



INSTITUTO DE ENSINO SUPERIOR “PRESIDENTE TANCREDO DE ALMEIDA
NEVES”

VICTOR VIANA CARVALHO

**HABILIDADES E COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS DO CONCLUINTE DO
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DO IPTAN**

**SÃO JOÃO DEL REI
2015**

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	03
OBJETIVOS	
Geral.....	06
Específicos.....	06
JUSTIFICATIVA.....	07
REFERENCIAL TEÓRICO.....	08
METODOLOGIA.....	27
CRONOGRAMA DE ATIVIDADES.....	28
REFERÊNCIAS.....	29

INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é um tema que é muito estudado na administração nos dias atuais, principalmente por sua importância social e econômica. Uma fragilidade do empreendedorismo brasileiro é a falta do presente tema na educação superior ou seja, as instituições de ensino não enfatizam como deveria um assunto de tanta importância que é o empreendedorismo, uma afirmação que está cada vez mais se tornando um mito é que o empreendedor já nasce com um dom, um fruto de sua genética, porque na verdade é possível que as pessoas aprendam a ser empreendedoras dependendo de seu ambiente de ensino.

Empreendedor não é necessariamente aquela pessoa que abre um negócio mas sim aquela que faz diferente que se propõe a mudar, que busca sempre melhorias no seu trabalho assim como oportunidades e fascínio para aprender coisas novas. A partir deste princípio, Britto e Wever (2004, p. 15) afirma que “empreendedores são aqueles seres especiais, dotados da incrível qualidade de transformar sonhos em lucrativos negócios, pessoas que enxerga longe e que consegue vislumbrar alternativas e saídas para os mais diversos cenários”. O Brasil mesmo com tantos problemas é um país com muitos empreendedores num montante total de 15,37 milhões sendo a maioria deles por oportunidade cerca de 52% segundo pesquisa da Global Entrepreneurship Monitor – GEM (SOARES 2005), possuindo ainda um grande número de empreendedores por necessidade 46% um número significativo pois é importante levar em consideração que na maioria das ocasiões onde ocorre o empreendimento por necessidade as pessoas não possuem formação adequada para se consolidar num mercado tão competitivo, neste momento que entram as instituições de ensino com suas técnicas de ensino para se formar futuros empreendedores que tenham técnicas, habilidades, competências e atitudes consistentes com o cenário econômico brasileiro.

Problema de pesquisa, o trabalho parte do seguinte problema de pesquisa: Qual a contribuição do curso de administração do IPTAN para a formação de competências empreendedoras.

O objetivo geral da pesquisa é: Conhecer as habilidades e competências empreendedoras do concluinte do curso de Administração do IPTAN.

Esta pesquisa tem como objetivos específicos, apresentar as habilidades técnicas que podem ser formadas dentro de uma instituição de ensino na área de administração, conhecer as interferências familiares na formação de habilidades empreendedoras, definir empreendedorismo e as características do empreendedor, compreender a percepção dos alunos concluintes quanto a contribuição do curso de Administração do IPTAN para o gerenciamento do próprio negócio.

Metodologicamente, este trabalho adotou o tipo de pesquisa com caráter descritiva e exploratório, pois segundo Gil (2008) busca descrever e explorar as características de determinado grupo ou fenômeno.

Quanto à abordagem metodológica será utilizado o estudo de caso, que na visão de Yin (2005) consiste numa investigação empírica permitindo o estudo de um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, principalmente, quando essas relações e os fatores desse fenômeno não são claramente definidos.

O estudo de caso é amplamente usado nos estudos de administração pelo motivo de conhecer e desvendar a realidade de determinado fenômeno nas ciências sociais (GODOY, 1995). O público alvo da pesquisa serão os estudantes concluintes do curso de administração do Instituto de Ensino Superior Presidente Tancredo de Almeida Neves - IPTAN e que possuem empreendimento.

Para coleta dos dados será adotada uma entrevista em profundidade com os entrevistados com objetivo de identificar a contribuição do curso de administração para a formação empreendedora. Para isso, utilizar-se-á um roteiro semiestruturado para realizar as entrevistas. Segundo Haguette (1997) as entrevistas em profundidade são mais adequadas onde há pouco conhecimento sobre o fenômeno estudado ou quando a percepção individual carece ser melhor detalhada. Neste sentido, a entrevista busca coletar dados subjetivos, relacionados com valores, atitudes e as opiniões dos entrevistados.

Após a coleta dos dados e sua organização, as entrevistas serão transcritas e em seguida os dados analisados.

Para análise dos dados, será adotada a análise de conteúdo, que segundo Bardin (2011), essa técnica consiste em um conjunto de técnicas que analisa as comunicações, no intuito de avaliar o conteúdo das mensagens, permitindo a inferência de novos conhecimentos relativo as experiências relatadas.

No primeiro capítulo será abordada a origem do empreendedorismo, sua importância sócio econômica, apresentando ainda quais as principais características que um empreendedor deve possuir e ainda alguns exemplos de brasileiros que obtiveram sucesso em seu empreendimento.

Já no segundo capítulo será demonstrada a importância e influência da família e, principalmente, da instituição de ensino na formação empreendedora, levando em consideração que ninguém nasce com o dom de empreender, mas que existem atitudes e comportamentos que são essenciais em qualquer empreendedor.

Por fim, será apresentado no terceiro capítulo um estudo de caso, no qual será feita uma pesquisa com alunos que concluíram o curso de Administração do IPTAN, com o foco de descobrir como o curso contribui para a formação empreendedora de seus discentes, para assim analisar, discutir e concluir os resultados que serão obtidos através da mesma.

OBJETIVOS

Geral:

Conhecer as habilidades e competências empreendedoras do concluinte do curso de Administração do IPTAN.

Específicos:

- Apresentar as habilidades técnicas que podem ser formadas dentro de uma instituição de ensino na área de administração;
- Conhecer as interferências familiares na formação de habilidades empreendedoras;
- Definir empreendedorismo e as características do empreendedor e;
- Compreender a percepção dos alunos concluintes quanto a contribuição do curso de Administração do IPTAN para o gerenciamento do próprio negócio.

JUSTIFICATIVA

A relevância do trabalho pode ser considerada de irrefutável indispensabilidade, pois o fenômeno do empreendedorismo é uma das principais formas de desenvolvimento econômico e social de qualquer nação. O aumento e o acúmulo de riquezas estão associados à criatividade e inovação que o empreendedor é capaz de realizar numa organização e na sociedade de uma forma geral. Como exemplo, temos a economia do Japão, que é um país pequeno, escasso em recursos naturais, porém, altamente criativo e empreendedor, agregando valor aos processos e, conseqüentemente, aumentando a riqueza do país. Dentre as vantagens sociais, o empreendedorismo promove o combate do desemprego, da pobreza, dentre outros problemas da sociedade.

Na visão de Dornelas (2005, p. 34), o “empreendedor utiliza seu capital intelectual para criar valor para a sociedade, com geração de empregos, dinamizando a economia e inovando o mercado, sempre usando a sua criatividade em busca de soluções para melhorar a vida das pessoas”. As habilidades e competências do empreendedor necessárias para utilizar o capital intelectual são oriundas das organizações formais como escolas, faculdades, bem como interferência da família.

O discente escolheu o tema por ser algo desafiador e diferente, saindo do panorama normal das monografias e também por estar diretamente ligado a área do empreendedorismo.

REFERENCIAL TEÓRICO

1- Uma abordagem sobre Empreendedorismo

No primeiro capítulo será abordada a origem do empreendedorismo no Brasil, sua importância sócio econômica, apresentando ainda quais as principais características que um empreendedor deve possuir e ainda alguns exemplos de brasileiros que obtiveram sucesso em seu empreendimento.

1.1– Empreendedorismo no Brasil

Para Hisrich et al (2009) empreendedorismo é o processo de criar algo novo com valor, dedicando tempo e esforço necessário, assumindo os riscos financeiros, psíquicos, e sociais adequados, recebendo as consequentes recompensas da satisfação e da independência financeira e pessoal.

O empreendedorismo surgiu no Brasil de forma mais contundente com a abertura do mercado para a concorrência internacional e com a privatização das grandes estatais nos anos 90.

Antes disso a situação econômica e política brasileira não era muito propícia para a abertura de micro e pequenas empresas assim como a criatividade e a inovação não tinham muito espaço num mercado fechado, neste momento se propiciou a abertura de entidades que auxiliam o desenvolvimento de micro e pequenas empresas como por exemplo o SEBRAE (serviço brasileiro de apoio as micros e pequenas empresas) e SOFTEX (sociedade brasileira para exportação de software).

O SEBRAE é amplamente difundido entre os pequenos empresários brasileiros, com finalidade de informar e dar suporte necessário para abertura de uma empresa bem como acompanhar através de consultorias seu desenvolvimento.

Fonte: http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais_adicionais/o_que_fazemos

O SOFTEX foi criado para ampliar o mercado das empresas de software através da exportação e incentivos à produção nacional executando desde 1996, iniciativas de apoio, desenvolvimento, promoção e fomento para impulsionar a Indústria Brasileira de Software e Serviços de TI, uma das maiores em todo o mundo, conhecida por sua criatividade, competência e fonte de talentos.

Fonte: <http://www.softex.br/a-softex/>

Visto assim o Brasil antes mesmo dos anos 90 possui-a mesmo que em pequeno número uma atividade empreendedora, mas a partir da chegada desses grandes auxiliares principalmente depois da abertura do mercado e consequentemente da valorização do real o empreendedorismo deu um grande passo se tornando a partir disto um dos principais pilares da economia brasileira.

Existe uma correlação positiva entre atividade empreendedora e crescimento da economia; tornando-se uma excelente oportunidade para o governo praticar políticas públicas para estimular o empreendedorismo e a educação para a abertura de novos negócios.

Para Dolabela (2003) o empreendedorismo no Brasil deve considerar nossas prioridades, eliminando a exclusão social e confrontando a ideia tradicional do empreendedorismo focado no fazer empresarial, que por ter prioridade no crescimento econômico concentra a renda e não distribui de forma equivalente.

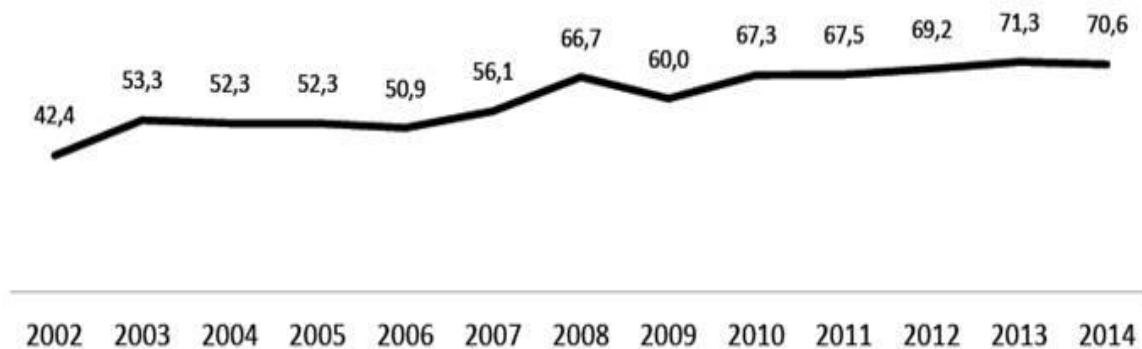
Segundo pesquisa revelada recentemente pelo GEM (global entrepreneurship monitor 2014) que é parte do projeto iniciado em 1999 com uma parceria entre a London Business School e a Babson College que abrangeu no primeiro ano 10 países e nos dias atuais mais de 100 nações estão associadas a este estudo cobrindo 75% da população global e 90% do PIB mundial formando o maior estudo em andamento sobre empreendedorismo no mundo. Em seu relatório executivo referente ao ano de 2014 a pesquisa mostrou que o Brasil é o primeiro no ranking de empreendedorismo mundial ou seja três em cada dez brasileiros tem seu próprio negócio ou estão envolvidos com a criação de alguma empresa sendo estes adultos com idades entre 18 a 64 anos, em dez anos a taxa de empreendedorismo no Brasil aumentou de 23% em 2004 para 34,5% em 2014 sendo que metade desses empreendedores abriram seu negócio há menos de três anos e meio.

Segundo Alves (2015,s.p.)"[...]Na comparação mundial o Brasil se destaca com a maior taxa de empreendedorismo oito pontos percentuais acima da China que vem em segundo com 26,7%, sendo superior ainda a EUA (20%) Reino Unido (17%), Japão (10,5%) e França (8,1%)".

Para o presidente do SEBRAE, Barretto (2015,s.p.), que concedeu entrevista para esta mesma editora o recorde de empreendedores no Brasil é consequência do aumento do número de formalizações nos últimos anos e da melhoria do ambiente legal com a criação e ampliação do supersimples.

Por este regime pequenas e médias empresas têm a cobrança de oito impostos federais, estaduais e municipais reunidas num só boleto sendo na maioria 40% menor do que a tributação convencional, além disso a pesquisa mostra que ter o próprio negócio é o terceiro maior sonho dos brasileiros atrás somente de comprar a casa própria e viajar pelo país.

O gráfico a seguir demonstra a evolução do empreendedorismo brasileiro por oportunidade nos últimos 13 anos



Fonte: <http://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/Empreendedorismo-atrai-tr%C3%AAs-em-cada-dez-brasileiros>

A pesquisa ainda revela que 100 brasileiros que começam um negócio próprio 71 são por oportunidade e não por necessidade com isso a tendência é que esses empreendedores tenham uma melhor formação e ainda um maior conhecimento na área de atuação podendo assim aumentar as chances de seus negócios obtiverem resultados positivos.

Mesmo com ótimos números do empreendedorismo brasileiro principalmente na atualidade apresentados na pesquisa do GEM 2014 o Brasil tem alguns pontos negativo que são o “estrangulamento” que o governo faz com as pequenas e micro empresas através de suas políticas governamentais, e a ausência de uma educação

empreendedora principalmente nas redes públicas a qual ajuda a melhorar a formação empreendedora de qualquer cidadão partindo da infância.

1.2– Relevância sócio econômica

O fenômeno do empreendedorismo tem uma grande importância para o desenvolvimento econômico e social de qualquer nação, pois o surgimento de novas empresas gera um maior número de empregos, consequentemente melhorando a distribuição de renda.

Empreender não significa apenas abrir um negócio que gere lucro. Para uma empresa obter resultados, ela precisa ser diferente afim de atingir seu mercado alvo, com isto o comprometimento com o desenvolvimento social se torna um diferencial que pesa a favor da organização.

Para Nonato (2013,s.p.) [...] “ o conceito de empreendedorismo é muito mais amplo do que a simples ideia de abrir um negócio”, pois um empreendedor não pode apenas pensar no ambiente interno de sua empresa mas sim de tudo o que está acontecendo ao seu redor, adquirindo uma visão externa da organização, desta maneira podem aparecer atitudes empreendedoras que buscam solucionar problemas da sociedade.

Estas atitudes podem aparecer tanto nas políticas sociais da empresa quanto na criação de instituições com objetivos sociais, demonstrando assim uma relevância maior do empreendedorismo para o crescimento da economia assim como criar mecanismos para solução dos problemas sociais.

De acordo com (BARROS e PEREIRA, 2008.p.977), o empreendedor possui uma única função primordial:

Geralmente assume-se que o empreendedorismo se encontra sempre e em qualquer lugar associado ao progresso econômico, embora ausente da vasta maioria dos modelos econômicos. Na sua obra clássica de 1911, Teoria do Desenvolvimento Econômico, Schumpeter argumenta que os empreendedores são a força motriz do crescimento econômico, ao introduzir no mercado inovações que tornam obsoletos os produtos e as tecnologias existentes.

Já para (DOLABELA, 2006.p.30) o empreendedorismo não é uma área relacionada apenas para a economia mas também para acrescentar soluções aos problemas sociais:

O empreendedor é o responsável pelo crescimento econômico e pelo desenvolvimento social. Por meio da inovação, dinamiza a economia. O conceito de empreendedorismo trata não só de indivíduos, mas de comunidades, cidades, regiões, países. Implica a idéia de sustentabilidade. O empreendedorismo é a melhor arma contra o desemprego. Segundo Timmons (1994), “o empreendedorismo é uma revolução silenciosa, que será para o século 21 mais do que a revolução industrial foi para o século 20

Pode se afirmar que o empreendedorismo não é apenas um fenômeno econômico, pois com o seu crescimento fica mais propício a criação de novos pontos de serviço se tornando uma das principais soluções para os problemas sociais, pois a melhor maneira de resolver tais adversidades é oferecer serviços a sociedade, com isso além de tirar as pessoas das ruas, da miséria, da desigualdade social ele oferece a essas pessoas condições melhores de vida.

1.3 – Características do perfil empreendedor

Bernardi (2003, p.64-65) menciona que existe um mito em que não é possível desenvolver o empreendedorismo, acredita-se que tem que nascer com ele. Mas isso não é verdade, existem várias circunstâncias que dão origem ao empreendedorismo e ao empreendedor.

Uma das principais circunstâncias citadas acima é a característica pessoal que cada um deve possuir, ou seja, um dos fatores mais cruciais para um empreendedor é possuir características favoráveis para assim se consolidar com um perfil satisfatório.

Para Dornelas (2003,p.59):

“Os empreendedores são pessoas ou grupos de pessoas com características especiais, que são visionários, que questionam que ousam que querem algo diferente, que fazem acontecer, ou seja, que empreendem. Os empreendedores são pessoas diferenciadas que possuem uma motivação singular, gostam do que fazem e não se

contentam em ser mais um na multidão, que querem ser reconhecidas e admiradas, reverenciadas e imitadas, querem deixar um legado”

Um estudo foi elaborado por David C. McClelland (2002) com o propósito de identificar as características essenciais para um perfil empreendedor, elaborando um modelo para assim verificar quais são as características mais visíveis no empreendedor, o assunto levantou dez características principais; McClelland (citado por LENZI, 2002) descreve -as da seguinte maneira:

- **Busca de oportunidades e iniciativa:** esta característica refere-se a capacidade de se antecipar os fatos e criar novas oportunidades de negócio, desenvolver novos produtos e serviços, e propor novas soluções inovadoras.
- **Persistência:** enfrentar os obstáculos decididamente, buscando o sucesso a todo custo, mantendo ou mudando as estratégias de acordo com as situações.
- **Comprometimento:** faz sacrifício pessoal ou despende um esforço extraordinário para se completar uma tarefa; colabora com os subordinados e até mesmo assume o lugar deles para terminar um trabalho; se esmera para manter os clientes satisfeitos e coloca a boa vontade a longo prazo acima do lucro a curto prazo.
- **Exigência de qualidade e eficiência:** decisão de fazer sempre mais e melhor, buscando satisfazer ou superar as expectativas de prazos e padrões de qualidade.
- **Exposição calculada a riscos:** disposição de assumir riscos e desafios moderados e responder pessoalmente por eles, ou seja, ter coragem para enfrentar desafios, ousar a execução de um empreendimento novo e escolher as melhores alternativas, baseando em seu conhecimento e em sua determinação.
- **Estabelecimento de metas:** assumem metas que representam desafios e tenham significado pessoal, define com clareza e objetividade as metas de longo prazo, estabelece metas de curto prazo mensuráveis.
- **Busca de informações:** busca pessoalmente obter informações sobre os clientes, fornecedores ou concorrentes, investiga pessoalmente como fabricar um produto ou prestar um serviço, consulta especialistas para obter assessoria técnica ou comercial.
- **Planejamento e monitoramento sistemáticos:** planeja dividindo as tarefas de grande porte em sub tarefas com prazos definidos, revisa constantemente seus planos, considerando resultados obtidos e mudanças circunstanciais, mantém registros financeiros e os utiliza para a tomada de decisões.
- **Persuasão e rede de contatos:** utiliza estratégias para influenciar ou persuadir os outros, utiliza pessoas chave como agentes para obter seus objetivos, atua para manter e desenvolver relações comerciais.
- **Independência e autoconfiança:** busca autonomia em relação a normas e procedimentos, mantém seu ponto de vista mesmo diante da oposição ou de resultados desanimadores, expressa confiança na sua própria capacidade de completar uma tarefa difícil ou de enfrentar desafios.

Pode se afirmar que as características empreendedoras apesar de serem muito pessoal são essências para qualquer cidadão que deseja abrir seu próprio negócio ou simplesmente para quem faz diferente em seu trabalho, porém na visão do discente a liderança não citada acima seria a principal virtude que um empreendedor deve ter, pois com esse dom a pessoal consegue não apenas só motiva-la individualmente mas sim todo as pessoas envolvidas no processo se tornando mais simples a consecução de qualquer que seja o objetivo.

1.4– Empreendedores brasileiros de sucesso

O Brasil sendo o país mais empreendedor do mundo segundo a pesquisa do GEM(2014), consequentemente possui muitos empreendedores que obtiveram sucesso em seu negócio alguns desses se destacando dos demais.

Nenhum empreendedor de sucesso esconde suas dificuldades e seus erros cometidos ao longo da vida sendo estes um combustível a mais para eles na busca inconstante para se manter firme com todos os sonhos traçados.

Empreendedores que obtêm sucesso são aqueles ousados, que estão em constante aprendizado que buscam sempre o caminho e a solução para melhorar seu próprio negócio, se doam ao máximo, para eles não existem sábados, domingos e feriados, existe a empresa, colocando a sua dedicação e seu com prometimento em primeiro lugar. Vejamos alguns exemplos de empreendedores que conseguiram realizar seus sonhos:

1. Abílio Diniz

Esse é um dos empreendedores famosos tanto no Brasil como no mundo. Filho de imigrantes portugueses, começou sua caminhada abrindo uma doçaria chamada Pão de Açúcar. Ficou dividido durante sua juventude entre a prática de esportes e os estudos (se formou em administração na Escola de Administração de Empresas de São Paulo). Aos 20 anos continuou sua caminhada em busca de conhecimento ingressando como gerente de vendas na empresa do pai e adquiriu conhecimentos importantes, em

estudos pelos EUA, que o fizeram investir na fundação do seu primeiro supermercado em 1959.

Abílio é um persistente por natureza. Sofreu diversos reveses junto a economia brasileira, foi sequestrado, teve de fechar lojas e até demitir mais de 20 mil funcionários. Porém, sua coragem e insistência o fizeram buscar soluções práticas no mercado para que suas empresas mantivessem força e progresso.

Além de tudo, sua capacidade para enxergar novas oportunidades o fizeram expandir seus negócios como nenhum outro. Além de presidente do Conselho de Administração da BRF, foi sócio da Companhia Brasileira de Distribuição (Pão de Açúcar, Extra e Assaí), além das eletros Ponto Frio e Casas Bahia através da sua empresa Globex S/A.

2. Alexandre Costa

Alexandre é o fundador da empresa Cacau Show. Sua história começa com a venda de ovos de Páscoa de porta em porta, ainda aos 14 anos, em busca de conseguir algum dinheiro que o fizesse erguer o negócio que enxergava como lucrativo.

Sua caminhada sempre foi marcada por muito suor e insistência, acreditando sempre que com um mínimo investimento poderia espalhar seus produtos por todo o país. E foi assim que conseguiu iniciar a grande marca que conhecemos hoje. Ainda com 17 anos de idade, 500 dólares e 1 funcionária, Alexandre da Costa fundou a Cacau Show no bairro da Casa Verde, em São Paulo, uma empresa 100% nacional onde a teoria de um empreendedor de sucesso se encaixava perfeitamente com sua personalidade: Uma ideia, o produto e iniciativa fizeram Alexandre contribuir para a economia brasileira, gerando lucros para si e expansão de sua marca, satisfazendo seu desejo profissional e pessoal.

Hoje a Cacau Show tem 26 anos de história, com mais de 800 lojas franqueadas em mais de 350 municípios por todos os estados brasileiros. Produz empregos para diversas pessoas em uma das maiores redes de lojas de chocolate do mundo, com um faturamento que alcança o valor de mais de 100 milhões de reais por ano.

3. Antônio Alberto Saraiva

A história de Antônio Alberto Saraiva é típica de um empreendedor conhecido por força do destino. Isso porque teve que assumir os negócios do pai após ele ser assassinado na própria padaria.

Apesar de dividir seu tempo com a empresa que assumirá e os estudos de medicina, Alberto conseguiu em determinado momento forçado pelo espírito empreendedor, conquistar uma personalidade que o fizeram enxergar um investimento que traria muito lucro a um custo popular: fast-food especializado em comida árabe.

O Habib's, fundado por ele em meados dos anos de 1988, unia preços bastante acessíveis com um cardápio diferenciado que incluía esfihas, quibes e beirutes unidos as tradicionais comidas de fast-food como batatas fritas, pasteis e pizzas. Genuinamente brasileiro, o Habib's hoje conta com mais de 400 estabelecimentos espalhados pelo Brasil.

Antônio se caracterizou pela visão avançada de oportunidades de negócio. Enxergou o espaço para espalhar a culinária pouco conhecida pelo povo brasileiro até então, com um custo mínimo de produção, possibilitando cobrar preços acessíveis aos mais variados bolsos das famílias brasileiras. Hoje é presidente, além do Habib's, de redes que incluem a Ragazzo, Arabian Bread, Ice Lips, Promilat, Vox Line e Centrais de Produção em território nacional.

4. Edivan Costa

Edivan Costa foi morador de favela e teve de abandonar sua carreira de jogador para trabalhar como office-boy. Logo foi promovido a coordenador de tesouraria e recebeu um convite incomum de um dos sócios da empresa: se tornar despachante imobiliário autônomo de um escritório de advocacia recém aberto e ainda pequeno.

Apesar do risco de perder todos os benefícios de um empregado registrado, foi naquele momento que a característica de um empreendedor de sucesso nasceu nele, arriscou em uma oportunidade de sucesso. Logo recebeu uma grande chance para conseguir 32 alvarás de funcionamento para um grupo local de supermercados na cidade de Belo Horizonte. Cumpriu a tarefa com perfeição em apenas 29 dias e as empresas logo foram vendidas ao grupo francês de varejo, o Carrefour.

Edivan descobriu que com muita disciplina e aplicação conseguiria conquistar grandes metas e descobriu-se o cara certo para o negócio. Abriu sua empresa de regularização, a SEDI, e não parou mais de conquistar clientes importantes para o seu negócio, que une em um único serviço alvarás para negócios e obtenção de licenças, deixando que seus clientes foquem seus negócios apenas na essência de seus ideais.

5. Pedro Chiamulera

Chiamulera também simboliza outro nome entre os grandes empreendedores de sucesso. Um atleta excelente, participou de duas olimpíadas, trouxe toda a disciplina do aprendizado nos esportes para a vida como empreendedor. Pedro é um aprendiz nato apaixonado pelo empreendedorismo. Com os estudos em San Diego, nos EUA, criou um sistema de gestão para grandes varejistas brasileiros. Com o sócio Bernardo Lustosa, criou a ClearSale, líder no assunto gestão de fraudes no e-commerce brasileiro. Sua história marca pela sua dedicação como ser humano, atleta e constante caçador de conhecimento.

Fonte: <https://endeavor.org.br/conheca-5-empreendedores-de-sucesso>

Desta maneira observa-se que cada empreendedor tem seus motivos pessoais, assim como seus desafios, suas derrotas, seus aprendizados e suas vitórias mas são poucos que conseguem ultrapassar a barreira de seus sonhos , ou seja, ser mais do que se sonhou.

2 – FORMAÇÃO EMPREENDEDORA

Já no segundo capítulo será demonstrada a importância e a influência da família e principalmente da instituição de ensino na formação empreendedora, levando em consideração que ninguém nasce com o dom de empreender mas que existem atitudes e comportamentos que são essenciais em qualquer empreendedor.

2.1 – Influência familiar na formação do empreendedor

Na vida do empreendedor, além dos aspectos da sua formação, escolaridade, habilidades, conhecimentos, características, valores, atitudes, contexto sócio econômico, deve-se considerar, também, o contexto familiar, ou seja, a influência que a família exerce no desenvolvimento das habilidades e competências empreendedoras.

A importância da trajetória familiar para o desenvolvimento do empreendedorismo é reforçada por Dolabela (1999 p.133), quando ele sugere que a marca da família constitui uma referência, um ponto de partida que o empreendedor considera.

Em alguns casos, estes novos empreendedores permanecem nos negócios da família porém implementando mudanças, novos conhecimentos, práticas atualizadas, recursos humanos apropriados, enfim fazendo uma alternância de conceitos benéfica para a organização.

Já em outros casos esses novos empreendedores permanecem apenas no mesmo ramo de negócio da família, portanto, usa de suas experiências familiares para principalmente abrir seu próprio negócio.

Com relação a influência da família, Fillion (1991, 1999) destacou que as pessoas apresentam mais chances de se tornar empreendedoras se houver um modelo na família ou no seu meio, e que, quanto mais novo for o empreendedor no início do processo, maior será a influência do ambiente familiar.

Portanto, o novo empreendedor tende a ser muito influenciado pelos seus familiares, pois quando se abre uma empresa principalmente uma pessoa nova, a experiência é praticamente nula, se baseando principalmente nas atitudes, conceitos, habilidades e competências instigadas desde a infância, mas isso também não quer dizer que esse empreendedor inexperiente não possa ter sua visão de conceitos e aplicá-la mesmo com base nas experiências repassadas pela família.

Em relação à iniciação no mundo empresarial de jovens filhos de empresários, Nogueira e Almeida(2002) *apud* (Francisco 2004 s.p.) asseguram que as experiências nos negócios é feita, basicamente em empresas familiares, em alguns casos o jovem toma sua iniciativa profissional nas atividades mais operacionais e vai galgando postos de trabalho mais elevados, sob o argumento de que isso é bom “para aprender” e conhecer o funcionamento global de um estabelecimento; em outros, começa assessorando a diretoria.

Porém colocar o jovem no mundo do trabalho absorve interesses familiares, que se sobrepõem ao próprio interesse individual dessa pessoa, se tornando um perigo para ambos os lados pois o lado pessoal deste indivíduo que está entrando agora no mercado não está sendo respeitado como deveria, fazendo com que este jovem nunca se torne um empreendedor pois não estará fazendo o que realmente ama, pois ainda ele vai viver uma vida infeliz na qual não pôde pelo menos tentar alcançar seus próprios sonhos pelo fato de sofrer uma pressão familiar, neste caso negativa.

A condição do ambiente familiar influencia muito o jovem, principalmente levando em questão as falas, os comportamentos, as atividades, os exemplos dos pais, tendo um papel fundamental na construção dos valores desta pessoa.

Segundo Oliveira (1995 p.57), a importância do contexto familiar (pai e mãe) na formação para o empreendedorismo se baseia naquilo que se denomina de educação informal, ou seja, a proximidade, as discussões em família, os amigos empresários e a vivência, que formam um quadro no qual o jovem absorve valores deste mundo de negócios competitivo.

Outro aspecto a ser abordado no contexto familiar, que propicia o surgimento de empreendedores, são as chamadas diretrizes psicológicas, ou seja, os

comportamentos e atitudes absorvidas pelas crianças por meio dos pais e demais pessoas com as quais convivem (FILION, 1999 p.110).

Pode se afirmar que é de responsabilidade dos pais ter uma postura que demonstre aos filhos, desde pequenos, como enfrentar a vida, o trabalho e as relações pessoais, sendo possível que na infância alguns empreendedores tenham recebido mensagens apontando para a crença de que teriam que lutar por tudo que quisessem para conquistar seus objetivos na vida, sendo que a família primeiramente deve repassar ao filho as principais bases pessoais para depois de mostrar ao filho como a vida realmente acontece, a família se concentra em mostrar os seus conceitos, suas habilidades, suas crenças, suas competências para assim o jovem possa pessoalmente definir suas características como empreendedor.

2.2 – Importância acadêmica

Bolson (2006) diz que a educação empreendedora deve começar desde o ensino fundamental, que através deste será o suporte para o início da mudança cultural. Para ele o ensino de empreendedorismo nestes níveis de conhecimento geraria jovens dotados de mentes mais atentas em oportunidades, com uma visão de futuro mais planejadora.

Friedlaender (2004) menciona que a educação é um dos principais valores com o qual se constrói um país desenvolvido, e tem um papel fundamental em cumprir a alteração do modelo social, oferecendo uma boa formação acadêmica, multidisciplinar e generalista. A preocupação em todos os níveis para que seja orientada ao desenvolvimento pessoal, despertando nos alunos características que se tornam com o tempo muito importante para o sucesso dos futuros profissionais.

Já para Filion (2004) falar de empreendedorismo na educação constitui em focar o conhecimento para cada um. Filion ainda ressalva que o empreendedorismo pode ser aprendido em qualquer idade, geralmente pela transmissão de valores ou por trocas de saberes com os outros, falando ainda que os sistemas escolares devem instaurar uma nova perspectiva, porque parecem inadequados diante das atuais tendências do mercado de trabalho.

Abranches (2008) menciona que é necessário que o ensino de empreendedorismo seja inserido na grade escolar desde o ensino infantil, como forma de inserir na nossa sociedade a cultura empreendedora.

Pode se afirmar que atualmente o ensino do empreendedorismo só é ensinado nas faculdades, quando os jovens já tem certa opinião formada a respeito do futuro profissional, na maioria almejando-se para seu futuro o concurso público, no qual certamente terá uma estabilidade no trabalho, porém este jovem ficará acomodado na maioria das vezes, conseqüentemente não poderá ter um espírito de empreendedor, que corre riscos, que muitas vezes dá um passo para trás para almejar dois à frente, que não tem medo de arriscar.

Uma das questões discutidas em relação ao empreendedorismo diz respeito a possibilidade de seu ensino. Para Timmons (*apud* BATEMAN; SNELL, 1998) este é um dos mitos de empreendedorismo, no qual alguns acreditam que empreendedores nascem feitos, com o dom de empreender, não podendo ser preparados. Para estes autores acima citados, na realidade, o desenvolvimento de um empreendedor ocorre pelo acúmulo de habilidades relevantes, know-how, experiências e contatos durante alguns anos.

Pode se afirmar que ninguém nasce com o dom de empreender mais existem meios pelo qual a pessoa consiga elevar seus conhecimentos, e o principal meio responsável por esta aquisição de QI é a faculdade, uma formação acadêmica ativa, participativa, que motiva os alunos a sonharem alto e principalmente a realizar esses seus sonhos, é um grande passo para se tornar um possível empreendedor.

O estudo da educação empreendedora, se tornou muito importante atualmente, pois com o mercado cada vez mais globalizado as empresas buscam se tornarem mais competitivas, sendo que as faculdades possuem um alto grau de conhecimento para repassar aos discentes, visando o surgimento e o desenvolvimento de novos e capacitados empreendedores, possibilitando assim se desenvolver nos alunos, um comportamento empreendedor, que se torna essencial para o sucesso dos empreendimentos em uma sociedade tão competitiva.

Para que o ensino do empreendedorismo se torne mais eficiente é preciso que a faculdade adote métodos próprios e atualizados e não somente sintetizar a parte teórica, convencional.

Há no ensino profissional uma cultura de abordagem mais voltada a grandes organizações, deixando muito de lado as pequenas e micro empresas, sendo que principalmente nos cursos de Administração, com algumas exceções, os ensinamentos são direcionados para o gerenciamento de uma grande empresa.

Na atualidade se exige mesmo para aqueles que são funcionários um grau de empreendedorismo, as empresas precisam de colaboradores que saibam atender as necessidades dos clientes e que possam identificar oportunidades em seu serviço. Com isso as faculdades devem promover mais ações práticas, ou seja, o “aprender fazendo” com a realização de eventos, oficinas, feiras e palestras para aumentar a conscientização dos alunos a respeito do empreendedorismo, fornecendo as ferramentas para identificar e valorizar as oportunidades, se tornando um guia para a realidade prática e principalmente encorajando os alunos a acreditarem em si mesmos, para assim poderem sonhar alto e conseqüentemente realizar seus sonhos.

Segundo Barreto (2011,p.11), é importante que a instituição de ensino crie nos seus discentes habilidades para comunicação, persuasão, criatividade, para que eles reconheçam oportunidades empreendedoras, assim como um pensamento crítico, que exerça uma liderança, e que ainda disponha de habilidades e competências gerenciais, incluindo planejamento, comercialização, contabilidade estratégica, marketing, recursos humanos e network além do trabalho em equipe.

Portanto é de muita importância que o aluno do curso de Administração esteja com uma boa percepção no que se refere aos conhecimentos, habilidades, atitudes e competências empreendedoras.

Sendo que conhecimento é o saber, ou seja, é aquilo que se aplica na sua própria empresa preparando as pessoas que “aprendam a aprender”, para buscar sozinhas o conhecimento necessário para sua empresa.

Habilidades é saber fazer, é identificar, aproveitar e capturar as oportunidades de negócio.

Atitude é saber ser, é a forma como as pessoas se posicionam diante das situações, é preciso pôr em prática o conhecimento.

Já a competência é o conjunto de saber(conhecimentos), saber fazer(habilidades), e saber ser (atitudes).

2.3 – Comportamentos essenciais do empreendedor

Segundo Cardoso(2012,s.p.) uma pequena análise, para identificar as qualidades essenciais, que fazem das pessoas verdadeiros empreendedores.

Uma equipe da Target Training International realizou uma análise que comparou empreendedores seriais com um grupo de controle, para estudar quais habilidades foram essenciais para o empreendedorismo.

“Depois de vasculhar todos os dados, fomos capazes de prever com precisão que mais de 90% das pessoas se tornariam empreendedoras”, blog da Havard Business Review

Fonte:<http://www.jornaldoempreendedor.com.br/destaques/inspiracao/as-5-competencias-essenciais-em-um-empreendedor>

Algumas competências citadas por Cardoso são:

- Persuasão: capacidade de convencer os outros a mudar a sua maneira de pensar, crer, ou se comportar inerente a sua personalidade.
- Liderança: ter visão de futuro, se cobrar pessoalmente, ter foco ligado ao produto ou serviço, líder empreendedor é aquele que fornece soluções para o desafio, mesmo quando não se sabe que o desafio existe
- Responsabilidade: capacidade de demonstrar iniciativa, autoconfiança, encarar os obstáculos ao invés de desistir, assumir riscos, “empreendedores não são desmotivados pelos obstáculos, são energizados pelo desafio”
- Orientado a metas e resultados: concentrar esforços para alcançar um objetivo, missão ou metas, sempre tendo o conhecimento que quais são os objetivos e quais são os impactos destes nos seus negócios.
- Habilidades interpessoais: ter uma comunicação eficaz, se relacionar bem com todos a sua volta independentemente de origem, estilo, raça, ser uma pessoa amada e respeitada por todos a sua volta.

“Se você quer um resultado diferente, certamente você tem que mudar seu comportamento para atingir seus objetivos” afirmou Tucunduva(2015, s.p.)

É com este pensamento que se deve refletir sobre as competências que fazem muitos empreendedores terem êxito em seus negócios.

Paula Tucundova cita alguns comportamentos essenciais para o empreendedor a seguir:

- Defina metas, elas irão determinar se você está no caminho certo ou não: definir meta é essencial para qualquer pessoa, pois é preciso saber onde se quer chegar para entender o que é preciso fazer para atingir esse objetivo.
- Comprometimento: há uma série de atitudes e condutas que demonstram a capacidade do potencial de excelência de uma pessoa, ou seja, de ser melhor a cada dia.
- Busque informações: ser curioso, ouvir seus colaboradores, buscar informações e dados atualizados referentes ao seu segmento, mesmo em momentos de lazer ser curioso pois pode trazer observações jamais pensadas.
- Superação: estar acomodado a um trabalho, com um serviço ou com a qualidade de um produto pode ser evidente sinal de que a pessoa não possui ambição em querer ser melhor, ter vontade para superar toda e qualquer dificuldade mostrando do que é capaz enfrentando todos os obstáculos a seu caminho.

Pode se afirmar que os comportamentos do empreendedor, definem exatamente como será seu perfil frente a seus colaboradores e seus clientes, podendo ter um comportamento favorável quando for uma pessoa que é amada e respeitada pelos seus funcionários, ou desfavorável quando seus empregados não escutam, respeitam o que ele fala, porém é certo que para qualquer mudança de postura a parte da pessoa que sofrerá primeiro essas mudanças são seus comportamentos. Desta forma o empreendedor deve estar muito atento para que se realmente seus comportamentos estão surtindo efeitos, caso tiver uma resposta negativa este deverá rapidamente rever seus conceitos e mudar sua postura, seus comportamentos frente seus colaboradores, clientes e fornecedores, antes que sua imagem seja

completamente manchada não só na organização mas também na sociedade como um todo.

3 — UM ESTUDO DE CASO COM CONCLUINTES DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DO IPTAN

Por fim o discente irá apresentar no terceiro capítulo um estudo de caso, no qual será feita uma pesquisa com alunos que concluíram o curso de administração do IPTAN, para assim analisar, discutir e concluir os resultados que serão obtidos através da mesma.

3.1 – Histórico de curso de Administração do IPTAN

O curso de Administração do IPTAN, iniciou suas atividades em fevereiro de 2009 e desde então em todos os semestres sempre formou turmas de primeiro período. Atualmente o curso possui um total de, aproximadamente, 380 alunos, divididos em oito turmas, do primeiro ao oitavo período.

Destaque na cidade e região por sua excelência na qualidade do ensino, o curso de Administração teve sua autorização de funcionamento pelo MEC com conceito máximo, nota 5, e em setembro de 2014 recebeu o Selo Guia do Estudante GE Profissões Vestibular 2015, consolidando, assim, seu papel de destaque no meio acadêmico.

O curso se destaca ainda pela realização de importantes eventos acadêmicos e extracurriculares voltados a formação do profissional administrador.

Ressaltam-se entre eles a semana da Administração, o circuito Mineiro de Administração, palestras e cursos em parceria com o Sebrae/MG e visitas técnicas semestrais a grandes empresas. Estas atividades buscam complementar e aperfeiçoar as habilidades e capacidades dos alunos, adquiridas através do conhecimento extraído no dia-a-dia nas aulas.

Sobre sua estrutura curricular, os dois primeiros anos são ocupados com disciplinas básicas, como Matemática, Estatística, Economia, Direito, Sociologia, Contabilidade e Informática. No terceiro começam as matérias específicas, como Produção, Finanças, Marketing, Planejamento Estratégico, Recursos Humanos, entre outros.

O dia-a-dia do curso não se limita apenas as aulas expositivas. Em várias disciplinas, o estudante cria e analisa casos fictícios e apresenta seminários. Além disto, é exigida do aluno a realização de estágio supervisionado (300 h) e ainda um trabalho de conclusão de curso(TCC).

Sobre a área de atuação dos egressos, o curso busca formar administradores aptos a atuarem em todos tipos de empresas e em diferentes ramos de atividades, podendo o profissional seguir carreira como diretor, gerente, consultor técnico, tanto na Administração geral como na Administração pública.

Fonte: http://www.iptan.edu.br/curso_administracao.php?id_cat=2&id_pagina=1

3.2 – Metodologia de trabalho

Neste capítulo será realizado um estudo com discentes que já concluíram o curso de Administração no Instituto Presidente Tancredo de Almeida Neves (IPTAN), São João Del Rei, com o objetivo de avaliar a contribuição do curso de Administração na formação empreendedora de seus alunos.

A abordagem desta pesquisa é de caráter descritiva e exploratório, pois segundo Gil (2008 p.201) busca descrever e explorar as características de determinado grupo ou fenômeno. Para isto será utilizado um roteiro semiestruturado para realizar as entrevistas.

Com intuito de responder a pergunta do problema de pesquisa, para assim ajudar aos formando a saberem a real formação que o curso propicia, e também para a sociedade esclarecer e ter uma ideia concreta dos benefícios gerados pelo curso na área de empreendedorismo no qual a comunidade possa desfrutar e ter o conhecimento de todas as atividades pertinentes na Instituição Presidente Tancredo de Almeida Neves(IPTAN).

3.3 – Análise e discussão de dados

Após a coleta dos dados e sua organização, as entrevistas serão gravadas e transcritas e em seguida os dados analisados, utilizando como instrumentos de coleta de dados um roteiro de entrevista elaborado com base na revisão bibliográfica.

Para análise dos dados, será adotada a análise de conteúdo, que segundo Bardin (2011 p. 127.), essa técnica consiste em um conjunto de técnicas que analisa as comunicações, no intuito de avaliar o conteúdo das mensagens, permitindo a inferência de novos conhecimentos relativo as experiências relatadas.

METODOLOGIA

A abordagem desta pesquisa é de caráter descritiva e exploratório, pois segundo Gil (2008) busca descrever e explorar as características de determinado grupo ou fenômeno.

Quanto à abordagem metodológica será utilizado o estudo de caso, que na visão de Yin (2005) consiste numa investigação empírica permitindo o estudo de um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, principalmente, quando essas relações e os fatores desse fenômeno não são claramente definidos. O estudo de caso é amplamente usado nos estudos de administração pelo motivo de conhecer e desvendar a realidade de determinado fenômeno nas ciências sociais (GODOY, 1995).

O público alvo da pesquisa serão os estudantes concluintes do curso de administração do Instituto de Ensino Superior Presidente Tancredo de Almeida Neves - IPTAN e que possuem empreendimento.

Para coleta dos dados será adotada uma entrevista em profundidade com os entrevistados com objetivo de identificar a contribuição do curso de administração para a formação empreendedora. Para isso, utilizar-se-á um roteiro semiestruturado para realizar as entrevistas. Segundo Haguette (1997) as entrevistas em profundidade são mais adequadas onde há pouco conhecimento sobre o fenômeno estudado ou quando

a percepção individual carece ser melhor detalhada. Neste sentido, a entrevista busca coletar dados subjetivos, relacionados com valores, atitudes e as opiniões dos entrevistados.

Após a coleta dos dados e sua organização, as entrevistas serão transcritas e em seguida os dados analisados.

Para análise dos dados, será adotada a análise de conteúdo, que segundo Bardin (2011), essa técnica consiste em um conjunto de técnicas que analisa as comunicações, no intuito de avaliar o conteúdo das mensagens, permitindo a inferência de novos conhecimentos relativo as experiências relatadas.

REFERÊNCIAS

- <http://www.administradores.com.br/artigos/academico/empreendedorismo-importancia-economica-e-social/74380/>
- <http://www.administradores.com.br/artigos/academico/empreendedorismo-importancia-economica-e-social/74380/>
- <http://exame.abril.com.br/revista-exame-pme/edicoes/20/noticias/comportamento-modelo-494631>
- http://www.dgz.org.br/dez11/Art_03.htm
- <https://endeavor.org.br/7-historias-de-empreendedores-de-sucesso-brasileiros/>
- <http://www.napratica.org.br/confira-a-historia-de-sete-grandes-empreendedores-brasileiros/>
- <http://www.novomilenio.br/Periodicos/index.php/foco/article/view/10/10>
- <http://bizstart.com.br/5-caracteristicas-indispensaveis-para-um-empreendedor/>
- <http://exame.abril.com.br/revista-exame-pme/edicoes/20/noticias/comportamento-modelo-494631>
- http://www.anegepe.org.br/edicoesanteriores/saopaulo/206_trabalho.pdf
- <http://www.revistas.univerciencia.org/turismo/index.php/rbtur/article/viewArticle/116/129>
- <http://www.jornaldoempreendedor.com.br/destaques/inspiracao/as-5-competencias-essenciais-em-um-empreendedor#.VYpLPvVikp>
- <https://meusuccesso.com/noticias/liveclass-comportamentos-essenciais-para-qualquer-empreendedor>

