisam, debatem sobre a questão e, só assim, chega-se a uma conclusão que se poderá ser efetivada. Já a figura 12 mostra a atitude do aluno em relação a alguma tarefa em equipe.



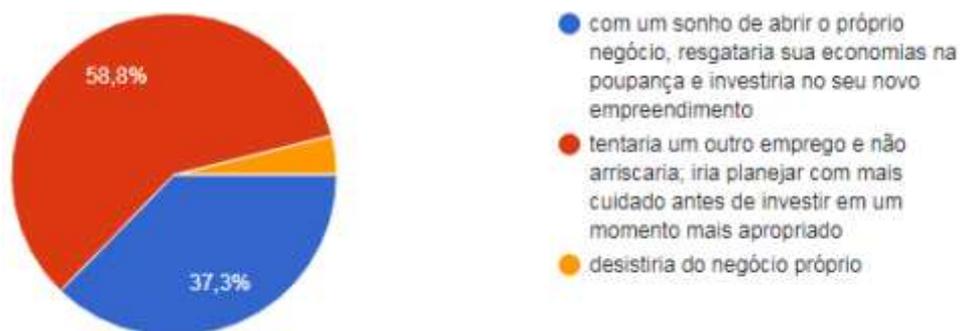
**Figura 12:** Atitude em relação a alguma tarefa em equipe  
**Fonte:** Própria

Com relação à atitude em um ambiente de trabalho, quando surge alguma tarefa para ser feita em equipe, 58,8% disseram que buscam liderar, coordenar as atividades. Consideram que as suas opiniões são levadas em consideração e que exercem algum tipo de influência nas outras pessoas que os cercam. E 33,3% indicam que estão sempre juntos de suas equipes, fornecendo algum tipo de suporte, mas que não se sentem à vontade com essas responsabilidades. A figura 13 apresenta os motivos dos pesquisados para começar um novo empreendimento:



**Figura 13:** Motivos para começar um novo empreendimento  
**Fonte:** Própria

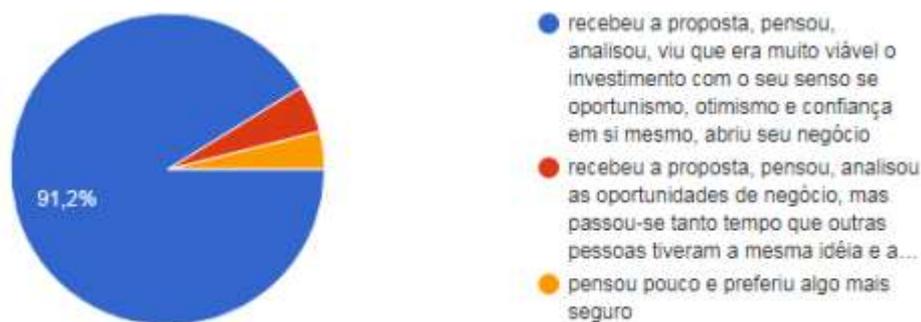
Na figura 13, é perguntado aos alunos, o que os levaria a começar um novo empreendimento. A grande maioria, 64,7% responderam que só investiriam em um novo negócio para aumentar a sua renda financeira e familiar, ou seja, como compensar a falta de emprego; e 20,6% dos respondentes gostariam de serem reconhecidos pelo trabalho desempenhado. A figura 14 mostra a relação da atitude do aluno diante do desemprego:



**Figura 14:** Atitude em relação ao desemprego  
**Fonte:** Própria



Conforme é visto na figura 14, foi perguntado aos alunos qual seria a reação deles mediante a impossibilidade de arrumar emprego, devido à crise econômica do país. E 58,8% responderam que não arriscariam investir em um novo empreendimento, buscariam um novo emprego e iriam planejar com mais cuidado antes de investir em algo, esperando um momento mais oportuno. A característica que vale destacar que 58,8% afirmam que assumem riscos calculados, dependendo das oportunidades que se apresentam. Já a figura 15 expõe o posicionamento do estudante diante de uma oportunidade de uma boa associação no mercado:



**Figura 15:** Atitude em relação a uma oportunidade de uma boa associação

**Fonte:** Própria

Do total de alunos, 91,2% responderam que, mediante uma boa proposta de se associarem a outro empreendedor, receberam a proposta, pensaram, analisaram e com seu senso de oportunismo, otimismo e confiança em si mesmo, apostaram no seu próprio negócio. E 4,9% disseram que receberam a proposta, mas passou tanto tempo analisando-a que outras pessoas tiveram a mesma ideia e acabaram investindo primeiro e somente 3,9% disseram que preferiram algo mais seguro. E a figura 16 mostra qual seria a conduta da pessoa diante da oportunidade de iniciar um novo negócio:



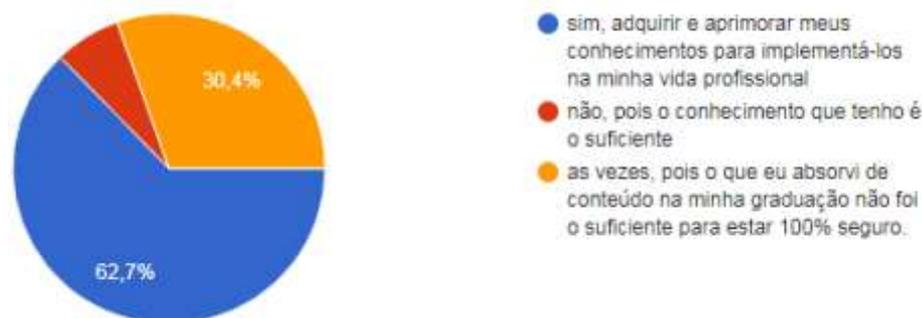
**Figura 16:** Atitude diante da oportunidade de iniciar um negócio

**Fonte:** Própria

E por último foi perguntado eles tivessem que iniciar um negócio próprio, depois de analisar com rigor a situação, 76,5% disseram que apostariam na ideia, analisando os prós e contras, mesmo que os resultados apontassem uma certa margem de risco; 22,5% só apostariam na ideia se não houvessem qualquer risco e absoluta certeza de sucesso.

#### 4.2.3 Avaliação da instituição em relação ao empreendedorismo

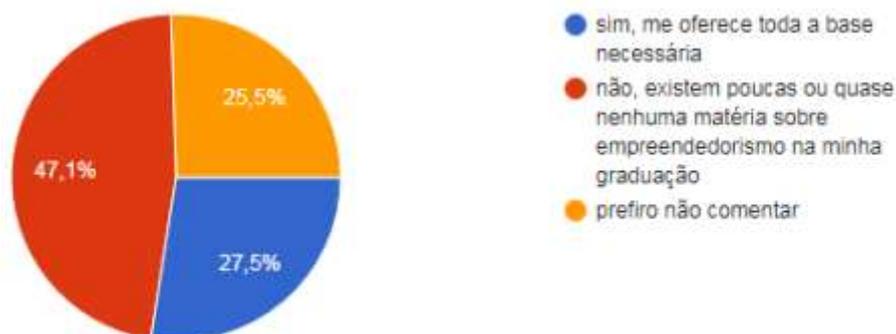
Esta seção é composta por 2 questões e tem como objetivo analisar se os estudantes buscariam outras formas de aprimoramento para se tornarem empreendedores e avaliar se a instituição de ensino fornece suporte com uma base teórica e prática para assim poderem se destacar futuramente, como por exemplo, na vida profissional. A figura 17 revela a vontade do aluno de aprimorar ou não o seu conhecimento:



**Figura 17:** Vontade do aluno de aprimorar o conhecimento

Fonte: Própria

Foi questionado ao estudante se existe vontade em se inscrever em um curso especializado em empreendedorismo, 62,7% afirmaram que gostariam de se inscrever para se capacitarem. Dos pesquisados, 30,4% responderam que as vezes sentem vontade, pois o conteúdo abordado na graduação não foi o suficiente para se tornarem bons empreendedores. E 6,9% afirmaram que não sentem vontade pois o conhecimento adquirido é o suficiente. A figura 18 demonstra a avaliação feita pelos alunos se a instituição de ensino oferece a base necessária para a vida profissional:



**Figura 18:** Avaliação se a Instituição oferece base necessária para a vida profissional

Fonte: Própria

Foi perguntado aos alunos se a universidade oferece uma base teórica sólida para ser utilizada na vida profissional. E 47,1% responderam que a universidade não oferece uma formação sólida e suficiente. E que existem poucas (ou quase nenhuma) matérias sobre empreendedorismo na graduação; outros 27,5% responderam que sim, oferecem toda a base necessária, e 25,5% preferiram não comentar sobre o assunto.

### 4.3 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Diante dos resultados obtidos, pode-se perceber que existe um grupo com um potencial maior para se empreender e que se caracterizam como líderes, na maior parte, e sabem detectar e aproveitar as boas oportunidades de negócio no mercado que aparecem, tendo um bom aproveitamento. Vale ressaltar que mesmo antes de ingressar na faculdade, o aluno, praticando certas atividades e tendo a iniciativa de procurar outras ocupações, vem desenvolvendo desde cedo características empreendedoras, como necessidade de realização, ser sociável e possuir rede de contatos, serem auto eficaz e apresentar autoconfiança.

Quando perguntados no que diz respeito ao mercado de trabalho, foram postas diversas situações para assim descobrir com seriam as atitudes tomadas por eles. Com isso, podemos afirmar que como possuem liderança, vão buscar coordenar atividades propostas, pois é tomado como um exemplo a ser seguido por outros trabalhadores que procuram sua opinião; analisar antes de executar alguma atividade, assumir riscos.



Em relação à outra questão, foram questionados se o curso que se está estudando possui certa base teórica sólida para se sentirem seguros na sua vida profissional e obteve-se como resultado que 47,1% responderam que existe pouca ou quase nenhuma matéria sobre empreendedorismo. Diante disto podemos afirmar que precisa haver um fomento ao estudo do empreendedorismo na graduação, implementar mais matérias relacionadas com gestão, estratégia, ou seja, matérias que tenham possuam características empreendedoras devem ser incluídas e as que já existem na grade, aprimoradas e estudadas.

Fazendo uma comparação do Curso de Ciências Econômicas da UFF – Campos com a FGV e a IBMEC, que são as duas faculdades que possuem a melhor avaliação do Rio de Janeiro, em relação ao curso, pode-se perceber, perante a matriz curricular do curso, que possuem mais matérias que dizem respeito a: Negócios, Gestão e Finanças, comparadas com a UFF.

A FGV apresenta, em média, 6 matérias sobre gestão de negócios e finanças, já a IBMEC apresenta, em média, 8 matérias desse assunto em destaque, e comparando essas duas instituições com a UFF – Campos, em relação a grade curricular, nesta última, temos em média, apenas 4 matérias. Baseado nisso, nas grades dessas instituições e nos estímulos que cada uma possui, pode-se tirar como conclusão que alunos que estão inseridos no polo de Campos sofrem um pouco pela falta de estímulo por parte da faculdade de estar em contato com essa área do empreendedorismo, do negócio próprio, de ter poucas matérias de estudo dessa área, pois é um dos primeiros passos para ter conhecimento e contato com o empreendedorismo.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa buscou investigar os conceitos e principais objetivos sobre o empreendedorismo, destacar as características de um verdadeiro empreendedor e como ele se destaca de outros profissionais no mercado de trabalho, como o empreendedorismo é encarado e praticado dentro de uma instituição de ensino superior.

Essa pesquisa também tinha como objetivo analisar o potencial e perfil empreendedor dos estudantes da faculdade Universidade Federal Fluminense do polo Campos dos Goytacazes, que se encontra no estado do Rio de Janeiro. Para isso, foi aplicado um questionário e nesta investigação, além de analisar o perfil do aluno, foi também estudado qual seriam as atitudes por eles tomadas, suas reações diante de situações no mercado de trabalho. Pode-se destacar também que no trabalho tiveram algumas restrições, como: o acesso ao estudante para a aplicação do questionário; em relação ao nível desses alunos na faculdade (se estão no início, meio ou fim do curso), o que dificultou a obtenção do resultado.

Pode-se constatar que certos alunos quando ingressam na faculdade possuem características e outros vem desenvolvendo traços empreendedores pois podem vir a serem incentivados diante de certas atividades que são propostas durante a graduação. Porém ainda é preciso que ocorra maiores incentivos nessa área dentro da instituição de ensino estudada para assim estimular e fomentar essa prática do empreendedorismo na vida profissional.

Portanto, pode-se concluir que os objetivos, gerais e específicos, do trabalho, foram atingidos e os resultados obtidos da pesquisa realizada. E em relação às informações obtidas podemos dizer que a ferramenta escolhida teve seu objetivo cumprido e ela pode ser usada para contribuir para outras pesquisas, em outras instituições que tenham o assunto empreendedorismo, em comum. Os atuais gestores, professores da Universidade Federal Fluminense podem utilizar o presente estudo como recurso para assim desenvolver práticas que estimulem o potencial empreendedor do estudante.



Assim, este trabalho colaborou com as pesquisas já existentes no Brasil sobre o empreendedorismo e destacou se os alunos que estão inseridos em uma instituição de ensino superior possuem ou não certas características para começar um novo negócio próprio, se possuem a aptidão necessária para seguir esta direção no mercado de trabalho.

## 6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALERJ – ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO.** Projeto de Lei no 862/2011. Institui o PEE – programa educação empreendedora nas escolas públicas do Estado do Rio de Janeiro. Disponível em: <<http://alerjln1.alerj.rj.gov.br/scpro1115.nsf/e00a7c3c8652b69a83256cca00646ee5/a5180dafa98b5663832579100071697b?OpenDocument>>. Acesso em: 05 de nov. 2017.
- BOYLES, T.** 21st century knowledge, skills, and abilities and entrepreneurial competence: a model for undergraduate entrepreneurship education. In: Journal of Entrepreneurship Education, 15(1), 41-55. 2012.
- DOLABELA, F.** Oficina do empreendedor. São Paulo: Cultura, 1999.
- DOLABELA, F.** O ensino de empreendedorismo: panorama brasileiro. Empreendedorismo: ciência, técnica e arte. Brasília: CNI/IEL Nacional, 2001.
- DORNELAS, J. C. A.** Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 3 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- EUROPEAN COMMISSION ENTERPRISE AND INDUSTRY DIRECTORATE-GENERAL.** Entrepreneurship in higher education, especially in non-business studies: final report of the expert group, 2008. Recuperado de <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/2214/attachments/1/translations/en/renditions/native>.
- FERREIRA, P. G. G.; MATTOS, P. L. C. L.** Empreendedorismo e Práticas Didáticas nos Cursos de Graduação em Administração: os Estudantes Levantam o Problema. In: EnAnpad, XXVIII., 2004. Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro: Anpad, 2004.
- GIL, A. C.** Métodos e técnicas de pesquisa social. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- GUIMARÃES, L. O.** Empreendedorismo no Currículo dos Cursos de Graduação e Pós-graduação em Administração: análise da organização didático-pedagógica destas disciplinas em escolas de negócios norte-americanas. In: XXVI ENCONTRO ANUAL DA ANPAD. Salvador, 2002.
- LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A.** Fundamentos de metodologia científica. 6. ed. 5. reimp. São Paulo: Atlas, 2007.
- LAUTENSCHLÄGER, A.; HAASE, H.** The myth of entrepreneurship education: seven arguments against teaching business creation at universities. In: Journal of Entrepreneurship Education, p. 147-161, 2011.
- MARTENS, C. D. P.; FREITAS, H.** A Influência do Ensino de Empreendedorismo nas Intenções de Direcionamento Profissional dos Estudantes de Curso Superior: uma Avaliação a partir da Percepção dos Alunos. Simpósio da Gestão da Inovação Tecnológica, XXIV, 2006. Gramado/RS. Anais... Gramado/RS: Anpad, 2006.
- PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C.** Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico. 2 ed. Rio Grande do Sul: Universidade Feevale, 2013.
- ROCHA, E. L. C.; BACCHI, G. A.** Ensino de Empreendedorismo nos Cursos de Graduação em Administração na Cidade de Fortaleza: Um Estudo Comparativo dos Conteúdos e Instrumentos Pedagógicos. In: EnAnpad, XXXIV., 2010. Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro: Anpad, 2010.
- SANTOS, P. C. F.; MINUZZI, J.; CRUZ, N. J. T.** O Ensino do Empreendedorismo nos Cursos de Administração: Sugestões a Partir do Perfil Empreendedor de Estudantes Alagoanos e Catarinense. In: EnEPQ, 1., 2007. Recife. Anais... Recife: Anpad, 2007.
- SCHLEMM, M. M. et al.** Empreendedorismo no Brasil: 2006. Curitiba: IBQP, 2007.
- SOUZA NETO, S. P.; ALMEIDA, K.; NUNES, A.Q.; STEFFANELLO, M. A.** Influência do Ensino do Empreendedorismo no Potencial Empreendedor do Aluno. In: EnEPQ, 1. Recife: Anpad, 2007.