

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

LETÍCIA CARDOSO DE FARIA

**EMPREENDEDORISMO: UM ESTUDO SOBRE A RELAÇÃO DE EMPREENDER
COM A GRADUAÇÃO NOS CURSOS DE ADMINISTRAÇÃO, CIÊNCIAS
CONTÁBEIS E CIÊNCIAS ECONÔMICAS**

**JUIZ DE FORA
2019**

LETÍCIA CARDOSO DE FARIA

**EMPREENDEDORISMO: UM ESTUDO SOBRE A RELAÇÃO DE EMPREENDER
COM A GRADUAÇÃO NOS CURSOS DE ADMINISTRAÇÃO, CIÊNCIAS
CONTÁBEIS E CIÊNCIAS ECONÔMICAS**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao curso de Ciências Contábeis
da Universidade de Juiz de Fora como
requisito parcial para obtenção do Título de
Bacharelado em Ciências Contábeis.

Orientadora: Prof^a Luiza Guedes Ferreira

JUIZ DE FORA

2019

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração automática da Biblioteca Universitária da UFJF, com os dados fornecidos pela autora

Faria, Letícia Cardoso de.

Empreendedorismo e Contabilidade – A relação entre a escolha por empreender dos alunos de Administração, Ciências Contábeis e Ciências Econômicas / Letícia Cardoso de Faria. -- 2019.

Orientadora: Luiza Guedes Ferreira

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Faculdade de Administração e Ciências Contábeis, 2019.



UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS

Termo de Declaração de Autenticidade de Autoria

Declaro, sob as penas da lei e para os devidos fins, junto à Universidade Federal de Juiz de Fora, que meu Trabalho de Conclusão de Curso é original, de minha única e exclusiva autoria e não se trata de cópia integral ou parcial de textos e trabalhos de autoria de outrem, seja em formato de papel, eletrônico, digital, audiovisual ou qualquer outro meio. Declaro ainda ter total conhecimento e compreensão do que é considerado plágio, não apenas a cópia integral do trabalho, mas também parte dele, inclusive de artigos e/ou parágrafos, sem citação do autor ou de sua fonte. Declaro por fim, ter total conhecimento e compreensão das punições decorrentes da prática de plágio, através das sanções civis previstas na lei do direito autoral¹ e criminais previstas no Código Penal², além das cominações administrativas e acadêmicas que poderão resultar em reprovação no Trabalho de Conclusão de Curso.

Juiz de Fora, 02 de julho de 2019.

Letícia Cardoso de Faria

201577009

¹ LEI Nº 9.610, DE 19 DE FEVEREIRO DE 1998. Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências.

² Art. 184. Violar direitos de autor e os que lhe são conexos: Pena - detenção, de 3 (três) meses a 1 (um) ano ou multa.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, gostaria de agradecer aos meus pais, Marcio e Ana, que sempre me incentivaram aos estudos e por me darem suporte em todos os âmbitos da vida, e por comemorar comigo cada vitória, mesmo que de longe.

Gostaria de agradecer a minha tia Marlene, ao meu tio Renato a Myllena, Amanda, Felipe e Luiz Felipe por ouvirem sobre meu dia e me apoiarem nas dificuldades que apareceram durante este período. E a toda a minha família, por acreditar em mim.

Deixo meu agradecimento a Campe Consultoria Jr e por todos que fizeram parte dela, que me despertou o interesse ao empreendedorismo e foi tão importante para minha graduação.

Agradeço aos meus amigos e todos os colegas de classe que participaram dessa trajetória. Aos meus professores que sempre estiveram dispostos a sanar as minhas dúvidas e incentivar as minhas ideias, principalmente a professora Luiza, que me acompanhou de perto nessa última etapa e tanto me inspira.

Meu muito obrigada a todos vocês.

LISTA DE SIGLAS

BP - Balanço Patrimonial

BRICs - Brasil, Rússia, Índia e China

CER - Centro Sebrae de Referência em Educação Empreendedora

DCE - Diretório Central dos Estudante

DRE - Demonstração do Resultado do Exercício

ENADE - Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes

ESSEC - École Supérieure des Sciences Economiques et Commerciale

FEJEMG - Federação de Empresas Juniores de Minas Gerais

INEP - Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira

MEC - Ministério da Educação

MEJ - Movimento Empresa JÚNIOR

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SINAES - Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior

UFJF - Universidade Federal de Juiz de Fora

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Período do Curso.....	29
Gráfico 2: Atividade Remunerada.....	30
Gráfico 3: Termos conhecidos anteriormente.....	31
Gráfico 4: Movimentos estudantis conhecidos anteriormente.....	32
Gráfico 5: Contribuição específica a decisão de empreender.....	35
Gráfico 6: Perfil Empreendedor dos Discentes.....	37

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Modelo de Negócios.....	18
Tabela 2: Faturamento.....	18
Tabela 3: Disciplinas Cursadas.....	30
Tabela 4: Disciplinas apontadas como importantes auxiliares ao empreendedor.....	33

RESUMO

Esta monografia apresenta o estudo referente ao empreendedorismo nos cursos de Administração, Ciências Contábeis e Ciências Econômicas da Universidade Federal de Juiz de Fora. Devido ao aumento do empreendedorismo no mercado de trabalho e as vertentes de novas competências e métodos que este agrega aos discentes atuais, foram levantados movimentos correlacionados e impactos gerados pela educação empreendedora. Este estudo visou assim, captar os conhecimentos e percepções dos discentes sobre o tema, assim como a intenção destes em empreender. Para tal, utilizou-se pesquisa quantitativa não probabilística, através da aplicação de questionários com os discentes, testes estatísticos e análise dos dados. Captou-se que as disciplinas que mais auxiliam ao discente que decide empreender, são Empreendedorismo, Gestão Financeira, Contabilidade de Custos e Marketing Digital. O perfil de empreendimento que caracteriza os discentes é o Empreendedorismo Individual, inclusive já aplicado por alunos respondentes. Constatou-se por fim, que apesar de não apresentar um ambiente que dissemine o empreendedorismo em concordância com as expectativas dos discentes, as Faculdades de Administração, Ciências Contábeis e Ciências Econômicas disponibilizam disciplinas e possibilidades que podem propiciar a vivência empreendedora, durante e após a conclusão dos cursos.

Palavras-chave: Administração. Ciência Contábeis. Ciências Econômicas. Empreendedorismo.

SUMÁRIO:

1.INTRODUÇÃO.....	11
2. REFERENCIAL TEÓRICO.....	15
2.1- Empreendedorismo: conceito e classificação.....	15
2.1.1- Empreendedorismo Corporativo.....	15
2.1.2- Empreendedorismo Social.....	16
2.1.3- Empreendedorismo Individual.....	18
2.2- Empreendedorismo no Brasil.....	19
2.3- Empreendedorismo nas Universidades.....	20
2.4- Movimentos Estudantis ligados ao Empreendedorismo.....	21
2.4.1- Enactus Brasil.....	22
2.4.2- Centro Sebrae de Referência em Educação Empreendedora.....	22
2.4.3- Movimento Empresa Júnior.....	23
2.5- Cursos Superiores.....	24
2.5.1- Administração.....	25
2.5.2- Ciências Contábeis.....	25
2.5.3- Ciências Econômicas.....	26
3. METODOLOGIA.....	27
4. ANÁLISE DE RESULTADOS.....	29
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	38
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	40
7. APÊNDICE.....	43

1. INTRODUÇÃO

A população mundial está vivendo, desde a metade do século XX, a III Revolução Industrial, também conhecida como Revolução Técnico-Científica-Informacional, que tem como principal característica avanços tecnológicos, descobertas científicas nas áreas da genética e de materiais, além do desenvolvimento constante da internet e da robótica e, principalmente, da informação, que causam um impacto na sociedade, devido às possibilidades apresentadas, como levantado no estudo disponibilizado pelo site Brasil Escola (2017) .

Esse impacto na atualidade, que pode parecer radical, não é muito diferente do que foi a Revolução Industrial para a sociedade do século XVIII ou da Segunda Revolução Industrial para o século XIX, uma vez que as Revoluções Industriais se caracterizaram pelas “grandes transformações nas relações de trabalho e no sistema de produção” (BRASIL ESCOLA, 2017).

E assim como anteriormente, a transição e o desenvolvimento de novos aspectos da sociedade são acompanhados por necessidades de adaptação à nova realidade, o que traz, conseqüentemente, mudanças nas necessidades empresariais, de gestão, negócios, relações de trabalho e características comportamentais e profissionais.

Destaca-se nesta monografia, o crescimento do movimento denominado empreendedorismo. Os empreendedores, mesmo que de forma diversa, já estavam presentes na sociedade desde as primeiras civilizações, mas hoje, recebem destaque e já representam significativa parcela da população em diversos países, inclusive do Brasil.

A Pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor* – GEM (2017), que tem como objetivo central aprofundar a compreensão sobre o papel que a atividade empreendedora cumpre para o desenvolvimento econômico e social do país, levantou que, em 2007, haviam 14,6 milhões de empreendedores no Brasil, já em 2017, haviam 49,3 milhões, ou seja, em dez anos, o número de empreendedores mais que triplicou no país.

O Brasil é o país com a maior taxa de empreendedorismo entre os BRICs - Brasil, Rússia, Índia e China. Hoje, os empreendedores que são donos de seu próprio negócio representam 36,4% da população brasileira, entre as pessoas de 18 e 64

anos (GEM BRASIL, 2017). A maioria delas tomaram essa decisão por vislumbrarem uma oportunidade.

O Brasil, portanto, tem atualmente uma porcentagem significativa de novos negócios sendo abertos e, a cada ano essa perspectiva, segundo os estudiosos do ramo, irá aumentar. No entanto, grande parte desses empreendimentos também são fechados nos primeiros anos de vida. Conforme dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2014), mais de 60% deles fecham antes do quinto ano. Existem situações que são fortes contribuintes a essa situação, como a pesquisa GEM (2017) indica, onde especialistas apontam fatores relacionados a Políticas Governamentais e programas que proporcionem um ambiente favorável a manter novos negócios, como tributação e desburocratização, além de a dificuldade de acesso a recursos financeiros e o Contexto Político e Econômico, ligados diretamente ao contexto social e econômico, crise internacional e corrupção.

Além dos fatores internos que, segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae (2014), em uma pesquisa realizada com empresas do estado de São Paulo, maior centro industrial e comercial do país, tiveram como principais causas apontadas pelo fechamento das empresas nos primeiros cinco anos Planejamento Prévio, Gestão Empresarial e Comportamento Empreendedor.

Por serem competências atreladas a estudos metodológicos, as principais causas do insucesso dos novos negócios supracitados são passíveis de serem solucionadas a partir de conhecimentos técnicos obtidos em cursos e capacitações, como a graduação. Os cursos de Administração, Ciências Contábeis e Ciências Econômicas são exemplos, devido ao oferecimento de disciplinas que vislumbram gerenciamento, como Marketing, Planejamento Estratégico e disciplinas voltadas a contabilidade.

O Marketing auxilia na comunicação com o público alvo, obtenção de seu ponto de vista e dados dos consumidores, que possibilitam uma gestão estratégica dos esforços de venda e do atendimento das expectativas do cliente. O Planejamento Estratégico possibilita ao empreendedor a obtenção de um alto conhecimento a respeito das características do perfil da empresa, seus valores e objetivos futuros.

A contabilidade apura resultado da organização e controla o seu patrimônio, possibilitando ao gestor uma visão de seu desempenho, de suas possibilidades financeiras e de seus recursos, características essas que permitem que a organização

obtenha um planejamento compatível com sua realidade atual e de projeções futuras, através da gestão financeira e de custos, com o levantamento de índices de liquidez e de retorno, margem de contribuição e planejamento de preço de venda, por exemplo, dando base ao seu crescimento, se mostrando uma potente ferramenta gerencial.

Tendo em vista que o ramo do empreendedorismo se divide em áreas com interesses finalísticos distintos, desejou-se ainda, levantar se essa é uma realidade que os graduandos conhecem, se sabem diferenciá-las e se há distinção entre o desejo de empreender e o desejo de empreender em uma área específica do empreendedorismo.

Este cenário provocou ainda, o interesse da confrontação entre Negócios e Empreendedorismo, no âmbito educacional, tendo como amostra de estudo os discentes da Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF, levantando o questionamento: A graduação em Administração, Ciências Contábeis e Ciências Econômicas desperta o interesse diante da opção de empreender nos discentes destes cursos?

A partir da problemática levantada, encontrou-se a necessidade de abordar objetivos que direcionem melhor as respostas do estudo realizado. Assim, como objetivo central, o presente estudo pretendeu analisar se há correlação entre a graduação na área nos cursos de Administração, Ciências Contábeis e Ciências Econômicas, que obtém contato direto com a área contábil, e a opção dos graduandos de atuar em uma das áreas existentes no Empreendedorismo.

Este objetivo foi alcançando, através da coleta de percepções que captaram:

- A existência do conhecimento dos diferentes tipos de empreendedorismo entre os graduandos dos cursos de Administração, Ciências Contábeis e Ciências Econômicas;
- Se os discentes – Ciências Contábeis, Ciências Econômicas e Administração – se sentem preparados a gerenciar um novo empreendimento;
- Se a contabilidade contribui nas atividades administrativas ao empreender;
e
- Qual área do empreendedorismo se destaca entre os respondentes.

O trabalho vigente está estruturado em cinco capítulos, sendo eles: Introdução, Referencial Teórico, Metodologia, Coleta e Análise de Dados em Campo e Considerações Finais.

O primeiro capítulo aborda a introdução do trabalho de pesquisa, levantando a motivação ao objeto do estudo, elencando a justificativa e a problemática a serem estudadas, além dos objetivos a serem alcançados com a abordagem do tema Empreendedorismo. No segundo capítulo concentra-se as referências teóricas usadas como base de estudo, ideias relacionadas ao tema, dados e estatísticas em volta da situação prévia e atual da história do empreendedorismo, assim como alguns de seus aspectos específicos. Na sequência, o terceiro capítulo aborda os instrumentos e métodos utilizados para o levantamento de dados e realização da pesquisa, finalizando com o quarto capítulo que consiste na coleta junto aos respondentes, nos dados e resultados obtidos, assim como as análises extraídas destes. Tem-se ainda, no quinto capítulo, o agrupamento de todas as informações apresentadas e as considerações finais levantadas através delas.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

A Fundamentação Teórica a seguir vislumbra introduzir os principais termos que regem o empreendedorismo, além de apresentar a educação empreendedora e algumas frentes em que ela se estrutura. Intenciona ainda, levantar aspectos e características do cenário que engloba o empreendedorismo atual do Brasil e o perfil do empreendedor.

2.1. Empreendedorismo: conceito e classificação

O termo Empreendedorismo provém da palavra francesa *entrepreneur*, que significa “assumir riscos e começar algo novo”. Originando-se entre os séculos XVII e XVIII, seu significado provém do termo empreendedor, aplicado pela primeira vez por Jean Baptiste Say como “aquele que leva recursos econômicos de uma área de menor para uma de maior produtividade e rendimento” (DESS, 1998).

Desde seu surgimento, o termo empreendedorismo vem se tornando progressivamente relevante e adquirindo novos significados e diversas aplicabilidades.

O perfil do empreendedor por exemplo, assume características semelhantes em todos os aspectos, independentemente do seu propósito inicial e de sua atividade principal. Segundo o Sebrae (2016), “iniciativa, visão estratégica, capacidade de liderança e capacitação constante são algumas das competências de um bom empreendedor”.

Porém, nem todo o indivíduo que apresenta ou desenvolva as características deste perfil, está sujeito a seguir um único caminho. O termo Empreendedorismo pode estar presente em um amplo aspecto e apresentar outras características, em nomenclaturas distintas, os tipos de empreendedorismo. Pode-se assim, dividir o empreendedorismo em Empreendedorismo Corporativo, Empreendedorismo Social e Empreendedorismo Individual.

2.1.1. Empreendedorismo Corporativo

Algumas empresas são reconhecidas por alcançarem expressivos resultados, em crescimento financeiro e de visibilidade, pautados em inovações e soluções contemporâneas e autonomia dos colaboradores, que associam o sucesso da

organização com o sucesso pessoal, características compatíveis com as iniciativas do empreendedorismo corporativo.

Segundo Vilas Boas e Santos (2013), “por empreendedorismo corporativo, entende-se a criação de produtos, serviços, processos e novos negócios, desde que ocorram dentro de empresas já consolidadas e sejam por elas explorados.” Para Dornelas (2003),

O empreendedorismo corporativo é o processo pelo qual um indivíduo ou um grupo de indivíduos, associados a uma organização existente, criam uma nova organização ou instigam a renovação ou inovação dentro da organização existente.

Assim, os empreendedores corporativos se veem como proprietários da instituição onde prestam serviços, tomando para si as responsabilidades, desafios e as consequências, sejam elas positivas ou negativas.

As organizações que adotam o empreendedorismo corporativo, contam ainda, com gestores com domínios relacionadas aos ciclos operacional e financeiro, dando-lhes condições para estruturar ideias de gestão de projetos e liderança, habilidades para tecer relações e obter apoio, tanto político como financeiro (COSTA; CERICATO; MELO 2005).

Para aumentar a atratividade de empreendedores corporativos, algumas das instituições que adotam essa cultura contam com incentivos financeiro e de reconhecimento, além de adotarem planos de desenvolvimento individual e de carreira, capacitando cada vez mais seus colaboradores e propiciando o ambiente para inovação e crescimento universal, de fato, uma relação “ganha-ganha”.

Como exemplo do empreendedorismo no ambiente organizacional, pode-se citar o fato de empresas brasileiras consideradas de sucesso, cogitam o perfil empreendedor como pré-requisito ao analisar os candidatos a colaboradores. Em âmbito universitário por exemplo, alguns dos trainees mais desejados e competitivos do mercado, como Ambev, Volkswagen, Unilever, Safra, solicitam essa característica no Processo Seletivo (BRASIL JÚNIOR,2016).

2.1.2. Empreendedorismo Social

O Empreendedorismo Social, como o termo bem sugere, é a atividade voltada ao desenvolvimento social, interligado ao desenvolvimento sustentável que melhora a qualidade de vida - inclusive financeira- da população.

A palavra social pode ser erroneamente interpretada como uma vertente sem fins lucrativos. No entanto, como levantado pelo artigo do Sebrae (2017), um empreendedorismo social é sim uma atividade lucrativa, no entanto, esse não se apresenta como o objetivo finalístico das organizações que compreendem esse perfil de empreendedorismo. Ou seja, esses empreendimentos têm sua atividade principal voltada a uma causa, a um objetivo maior, social ou socioambiental e não ao lucro, que passa a ser consequência deste, uma vez que a atividade principal deve suprir as necessidades financeiras da organização sem depender de doações.

De acordo com o Sebrae (2017), as principais áreas de desenvolvimento do empreendedorismo social são educação, alfabetização e inclusão digital; moradia de baixo custo; reciclagem, indústrias limpas e energias alternativas; agricultura, floresta e uso de água; saúde e nutrição comunitárias; diversidade e multiculturalismo; oportunidades para deficientes; serviços em geral; apoio ao empreendedorismo e microcrédito; direitos humanos.

Em 2017, a Pipe.Social¹ realizou o “1º Mapa de Negócios de Impacto Social + Ambiental”, que levantou o retrato atual do impacto causado pelos empreendimentos sociais na economia do país. A pesquisa contou ainda, com o levantamento de problemáticas, reflexões e oportunidades que fomentam o fortalecimento e maturidade do ecossistema.

Foram mapeados 579 negócios, onde 70% estavam regularizados. Destes, 58% são formados apenas por homens e 20% apenas por mulheres. As áreas mais impactadas foram Educação, Tecnologias Verdes e Cidadania e Saúde, com 38%, 23% e 12% do percentual de impacto respectivamente (PIPE.SOCIAL, 2017).

O modelo de negócios é diversificado e foi levantado aos respondentes no modelo múltipla escolha, ou seja, os empreendedores poderiam classificar sua atividade em mais de um dos modelos apresentados. A distribuição desses modelos é apresentada na tabela a seguir:

¹ A Pipe Social (2018) é uma plataforma-vitrine de negócios de impacto social e ambiental que surgiu com o desejo de provocar conexões relevantes no Brasil, permitindo que empreendimentos sejam vistos e também se reconheçam dentro do universo de possibilidades que o ecossistema oferece.

Tabela 1: Modelo de Negócios

MODELO DE NEGÓCIOS - EMPREENDIMENTO SOCIAL - 2016	
OPÇÃO	%
B2B	52%
B2C	52%
B2B2C	42%
B2G	27%
C2C	9%
NÃO SABEM	6%

Fonte: Pipe Social (2016)

Quanto ao faturamento, este aparece de forma heterogênea. Apenas 3% da amostra não tinham conhecimento sobre o seu faturamento, ou não quiseram responder. Apesar de uma maioria ainda não apresentar faturamento, uma parcela ainda significativa comprova, em números, a capacidade dos empreendimentos sociais apresentarem uma saúde financeira compatível com os demais perfis de retornos provenientes de outros tipos de empreendedorismo (PIPE.SOCIAL, 2017).

Tabela 2: Faturamento

FATURAMENTO - EMPREENDIMENTO SOCIAL - 2016	
FATURAMENTO	%
Ainda sem faturar	35%
R\$ 100 mil	31%
Entre R\$101 mil e R\$500 mil	13%
Entre R\$501 mil e R\$1 milhão	6%
Entre R\$1,1 milhão e R\$2 milhões	5%
Acima de R\$2 milhões	7%

Fonte: Pipe Social (2016)

Dentre os respondentes, a tabela acima representa o percentual de faturamento entre os empreendimentos sociais do país, retratando a saúde financeira do nicho social.

2.1.3. Empreendedorismo Individual

O termo que classifica o entendimento popular sobre o tema empreender é o chamado Empreendedorismo Individual, que é o representante que configura a abertura de novos empreendimentos.

Nos dias atuais, onde os mercados aparentam estar saturados em todos os nichos e as mudanças são cada vez mais rápidas e orgânicas, a criatividade é palavra chave, principalmente na era das

Novas Economias, que podem ser exploradas pelo viés da competitividade, do empreendedorismo, da inovação, da sustentabilidade, e de novos mercados. Sua essência é a geração de oportunidades, pelo repensar de práticas vigentes ou pela implementação de práticas de geração de valor não existentes (BALESTRIN; VERSCHOORE, 2008).

Mas, apesar da era disruptiva, o brasileiro ainda enfrenta muita burocracia para abrir uma empresa. Os cálculos levantados pela Endeavor² apontam que o brasileiro leva em média 117 dias para abrir seu empreendimento, em relevante divergência com os 79,5 dias da média mundial, segundo o Banco Mundial.

2.2. Empreendedorismo no Brasil

O desnivelamento das necessidades que os brasileiros encontram no caminho da abertura de seu empreendimento frente a outros, como a burocracia e outras adversidades, não impedem que o Brasil seja o país com a maior taxa de empreendedorismo entre os BRICs (Brasil, Rússia, Índia e China), como supracitado. Os empreendedores que são donos de seu próprio negócio representam 36,4% da população brasileira e empreendem mais por oportunidade, do que por necessidade (GEM BRASIL 2017).

Para que se esclareça a diferença entre os aspectos abordados anteriormente, o Governo Brasileiro define empreendedor por necessidade, como aqueles que iniciaram um empreendimento autônomo por não possuírem melhores opções para o trabalho e precisam abrir um negócio a fim de gerar renda para si e suas famílias. Já os empreendedores por oportunidade optam por iniciar um novo negócio, mesmo quando possuem alternativas de emprego. Eles têm níveis de capacitação e escolaridade mais altos e empreendem para aumentar sua renda ou pelo desejo de independência no trabalho (BRASIL, 2017).

Em 2017, para cada empreendedor por necessidade, havia 1,5 empreendedores por oportunidade (GEM BRASIL 2017). Para pormenorizar melhor o

² Organização global sem fins lucrativos com a missão de multiplicar o poder de transformação dos empreendedores. No Brasil desde 2000, promovem um ambiente de negócios que estimula o crescimento e o impacto dos empreendedores à frente das Scale-ups, empresas de alto crescimento com modelo escalável e inovador (ENDEAVOR).

perfil dos empreendedores, o GEM Brasil (2017) separou os empreendedores em “negócios iniciais” e “negócios estabelecidos”, onde, em ambos os casos, o setor de prestação de serviços predomina fortemente sobre a indústria. Dos empreendedores iniciais, 72% atuam no setor de serviços (e aproximadamente 67% deles voltados ao consumidor final), enquanto os empreendedores estabelecidos, apesar de uma maior interação percentual no mercado B2B, ainda tem como prestação de serviço 55,7% de seu setor de atuação – onde 49% eram voltados ao consumidor final.

Quanto aos dados demográficos levantados, destacou-se a presença da figura feminina na abertura de novos empreendimentos. Apesar de não apresentar diferença percentualmente significativa em relação ao sexo masculino (cerca de 0,8 pontos percentuais), já é possível observar a evolução quando comparado ao retrato da presença das mulheres nos empreendimentos já estabelecidos, onde o sexo masculino apresenta 8,7 pontos percentuais a mais que o sexo feminino (GEM BRASIL, 2017).

No que diz respeito à escolaridade, segundo GEM, os cidadãos que concluíram a faculdade correspondem a apenas 30,7% dos empresários totais, estando de forma mais expressiva nos negócios já consolidados, 17%. A maioria das pessoas que resolveram empreender, 41,6% não possui o ensino fundamental completo, o que pode ser reflexo do vislumbre da oportunidade, uma vez que a minoria empreende por necessidade (GEM BRASIL, 2017).

2.3. Empreendedorismo nas Universidades

O Empreendedorismo, como frente estudantil, traz a vertente de inovação, visão sistêmica, estratégica e de oportunidades, além do praticamente unânime, estudo e desenvolvimento de um Plano de Negócios. Dentre alguns dos benefícios apontados como eventuais consequências de uma sólida Educação Empreendedora, estão profissionais com tendência a aprendizado frente aos erros, senso de coletividade, donos de novos empreendimentos mais conscientes e preparados, e conseqüentemente, uma maior estabilidade na economia do país.

Apesar de uma maior oferta de disciplinas, seminários, cursos complementares e graduações encontradas na atualidade, o modelo de ensino do empreendedorismo ainda está em estruturação, reflexo de sua recente origem. O primeiro curso de empreendedorismo dos Estados Unidos foi ministrado em Havard no ano de 1947

(KATZ, 2003), cerca de 859 anos depois da criação da primeira universidade do mundo.

As primeiras diligências frente à educação empreendedora no Brasil surgiram em 1981, na Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas, como especialização. Atualmente, este contato foi ampliado e é possível encontrar disciplinas desse âmbito em mais de 80 Instituições de Ensino Superior do país, segundo as autoras Guerra e Grazziotin (2010).

Além da experiência acadêmica no monótono ambiente das salas de aula, existem iniciativas, movimentos e programas que introduzem os alunos ao empreendedorismo.

2.4. Movimentos Estudantis ligados ao Empreendedorismo

O empreendedorismo no aspecto de movimentos estudantis engaja muitos jovens e vêm se atualizando e se reinventando de tempos em tempos. Neste estudo, são analisados três deles: A Enactus Brasil, O Centro Sebrae de Referência em Educação Empreendedora e o Movimento Empresa Júnior, correlacionados ao Empreendedorismo Social, Individual e Corporativo respectivamente.

O que essas três iniciativas têm em comum é que todas acreditam na preparação da próxima geração, àquela que fará diferente e melhor. O foco do empreendedorismo como educação vislumbra o desenvolvimento dos estudantes, do ecossistema em que estão inseridos e da economia.

Estimulam a competição saudável, na cooperação, e no crescimento conjunto, onde os concorrentes podem se tornar o combustível para o próprio desenvolvimento, além de incentivar a inovação e o contato real e constante com o mercado.

2.4.1. Enactus Brasil

Formada por times de estudantes universitários, além de envolver professores, conselheiros de negócios e líderes de time, estão presentes em 36 países participando ativamente do desenvolvimento sustentável. A “Enactus é uma organização internacional sem fins lucrativos dedicada a inspirar os alunos a melhorar o mundo através da Ação Empreendedora” (ENACTUS, 2017), vivem intensamente seus valores de Paixão, Inovação, Integridade e colaboração em tudo que fazem.

Segundo o Manual do Time da Enactus (2017), o movimento se volta ao Empreendedorismo Social, onde os envolvidos organizam trabalhos voluntários que impactam o modo de vida da população local onde são realizados os projetos. Para tal, utilizam dos conhecimentos empreendedores – muitos dos quais adquiridos na própria Enactus, que disponibilizam treinamento, diálogo aberto e eventos de liderança, potencializando as habilidades dos estudantes – do time, analisarem e criarem ações que impactem da melhor maneira possível, em âmbito local e global.

A Enactus (2017) define:

Ação empreendedora como a ação que aproveita a oportunidade de usar negócios sustentáveis e práticas comerciais consistentes para desenvolver modelos de negócios inovadores com base em risco, compromisso e disposição para ir até o final, [...] e deve resultar na demonstração de criatividade, inovação e de uma cultura empreendedora através de esforços do time.

Entre os anos de 2016 e 2017, alguns de seus resultados refletiam anualmente, em mais de 1.730 universidades envolvidas nos 36 países, mais de 72.000 estudantes participantes, cerca de 3.800 projetos de times. Mais de 7.300.000 horas voluntárias geraram aproximadamente 1.300.000 vidas impactadas com o alcance dos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU (ENACTUS, 2017).

2.4.2. Centro Sebrae de Referência em Educação Empreendedora

Como incentivo a educação empreendedora, no âmbito empreendedorismo individual, foi levantado o CER (Centro Sebrae de Referência em Educação Empreendedora), iniciativa do Sebrae que se manifesta como uma plataforma digital de estudos, pesquisas, ferramentas e tecnologias sobre educação empreendedora (CER, 2019).

O Sebrae, na posição de “entidade privada que promove a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos de micro e pequeno porte”, ocupa por si só um espaço como incentivador e fonte para muitas das pessoas que desejam abrir seu próprio negócio,

Atuando com foco no fortalecimento do empreendedorismo e na aceleração do processo de formalização da economia por meio de parcerias com os setores público e privado, programas de capacitação, acesso ao crédito e à inovação, estímulo ao associativismo, feiras e rodadas de negócios (SEBRAE,c).

Diferente dos outros movimentos que atingem diretamente a sociedade, o CER tem como objetivo aproximar o empreendedorismo da educação empreendedora em si, sendo direcionado ao universo acadêmico, trazendo de forma teórica e bibliográfica o complemento dos conhecimentos dos universitários que desejam empreender.

2.4.3. Movimento Empresa Júnior

Por definição, o Movimento Empresa Júnior (MEJ) é uma associação civil, sem fins lucrativos, constituída e gerida por alunos de graduação de um ou mais cursos. Objetiva proporcionar experiência prática na área de atuação, aproximar o estudante do mercado, além de promover noções de gerenciamento empresarial, se pautando para tal, em três pilares básicos de aprendizagem, Gestão, Projetos e Cultura Empreendedora (BRASIL JÚNIOR, 2016).

É guiado, segundo a Brasil Júnior (2016) pelos valores Compromisso com resultado – onde buscam gerar valor às partes interessadas, satisfazendo suas expectativas -, Sinergia – unidos por uma visão compartilhada e trabalhando em cooperação, buscando que o conjunto das forças seja maior que as partes -, Orgulho de ser MEJ – são apaixonados por seu propósito e o carregam com orgulho -, Transparência – assumem os erros e acertos, sendo guiados pela ética -, além da Postura Empreendedora – que prega Inconformismo, visão para oportunidades, pensamento inovador e capacidade de realização.

Pretendem, como destacado em sua Missão: “Formar, por meio da Vivência Empresarial, empreendedores comprometidos e capazes de transformar o Brasil” (BRASIL JÚNIOR, 2016). Contando, Segundo a Brasil Júnior (2016), com mais de 11mil universitários somente no Brasil, o MEJ é o maior movimento estudantil do mundo. Surgiu na França, na École Supérieure des Sciences Economiques et Commerciale (ESSEC), em 1967, quando o aluno Pierre-Marie Thauvin teve a vontade de criar um ambiente empresarial gerido pelos próprios estudantes da ESSEC, no qual os alunos tivessem a oportunidade de colocar em prática suas habilidades por meio da prestação de serviços para clientes reais.

Chegou no Brasil, segundo a Federação de Empresas Juniores de Minas Gerais –FEJEMG- (2012), em 1988 pela iniciativa de Daniel Alberto Bernard - na época, membro da comissão de intercâmbio tecnológico e da comissão jovem da Câmara de Comércio França-Brasil (CCFB) – com sede na FGV-SP.

Hoje, de acordo com o site O Globo (2016) movimento conta com aproximadamente 1.200 empresas juniores em cerca de 280 universidades brasileiras, onde os alunos atuam em projetos reais, com clientes reais atendendo principalmente as micro e pequenas empresas, tendo impacto indireto em resultados significativos na economia do país. Segundo o Sebrae (2014) os pequenos negócios na economia brasileira representaram 27% do PIB, 52% dos empregos com carteira assinada e 40% dos salários pagos, no ano de 2014.

2.5. Cursos Superiores

Dentre os alunos de cursos que participam e fomentam os movimentos com aspecto empreendedor, estão os alunos de Administração, Ciências Contábeis e Ciências Econômicas - objetos de estudo da monografia em questão. Dentre estes cursos, Administração e Ciências Contábeis estavam recentemente, segundo o Censo de Educação Superior (2016), divulgados pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP), autarquia do Ministério da Educação (MEC), entre os cinco cursos superiores mais procurados pelos ingressantes.

De acordo com o INEP (2018), o Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes (Enade) é uma das avaliações do Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (Sinaes) que tem como objetivo aferir o desempenho dos estudantes em relação a conhecimentos, competências e habilidades desenvolvidas ao longo do curso e vem sendo aplicado desde 2004.

O curso de Ciências Econômicas apresenta um número expressivo de discentes nos Institutos de Ensino Superior do Brasil, como levantado pelo Enade (2018). Em 2018 apresentou 9.619 inscrições, em 194 cursos de Ciências Econômicas, sendo estes os formandos do curso pelo Brasil.

O Enade retratou ainda, no ano de 2015, o desempenho dos discentes do objeto de estudo em questão, alunos de Administração, Ciências Contábeis e Ciências Econômicas apresentando, respectivamente segundo Relatórios de Desempenho de Curso (INEP, 2017a,b,c), nota 5, nota 5 e nota 4 no conceito Enade, afirmando o bom desempenho da UFJF.

2.5.1. Administração

O curso de Administração da UFJF apresenta um desempenho satisfatório, a julgar pelo sistema de pontuação geral superior, o Enade, atingindo nota máxima nas duas últimas avaliações nos anos 2012 e 2015 (INEP, 2017). Tem como público alvo, segundo o Projeto Pedagógico do Curso (2017), “todo e qualquer indivíduo que deseja e possui condições de desenvolver seu potencial de atuação no campo da Administração”.

Sua grade curricular, como afirma o Projeto Pedagógico do Curso (2017) é moldada para ser interdisciplinar e os eixos básicos de formação do Administrador são Administração Geral e de Empresas, Administração Pública e de Organização Não Governamentais, Empreendedorismo e Inovação e o eixo de Pesquisa.

Ressalta-se assim, que o curso cria uma abrangência na área de atuação do egresso, inclusive às vertentes do empreendedorismo, foco principal levantado pela monografia em questão.

2.5.2. Ciências Contábeis

O Projeto Pedagógico do Curso de Ciências Contábeis da UFJF (2013) começou a ser elaborado no início do primeiro semestre de 2008, sendo “estruturado respeitando-se as Diretrizes Curriculares Nacionais dispostas na Resolução nº 10 do CNE/CES, de 16 de dezembro de 2004”.

Ainda segundo o Projeto Pedagógico do Curso de Ciências Contábeis (2013), tem-se como objetivo:

Formar profissionais com sólida base de conhecimentos científicos e técnicos, críticos e éticos, capazes de contribuir para o desenvolvimento sustentável organizacional das empresas e instituições, participando ativamente dos processos inerentes à tomada de decisões, habilitado a contribuir para o desenvolvimento econômico da sociedade com a competência técnica da profissão contábil. No processo de formação profissional, é possível absorver conhecimentos técnicos específicos da ciência contábil, bem como outros conhecimentos de ciências afins, com vistas à formação do profissional multidisciplinar.

A multidisciplinariedade que é o principal objetivo do curso, pode ser alcançada além das disciplinas pré-estabelecidas, por meio de disciplinas eletivas e optativas, proporcionando aos alunos a possibilidade de obterem visão e iniciativa empreendedora.

2.5.3. Ciências Econômicas

O curso de Ciências Econômicas é ofertado na Faculdade de Economia pela UFJF há 78 anos e, segundo o Projeto Pedagógico do Curso de Ciências Econômicas (2017), “(...) a formação do economista pauta-se no comprometimento com a sociedade, visando desenvolver habilidades e competências para atuar tanto a nível regional quanto nacional”.

Com oito semestres letivos, o Projeto Pedagógico do Curso de Ciências Econômicas (2017) dita que o curso proposto pela UFJF:

Volta-se para a formação de um profissional economista capaz de humanizar as relações do sistema de produção e acumulação de riqueza. A proposta da UFJF é a formação de um profissional economista capaz de refletir, questionar e apresentar forte intervenção social quer seja nos setores público e privado, assim como no promissor campo do Terceiro setor, ao tempo em que investiga e analisa as questões científicas de forma realista.

A grade e o objetivo central do curso assim, refletem aspectos propícios ao desenvolvimento e interesse dos discentes ao microssistema empreendedor, devido a sua variedade no campo de atuação.

3. METODOLOGIA

Neste capítulo estão retratados os métodos utilizados no desenvolvimento da pesquisa. Apresenta-se as características da pesquisa, bem como aspectos sobre a elaboração do questionário, assim como a metodologia utilizada para o tratamento dos dados.

O presente estudo classifica-se como descritivo, uma vez que se intenciona analisar os dados, quanto a sua natureza, a fim de se observar os fenômenos em sua essência. Segundo Cervo, Bervian e Silva (2007, p. 32),

[...] a descrição constitui a habilidade de fazer com que o outro veja mentalmente aquilo que o pesquisador observou. Em outras palavras, a descrição deve ser suficientemente precisa para que o interlocutor, ou o leitor, seja capaz de visualizar exatamente aquilo que o pesquisador observou.

Utilizou-se como técnica de coleta de dados a aplicação do questionário em discentes de Administração, Ciências Contábeis e Ciências Econômicas da Universidade Federal de Juiz de Fora, compondo uma amostra não probabilística de 105 respondentes. Os questionários foram aplicados via formulário online disponibilizado por e-mail e pessoalmente em sala de aula, dentre os dias 07 e 17 de maio de 2019, por amostragem, com a autorização dos docentes responsáveis.

Quanto ao conteúdo, o questionário é constituído de 15 questões, entre elas, questões fechadas dicotômicas e de múltipla escolha, abertas e com escala social de atitude - tipo likert, modelo mais utilizado entre os pesquisadores, que foi desenvolvido por Rensis Likert (1932).

A primeira parte da abordagem (questões 1 a 4) objetivou captar o perfil geral dos estudantes quanto ao curso e características demográficas. A segunda parte (questões 5 a 11) buscou captar a percepção e perfil dos respondentes quanto ao tema, analisando seus conhecimentos perante os termos do ecossistema empreendedor, captando sua opinião quanto a contribuição das disciplinas junto ao tema e assimilando suas afinidades com os perfis de empreendedorismo estudados na presente monografia (questão 11.2), intencionando analisar o ambiente empreendedor dos cursos, a partir da percepção dos alunos.

As disciplinas abordadas na segunda parte da pesquisa são obrigatórias para pelo menos um dos três cursos que compõem o objeto do estudo. Além de apresentar opções particulares para todas as graduações, intencionou-se observar a relação

entre os cursos e captar o interesse dos estudantes sobre matérias distintas à sua opção primária (as disciplinas obrigatórias).

A terceira parte do estudo (questões 12 a 14) é composta pela escala social de atitude tipo likert, que vislumbrou analisar o posicionamento dos estudantes quanto o auxílio de seu curso e a estrutura contábil com relação ao gerenciamento do empreendedorismo, captando o quanto, por sua percepção, há influência do curso e suas disciplinas na escolha por empreender. A quarta e última parte (questão 15) é composta por uma pergunta aberta destinada a opiniões voluntárias sobre o tema e a pesquisa em si.

A análise dos dados deu-se de forma estatística, através do software estatístico IBM SPSS Statistic Basic, retratada por gráficos e tabelas. Os dados foram divididos em Frequências (análise percentual dos dados por si) e Cruzamentos, contrapondo-se questões para analisar a correlação entre elas.

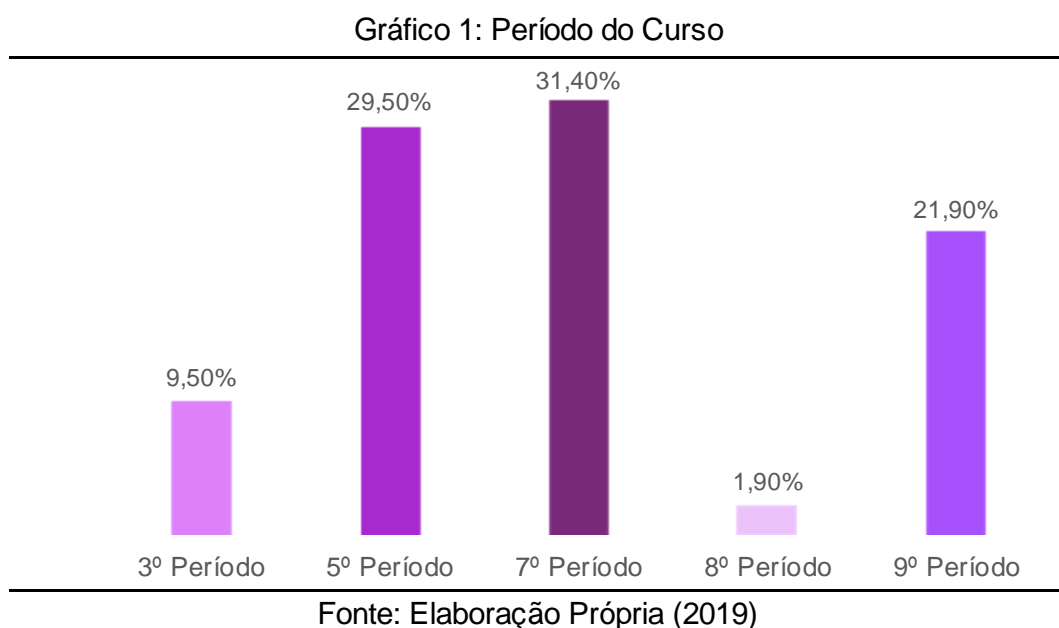
A pesquisa é quantitativa, onde a coleta de dados é utilizada para testar hipóteses, baseando-se na medição numérica e na análise estatística. Como colocado por Martins e Theóphilo (2009), a pesquisa quantitativa é aquela em que os dados e as evidências coletadas podem ser quantificados, mensurados. Os dados são filtrados, organizados e tabulados para que sejam submetidos a procedimentos estatísticos, que permitam sua interpretação.

4. ANÁLISE DE RESULTADOS

Este capítulo aborda o desenvolvimento da pesquisa de campo, incluindo a elaboração do questionário, aplicação e análise dos dados coletados. Foram levantados o perfil geral dos discentes da FACC e da Faculdade de Economia, o perfil empreendedor deste grupo e a relação, de acordo com os alunos, entre os cursos e o empreendedorismo.

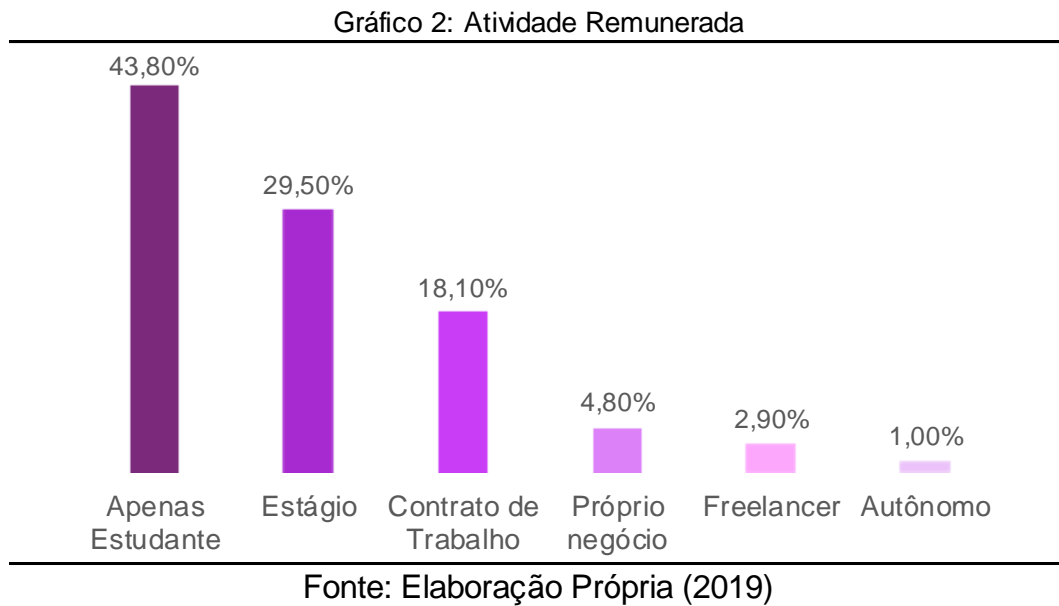
Em alguns aspectos da pesquisa, para que se obtenha uma visão analítica quanto a relação entre duas variáveis distintas, foram realizados testes estatísticos para verificar a existência ou não da correlação entre elas, em uma margem de confiança de 95%. Esta correlação é coletada através do valor da significância. Se a significância obtida é menor que 0,05 existe uma relação significativa entre as variáveis, caso contrário, significa que uma variável não interfere diretamente na proporção da outra.

A amostra coletada apresentou, do total de 105 respondentes, 45,70% de discentes de Ciências Contábeis, 35,20% de Administração e 19,00% de Ciências Econômicas, estando uma grande parcela cursando o 5º, 7º e 9º Período, como vislumbra o gráfico abaixo.



O perfil geral dos discentes respondentes apresenta uma faixa etária homogênea, estando 82,97% entre 18 e 24 anos. Os resultados apontam ainda que uma parcela representativa destes não desempenham atividade remunerada. No

entanto, dentre os que exercem alguma atividade, a maioria opta por estágio, como ilustrado no gráfico abaixo.



Foram levantadas as disciplinas já cursadas pelos respondentes até então, dispostas na tabela abaixo contendo o total de matérias cursadas no Geral e segregando o percentual destas por curso, destacando em cor cinza as disciplinas não obrigatórias na grade curricular (eletivas e optativas).

Tabela 3: Disciplinas Cursadas

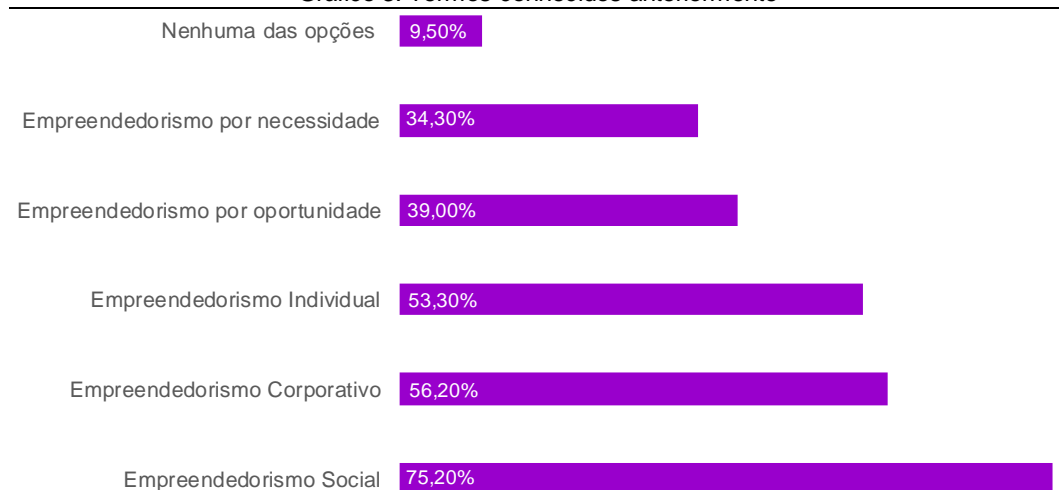
DISCIPLINAS CURSADAS				
Disciplina	Geral	Administração	Ciências Contábeis	Ciências Econômicas
Contabilidade Básica \ Geral Introdutória	90%	81%	98%	85%
Introdução a Administração \ Princípios de Administração	81%	92%	94%	30%
Economia I	87%	86%	85%	90%
Análise das Demonstrações Contábeis	65%	70%	81%	15%
Contabilidade de Custos	74%	78%	96%	15%
Contabilidade gerencial	33%	5%	69%	0%
Contabilidade Básica II	48%	8%	98%	0%
Gestão de Marketing I	30%	68%	8%	10%
Gestão de Marketing II	24%	57%	4%	10%
Matemática Financeira	90%	81%	100%	80%
Marketing Digital	21%	49%	6%	5%
Estatística Econômica I	77%	57%	85%	95%
Estatística Econômica II	50%	30%	46%	95%
Gestão Financeira I	69%	84%	73%	30%
Gestão Financeira II	47%	43%	65%	10%
Teoria da Contabilidade	45%	3%	96%	-
Microeconomia	75%	65%	83%	75%
Empreendedorismo	14%	30%	8%	-

Fonte: Elaboração Própria (2019)

A monografia em questão buscou analisar o conhecimento dos discentes sobre o empreendedorismo através do questionamento sobre alguns dos termos utilizados no meio, movimentos estudantis e em opiniões sobre as capacitações oferecidas no curso e o auxílio na administração de quem opta ao empreendedorismo.

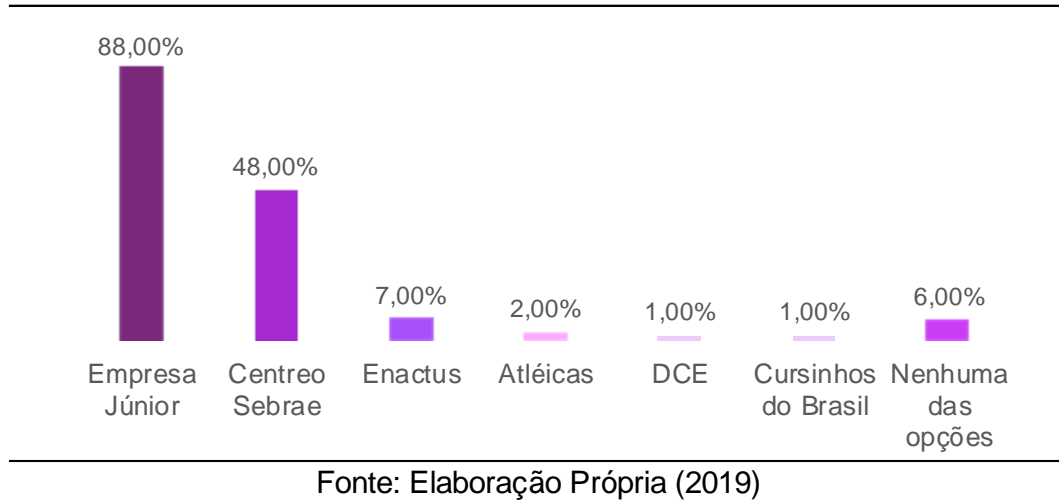
Os termos e movimentos estudantis abordados no questionário foram reconhecidos por uma parcela significativa dos alunos, apenas 9,50% não conheciam nenhum dos termos e 6,00% não conheciam nenhum dos movimentos estudantis, ilustrados nos Gráficos 3 e 4. Dentre os movimentos estudantis, o mais conhecido é o Movimento Empresa Júnior, podendo-se associar ao fato de que é o movimento mais acessível e visível dentre os cursos da Amostra, devido a existência da Campe Consultoria Jr, que abarca os três cursos. Apareceram ainda como “outros movimentos estudantis voltados ao empreendedorismo” as “Atléticas”, “DCE – Diretório Central Acadêmico” e “Cursinhos do Brasil”, que devido ao seu baixo percentual e ausência de foco empreendedor não foram abordados em maior profundidade nesta monografia.

Gráfico 3: Termos conhecidos anteriormente



Fonte: Elaboração Própria (2019)

Gráfico 4: Movimentos Estudantis conhecidos anteriormente



Frente ao questionamento quanto à participação de um destes movimentos estudantis, 44,80% destes participam ou já participaram de um dos movimentos (sendo 95,70% Empresa Júnior) 32,40% ainda não participaram mas gostariam de participar e 22,90% afirmaram não ter desejo de vivenciar essa experiência.

Apesar de o percentual de participantes e interessados em participar de um movimento estudantil empreendedor ser elevada, essa opção não influencia diretamente na decisão por empreender dos discentes, uma vez que, o cruzamento entre essas duas variáveis gerou uma significância de 0,377. Este valor pode ser explicado pela porcentagem significativa de 19,1% dos participantes de movimentos empreendedores não terem interesse em empreender, em contrapartida a 70,8% dos não interessados na participação destes, deseja empreender.

A análise no âmbito dos conhecimentos disciplinares se deu de duas formas distintas. A primeira investigando qual das disciplinas os respondentes consideram contribuir à administração ao empreender e na visão deles na contribuição tanto do curso quanto da contabilidade nesta administração. A segunda forma de avaliação se deu pela captura do perfil empreendedor dos alunos da FACC e Faculdade de Economia.

Aprofundando-se na primeira etapa, houve a divisão das disciplinas obrigatórias e não obrigatórias – destacadas em cinza na Tabela 4 – para obtenção de um maior entendimento sobre a visão e consideração dos discentes sobre a necessidade e importância de matérias não acessíveis em primeira instância em seu curso de origem.

Tabela 4: Disciplinas apontadas como importantes auxiliares ao empreendedor

DISCIPLINAS APONTADAS COMO IMPORTANTES AUXILIARES AO EMPREENDEDOR				
Disciplina	Geral	Administração	Ciências Contábeis	Ciências Econômicas
Contabilidade Básica \ Geral Introdutória	49%	46%	52%	45%
Introdução a Administração \ Princípios de Administração	18%	14%	17%	30%
Economia I	30%	27%	25%	50%
Análise das Demonstrações Contábeis	32%	27%	42%	20%
Contabilidade de Custos	66%	68%	73%	45%
Contabilidade gerencial	50%	41%	69%	20%
Contabilidade Básica II	19%	11%	33%	0%
Gestão de Marketing I	56%	84%	40%	45%
Gestão de Marketing II	45%	62%	42%	20%
Matemática Financeira	48%	41%	40%	80%
Marketing Digital	61%	81%	48%	55%
Estatística Econômica I	17%	22%	13%	20%
Estatística Econômica II	11%	14%	8%	15%
Gestão Financeira I	77%	86%	79%	55%
Gestão Financeira II	54%	49%	67%	35%
Teoria da Contabilidade	1%	3%	-	-
Microeconomia	17%	14%	17%	25%
Empreendedorismo	78%	86%	75%	70%
Gestão de Pessoas I	2%	5%	-	-
Gestão de Pessoas II	2%	5%	-	-

Fonte: Elaboração Própria (2019)

Como é possível observar na tabela acima, houveram discentes apontando disciplinas extras àquelas encontradas no questionário, “Gestão de Pessoas I” e “Gestão de Pessoas II”, demonstrando a necessidade de se gerenciar um time e direcionar um bom funcionamento de equipe, característica na qual, como citado no artigo “Conheça Características Importantes para o Comportamento Empreendedor”, apresentado no referencial teórico, correspondem ao perfil empreendedor.

É importante destacar ainda, os resultados obtidos nas disciplinas básicas de Administração e Contabilidade, Teoria da Contabilidade, Contabilidade de Custos, Gestão Financeira I, Marketing digital e Empreendedorismo.

A Contabilidade Introdutória, sendo o primeiro contato com as noções de saúde financeira, patrimônio e desempenho da empresa, representou importância para 49% da amostra geral, ou seja, menos da metade dos discentes a considera importante, tendo destaque o percentual atribuído aos discentes de Ciências Contábeis, onde 52% a incluíram no importante, sendo o maior percentual dos três cursos. Introdução a Administração também aparece como uma metodologia não influente, tendo em vista que somente 18% da amostra a classificou como importante. Diferente do que ocorre com Contabilidade Básica, o curso que mais apontou essa disciplina como auxiliar foi o de Ciências Econômicas, sendo opção de 30% destes discentes.

A teoria da Contabilidade, como disciplina que objetiva apresentar a estrutura e importância de termos e princípios da contabilidade, foi o curso menos apontado como auxiliar ao empreendedor, com 1% do total da amostra geral. O destaque fica ainda mais evidente ao se concluir que apenas o curso de administração considerou essa opção.

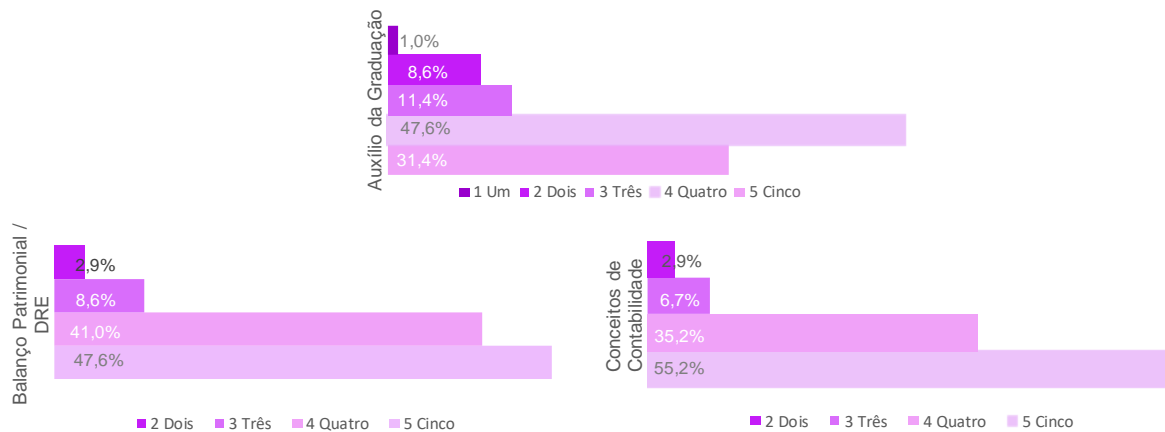
Um dos destaques de importância desse levantamento foi a Contabilidade de Custos, sendo uma das opções de 66% da amostra geral. Obrigatória para os cursos de Administração e Ciências Contábeis, alinha a gestão, classificação e atribuição dos custos, sendo uma importante ferramenta de gestão e tomada de decisão, influenciando principalmente a escolha do preço de venda e margem de contribuição do lucro de cada produto ou serviço oferecido pela organização.

A disciplina Gestão Financeira I vislumbrou realidade semelhante à Contabilidade de Custos. Abordando preceitos como Ciclo Operacional e gestão de finanças e prazos de pagamento e recebimento de fornecedores e clientes, resultou em uma concordância ente 77% da amostra total sobre sua importância diante do ato de empreender.

A disciplina Empreendedorismo foi a mais apontada como importante auxiliar em maior volume geral com 78% e manteve um equilíbrio entre a opinião dos discentes. Não sendo obrigatória para nenhum dos cursos, foi citada pela maioria (mais de 50%) dos alunos em todos eles. Situação semelhante à ocorrida na disciplina Marketing Digital, como matéria não obrigatória, onde são exploradas estratégias de vendas e utilização de tecnologia, plataformas e internet na gestão de marketing onde, na amostra geral, teve a importância apontada por 61% dos alunos.

Dentre os aspectos específicos dos conhecimentos gerados pelas disciplinas, foi explorada, em escala likert, a percepção das notas entre a colaboração do curso ao de fato empreender e da importância em geral da contabilidade e dos itens Balanço Patrimonial e Demonstração do resultado do exercício, ilustrado no gráfico a seguir.

Gráfico 5: Contribuição específica a decisão de empreender



Fonte: Elaboração Própria (2019)

No gráfico, é possível notar que os aspectos contabilidade e Balanço Patrimonial tem uma linearidade na resposta, estando a maioria das respostas entre 4 e 5, enquanto a contribuição do curso oscila entre mais nitidamente. Para uma análise mais profunda, foram feitos testes estatísticos.

Foi possível verificar que há uma correlação forte entre o curso e o auxílio deste ao empreender, com significância em 0,000 em grande parte devido ao maior percentual dos discentes de economia atribuir notas entre 2 e 3 a esses quesitos, enquanto Administração e Ciências Contábeis atribuem pesos 4 e 5. Esta mesma vertente ocorre entre as variáveis “Curso” e “Contabilidade”, trazendo uma correlação forte, refletida por 0,001 de significância.

Foi explorado também, a relação entre estes itens e o período em que os alunos se encontram. O período em que os discentes estão não influenciam diretamente sua visão a respeito das variáveis “Curso Matriculado” e “Contabilidade no geral”. Diferente do que ocorre com a Importância do Balanço Patrimonial e Demonstração do Exercício, que tende a aumentar o percentual de importância de acordo com a evolução do período, refletindo a “maturidade” do estudo, no que diz respeito a junção e aplicabilidade dos conhecimentos.

Objetivando captar o perfil empreendedor e o potencial dos alunos da FACC e Faculdade de Economia de empreender foram utilizadas duas questões direcionadas. Foi perguntado sobre o desejo de empreender e para aqueles cuja resposta fossem sim, qual estilo de empreendedorismo mais se identificavam.

Ao serem perguntados se gostariam de empreender, 77,14% dos alunos afirmaram que sim, 14,29% não demonstraram interesse e 8,57% disseram já

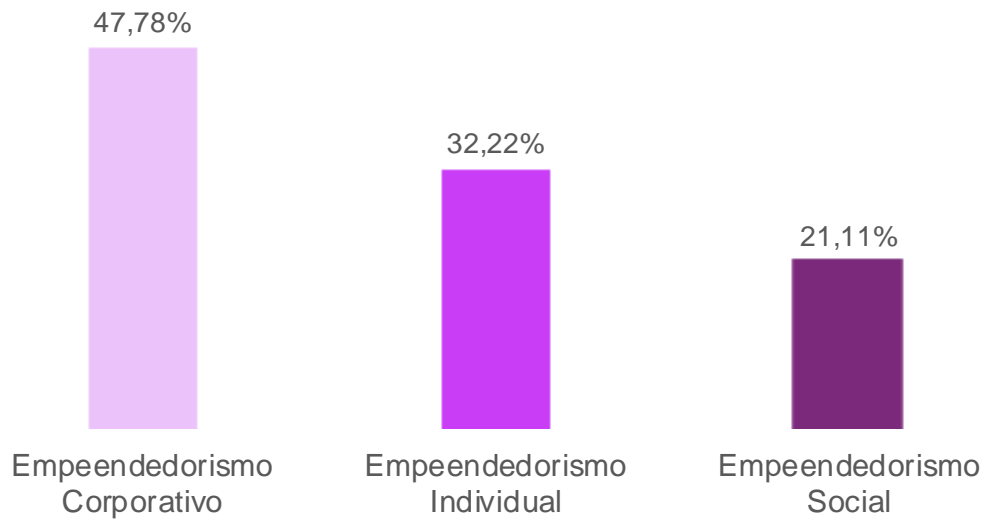
empreender. Ao serem questionados de que forma, foi averiguado que todos eles se caracterizam como Empreendedorismo Individual, uma vez que são donos do próprio negócio. Dentre os empreendimentos já existentes, foram citados “Vendas/Marca de Rupa”, “Distribuidora de Produtos de Saúde”, “Comércio Varejista de Materiais de Construção”, “Venda de Palha Italiana” e “Escritório de contabilidade, consultoria, investidor anjo”.

Investigou-se a existência de correlação e influência da opção por empreender, além do interesse pela participação de movimentos estudantis do empreendedorismo, com o período e o curso do discente. Ambos apontaram baixa correlação, apresentando significância de 0,469 e 0,332, o que significa que a opção por empreender não é diretamente correlacionada com a escolha do curso ou com a ideia de “maturidade” de curso, onde supostamente a vivência das disciplinas durante os períodos amadurecessem a ideia de empreender.

Quanto ao Perfil Empreendedor foi confirmado, de acordo com o Gráfico 3, que nem todos os alunos conheciam os tipos de empreendedorismo. Tendo essa questão a ser trabalhada e buscando não influenciar nas respostas sobre o tipo de empreendedorismo que cada discente se identifica, os tipos de empreendedorismo foram incluídos em definições cujas características se voltassem principalmente a um deles: O Empreendedorismo Social, Empreendedorismo Individual ou Empreendedorismo Corporativo.

Assim, foi investigado qual perfil empreendedor os alunos de Administração, Ciências Contábeis e Ciências Econômicas mais se identificam. Nesse cálculo foram considerados os alunos que demonstraram interesse em empreender e os alunos que afirmaram empreender. Os resultados obtidos são evidenciados no Gráfico 6: Perfil Empreendedor dos Discentes.

Gráfico 6: Perfil Empreendedor dos Discentes



Fonte: Elaboração Própria (2019)

Além das respostas objetivas, o questionário possuía de forma optativa, um espaço para comentários e opiniões adicionais a respeito do tema e sua abordagem nas Faculdades de Administração, Ciências Contábeis e Ciências Econômicas. As opiniões foram semelhantes, de modo que se aponta uma constância entre elas.

Os discentes disseram achar o curso teórico, não associando por si só a teoria e a prática do mercado de trabalho, preparando os alunos para cargos administrativos em empresas de terceiros, demonstrando uma introdução ao empreendedorismo somente próximo ao fim do curso. Pode-se extrair das respostas o interesse pela área e a necessidade de introduzi-las em momentos iniciais do curso, de forma prática e direcionada.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As Faculdades de Administração e Ciências Contábeis e de Economia, mostraram, durante a realização deste estudo, seu potencial na geração de conhecimento e sua postura como referência nacional, devido aos seus resultados alcançados em avaliações até então.

Os aspectos voltados ao empreendedorismo são existentes. Pode-se observar a introdução ao conceito, uma vez que são apresentados como opção, disciplinas e movimentos estudantis relacionados ao tema, tendo uma parcela significativa dos discentes conhecimentos destes, de termos específicos e opiniões complementares.

O perfil levantado, em sua maioria é o Empreendedorismo Individual, inclusive, já praticado por alguns alunos. A FACC e a Faculdade de Economia demonstram ainda que, há possibilidade distintas quanto a aplicabilidade do empreendedorismo, uma vez que as demais possibilidades apresentaram percentuais significativos (mais de 20%).

Apesar de existirem iniciativas já estabelecidas, como os empreendimentos citados anteriormente, constatou-se que os cursos ainda não são reconhecidos fortemente como base de recursos suficientes ao incentivo do empreendedorismo. No entanto este ambiente é visto como em construção e já traz resultados tangíveis.

Foi possível constatar também, devido à grande importância em algumas disciplinas e conhecimentos citados como auxiliares, os discentes que assim as escolherem, estão capacitados a gerirem melhor um empreendimento. Conhecimentos cujo qual são incluídas disciplinas voltadas a contabilidade, vale destacar.

Dentre as limitações na elaboração da pesquisa destaca-se a ausência de dados anteriores relacionados ao tema e a possibilidade de análise comparativa de desenvolvimento e alteração ou não dos resultados, como mudança de perfil e áreas interesses.

O tema empreendedorismo, como foi possível constatar durante a realização do estudo é amplo e compreende motivações e percepções distintas. Assim, é passível a sugestão da realização de pesquisas futuras semelhantes na área estudada, para fins comparativos, assim como a possibilidade de investigação aprofundada de opiniões, através de entrevistas por exemplo. Além da realização de pesquisas relacionadas ao empreendedorismo em áreas de atuação distintas às dos

cursos estudados, sendo possível o levantamento de motivações desenvolvidas por outros fatores.

6. REFERÊNCIAS

BALESTRIN, A.; VERSCHOORE, J. R. S. **Redes de cooperação empresarial: estratégias de gestão na nova economia**. Porto Alegre: Bookman, 2008.

BRASIL ESCOLA. **Revolução Industrial**. Disponível em: <<https://brasilecola.uol.com.br/historiag/revolucao-industrial.htm>>. Acesso em 9 Mar, 2019.

BRASIL JÚNIOR. **Conheça o MEJ**. Disponível em: <<https://brasiljunior.org.br/conheca-o-mej>>. Acesso em Mar, 2019.

CER CENTRO SEBRAE DE REFERÊNCIA EM EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA - CER. **Quem somos**. Disponível em: <<http://cer.sebrae.com.br/o-cer/>>. Acesso em Jun, 2019.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A.; SILVA, R. **Metodologia Científica**. 6.ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

COSTA, A. M.; CERICATO, D.; MELO, P. A. **O empreendedorismo corporativo como estratégia de gestão em organizações contemporâneas**. Santa Catarina, 2005.

DESS, J. G., **The Meaning Of Social Entrepreneurship**, 1988. Disponível em: <<https://community-wealth.org/content/meaning-social-entrepreneurship>>. Acesso em Fev,2019.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar em organizações estabelecidas**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

ENACTUS, **Manual dos Times Ciclo 2017-2018**, 2017.

ENADE. **Press Kit enade 2018: Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes**. 2018.

ENDEAVOR. **Quem somos**. Disponível em: <<https://endeavor.org.br/quem-somos/>>. Acesso em Jun, 2019.

FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS - FACC. **Projeto Pedagógico de Curso Bacharelado em Administração**. Juiz de Fora, 2017. Disponível em: <<https://drive.google.com/file/d/18hMhHuURTtpA4CGL33bFEzsd7aJtcc-r/view>>. Acesso em Abr, 2019.

_____. **Projeto Pedagógico do Curso de Ciências Contábeis**. Juiz de Fora, 2013. Disponível em: <

http://www.ufjf.br/facc/files/2014/11/PPC_CC_2013.Vers%C3%A3o-Final-3.pdf>. Acesso em Abr, 2019.

FACULDADE DE ECONOMIA. **Projeto Pedagógico do Curso Diurno de Graduação em Ciências Econômicas**. Juiz de Fora, 2017. Disponível em: <http://www.ufjf.br/economia/files/2018/07/PPC_05A_DIURNO_ATUALIZADO.pdf>. Acesso em Abr, 2019.

FEDERAÇÃO DAS EMPRESAS JUNIORES DE MINAS GERAIS - FEJEMG. **Conhecendo melhor as origens do MEJ**. Disponível em: <<http://fejmg.org.br/2018T/2012/04/28/conhecendo-melhor-as-origens-do-mej/>>. Acesso em Mar, 2019.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, **Empreendedorismo no Brasil**, Relatório Executivo, 2017.

GOVERNO DO BRASIL, **Oportunidade e necessidade**. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2012/02/oportunidade-e-necessidade>>. Acesso em Mar, 2019.

GUERRA, M. J.; GRAZZIOTIN, Z J. **Educação empreendedora nas universidades brasileiras**. In: Lopes, R.M.A. Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas. Rio de Janeiro: Elsevier; São Paulo: Sebrae.2010.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA - INEP. **Relatório de Desempenho do Curso – Administração – Universidade Federal de Juiz de Fora – 22451**. Brasília, 2017a.

_____. -- **Relatório de Desempenho do Curso – Ciências Contábeis – Universidade Federal de Juiz de Fora – 1132074**. Brasília, 2017b.

_____. -- **Relatório de Desempenho do Curso – Ciências Econômicas – Universidade Federal de Juiz de Fora – 13090**. Brasília, 2017c.

_____. --. **MEC e Inep divulgam dados do Censo da Educação Superior 2016**. Disponível em: <http://portal.inep.gov.br/artigo/-/asset_publisher/B4AQV9zFY7Bv/content/mec-e-inep-divulgam-dados-do-censo-da-educacao-superior-2016/21206>. Acesso em Mar, 2019d.

_____. -- **Perguntas Frequentes**. Disponível em: <<http://inep.gov.br/perguntas-frequentes4>>. Acesso em Abr, 2019e.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, **Demografia das Empresas 2014: taxa de saída das empresas aumenta para 20,7% e é a maior desde 2008**. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/9822-demografia-das-empresas-2014-taxa-de-saida-das-empresas-aumenta-para-20-7-e-e-a-maior-desde-2008>>. Acesso em Fev, 2019.

KATZ, J. A. **The chronology and intellectual trajectory of American entrepreneurship education: 1876-1999**. Journal of business venturing, 2003.

LIKERT, R. **A technique for the measurement of attitudes**. Archives in Psychology, 140, p. 1-55, 1932.

MARTINS, G. de A.; THEÓPHILO, C. R. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

O GLOBO. **Com 1,2 mil empresas juniores, Brasil é líder mundial no segmento**. Disponível em: < <https://oglobo.globo.com/economia/com-12-mil-empresas-juniores-brasil-lider-mundial-no-segmento-19869385>>. Acesso em Mai, 2019.

PIPE.SOCIAL, **1º Mapa de Negócios de Impacto Social + Ambiental**. 2016. Disponível em: <<https://pipe.social/mapa2017>>. Acesso em Mar, 2019.

_____, **Sobre**. 2019. Disponível em: < <https://www.pipe.social/startup/sobre>>. Acesso em Jun, 2019.

SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. **Conheça características importantes para o comportamento empreendedor**. Disponível em: < <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/conheca-caracteristicas-importantes-para-o-comportamentoempreendedor,638b5d27e8fdd410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em Mai, 2019a.

_____, **Empreendedorismo social: propósitos em equilíbrio com os negócios**. Disponível em: < <https://blog.sebrae-sc.com.br/empreendedorismo-social/>>. Acesso em Fer, 2019b.

_____, **Micro e pequenas empresas geram 27% do PIB do Brasil**. Disponível em: < <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mt/noticias/micro-e-pequenas-empresas-geram-27-do-pib-do-brasil,ad0fc70646467410VgnVCM2000003c74010aRCRD>>. Acesso em Mai, 2019c.

_____, **Causa Mortis: o sucesso e o fracasso das empresas nos primeiros cinco anos de vida**, 2014.

VILAS BOAS, Eduardo Pinto; SANTOS, Silvio Aparecido dos.

Empreendedorismo corporativo: estudo de casos múltiplos sobre as práticas promotoras em empresas atuantes no Brasil. São Paulo, 2013.

_____, **O que são negócios de impacto social e como eles funcionam**. 2017. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/o-que-sao-negocios-de-impacto-social,1f4d9e5d32055410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em Jul, 2019.

7. APÊNDICE

Questionário utilizado na pesquisa:



Questionário com objetivo de levantar dados sobre o interesse dos discentes dos cursos de Administração, Ciências Contábeis e Economia acerca do Empreendedorismo. Garante-se o anonimato, ressaltando-se que os dados obtidos são de uso exclusivamente acadêmico para fins de Trabalho de Conclusão de Curso da discente Letícia Cardoso de Faria sob orientação da Professora Luiza Guedes Ferreira.

Este é um levantamento que visa captar percepções e opiniões dos discentes, portanto, não existem respostas corretas. Solicita-se assim, que as respostas sejam colocadas de maneira espontânea e com o maior grau de fidedignidade possível.

1. Curso de Graduação:

- () Administração
 () Ciências Contábeis
 () Ciências Econômicas

2. Período da Graduação:

- () 3º Período
 () 5º Período
 () 7º Período
 () 9º Período
 () Outro _____

3. Idade:

- () Entre 18 e 24 anos () Entre 25 e 29 anos () Entre 30 e 34 anos
 () Entre 35 e 39 anos () Entre 40 e 44 anos () Entre 45 e 49 anos
 () Entre 50 e 54 anos () Entre 55 e 59 anos () 60 anos ou mais

4. Sexo:

- () Feminino () Masculino

5. Quais dessas disciplinas você considera contribuir para a formação do empreendedor? – É possível responder a mais de uma opção.

- | | |
|--|-----------------------------|
| [] Contabilidade Básica \ Geral Introdutória | [] Contabilidade Básica II |
| [] Análise das Demonstrações Contábeis | [] Contabilidade de Custos |
| [] Contabilidade gerencial | [] Teoria da Contabilidade |
| [] Economia I | [] Estatística Econômica I |
| [] Estatística Econômica II | [] Gestão de Marketing I |
| [] Gestão de Marketing II | [] Gestão Financeira I |
| [] Gestão Financeira II | [] Empreendedorismo |
| [] Marketing Digital | [] Microeconomia |
| [] Matemática Financeira | |
| [] Introdução a Administração \ Princípios de Administração | |

[] Outros _____

6. Quais dessas disciplinas você já cursou ou está cursando? – É possível responder a mais de uma opção.

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Contabilidade Básica \ Geral Introdutória | <input type="checkbox"/> Contabilidade Básica II |
| <input type="checkbox"/> Análise das Demonstrações Contábeis | <input type="checkbox"/> Contabilidade de Custos |
| <input type="checkbox"/> Contabilidade gerencial | <input type="checkbox"/> Teoria da Contabilidade |
| <input type="checkbox"/> Economia I | <input type="checkbox"/> Estatística Econômica I |
| <input type="checkbox"/> Estatística Econômica II | <input type="checkbox"/> Gestão de Marketing I |
| <input type="checkbox"/> Gestão de Marketing II | <input type="checkbox"/> Gestão Financeira I |
| <input type="checkbox"/> Gestão Financeira II | <input type="checkbox"/> Empreendedorismo |
| <input type="checkbox"/> Marketing Digital | <input type="checkbox"/> Microeconomia |
| <input type="checkbox"/> Matemática Financeira | |
| <input type="checkbox"/> Introdução a Administração \ Princípios de Administração | |

7. Exerce alguma atividade remunerada?

- () Sim, estágio.
 () Sim, com contrato de trabalho.
 () Sim, sou autônomo.
 () Sim, sou freelancer.
 () Sim, tenho meu próprio negócio.
 () Não, apenas estudo.

8. Quais dos termos abaixo você já havia ouvido falar? – É possível responder a mais de uma opção.

- Empreendedorismo Social
 Empreendedorismo Individual
 Empreendedorismo Corporativo
 Empreendedorismo por necessidade
 Empreendedorismo por oportunidade
 Nenhum dos termos acima

9. Quais dos movimentos estudantis abaixo você conhece? – É possível responder a mais de uma opção.

- Movimento Empresa Júnior
 Enactus
 Centro Sebrae de Referência em Educação Empreendedora
 Nenhum dos movimentos acima
 Outros _____

10. Já participou ou participa de algum dos movimentos estudantis citados anteriormente?

- () Sim
 () Não, mas gostaria de participar
 () Não, nem gostaria de participar

10.1 Caso sim para questão 10, marque onde foi sua experiência? – É possível responder a mais de uma opção.

- Movimento Empresa Júnior
- Centro Sebrae de Referência em Educação Empreendedora
- Enactus
- Outros _____

11. Você pensa ou já pensou em empreender?

- A_ () Sim, já empreendo
- B_ () Sim, gostaria de empreender
- C_ () Não, não gostaria de empreender

- Para aqueles que responderam A:

11.1. Qual é seu empreendimento?

- Para aqueles que responderam B:

11.2. Assinale abaixo em qual cenário você se identifica mais como empreendedor:

A_ () Um empreendimento que auxilie outras pessoas, a comunidade e a sociedade a minha volta, mas que possa auferir lucros e trabalhar minha capacidade de gestão de negócios.

B_ () Um empreendimento onde me identifique, que desenvolva minha criatividade, onde eu possa tomar decisões analíticas que resultem no bom desempenho do meu ambiente de trabalho, mas com uma margem de segurança.

C_ () Um empreendimento que tenha a minha cara e minha essência, onde eu possa assumir riscos usando da minha capacidade analítica e de estudo de oportunidades mercado.

12. Em uma escala de 1 a 5, sendo 1 Nada relevante e 5 muito relevante, o quanto você acha que estar no seu curso de graduação pode contribuir para a gestão de um futuro empreendimento?

- 1) () Nada Relevante
- 2) () Pouco Relevante
- 3) () Nulo
- 4) () Relevante
- 5) () Muito Relevante

13. Em uma escala de 1 a 5, sendo 1 pouca interferência e 5 muita interferência, o quanto você acha que a contabilidade pode contribuir para a gestão e o sucesso de um empreendimento?

- 1) () Sem Interferência
- 2) () Pouca Interferência
- 3) () Nulo
- 4) () Alguma Interferência
- 5) () Muita Interferência

14. Em uma escala de 1 a 5, sendo 1 nada relevante e 5 muito relevante, o quanto você acha que compreender os conceitos de Balanço Patrimonial e Demonstração do Resultado do Exercício pode contribuir para a gestão de um futuro empreendimento?

- 1) () Nada Relevante
- 2) () Pouco Relevante
- 3) () Nulo
- 4) () Relevante
- 5) () Muito Relevante

15. Espaço destinado a demais comentários a respeito do Empreendedorismo.
