



REVISTA PROCESSUS MULTIDISCIPLINAR

Tramitação editorial:

Data de submissão: **30/06/2020.**

Data de reformulação: **15/07/2020.**

Data de aceite definitivo: **29/08/2020.**

Data de publicação: **09/09/2020.**

ANALISE DE UMA PESQUISA SOBRE COMPETENCIAS EMPREENDEDORAS NA UNB

RESEARCH RESULT ON ENTREPRENEUR COMPETENCIES AT UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA – UNB

*Alessandro Aveni¹
Ana Carla Bezerra da Silva²
Arthur Jaber Costato³
Waleska Luanna Borges Dias⁴*

RESUMO

O trabalho tem como objetivo investigar características empreendedoras entre universitários de uma disciplina ofertada, na Universidade de Brasília – UnB no ano acadêmico 2018. A pesquisa buscou identificar as características empreendedoras e o comportamento empreendedor dos discentes por meio de um questionário sobre habilidades dos empreendedores usando um questionário definido para McClelland e adaptado para Dornelas. Os resultados apontam que a na instituição de ensino alvo da pesquisa os alunos tem algumas habilidades empreendedoras, no entanto, as competências se mostram fracas em relação a capacidade de influenciar e o autocontrole nos discentes enquanto mostram uma forte característica de risco. Esta

¹ Pós doutor pela UnB. Doutor em Ciências Políticas Universidade Statale de Milano, em Administração pela Universidade Cormerciale Luigi Bocconi di Milano. Mestre em Geografia e Graduação em Administração pela UnB. Docente na Universidade de Brasília. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0679425851663633> Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-6266-6818>. E-mail: alessandro@unb.br.

² Graduando UNB graduanda educação na UNB

³ Graduando UNB engenharia Macatrônica na UNB

⁴ Graduando UNB Biotecnologia na UNB

última característica está em linha com as pesquisas de McClelland, entretanto as outras habilidades deveriam ser superiores para ter um perfil empreendedor completo.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Características Empreendedoras. Comportamento Empreendedor.

ABSTRACT

This paper has as main objective to investigate entrepreneurial characteristics among university students of the University of Brasília. We sought to identify the understanding of entrepreneurial characteristics and the entrepreneurial behavior of students through a research based on McClelland's work on entrepreneurs' skills. The research was carried out from a quantitative approach, through a questionnaire implemented by McClelland and modified by Dornelas. The results show that the students have some entrepreneurial abilities, however, the competences are weak in relation to the capacity to influence and the self-control while they show a strong characteristic of risk. As McClelland's research indicates entrepreneurs got strong risk capacity but an entrepreneur must be skilled in all characteristics too.

Keywords: Entrepreneurship. Entrepreneurial Characteristics. Entrepreneurial Behavior

1 INTRODUÇÃO

Devido ao impacto que o empreendedorismo causa na economia de diversos países e no desenvolvimento de suas regiões, a atenção dos governos, universidades, e da sociedade civil tem se voltado para ele e, por consequência, o suporte ao empreendedor e estudos relacionados ao empreendedorismo vem crescendo ao longo dos anos.

De acordo com o Relatório da Endeavor (2016) sobre empreendedorismo nas universidades, estas não têm atendido da melhor maneira o seu aluno, destacando que as disciplinas de empreendedorismo estão focadas em temas introdutórios e inspiração. De outro lado deve-se perguntar se os alunos tem o perfil empreendedor esperado e auspado e quais os elementos fortes e fracos das habilidades que eles mostram ter.

O presente trabalho foi desenvolvido como pesquisa de campo na UNB na disciplina cursada pelos alunos orientados pelo professor e teve como objetivo entender as características empreendedoras entre universitários na Universidade de Brasília. Busca-se identificar a compreensão das características empreendedoras para identificar o comportamento empreendedor dos discentes. A hipótese é que além de dificuldades das universidade temos também dificuldades dos alunos em se encaixar em um modelo empreendedor esperado.

Se justifica a pesquisa para avançar sobre ofertas de cursos de empreendedorismo e ampliar a discussão da pedagogia e das metodologias a ser usada nos cursos de empreendedorismo na UnB e no Brasil. O trabalho então se divide em uma parte de referencial teórico, a explicação da metodologia, dos resultados, uma discussão sobre estes resultados e a conclusão.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Dornelas (2008) considera o empreendedorismo como revolução que tem originado diversas transformações no mundo, principalmente no século XX, período

este, segundo o autor, quando foram criadas as maiores invenções que revolucionaram o estilo de vida das pessoas. Aveni (2014) aponta ao fato que o atual conceito empreendedor nasceu estavelmente após a revolução industrial e que hoje tem também sentidos sociais e ligados ao meio ambiente. Sempre, Aveni (2014) ressalta a necessidade de avaliar os empreendedores em relação a seu ecossistema. Por exemplo, o GEM2017 aponta que 92,4% das novas empresas estão totalmente focadas no mercado doméstico no Brasil e que mais de 40% delas são empresas criadas por necessidade.

Além dos fatores ambientais, locais e sócias que moldam os conhecimentos dos empreendedores, ele tem características especiais e possuem também: motivação, são apaixonadas pelo que fazem, querem ser reconhecidas e admiradas e deixar um legado. Por trás das novas empresas existem pessoas com características especiais e visionárias, pessoas que questionam, se arriscam, buscam algo diferente, fazem acontecer e empreendem.

Segundo Figueirôa, Lemos e Leite (2017) a motivação pode ser conceituada como processo responsável pelo processo e persistência de uma pessoa para o sucesso de determinada meta. Dornelas (2015) aponta como algo inerente ao ser humano.

Morais (2000) afirma que empreendedores são otimistas e visam sempre o sucesso, aproveitando cada oportunidade, apesar de saber que existem obstáculos para alcançá-lo, estas pessoas são inteligentes, possuem determinação, coragem e baseiam suas relações na confiança recíproca.

Motivação e competências empreendedoras são parte do modelo de negocio, o combustível da dinâmica empreendedora, que pode levar ao sucesso startups e empresas. No dizer de McClelland, as competências devem ser exploradas analisando três grupos de características principais: sucesso, afiliação e poder (MCCLELLAND,1972). As características comportamentais empreendedoras podem ajudar os empreendedores a enfrentar os desafios (MCCLELLAND, 1978), assim como a inexistência delas pode afetar o desenvolvimento do empreendedor.

McClelland (1972) classificou dois grupos de agentes econômicos: os que apresentam predisposição para empreender e os que não se dispõem a correr riscos de tal natureza. Deve-se dizer que esta análise já era conhecida desde o século XVIII com o trabalho *Essai sur la Nature du Commerce en Général* de R. Cantillon mas não trabalhada em termos de pesquisa sistemática. Os estudos de McClelland e dos seus colaboradores em 34 países analisaram 20 características comportamentais empreendedoras, escolhidas por meio de um processo realizado em quatro etapas. O estudo das características traça um perfil empreendedor, que está continuamente em busca de realização profissional e pessoal, marcado por ações de realização, planejamento e poder que refletem o comportamento empreendedor (1987).

2.1 Características empreendedoras

Entre as pesquisas realizadas na tentativa de entender as motivações do empreendedor de sucesso, conforme McClelland (1982), o desenvolvimento empreendedor pode ser observado com base habilidades e não somente em suas capacidade naturais ou genéricas Entretanto, com base neste ultimo autor, os estudos científicos que analisam o comportamento empreendedor procuram ações e atitudes que o diferenciem de outro agentes econômicos. Por outro lado há uma vertente da escola neo-Schumpeteriana que aponta às características naturais mais que às habilidades adquiridas, não concordando inteiramente com McClelland.

De acordo com McClelland (1961), o empreendedor tem uma motivação diferenciada de um gerente, ou seja, a da auto-realização. Segundo o autor, o sucesso empresarial não consiste apenas no desenvolvimento de habilidades específicas, nem apenas de incentivos creditícios e ou fiscais, mas também das habilidades atitudinais empreendedoras, através do aperfeiçoamento contínuo de tais características.

Os empreendedores canalizam muita energia para o aperfeiçoamento e progresso constante em seus desempenhos e realizações, gostam de resolver problemas que signifiquem desafio para as suas próprias capacidades e cuja resolução produza sentimento de competência pessoal. O empreendedor, na sua forte necessidade de realização, desenvolve características como desejo de crescimento pessoal por meio de superação de desafios, busca de padrão de excelência, alto envolvimento com seus objetivos.

Em relação as características empreendedoras diferentes estudos (GEM 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017) mostram empreendedores brasileiros movidos sobretudo pela necessidade além da auto-realização. A necessidade, entretanto, é devida ao ecossistema Brasileiro e não as habilidades, mesmo considerando que as características do ensino brasileiro tem diferente valor de outros países analisados. Em alguma nação a preparação e o ensino de competências é superior e em outros é inferior, por isso os estudos GEM diferenciam as características empreendedoras por tipo de economia. As diferentes economias tem políticas diferenciadas para ensino para empreendedores iniciando do ensino médio. No Brasil somente recentemente esta análise foi feita e foram desenvolvidas com SEBRAE soluções⁵.

Conforme MCClelland (1982) Dornelas apresentou a seguinte tabela que resume as habilidades para o potencial empreendedor e que usou para suas pesquisas.

Tabela 1- Habilidades para o potencial empreendedor

Habilidades para o potencial empreendedor	
Motivação para a realização	Um desejo de fazer acontecer, de atingir um alto padrão de realização/atingimento de objetivos.
Autocontrole (do destino)	Sentimento de influenciar o curso dos eventos da sua vida. O destino é definido mais por algo interno da pessoa do que devido a fatores externos.
Propensão a assumir riscos	Tomar riscos calculados e buscar informações antes de agir. Desejo de ser responsável pelas ações.
Resolução de problemas	Alguém que sabe resolver problemas de forma realista e toca uma operação/negócio sem necessitar de

⁵ Programa do Centro de Referência para Empreendedorismo – CRE iniciado em 2014

	muita ajuda dos outros.
Influenciador	Aquele que encontra pessoas que o ajudam a satisfazer seus próprios objetivos. Sabe convencer as pessoas a trabalharem para a realização de um objetivo estipulado por ele.

Fonte: Dornelas 2015

De acordo com McClelland, o comportamento, a forma de agir e fazer as coisas poderão exceder os padrões de excelência, melhor e mais rápido, previamente premeditado. Planejando seus prazos, constantemente ele irá revisar seus planos e agir de acordo com as circunstâncias, sendo capaz de observar e mapear o meio ambiente, analisando os recursos e as condições existentes e elaborando guias.

O indivíduo terá que fazer sacrifícios pessoais, colaborar com os funcionários e também se colocar no lugar deles, sempre colocar a boa vontade em primeiro lugar visando manter os clientes satisfeitos, acima de qualquer lucro a curto prazo. Mais importante ainda, o comprometimento e sua persistência, não sendo apenas “teimoso”.

É necessária a investigação do processo de como fabricar ou fornecer um produto e a ampla consulta de especialistas na área, para obter assessoria técnica ou comercial, ou seja, exige curiosidade e interação com o mercado, ampliando sua rede de relações e mantendo contato constante com todos os membros. Ele irá utilizar disso para aprimorar todos os seus desenvolvimentos, também pessoais, aumentando suas estratégias para influenciar ou persuadir outras.

Outro aspecto importante e não menos necessário, ainda segundo McClelland, é a busca de autonomia em relação a normas e controles dos outros, é a autoconfiança para completar tarefas difíceis ou enfrentar desafios. São otimistas e irão ousar e arriscar. Tudo isso será consequência das outras características, não somente a fonte. Para ser um empreendedor, é necessário ter iniciativa, e não somente, é o indivíduo criativo, inovador, arrojado e que sabe determinar metas, inicia seus projetos, visualiza o seu andamento, controla seu andamento e consegue assim, visualizar e alcançar resultados.

Para ter sucesso, é necessário acreditar na capacidade de liderança, estar motivado, maximizar seu desempenho à curto prazo, otimizando isso a longo prazo. Ele também irá correr riscos e armadilhas e a saúde mental é primordial para passar por essas dificuldades e implementar novos rumos. O bom empreendedor será de forma ilimitada, responsável também por dívidas do empreendimento. Existem vários tipos de empreendedorismos e claro, de acordo com pesquisas, temos perfis empreendedores que tem maiores chances de darem certo.

2.2 Universidade empreendedora

Audy (2006) analisa algumas transformações que as universidades têm enfrentado desde a metade do século XX, em direção a uma universidade empreendedora. Para o autor, este processo se acelera com novos projetos de pesquisas, com empresas, e um novo papel do governo, em relação às universidades, logo, a interação, Universidade - Empresa - Governo, e a demanda

por parte da sociedade, em estabelecer um novo papel da academia no sentido de desenvolvimento social e econômico. O autor afirma que à academia tem sofrido pressões internas e externas por uma renovação que atenda as demandas da sociedade. Vivemos em uma sociedade que está em constante transformação, à medida que essas transformações acontecem, as empresas e o mercado de trabalho mudam as suas características, o que demanda um novo profissional.

Logo, a sociedade espera mais da universidade no processo de contribuição e desenvolvimento social e econômico do país. Sendo assim, o conceito de universidade utilizada pelo autor, emerge como resposta as novas exigências da sociedade. A universidade em si é um ambiente de inovação. Audy considera este fato complexo e incerto, pois, a universidade tem que se flexibilizar com as necessidades e a capacidade de respostas, onde se é fundamental a preservação dos valores acadêmicos nas atividades de ensino que se desenvolve na academia.

Um relatório da Endeavor (2016) destaca a importância de universidades realizarem pesquisas relacionadas ao empreendedorismo, oferecendo aos estudantes bolsas para a pesquisa, professores que possuam comportamento empreendedor e infraestrutura para tal, ou seja, a universidade empreendedora deve oferecer capital financeiro, programas extracurriculares ou projetos e infraestrutura, sendo estes fatores importantes que podem ser definidos como:

(...) Programas extracurriculares e infraestrutura são espaços e programas de criação, inovação, motivação e suporte ao empreendedor. Neles estão incluídos parques tecnológicos, incubadoras e aceleradoras, serviços de apoio ao negócio, mentorias, laboratórios de empreendedorismo e/ou inovação/criatividade, entre outros. (Endeavor, 2016, p. 34)

As universidades brasileiras ainda encontram diversos desafios quando se trata de estar mais conectada ao empreendedorismo, principal evidência é a baixa atuação da universidade com a comunidade e o mercado, sendo causas deste problema: as universidades não estão abertas para atuação de empresas e da comunidade, a quantidade de professores da área que atuam no meio empreendedor ser baixo, mau atendimento aos alunos, devido ao fato de, como dito anteriormente, as disciplinas ofertadas muitas vezes serem apenas introdutórias e geralmente aplicadas apenas no início do curso, quando alunos não estão muito interessados, ou no final, quando já não há tempo para se aprofundar no tema.

Todas estas questões demonstram que as universidades não tem investido no potencial empreendedor de seus alunos. Destaca-se que o diferencial das melhores universidades do futuro, faz um balanço entre a tradição (valores acadêmicos) e a renovação (novas demandas da sociedade). Sugere o modelo de universidades americanas e israelenses, cujo modelo, possui atividades bem gerenciadas que envolvem a separação das atividades acadêmicas (geração dos conhecimentos) e de negócio (comercialização do conhecimento gerado).

3. METODOLOGIA

Na atual pesquisa foi utilizada a abordagem quantitativa, pois se trata de uma pesquisa que procurou investigar as características e o comportamento empreendedor dos alunos da UnB que responderam ao questionário. Do ponto de vista de abordagem do problema, os autores (PRODANOV e FREITAS, 2013, p.69) assim definem a abordagem quantitativa [...] “tudo pode ser quantificável, o que significa traduzir em números opiniões e informações para classificá-las e analisá-las. Requer o uso de recursos e de técnicas estatísticas”.

Quanto aos procedimentos utilizados, conforme (PRODANOV e FREITAS, 2013, p. 70) “os dados coletados nessas pesquisas são descritivos, retratando o maior número possível de elementos existentes na realidade estudada”. A pesquisa é do tipo exploratório (LAKATOS e MARCONI, 2003, p.188) pois é uma investigação empírica cujo objetivo é a formulação de questões ou de um problema, com tripla finalidade: desenvolver hipóteses, aumentar a familiaridade do pesquisador com um ambiente, fato ou fenômeno, para a realização de uma pesquisa.

O primeiro passo da pesquisa foi coletar os dados do questionário e classificá-los em relação as competências. A seguir foi definida uma comparação entre os dados e a pesquisa Endeavour (2017), que é mais recente pesquisa sobre perfil empreendedor no Brasil nas universidades.

A amostragem de uma população de 600 alunos da Universidade de Brasília alcançou 72 repostas. A pesquisa foi elaborada em maio de 2018. O instrumento para a coleta de dados foi um questionário com total de 23 perguntas de múltipla escolha, sendo da 1ª até a 3ª adaptadas e inseridas para a identificação dos discentes como feminino, masculino, idade e o curso realizado.

Foi usada uma adaptação no questionário desenvolvido por Dornelas (2001). O grupo de trabalho selecionou quatro perguntas de cada área investigada, totalizando o número de 20 perguntas para compor o questionário, que por sua vez, foi criado através do Google Forms, disponibilizado pela plataforma Google. O questionário foi distribuído aos alunos de forma online, através de um link, e disponibilizado na plataforma Aprender UnB.

A análise dos resultados foi feita através das pontuações, a partir das respostas dos discentes dos cursos de empreendedorismo da UNB em 2018. Cada questão corresponde a uma habilidade empreendedora, sendo assim, com a soma das respostas é possível verificar as habilidades empreendedoras de cada discente. Quanto à análise dos dados, para um melhor entendimento das informações coletadas, os dados foram tratados utilizando gráficos.

Tabela 2 – Questões aplicadas no questionário

Habilidades	Questões aplicadas
Motivação para a realização	5, 11, 19, 20
Autocontrole	4,14, 18,28
Propensão a assumir riscos	17, 22, 29, 35
Resolução de problemas	3, 15, 21, 25
Influenciador	1, 26, 30, 34

Fonte: Dornelas 2001, elaborado para os autores

O processamento dos dados foi feito com o auxílio do software de análise numérica *MATrix LABoratory*. Para realizar o teste de hipóteses foi utilizado o teste paramétrico t de student, pois o estudo é feito utilizando amostras com distribuição normal e com dimensão superior a 30.

Para a análise dos dados foram adotados o teste da seguinte hipótese nula e alternativa:

H0: Não há diferenças significativas na análise das variáveis.

H1: Há diferenças significativas na análise das variáveis.

Dependendo dos resultados, o valor de p irá definir o nível de significância:

$P > 0,5$: H_0 é aceita, portanto, não há diferenças significativas na análise das variáveis.

$P < 0,5$: H_0 é refutada, portanto, há diferenças significativas na análise das variáveis.

4. Resultados

Dados da SECOM - UnB demonstra que nas salas de aula da Universidade de Brasília, no último semestre, mais de 700 alunos, estavam matriculados em apenas três disciplinas com estímulo ao empreendedorismo. Ao todo, o CDT oferece seis disciplinas relacionadas à área. São elas: Pesquisa em Empreendedorismo e Inovação, Introdução à Atividade Empresarial, Empreendedorismo e Inovação Tecnológica, Tecnologia Social e Inovação, e Empresa Júnior I e II. Esse trabalho é realizado desde 1996 para atender a demanda de estudantes por formação acadêmica na área.

Para cada área de habilidade, obteve-se os resultados indicados pela tabela 1. O Teste T indicado pela tabela foi para a hipótese nula de acertarem duas questões de quatro (para cada área de habilidade).

Tabela 3 - Resultado da Pesquisa por Habilidade

Habilidade	Média	Desvio Padrão	Teste T (Confiabilidade)
Motivação para Realização	54,51%	19,5%	95,19%
Autocontrole	50,69%	24%	19,32%
Propensão a Assumir Riscos	71,88%	23,25%	100%
Resolução de Problemas	53,47%	26%	74,34%
Influenciador	37,15%	26,25%	0%

Fonte: elaboração dos autores

A tabela acima indica as cinco habilidades empreendedoras, para cada habilidade, têm-se quatro questões, escolhidas pelo grupo de trabalho, cada questão possui três alternativas, sendo que, apenas uma questão corresponde à correta. A pontuação extraída das respostas faz com que os discentes das disciplinas Introdução à Atividade Empresarial e Empreendedorismo e Inovação Tecnológica verifiquem se possuem habilidades empreendedoras

Pode-se notar que dado a hipótese nula, os estudantes possuem alta propensão a assumir riscos, com motivação para realização e resolução de problemas medianos, baixo autocontrole e baixíssima influência.

Gênero

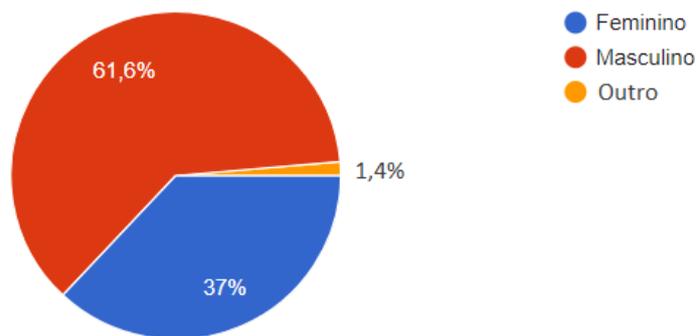
Os gráficos a seguir demonstram os resultados da presente pesquisa em comparação aos dados da Global Entrepreneurship Monitor (2015) e (2017) que apresenta a porcentagem dos empreendedores segundo o gênero. Podemos

observar que no gráfico 1, a presença do gênero masculino, 61,6%, é maior nas disciplinas de empreendedorismo, enquanto o feminino é de apenas 37%.

Os gráficos 2 e 3 mostram o comportamento empreendedor por gênero em empreendedores iniciais e em empreendedores estabelecidos, pesquisa feita em 2015 pela GEM. O gráfico 2 mostra dados recentes do comportamento empreendedor comparado ao gênero, é perceptível o crescente crescimento do público feminino no empreendedorismo brasileiro. Desde 2010, esses percentuais são semelhantes, indicando as mulheres como empreendedoras iniciais. No gráfico 3 percebemos a crescente participação das mulheres no total de empreendedores estabelecidos, no entanto os homens ainda são maioria.

O gráfico 4 mostra que o número de homens e mulheres empreendedoras é bem parecido, mas a taxa de mulheres empreendedoras em fase inicial supera os homens, no entanto, a taxa de empreendedores estabelecidos, os homens superam as mulheres. A comparação mostra que na UnB a percentual de homem é superior a media nacional⁶.

Gráfico 1 – Distribuição percentual de empreendedores por gênero nas disciplinas EIT e IAE da UnB.



Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Faixa etária

A faixa etária dos alunos das disciplinas Empreendedorismo e Inovação Tecnológica e Introdução à Atividade Empresarial da Universidade de Brasília varia de 18 a 29 anos. Segundo a pesquisa GEM (2017), o Brasil apresenta a mais elevada e expressiva taxa de empreendedorismo inicial na população com faixa etária de 18 a 24 anos comparado aos países pesquisados. Os empreendedores dessa faixa etária podem estar ou não frequentando escolas, qualquer que seja o nível de escolaridade. No entanto, nessa faixa etária (18-24 anos) encontra-se a principal parcela da população de 18 a 64 anos que frequenta cursos superiores e de pós-graduação (mestrado e doutorado). A população da amostra na UnB se coloca em cerca de 20% da população empreendedora iniciante que representa 5% dos estabelecidos.

Dados da pesquisa sobre Motivação por área de habilidade

Na tabela 8 são mostradas as percentagens por área de habilidade conforme a metodologia de pesquisa.

⁶ Segundo os dados da pesquisa GEM 2017 divulgados da Sebrae há uma substancial igualdade entre homens e mulheres.

Tabela 4 - Percentual da pesquisa por áreas de habilidade

Percentual da pesquisa por áreas de habilidade		
Habilidade	Média	Desvio padrão
Motivação para realização	54.51%	0,50
Autocontrole	50.69%	0.50
Propensão a assumir riscos	71.88%	0.45
Resolução de problemas	53.47%	0.50
Influenciador	37,15%	0.48

Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Motivação para realização

A motivação para realização dos alunos da Universidade de Brasília possui uma média 54.51%. Observa-se os alunos ficaram em estágio mediano. Pesquisas da Endeavor (2016) demonstra que a motivação entre universitários independente de perfil empreendedor o objetivo com o futuro da carreira continuam os mesmos. O principal objetivo em seu trabalho é melhorar a sua renda e ter mais autonomia.

Autocontrole

O indivíduo controla os seus sentimentos e desejos para o futuro. O autocontrole para os alunos da Universidade de Brasília possui uma média 50.69%, os alunos ficaram em estágio mediano. Endeavor (2012) ressalta que não há uma regra sobre as influências de certa habilidade, afirma que os jovens são mais abertos a discussões, porém se sentem menos seguros quanto à atividades técnica de liderança e como inspirar os seus funcionários. Tornar-se um empreendedor afeta, de certo modo, as seguranças das pessoas. Para as habilidades analisadas com segmentação, ter vontade de se tornar um ou ser empreendedor afeta significativamente as seguranças das pessoas, com notas entre 10% a 15% superiores.

Propensão a assumir riscos

A propensão em assumir riscos calculados dos alunos da Universidade de Brasília possui uma média 71.88%, logo, os alunos ficaram em estágio avançado. Com os dados obtidos pode-se observar que esta habilidade está norteando o desejo de iniciar uma atividade empresarial dos alunos das disciplinas alvo da pesquisa.

Resolução de problemas

A capacidade de resolver problemas dos alunos da Universidade de Brasília possui uma média de 53.47%. Portanto, observa-se que apesar de boa parte dos alunos terem essa habilidade desenvolvida, ainda há a necessidade de que ela seja mais explorada.

Influenciador

Esta capacidade é importante, pois o empreendedor que possui ela é capaz de conseguir recursos de diversas formas. A habilidade de influenciar nos alunos da Universidade de Brasília possui uma média de apenas 37.15%. Esta média demonstra que estes estudantes não tem esta capacidade desenvolvida, portanto é necessário que a universidade tome medidas para desenvolver esta habilidade em seus estudantes.

5. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Dos alunos matriculados na disciplina somente 12% responderam. Apesar de confirmar a dificuldade em obter respostas a questionários nas universidades, mostra que parte da turma não estava efetivamente interessada a testar seu perfil empreendedor. Pode se explicar esta baixa percentagem de respostas como:

- o medo de ter avaliação negativa e
- escasso interesse, sendo uma disciplina optativa. Esta é vista como meio de ganhar créditos, mas não como efetiva base para prática empreendedora.

Este ponto é interessante por que as pesquisas sobre alunos nas universidades não enfrentam esta temática ou seja é implícito que todos os alunos em disciplinas de empreendedorismo, ou que respondem a questionários sobre empreendedorismo na universidade não sempre são efetivamente interessados a se tornar empreendedores. Entretanto deveria se tornar normal nas pesquisas verificar quanto os alunos respondem por avaliar academicamente ofertas de disciplinas e quantos querem usar estas disciplinas para atividades profissionais no futuro.

Pode se dizer também que o perfil empreendedor da turma de 600 alunos analisados tem um perfil empreendedor baixo com base a análise das respostas. Autocontrole, resolução de problemas, riscos e saber influenciar são características fundamentais no empreendedorismo atual em uma economia colaborativa e com foco no conhecimento. Não entender e conhecer que estas habilidades não estão muito desenvolvidas em alunos que participam a um curso de empreendedorismo e que querem avaliar seu potencial, pode significar que há problemas com os alunos (auto análise) ou de falta de capacitação do curso (não está sendo preparado o aluno para ter ou se preparar a empreender).

Em relação a comparação com os resultados de pesquisa e sobre empreendedores da Endeavor e Global Entrepreneurship Global (2015) e (2017), observa-se que o perfil dos discentes das disciplinas alvo da pesquisa estão em linha com os dados tanto de acordo com a faixa etária quando em relação ao gênero.

As características que mais são presentes nos alunos são de propensão ao risco e na motivação. Nessa última era esperado, e também, segundo McClelland (1961) este é o perfil mais comum para empreendedores. Porém, a baixa percentagem em relação a autocontrole e influenciador manifestam graves lacunas desse alunos em relação as competências em geral. Em particular a frente as exigências da moderna economia que se baseia em organização e atividades de rede os alunos da UNB parecem bastante fracos. Uma avaliação intermediária está em relação a característica de saber resolver problemas. Também isso, pode-se dizer, é uma característica de empreendedores mais técnicos e com bases de conhecimento quantitativas, como por exemplo, alunos de engenharia que são presentes em maioria no curso de Introdução a atividade Empresarial.⁷

Os problemas dos alunos são em relação a atual economia da informação e da inovação, as características gerais dos empreendedores devem estar balanceadas, pois na atual economia global de rede de contatos, saber influenciar e conhecer seus limites podem ser as vantagens competitivas que determinam o sucesso nos mercados. Por exemplo, o sucesso de alianças, compartilhamento de dados e escolha de equipes, hoje em dia, são mais valiosos do que uma análise de risco. Os sucessos atuais se desenvolvem, como mostra o sucesso de muitas

⁷ Esta informação deriva de uma análise disponível no CDT e confirmada para os professores que ministram o curso.

marcas, a iniciar da Apple com equipes fortes e motivadas que sabem aproveitar de oportunidades de mercado e colaboram mesmo com concorrentes.

6. CONCLUSÃO

O presente estudo teve como objetivo identificar e comparar o comportamento e as características empreendedoras de uma amostra de alunos da Universidade de Brasília, tendo em vista que a capacidade de empreender torna-se cada vez mais importante devido a concorrência dos empreendimentos e de novas empresas.

Somente 12% dos alunos da amostra total responderam aos questionários. Isso pode mostrar a falta de interesse em abrir um negócio com base os cursos ofertados na universidade, mas também que os alunos que estão cursando disciplinas de empreendedorismo tem baixas características empreendedoras.

Com os resultados da análise, infere-se que na disciplina os alunos desenvolvem suas habilidades empreendedoras em particular usando suas competências relacionada a assumir riscos.

Observou-se que os alunos não obtiveram percentagem excelentes em habilidade de influenciador e autocontrole. Os motivos dessas variações podem nascer por fatores do ambiente até a forma como o conteúdo é apresentado pelos professores. Outros fatores também podem ser o fato de serem estudantes jovens e as disciplinas serem ofertadas no início dos cursos.

Portanto, mostra-se necessário que além de apoiar sempre mais jovens em desenvolver empreendimentos orientados a atual economia global e competitiva as universidades possam entender o perfil empreendedor da oferta para calibrar as propostas em relação as competências reais dos alunos.

REFERÊNCIAS

AUDY, J.L., MOROSINI, M.C. (Orgs) **Empreendedorismo na Universidade/ Entrepreneurialism in the university**. Porto Alegre: Ed.PUCRS, 2006.

AVENI A. **Empreendedorismo contemporâneo** Ed. Atlas, São Paulo .2014
DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. Rio de Janeiro, 2017.

ENDEAVOR. Relatório 2017 Disponível em< [https://endeavor .org/](https://endeavor.org/)>Acesso em junho de 2018

EUROPEAN COMMISSION, **Effects and Impact of entrepreneurship programmes in higher education**. Entrepreneurship Unit Directorate-General for Enterprise and Industry. B-149 Brussels, 2012.

FIGUEIRÔA, Dayse Stefany Vasconcelos de; LEMOS, Zaidiana Zaidan; LEITE, Emanuel. O perfil empreendedor do contador no município de Custódia-Pe. **Revista Raites**, Custódio, v. 3, n. 5, p.10-36, 2017.

MONITOR, Global Entrepreneurship. **Empreendedorismo no Brasil, Relatório executivo 2015**; Brasil: SEBRAE, 2015.

MONITOR, Global Entrepreneurship. **Empreendedorismo no Brasil, Relatório executivo 2017**. Brasil: SEBRAE, 2017.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MORAIS, C. (2000) - **Atitudes de empreendedores**. Rio de Janeiro: Quality Mark.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo/RS: Universidade FEEVALE, 2013.