

## COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS EM ACADÊMICOS DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO: uma análise com discentes de diferentes semestres

Nathalia Berger Werlang<sup>1</sup>  
Fabiane Favretto<sup>2</sup>  
Rosiane Oswald Flach<sup>3</sup>  
Danieli Eidt Bracht<sup>4</sup>

**Resumo:** O objetivo deste trabalho é identificar as competências empreendedoras entre os acadêmicos do curso de administração de uma instituição de ensino superior (IES) do oeste catarinense. Ao realizá-lo buscou-se identificar quais as competências com mais destaque entre os acadêmicos entrevistados. Nesta pesquisa, os autores embasaram-se nas instruções de Malhotra (2001), para a realização de uma pesquisa de abordagem quantitativa e caráter descritiva. A amostra foi composta por 137 acadêmicos regularmente matriculados no curso de administração de uma instituição de ensino superior do oeste catarinense, sendo a coleta de dados realizada pela técnica de levantamento ou *survey* de corte transversal (*cross-sectional*). Como principais resultados do presente estudo, podemos destacar que assim como existe o desenvolvimento de competências do conjunto de poder no decorrer do processo formativo dos acadêmicos, existe a diminuição de competências do conjunto de realização a medida em que os alunos avançam nos semestres da graduação.

**Palavras-chave:** Competências empreendedoras. Instituição de Ensino Superior. Administração.

### 1 Introdução

Na última década, o campo do empreendedorismo tem atraído muitos especialistas da área das ciências humanas, afinal, eles consideram o tema como sendo, um dos principais pontos que auxiliam no desenvolvimento das ciências humanas (FILION,1999).

Um fator relevante que nos motiva a estudar o empreendedorismo, é que este tema está em pleno crescimento, e ainda há muitos fatores a serem descritos a seu favor, levando em consideração que ainda há muito espaço para o avanço teórico do assunto (FERREIRA, 2012).

Além disso, para se ter o sucesso profissional é fundamental que, os indivíduos tenham consigo uma série de habilidades e competências empreendedoras para assim conseguirem acompanhar as constantes evoluções da sociedade. (SOUZA, ZAMBALDE, 2015).

<sup>1</sup> Mestre em Administração. Professora na FAI Faculdades de Itapiranga. E-mail: nathaliabw@gmail.com.

<sup>2</sup> Graduanda em Administração. Bolsista de pesquisa na FAI Faculdades de Itapiranga. E-mail: fabiane\_favretto@hotmail.com

<sup>3</sup> Mestre em Administração. Professora na FAI Faculdades de Itapiranga. E-mail: rosiane.oswald@bol.com.br

<sup>4</sup> Graduanda em Administração. Egressa da FAI Faculdades de Itapiranga. E-mail: danieli.bracht@gmail.com.

*Tema 6 – Ensino em Empreendedorismo e em Gestão de Pequenas Empresas*

Neste sentido, estudar as competências empreendedoras existentes nos seres humanos é essencial, levando em consideração que o ato de empreender é considerado o ponto inicial de criação ou recriação de todas as coisas, além de que, é responsável pela geração de empregos e crescimento profissional de muitas pessoas (BRACHT, WERLANG, 2015).

Levando em consideração que, o empreendedorismo possui forte influência na economia, este estudo tem como principal objetivo, identificar as competências empreendedoras entre os acadêmicos do curso de administração de uma instituição de ensino superior (IES) do oeste catarinense. Desta forma, para esclarecer nosso objetivo, optamos por uma pesquisa de abordagem quantitativa e descritiva, com a aplicação de uma *survey*. Os dados foram coletados em forma de questionário do tipo Likert de 5 pontos, baseado no instrumento criado por Lenzi (2008). Obteve-se como retorno, 130 questionários dos acadêmicos de uma IES do Oeste Catarinense, os quais foram analisados com o auxílio do software SPSS 21.0.

A partir destas considerações inicialmente feitas, e buscando sempre pelo avanço dos estudos acerca do empreendedorismo, o presente artigo contribuirá para academia, visto que, avançará no estudo de competências empreendedoras no ambiente institucional.

O estudo será importante também para gestores de IES a fim de identificar quais as competências que são desenvolvidas pelo curso e assim aperfeiçoar as que ainda precisam ser lapidadas, levando em consideração que desta forma, as IES poderão usar destas informações para melhor capacitar seus acadêmicos, levando em consideração o mercado de trabalho competitivo que os espera.

O presente artigo está estruturado em cinco seções. De início tem-se a introdução, seguindo com a fundamentação teórica acerca do empreendedorismo, competências empreendedoras e o desenvolvimento do empreendedorismo nos cursos de graduação. Na seguinte seção, é apresentado o método de pesquisa que norteou este estudo. A quarta seção apresenta a análise e discussão dos dados e, por fim, a última seção traz as considerações finais, possíveis recomendações para estudos futuros e limitações da pesquisa.

## **2 Fundamentação teórica**

O empreendedor além do amplo conhecimento técnico sobre aquilo que busca oferecer ao mercado que está atuando, deve formalizar suas estratégias e usufruir de formas de planejamento e controles que buscam proporcionar um esclarecimento sobre a viabilidade ou não de um empreendimento. Além disso, é de sua obrigatoriedade criar coisas novas, pondo em prática suas ideias, estando presente e assumindo responsabilidade. O empreendedor não cansa de observar, ele estará sempre apostando naquilo que ainda não foi visto, e pode estar em qualquer lugar, na academia, impresso no jornal, durante a compra, no ambiente de trabalho, etc. (DEGEN, 1989).

Quando nos referimos ao empreendedorismo, inúmeros conceitos vêm em mente, pelo fato de que tudo o que foi criado para revolucionar o estilo de vida das pessoas são frutos de uma revolução, inovação ou uma nova forma de utilizar coisas já existentes. Cabe lembrar que nada surge por acaso, por detrás de cada inovação temos pessoas capacitadas e com visão para isso. Estas têm a dívida de além de perceber, arriscam, buscam algo novo, empreendem (DORNELAS, 2008).

*Tema 6 – Ensino em Empreendedorismo e em Gestão de Pequenas Empresas*

Em conformidade com Hisrich, Peters e Shepherd (2009) empreendedor é aquele que busca agregar a todo instante, valor a sua personalidade, além disso, busca introduzir mudanças e inovações, concentrando todas as suas forças no intuito de manter-se no ápice. Desta forma assumem riscos pessoais, financeiros e sociais em comprometimento a sua carreira profissional.

Em consonância com os autores supracitados, cabe ressaltar ainda, que para ser um empreendedor, este deve ter alguns aspectos básicos. Inicialmente deve ter a capacidade e a habilidade de criar algo novo, este novo deve ter um valor ao empreendedor e um valor custo benefício ainda maior para o público alvo.

Os empreendedores, para Bessant e Tidd (2009), demonstram desde cedo o gosto por situações em que tem a responsabilidade de tomarem decisões e encontrarem soluções para problemas propostos, além de que, tendem a estabelecer metas pessoais que os desafiam, sendo comumente realistas, e buscam por um feedback de seu desempenho, como forma de incentivo e motivação.

Quando falamos de empreendedorismo, estamos articulando de algo tão antigo quanto os primatas, que saíam em busca de alimento para a sua família. A diferença é a forma de sua aplicação, contudo, tanto os ancestrais como as organizações atualmente; buscam por uma vida melhor, independentemente de esforços. Percebe-se que recentemente o empreendedorismo está ganhando forças na sociedade, felizmente está sendo reconhecido pela sua capacidade de busca por soluções para a coletividade, por gerar empregos, pela sua inclusão nos programas governamentais e principalmente por promover o desenvolvimento econômico (SALIM; SILVA, 2010).

Os autores supracitados ainda defendem que os empreendedores têm entre si, características de comportamento e hábitos semelhantes, sendo fácil agrupa-los, não com a capacidade de se criar um perfil único para empreendedor, mas sim, as características comuns deste grupo.

Quando observamos os empreendedores, fica notório o seu comportamento proativo e a capacidade dos mesmos em observarem a realidade, tendo assim, uma capacidade incrível de captar de forma rápida e sucinta as oportunidades, criando rapidamente estratégias empreendedoras para seus objetivos. Os empreendedores ainda têm consigo a habilidade em manterem um bom relacionamento com os demais colaboradores, com o intuito de divulgarem e convencerem os demais de suas ideias inovadoras (SALIM; SILVA. 2010).

Em conformidade ao empreendedorismo, existem inúmeros conceitos básicos a seu favor. Parafraseando Vidigal (2011), o empreendedorismo tem atraído muito a atenção dos pesquisadores pelo fato da importância dos empreendedores para a sociedade. Segundo ele, empreender é estar sempre atento as melhores oportunidades, mesmo não estando diante de necessidade alguma, afinal, quando aparecerem devem estar preparados e prontos para correrem riscos calculados, desta forma, nunca perderam um bom negócio.

A capacidade de criação de novos empreendimentos depende da motivação de cada empreendedor, mas o importante mesmo, é que estes estejam sempre em busca de seu sucesso. Além disso, é de suma importância que os empreendedores contem com variadas habilidades sociais, envolvendo uma enorme bagagem de competências, tendo assim uma vantagem competitiva em relação a seus concorrentes. Desta forma, fica claro que o maior ponto forte de um empreendedor é o seu conhecimento, e este por vez, deve ser constante,

*Tema 6 – Ensino em Empreendedorismo e em Gestão de Pequenas Empresas*

para não serem surpreendidos, estando assim sempre preparados diante do mercado econômico (ZAMPIER; TAKAHASHI, 2011).

Em consonância com os autores Borges et al. (2014), o empreendedor pode ser chamado de criativo, afinal, ele está em constante busca pela inovação, diante deste mundo de economia e situações sociais que podem limitar ou favorecer suas ações. Desta forma o autor destaca que a criação de novas empresas não está ligada a nenhuma regra, cabe ao empreendedor perceber as melhores oportunidades e o melhor ambiente sócio econômico.

Os autores supracitados, ainda mencionam o quanto as empresas familiares são valiosas, apesar de estas terem uma dificuldade maior de surgirem e manterem – se no mercado, afinal, engloba não só o foco de uma pessoa, mas sim de uma família, que está em busca que criar uma empresa que se solidifique no mercado e que conseqüentemente tenha uma longevidade significativa, para que assim, seja reconhecida como uma empresa familiar.

Em conformidade as conclusões de Franco e Hashimoto (2014), o espírito empreendedor deve estar presente em todos os colaboradores da empresa, mas em especial nos líderes, afinal, gerir pessoas é muito diferente que gerir qualquer outro recurso, pelo fato de envolver questões psicológicas. Desta forma, cabe ao líder saber avaliar o desempenho dos liderados, e analisa-las conforme seus riscos, pró- atividade e a competitividade. Os autores consideram ainda a importância do RH para se ter um ambiente empreendedor, “A atuação dos líderes é local, específica e pontual dentro das áreas sob suas responsabilidades, com pouca abrangência em termos de impacto na cultura organizacional, por isso a necessidade das práticas de RH” (FRANCO; HASHIMOTO, 2014, p. 44).

Parafraseando Freitas e Rocha (2014), o indivíduo empreendedor é a peça principal no processo de mover uma empresa. “O sujeito empreendedor é aquele que não mede esforços para abrir e administrar seu próprio negócio, gerando emprego e renda para a sociedade” (FREITA; ROCHA, 2014, p.18). Devido a isso, tem-se um certo receio ou até desconfiança em ensinar métodos e ações empreendedoras a outras pessoas, afinal o autor menciona que nem todos têm consigo as competências de um empreendedor.

Elaborar um plano de negócio, apesar de já ser considerado como algo ultrapassado, ainda é opção pela maioria de empreendedores na abertura de um novo empreendimento. Os empreendedores antes de iniciarem as atividades de uma nova empresa, buscam parcerias, afinal, é natural ter-se uma espécie de receio neste sentido, pelo fato de estarmos diante de um meio muito mutável. Desta forma, o empreendedor tende a buscar o apoio de outra pessoa, além de uma orientação em outra organização, com o intuito de aperfeiçoar seus conhecimentos, como método de defesa na criação de um novo empreendimento (AUGUSTO; FERREIRA; GIMENEZ, 2014).

Em concordata com os autores acima mencionados, vale ressaltar que, o empreendedor precisa ter uma constante busca pelo conhecimento principalmente na área do marketing e financeira. Além disso, o plano de negócios deve existir e é essencial o pôr em prática, não deixar apenas no papel.

*Tema 6 – Ensino em Empreendedorismo e em Gestão de Pequenas Empresas*

**2.1 Competências Empreendedoras**

O empreendedorismo possui principalmente duas vertentes que são estudadas e explicam o perfil empreendedor, a econômica e a comportamental. Neste artigo abordaremos principalmente a linha comportamental, que surgiu da ótica de MacClelland (1973).

David MacClelland (1973) buscou identificar inicialmente determinadas competências de desempenho no trabalho, comparando pessoas de sucesso com outras que não o tinham (MORALES, 2004). A partir dos seus estudos, ele identificou três tipos de necessidades do empreendedor: realização, poder e afiliação. Este estudo serviu como base para o desenvolvimento do modelo de 10 competências de Cooley (1990), que ainda é utilizado pelo Programa das Nações Unidas (PNUD), como padrão de capacitação de empreendedores a nível internacional (MORALES, 2004; TEIXEIRA, 2011; LENZI, 2013).

Posteriormente, Lenzi (2008), com base nos estudos de Cooley, elaborou um instrumento de coleta de dados para identificar as dez competências empreendedoras. Estas competências são apresentadas no Quadro 01.

**Quadro 01: Competências empreendedoras**

<b>CONJUNTO DE REALIZAÇÃO</b>
<b>BUSCA DE OPORTUNIDADES E INICIATIVA (BOI)</b>
Lidera ou executa novos projetos, ideias e estratégias que visam conceber, reinventar, produzir ou comercializar novos produtos ou serviços.
Toma iniciativas pioneiras de inovação gerando novos métodos de trabalho, negócios, produtos ou mercados para empresa.
Produz resultado para empresa decorrente da comercialização de produtos e serviços gerados da oportunidade de negócio que identificou e captou no mercado.
<b>CORRER RISCOS CALCULADOS (CRC)</b>
Avalia o risco de suas ações na empresa ou no mercado por meio de informações coletadas.
Age para reduzir os riscos das ações propostas.
Está disposto a correr riscos, pois eles representam um desafio pessoal e poderão de fato trazer bom retorno para a empresa.
<b>EXIGÊNCIA DE QUALIDADE E EFICIÊNCIA (EQE)</b>
Suas ações são muito inovadoras, trazendo qualidade e eficácia nos processos.
É reconhecido por satisfazer seus clientes internos e externos por meio de suas ações e resultados.
Estabelece prazos e os cumpre com padrão de qualidade reconhecido por todos.
<b>PERSISTÊNCIA (PER)</b>
Age para driblar ou transpor obstáculos quando eles se apresentam.
Não desiste em situações desfavoráveis e encontra formas de atingir os objetivos.
Admite ser responsável por seus atos e resultados, assumindo a frente para alcançar o que é proposto.
<b>COMPROMETIMENTO (COM)</b>
Conclui uma tarefa dentro das condições estabelecidas, honrando os patrocinadores e parceiros internos.
Quando necessário, “coloca a mão na massa” para ajudar a equipe a concluir um trabalho.
Está disposto a manter os clientes (internos e externos) satisfeitos e de fato consegue.
<b>CONJUNTO DE PLANEJAMENTO</b>
<b>BUSCA DE INFORMAÇÕES (BDI)</b>
Vai pessoalmente atrás de informações confiáveis para realizar um projeto.
Investiga pessoalmente novos processos para seus projetos ou ideias inovadoras.
Quando necessário, consulta pessoalmente especialistas para lhe ajudar em suas ações.



*Tema 6 – Ensino em Empreendedorismo e em Gestão de Pequenas Empresas*

<b>ESTABELECIMENTO DE METAS (EDM)</b>
Define suas próprias metas, independente do que é imposto pela empresa.
Suas metas são claras e específicas, e entendidas por todos os envolvidos.
Suas metas são mensuráveis e perfeitamente acompanhadas por todos da equipe.
<b>PLANEJAMENTO E MONITORAMENTO SISTEMÁTICOS (PMS)</b>
Elaboram planos com tarefas e prazos bem definidos e claros.
Revisa constantemente seus planejamentos, adequando-os quando necessário.
É ousado na tomada de decisões, mas se baseia em informações e registros para projetar resultados.
<b>CONJUNTO DE PODER</b>
<b>PERSUASÃO E REDE DE CONTATOS (PRC)</b>
Consegue influenciar outras pessoas para que sejam parceiros em seus projetos viabilizando recursos necessários para alcançar os resultados propostos.
Consegue utilizar pessoas chave para atingir os resultados que se propõe ou conseguir os recursos necessários.
Desenvolve e fortalece sua rede de relacionamento interna e externa à empresa.
<b>INDEPENDÊNCIA E AUTOCONFIANÇA (IAC)</b>
Está disposto a quebrar regras, suplantando barreiras e superar obstáculos já enraizados na empresa.
Confia em seu ponto de vista e o mantém mesmo diante de oposições.
É confiante nos seus atos e enfrenta desafios sem medo.

Fonte: Lenzi (2008).

Desta forma pode-se visualizar que cada uma das dez competências existentes está relacionada com um tipo de necessidade do empreendedor, o que faz com que este possua perfis diferentes uns dos outros.

## 2.2 Desenvolvimento de Competências Empreendedoras nos Cursos de Graduação

Devido ao crescimento do empreendedorismo em uma visão global, foram se eliminando as barreiras comerciais e culturais, e criando-se novos paradigmas sobre empreender. Diante desta evolução, surgiu a necessidade de as universidades começarem a se preocupar com o assunto, no sentido de deixar seus acadêmicos capacitados para esta novidade. Desta forma, apareceu na grade curricular, matérias específicas sobre o assunto (DORNELAS, 1971).

Em conformidade com o autor citado acima, há cinquenta anos, era insanidade um acadêmico recém formado ousar na criação de um novo negócio, levando em consideração que as propostas em empresas nacionais e multinacionais, estabilidade, bons salários e perspectivas de crescimento eram muito propícias. Porém, com a evolução do tema, o foco das universidades não era mais tão somente criar profissionais capazes de administrar grandes empresas, mas sim, criar profissionais com a habilidade, conhecimento e coragem de abrir seu próprio negócio.

Parafrazeando Bessant e Tidd (2009), de forma geral, empreendedores costumam ter um grau de escolaridade menor que a média da população. Isso deve-se ao fato de que indivíduos com uma educação menor, são estimulados a ambição e a realização pessoal, para assim ter o reconhecimento. Porém temos exceções, principalmente quando refere-se a empreendedores tecnológicos e sociais que possuem um grau de escolaridade maior.

## Tema 6 – Ensino em Empreendedorismo e em Gestão de Pequenas Empresas

Em concordância com Ferreira e Freitas (2013), ao falar da formação de empreendedores, é indispensável citar a importância das empresas juniores (EJ) na construção do conhecimento e espírito inovador dos acadêmicos. Conforme os resultados obtidos pelo autor, percebe-se que “os membros e ex-membros de EJ apresentaram 20 variáveis do comportamento empreendedor superior aos que não tiveram a mesma oportunidade, evidenciando um contributo expressivo na formação profissional dos seus componentes” (FERREIRA; FREITAS, 2013, p. 47-48).

As empresas Juniores têm a capacidade de despertar nos participantes o interesse em abrir seu próprio negócio, contudo, conforme os resultados obtidos pelo autor, percebe-se que os acadêmicos que tiverem interesse em abrir sua própria empresa e que não frequentam as empresas Juniores tendem a montá-las antes. Isso deve-se pelo fato de que, participantes de EJ tem conhecimento de seus riscos, por isso, é preciso ter o máximo de preparo, além de ter um planejamento completo antes de abrirem uma empresa, desta forma, ao contrário dos não participantes de EJ, estes têm um conhecimento do quanto complexo é abrir uma nova empresa. (FERREIRA; FREITAS, 2013).

Um estudo desenvolvido por Galleli e Santos (2013), que teve por objetivo analisar qual é a real incidência do ensino do empreendedorismo social nos cursos de Administração nas universidades federais e estaduais do Brasil, identificou que a disciplina de empreendedorismo está na grade curricular de poucas universidades, sendo que o estudo do mesmo, fica critério do aluno. Contrapondo a isso, percebeu-se ainda que, as universidades usufruem da flexibilidade disposta nas matérias para repassar conhecendo sobre o assunto.

Em consonância com Salusse e Andreassi (2014), a primeira aula sobre empreendedorismo foi ministrada em 1947, na escola de administração de Harvard, desta forma, pode-se dizer que este foi o ponto inicial para que este ensino se alastrasse e tornasse consolidado em todo mundo. Para repassar este estudo, muitos mestres usufruem da teoria *effectuation*, que estuda a ampliação de oportunidades em associação aos acontecimentos não previsíveis pelo empreendedor que inicia um novo negócio sem saber ao certo o que deseja fazer e com qual recurso.

Com base nas considerações de Verga e Silva (2014), apesar de o termo empreendedorismo ser um tema reconhecido há mais de dez séculos, apenas nas últimas décadas foi inserido no meio acadêmico. Os autores mencionam ainda que o processo do empreendedorismo, além de ser o processo de inovar, criar ou reinventar algo, é ainda a descrição do processo de descoberta, exploração e interpretação do assunto por parte dos empreendedores, além dos meios usados para atingir estas finalidades.

Desta forma, destaca-se que uma ação empreendedora envolve desde o reconhecimento de uma oportunidade até a concretização da mesma. Afirmam ainda que “Quanto à relação do empreendedorismo e o desenvolvimento, faz-se necessários estudos mais densos, principalmente para compreender a influência desse fenômeno na geração de riquezas na nação, no aumento de novos negócios, na definição de políticas públicas e leis” (VERGA; SILVA, 2014, p. 53).

Parafraseando Rocha e Freitas (2014), a sustentabilidade de novas empresas é uma grande preocupação ao mundo do empreendedorismo, como alternativa para esta deficiência seria a formação de empreendedores mais eficazes no âmbito de gestão, diante disso, percebe-

*Tema 6 – Ensino em Empreendedorismo e em Gestão de Pequenas Empresas*

se a importância dos cursos de administração como contribuintes nesta carência. O Quadro 02 apresenta um resumo dos artigos apresentados nesta seção.

**Quadro 02: Principais pesquisas acerca do empreendedorismo.**

Dornelas (1971)	Universidades percebem a necessidade de repassarem a seus acadêmicos o tema empreendedorismo, sendo incluindo na grade curricular.
Bessant e Tidd (2009)	De forma geral, empreendedores costumam ter um grau de escolaridade menor que a média da população. Isso deve-se ao fato de que indivíduos com uma educação menor, são estimulados a ambição e a realização pessoal, para assim ter o reconhecimento
Ferreira e Freitas (2013)	Os participantes ou ex-membros de Empresas Junior (EJ), apresentaram 20 variáveis do comportamento empreendedor superior em relação aos não participantes de EJ, evidenciando a contribuição expressiva destas na formação profissional.
Galleli e Santos (2013)	A disciplina de empreendedorismo está na grade curricular de poucas universidades, sendo que o estudo do mesmo, fica critério do aluno. Contrapondo a isso, percebeu-se ainda que, as universidades usufruem da flexibilidade disposta nas matérias para repassar conhecendo sobre o assunto
Verga e Silva (2014)	Apesar de o termo empreendedorismo ser um tema reconhecido a mais de dez séculos, apenas nas últimas décadas foi inserido no meio acadêmico.
Rocha e Freitas (2014)	A sustentabilidade de novas empresas é uma grande preocupação ao mundo do empreendedorismo, como alternativa para esta deficiência seria o interesse dos cursos de administração para a formação de empreendedores mais eficazes no âmbito de gestão.

**Fonte:** elaborado pelos autores (2014)

Diante do exposto, percebe-se a importância dada ao desenvolvimento do comportamento empreendedor nos acadêmicos em cursos de graduação. Ressalta-se a importância dada a existência de empresas juniores, visto que estas também influenciam positivamente no desenvolvimento de competências empreendedoras.

### 3. Metodologia de pesquisa

A seguinte pesquisa seguiu as instruções de Malhotra (2001), a qual caracteriza-se como sendo de abordagem quantitativa e de caráter descritiva, onde utilizou a técnica de levantamento ou *survey* de corte transversal (*cross-sectional*) para a coleta de dados.

A coleta de dados foi realizada através da aplicação de um questionário fechado e composto por 35 perguntas, onde divide-se em: perguntas caracterizando o perfil dos acadêmicos, seguido de 30 questões de competências empreendedoras, adaptadas do questionário desenvolvido por Lenzi (2008).

As 30 questões referentes as competências empreendedoras, serviram de base para a identificação destas, com base em uma escala somática de três perguntas para cada competência proposta pelos autores. Ao atribuir uma nota na escala ordinal (de 1 a 5) para cada afirmativa do instrumento, o respondente obterá uma pontuação que há de variar de 3 a 15 pontos.

Para a identificação de uma determinada competência é deliberada pela soma de no mínimo 12 pontos na competência. Segundo Lenzi (2008), as competências empreendedoras são: Busca de Oportunidades e Iniciativa (BOI); Correr Riscos Calculados (CRC); Exigência de Qualidade e Eficiência (EQE); Persistência (PER); Comprometimento (COM); Busca de informação (BDI); Estabelecimento de Metas (EDM); Planejamento e Monitoramento



*Tema 6 – Ensino em Empreendedorismo e em Gestão de Pequenas Empresas*

Sistemáticos (PMS); Persuasão e Rede de Contatos (PRC) e Independência e Auto Confiança (IAC).

A amostra desta pesquisa é composta por 137 acadêmicos regularmente matriculados no curso de administração da de uma instituição de ensino superior do oeste catarinense. A base de dados foi processada em uma planilha no Microsoft Excel® e após os dados foram importados ao software SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) 21.0, na qual foi possível realizar as análises estatísticas univariadas que apresentaram valores como: média, desvio padrão, valores mínimos e máximos observados, frequência e percentagem dos resultados bem como alguns relacionamentos entre o perfil dos acadêmicos da IES e as competências empreendedoras desenvolvidas.

#### 4. Análise e apresentação dos resultados

A pesquisa e a coleta de dados ocorreram no ano de 2014, com os 137 acadêmicos efetivamente matriculados no Curso de Administração de uma instituição de ensino superior do oeste catarinense. Ao final da tabulação dos dados, obteve-se uma amostra de 130 questionários válidos, atingindo, desta forma, 94,89% do total de matriculados no Curso.

Vale destacar que esta IES possui em sua grade curricular do curso de administração a disciplina de Empreendedorismo e Plano de negócio, que compõe o VIII semestre. Ainda, desde o primeiro semestre, os acadêmicos desta IES têm a oportunidade de participar da Empresa Júnior, que também instiga o desenvolvimento de competências empreendedoras nos acadêmicos. Sendo assim foram analisadas as competências empreendedoras existentes em quatro semestres do curso (I, IV, VI e VII). Deste modo, a pesquisa contou com a participação de alunos de quatro semestres, subdividas na sequência exposta na Tabela 1.

**Tabela 1 - Frequência dos Semestres de Administração -2014**

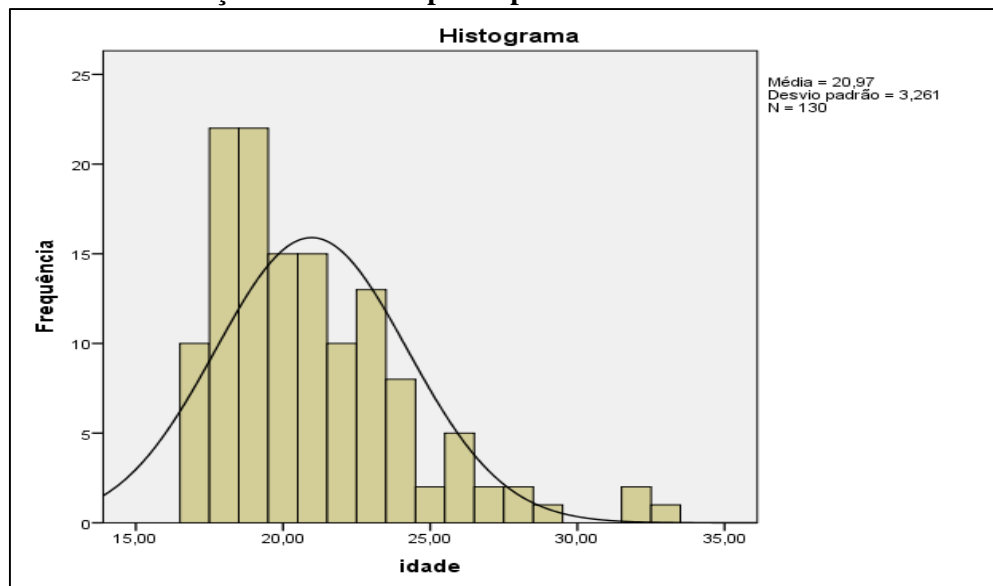
SEMESTRES	Frequência	Percentual (%)
2	38	29,23
4	28	21,54
6	35	26,92
8	29	22,31
Total	130	100,00

Fonte: Dados da Pesquisa (2014)

Dando início à avaliação socioacadêmica, percebe-se uma distribuição homogênea por ano acadêmico, em que, no segundo semestre, houve a participação de 38 alunos, no quarto semestre têm-se a participação de 28 alunos, na sequência, no sexto semestre obteve-se a participação de 35 alunos e por fim, no oitavo semestre, participaram da enquete cerca de 29 alunos. Quanto a variável idade dos acadêmicos pode-se averiguar os resultados expostos no Gráfico 1.

## Tema 6 – Ensino em Empreendedorismo e em Gestão de Pequenas Empresas

Gráfico 1: Variação de idade dos participantes.



Fonte: dados da pesquisa (2014)

Os dados apresentados no Gráfico 1 demonstram que a maior parte dos universitários participantes da pesquisa encontra-se na faixa de 17 até 24 anos de idade, o que presume a jovialidade do grupo, salientando que neste período encontra-se a idade ideal de frequência universitária, de 18 a 24 anos, segundo o INEP(2013). Comparativamente, o Censo do Ensino Superior Brasileiro, organizado pelo INEP(2013), apurou que apenas 15% dos universitários brasileiros, encontram-se nesta faixa etária. Do mesmo modo, na medida em que avançam as idades, diminui a participação do número de estudantes.

Na sequência, a Tabela 2 apresenta os resultados apurados quanto ao gênero dos universitários:

Tabela 2 – Gênero dos Universitários

Gênero	Frequência	Porcentagem válida (%)
Feminino	81	62,3
Masculino	49	37,7
Total	130	100,0%

Fonte: Dados da Pesquisa (2014)

As características apontadas pela Tabela 2, revelam que há uma disparidade considerável entre os gêneros, onde o público feminino responde por 62,3% e o público masculino, por apenas 37,7% do total de respondentes.

Nesta mesma pesquisa, outro fator analisado, foi a questão dos acadêmicos estarem ou não, atuantes no mercado de trabalho. Os resultados são apresentados pela Tabela 3

*Tema 6 – Ensino em Empreendedorismo e em Gestão de Pequenas Empresas*

**Tabela 3 - Está no mercado de trabalho**

Está no mercado de trabalho	Frequência	Porcentagem válida (%)
Não	7	5,4
Sim	123	94,6
Total	130	100,0

Fonte: Dados da Pesquisa (2014)

Os resultados descritos pela Tabela 3 demonstram que 94,6% dos universitários estavam inseridos no mercado de trabalho durante a realização da presente pesquisa, e que, portanto, além de estudar no período noturno, ainda trabalham ou exercem alguma atividade durante o dia. Esta situação, já citada em pesquisas como a de Vargas e de Paula(2012), traduz uma predominância do estudante-trabalhador na educação brasileira, onde o trabalho, muitas vezes, segue como a única forma de acesso à escolarização.

Na Tabela 4 segue representada a Análise Geral das Competências dos Universitários participantes.

**Tabela 4 - Análise Geral das Competências**

Competência	Frequência	Média	(%)
BOI	20	12,95	15,38%
CRC	55	12,96	42,31%
EQE	43	12,65	33,08%
PER	94	13,36	72,31%
COM	111	13,53	85,38%
BDI	60	13,50	46,15%
EDM	47	13,46	36,15%
PMS	55	13,51	42,31%
PRC	58	13,37	44,62%
IAC	52	13,38	40,00%
<b>Total</b>	<b>130</b>	<b>13,26</b>	<b>100%</b>

Fonte: Dados da Pesquisa (2014).

Analisando os dados apresentados pela Tabela 4, destacam-se como principais competências existentes nos acadêmicos participantes da pesquisa: Comprometimento, representando presente em 85,38% respondentes, persistência, que compreende 72,31% dos respondentes e a Busca de Informações que apareceu em 46,15% dos participantes. Entretanto, precisa-se destacar também que a competência Busca de Oportunidade e Iniciativa esteve presente em apenas 15,38% dos acadêmicos, o que significa que eles ainda precisam desenvolver a proatividade e iniciativa.

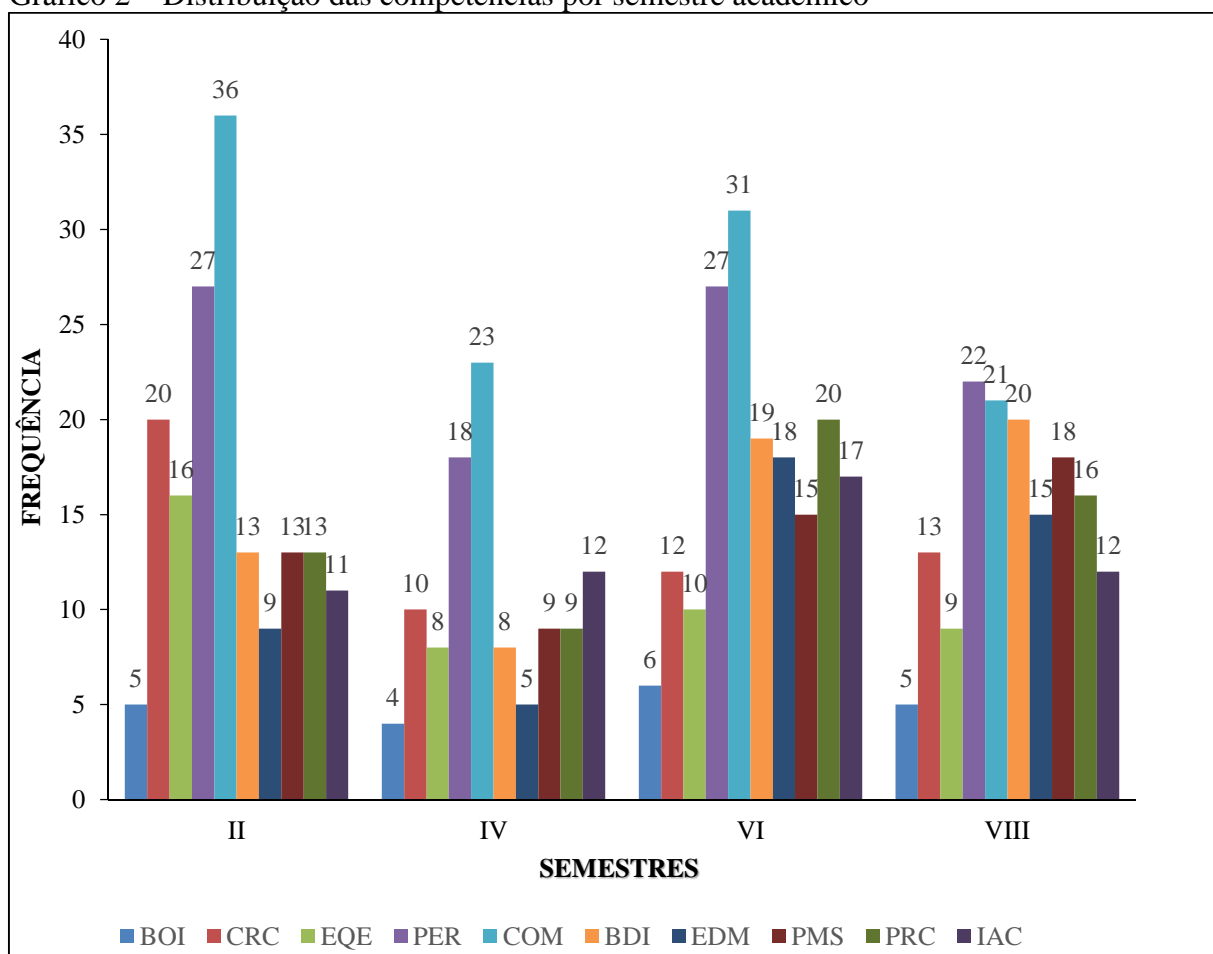
## Tema 6 – Ensino em Empreendedorismo e em Gestão de Pequenas Empresas

Entretanto, podemos destacar que de forma geral, os acadêmicos apresentaram uma média relativamente boa em relação a todas as competências, ou seja, a média ficou superior a 12 em todas as competências, o que significa que de maneira geral, todas as competências são desenvolvidas nos acadêmicos.

Em comparação podemos usar os estudos realizados por Souza e Zambalde (2015), que contou com uma amostra de 376 acadêmicos regularmente matriculados em uma IES de Minas Gerais. Neste estudo, as competências com maior destaque também foram o comprometimento e a responsabilidade, seguido pela capacidade de cooperação e trabalho em equipe e em terceiro a capacidade de relacionamento interpessoal.

Na sequência tem-se o Gráfico 2, que representa a distribuição de competência por semestre.

Gráfico 2 – Distribuição das competências por semestre acadêmico



Fonte: dados da pesquisa (2014).

O Gráfico 2 apresenta a estratificação das competências por semestre acadêmico, onde foi possível averiguar, que nos Semestres II, IV e VI a maior pontuada foi a competência comprometimento. Como segunda maior pontuada, para estes semestres, apresentou-se a competência Persistência. Já quanto à terceira competência, no Semestre II evidenciou-se, a

## Tema 6 – Ensino em Empreendedorismo e em Gestão de Pequenas Empresas

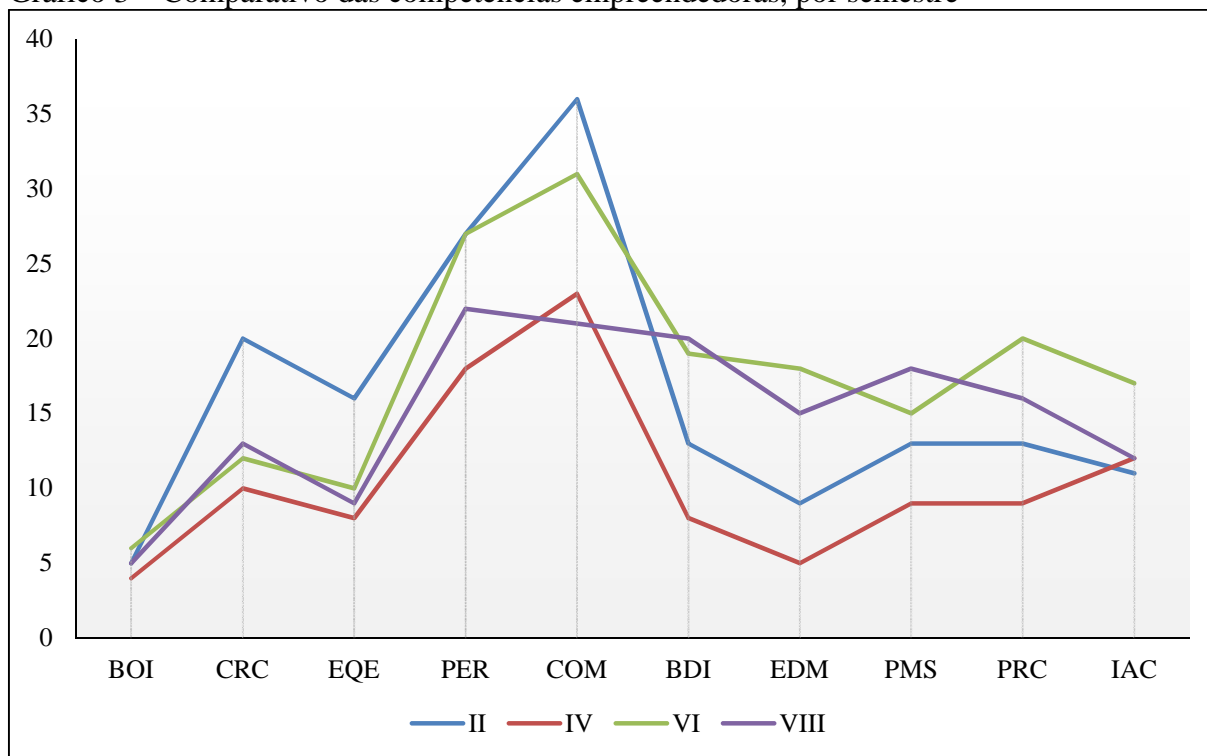
Competência CRC – Correr Riscos Calculados, para o Semestre IV, destacou-se a Competência IAC – Independência e Autoconfiança e, para o Semestre VI, pôde-se determinar a Competência PRC – Persuasão e Rede de Contatos, como a terceira maior pontuada. No Semestre VIII, a maior pontuada foi Persistência, seguida de Comprometimento e após, Busca de Informações.

Já as competências de menor presença junto aos entrevistados foram BOI – Busca de Oportunidades e Iniciativa, seguida de EQE – Exigência de Qualidade e Eficiência e EDM – Estabelecimento de Metas.

Ainda ao analisar o Gráfico 2 pode-se inferir que todas as competências do conjunto de realização (CRC, EQE, PER, COM) que existiam inicialmente com maior intensidade, vão diminuindo no decorrer dos semestres. Já as competências do conjunto de planejamento (BDI, EDM e PMS) aumentam a medida que os alunos avançam nos semestres. Por fim, as competências do conjunto de Poder (PRC e IAC) aumentam do segundo ao sexto semestre e têm uma leve recaída no último semestre do curso.

Um comparativo entre o comportamento das competências empreendedoras por semestre foi realizado pelo Gráfico 3.

Gráfico 3 – Comparativo das competências empreendedoras, por semestre



Fonte: dados da pesquisa (2014)

O presente Gráfico 3, computa a tendência empreendedora por semestre em que o Semestre II possui uma tendência elevada para as competências CRC - Correr Riscos Calculados e COM - Comprometimento, em relação aos demais semestres. O Semestre IV mostrou menor participação em quase todas as Competências, salvo a competência COM-



*Tema 6 – Ensino em Empreendedorismo e em Gestão de Pequenas Empresas*

Comprometimento. Ao analisar a linha tendencial, verifica-se que o Semestre VI, possui forte tendência empreendedora, destacando-se na maioria das competências, em especial nas Competências EDM - Estabelecimento de Metas, PRC – Persuasão e Rede de Contatos e IAC - Independência e Autoconfiança. Já o Semestre VIII, destaca-se em dois momentos, na competência BDI – Busca de Informações, assim como em PMS – Planejamento e Monitoramento Sistemáticos.

Sumariamente, com base na análise dos Gráficos 2 e 3, percebe-se uma variação heterogênea entre os semestres e os resultados das competências. Entretanto, ao fazer uma análise grupal comparativa entre os dois primeiros semestres, II e IV e os últimos semestres, VI e VIII, verifica-se nestes dois últimos, uma tendência clara para as competências agrupadas por Lenzi(2008), em Conjunto de Planejamento e de Poder. Esta constatação, permite presumir que haja um maior desenvolvimento destes indivíduos para estas competências, durante o período final universitário, com o desenvolvimento de características que envolvem deste a integração, rede de contatos, independência, planejamento e raciocínio pragmático.

### **5 Considerações Finais**

Esta pesquisa norteou-se acerca do tema empreendedorismo, que está cada vez mais inserido no mundo dos negócios, justificado pelo fato de que cerca de 32,3 % dos brasileiros estarem envolvidos em algum tipo de empreendimento.

Desta maneira, esta pesquisa teve por objetivo, identificar as competências empreendedoras entre os acadêmicos do curso de administração de uma instituição de ensino superior (IES). Para atender ao objetivo proposto, realizou-se uma pesquisa de abordagem quantitativa e descritiva, com a aplicação de uma *survey*.

Buscando pela definição das competências, esta pesquisa elucidou que todos os acadêmicos de maneira geral, apresentam alguma competência empreendedora. Sendo assim, as competências que mais se destacaram foram o Comprometimento, a Persistência e a Busca por Informações. Já aquelas que se destacaram com menor intensidade foram a Busca de oportunidade e iniciativa e a Exigência de qualidade e eficiência.

Ao analisar a existência das competências empreendedoras a partir dos conjuntos de Realização, Poder e Planejamento, podemos afirmar que estas aparecem com diferenças significativas entre os semestres. Todas as competências do conjunto de realização (CRC, EQE, PER, COM) apareceram nos acadêmicos iniciantes do curso de Administração e no decorrer do semestre apresentam uma diminuição entre os alunos que a possuem. As competências do conjunto de planejamento (BDI, EDM e PMS) apresentaram um avanço a medida em que os semestre evoluíam, ou seja, ao passar dos anos os alunos foram adquirindo estas competências. Já as competências do conjunto de Poder (PRC e IAC) apresentaram um aumento entre os alunos iniciantes até o sexto semestre, e decaíram no oitavo semestre do curso.

Estes resultados permitem inferir que o curso de Administração desta IES precisa reavaliar o seu processo de ensino do empreendedorismo, a medida em que os alunos vão perdendo o desejo de realização, ou seja, diminuem-se as chances destes acadêmicos realizarem-se pessoalmente por meio do empreendedorismo. Por outro lado, o resultado é

*Tema 6 – Ensino em Empreendedorismo e em Gestão de Pequenas Empresas*

positivo à medida em que os alunos desenvolvem competências de planejamento, o que é importante para uma gestão adequada dos negócios.

Como limitações desta pesquisa podemos apontar a análise puramente quantitativa do estudo, não sendo realizada uma abordagem de estudo qualitativa para analisar alguns casos em profundidade e tentar compreender com mais clareza o perfil dos acadêmicos do curso de administração.

Recomenda-se a continuidade de estudos voltados nesta área, devido a sua incipiência e também a sua importância, já que isso pode direcionar os esforços das IES que possuem cursos de graduação em Administração, uma vez que são estes que formam os gestores do nosso país. O aprofundamento do, bem como, para nortear gestores de IES, que tem como possibilidades ampliar a capacidade de moldar e desenvolver estas competências durante a graduação, com intuito de formar gestores com um pensamento empreendedor. Além disso, destaca-se a importância de estimular os acadêmicos para terem uma cultura mais empreendedora, buscando sempre que possíveis estudos interdisciplinares, tendo como objetivo conciliar a teoria e a prática.

**Referências**

ANDREASI, T; SALUSSE, M.A.Y. O Ensino de Empreendedorismo com Fundamento na Teoria Effectuation. In. XXXVIII Encontro da ANPAD. 2014. Rio de Janeiro. **Anais**. Rio de Janeiro, 2014.

BESSANT, J.; TIDD, J. **Inovação e Empreendedorismo**. Tradução Elizamari Rodrigues Becker, Gabriela Perizzolo, Patricia Lessa Flores da Cunha. Porto Alegre: Bookmann, 2009.

BORGES, A.F; LIMA, J.B ; ANDRADE, D.M ; ENOQUE, A.G. Práticas de Empreendedorismo em Empresas Familiares Empreendedoras. In: VIII encontro de estudos organizacionais da ANPAD. 2014. Gramado. Rio Grande do Sul. **Anais...** Rio Grande do Sul, 2014.

BRACHT, D. E.; WERLANG, N. B. Competências empreendedoras: uma investigação com produtores rurais catarinenses. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 4, n. 1, p. 101-124, 2015.

COOLEY, L. **Entrepreneurship Training and the Strengthening of Entrepreneurial Performance**. Final Report. Washington: USAID, 1990.

DEGEN, R. **O empreendedor**: fundamentos da iniciativa empresarial. São Paulo: McGraw-hill, 1989

DORNELAS, J. C. A. 1971- **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: Transformando ideias em negócios. 3. ed. 5ª Reimpressão. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

FERREIRA, E. R. A.; FREITAS, A. A. F. Propensão empreendedora entre estudantes participantes de empresas juniores. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 2, n. 3, p. 3-32, 2013.

*Tema 6 – Ensino em Empreendedorismo e em Gestão de Pequenas Empresas*

- FERREIRA, F. L. A.; GIMENEZ, F. A. P.; AUGUSTO, P. O. M. Empreendedorismo e o processo de criação de uma nova organização. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 3, n. 2, p. 70-93, 2014.
- FERREIRA, J. M. **A ação de empreender sob a perspectiva sócio-histórica de González Rey**. 2012, 157 f. Tese (Doutorado em Administração) – Universidade Positivo, Curitiba, 2012.
- FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração de Empresas**. São Paulo, v. 34, n. 2, p. 05-28, abr./jun. 1999.
- FRANCO, M. M. S.; HASHIMOTO, M. Liderança empreendedora e práticas de Gestão de Pessoas: um estudo sobre a eficácia na promoção do empreendedorismo corporativo. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 3, n. 3, p. 104-128, 2014.
- HISRICH, Roberto D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo**. Edição: 7ª ed. ed.: Sao Paulo: bookman, 2009.
- LENZI, F. C. **Os empreendedores corporativos nas empresas de grande porte**: um estudo da associação entre tipos psicológicos e competências empreendedoras. Tese de doutorado da Universidade de São Paulo, 2008. Disponível em:  
<[www.teses.usp.br/teses/.../12/.../tese\\_fernando\\_lenzi\\_usp.pdf](http://www.teses.usp.br/teses/.../12/.../tese_fernando_lenzi_usp.pdf)> Acesso em abril de 2015.
- LENZI, F. C. et al. A relação das competências empreendedoras e da conduta intraempreendedora no setor de serviços educacionais. **Revista pensamento contemporâneo em administração**, Rio De Janeiro , v. 7, n. 2, p. 77-95. Abr. /jun. 2013.
- MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de Marketing**: uma orientação aplicada. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001. p. 720.
- McClelland, D. C. Testing for Competence Rather Than for "Intelligence". **American Psychologist**, n. 28, v. 1, p. 1-14, 1973.
- MORALES, S. A. **Relação entre competências e tipos psicológicos junguianos nos empreendedores**. Tese de Doutorado da Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC. 2004. 199p.
- ROCHA, E. L. C.; FREITAS, A. A. F. Avaliação do ensino de empreendedorismo entre estudantes universitários por meio do perfil empreendedor. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 18, n. 4, p. 465-486, 2014.
- SALIM, C. S.; SILVA, N. C. **Introdução ao empreendedorismo**: despertando a atitude empreendedora. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010
- SANTOS, L. M. L. D.; GALLELI, B. O ensino de empreendedorismo social nos cursos de Administração das universidades brasileiras. **Administração Pública e Gestão Social**, v. 5, n. 2, p. 153-173, 2013.
- SOUZA, D. L.; ZAMBALDE, A. L. Desenvolvimento de competências e ambiente acadêmico: um estudo em cursos de Administração de Minas Gerais, Brasil. **Revista de Administração**, v. 50, n. 3, p. 338-352, 2015.

*Tema 6 – Ensino em Empreendedorismo e em Gestão de Pequenas Empresas*

VERGA, E.; SILVA, L. F. S. Empreendedorismo: evolução histórica, definições e abordagens. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 3, n. 3, p. 3-30, 2014.

VIDIGAL, P. R. **Aspectos cognitivos e afetivos dos empreendedores: Como Estes Atores Tomam Decisões?** Dissertação (Mestrado Administração) Faculdade Campo Limpo Paulista – FACCAMP, São Paulo. 2011. Disponível em:

<[http://www.faccamp.br/madm/Documentos/producao\\_discente/2011/05maio/PauloRobertoVidigal/dissertaCAo.pdf](http://www.faccamp.br/madm/Documentos/producao_discente/2011/05maio/PauloRobertoVidigal/dissertaCAo.pdf)>. Acesso em: 22 mar. 2015.

ZAMPIER, M. A.; TAKAHASHI, A. R. W.; TEIXEIRA, R. M. Intraempreendedorismo Feminino e Desenvolvimento de Competências Empreendedoras: Um Estudo de Caso com Professoras de Programas de Mestrado e Doutorado em Administração de Curitiba-PR. **Revista Economia & Gestão**, v. 11, n. 25, jan./abril. 2011.

Organizadores:



ANEGEPE  
Associação Nacional de Estudos  
em Empreendedorismo e Gestão  
de Pequenas Empresas

Realizadores:

