



A experiência prática dos acadêmicos de Administração no campo do empreendedorismo e inovação: um estudo de caso junto a alunos de instituições de ensino localizadas na cidade de Anápolis-GO

Nilson Patriarca dos Santos Junior¹

Graduando em Administração pela UniEVANGÉLICA – GO .

Ieso Costa Marques²

Orientador do Trabalho de Conclusão de Curso –GO

¹ Nilson Patriarca dos Santos Junior - Bacharelado no Curso de Administração pela Universidade Evangélica de Goiás – Brasil – e-mail: nilsonpatriarca@outlook.com

² Ieso Costa Marques - Orientador– Professor do Curso de Administração da Universidade Evangélica de Goiás – e-mail: ieso.prof.adm@gmail.com

RESUMO

A presente pesquisa trata da experiência prática dos acadêmicos de Administração no campo do empreendedorismo e inovação, abordando sua importância na complementação da formação teórica e no preparo para o mercado de trabalho. O problema de pesquisa que norteou o estudo foi: como os acadêmicos de Administração percebem e aplicam os conceitos teóricos em situações práticas relacionadas ao empreendedorismo e inovação? O objetivo geral foi analisar como os alunos percebem e aplicam os conceitos teóricos aprendidos em sala de aula na prática. Os objetivos específicos incluíram: identificar lacunas na formação acadêmica relacionadas ao empreendedorismo e inovação; coletar dados qualitativos e quantitativos sobre a relevância da prática no desenvolvimento de competências empreendedoras; identificar habilidades impactadas pela falta de experiência prática; e propor estratégias para integrar a experiência prática ao currículo do curso de Administração. O estudo, de caráter descritivo e exploratório, foi realizado com acadêmicos de Administração de Anápolis (GO). Utilizou-se uma survey eletrônica como instrumento de coleta de dados, distribuída entre os estudantes durante outubro de 2024. Os dados foram analisados por meio de estatísticas descritivas, utilizando o software Microsoft Excel. Os principais resultados indicaram que a maioria dos alunos reconhece a importância da experiência prática para o desenvolvimento de habilidades empreendedoras (88%), mas apenas 4% participaram de estágios ou atividades práticas relacionadas à inovação e empreendedorismo. Além disso, 93% não receberam mentoria de professores ou profissionais na área. Apesar das lacunas, 73% dos respondentes demonstraram alto nível de motivação para buscar experiências práticas, evidenciando o interesse dos alunos em vivenciar práticas empreendedoras e inovadoras. A pesquisa conclui com recomendações para o aprimoramento curricular, incluindo maior oferta de projetos práticos, mentorias e integração entre academia e mercado, visando o fortalecimento das competências empreendedoras e inovadoras dos acadêmicos

PALAVRAS-CHAVE: EMPREENDEDORISMO ACADÊMICO. ADMINISTRAÇÃO. ESTUDANTES.

ABSTRACT

This research addresses the practical experience of Business Administration students in the field of entrepreneurship and innovation, emphasizing its importance in complementing theoretical training and preparing students for the job market. The research problem guiding the study was: how do Business Administration students perceive and apply theoretical concepts in practical situations related to entrepreneurship and innovation? The main objective was to analyze how students perceive and apply theoretical concepts learned in class in real-world scenarios. The specific objectives included identifying gaps in academic training related to entrepreneurship and innovation; collecting qualitative and quantitative data on the relevance of practical experience in developing entrepreneurial competencies; identifying skills impacted by the lack of practical experience; and proposing strategies to integrate practical experience into the Business Administration curriculum. This descriptive and exploratory study was conducted with Business Administration students from Anápolis (GO). An electronic survey was used as the data collection instrument, distributed among students during October 2024. Data were analyzed through descriptive statistics using Microsoft Excel. The main findings indicated that most students recognize the importance of practical experience in developing entrepreneurial skills (88%), but only 4% participated in internships or practical activities related to innovation

and entrepreneurship. Furthermore, 93% did not receive mentorship from professors or professionals in the field. Despite these gaps, 73% of respondents demonstrated a high level of motivation to seek practical experiences, highlighting their interest in engaging in entrepreneurial and innovative practices. The study concludes with recommendations for curriculum improvement, including increasing the availability of practical projects, mentorship programs, and stronger integration between academia and the job market, aiming to enhance entrepreneurial and innovative competencies among students.

KEYWORDS: Academic Entrepreneurship. Business Administration. Students.

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo e a inovação emergem como pilares fundamentais para o desenvolvimento econômico e social, promovendo a criação de negócios, a geração de empregos e a transformação do mercado. No contexto da formação acadêmica em Administração, a experiência prática é essencial para alinhar os conceitos teóricos à aplicação em cenários reais, permitindo aos estudantes desenvolver competências cruciais para atuar em ambientes dinâmicos e competitivos. A lacuna entre teoria e prática, no entanto, persiste como um dos desafios na formação de futuros administradores, dificultando a preparação completa dos alunos para os desafios do mercado.

A presente pesquisa aborda o tema da experiência prática dos acadêmicos de Administração no campo do empreendedorismo e inovação, investigando como essa vivência contribui para a formação de habilidades empreendedoras e inovadoras. O problema que norteia o estudo é: como os acadêmicos de Administração percebem e aplicam os conceitos teóricos em situações práticas relacionadas ao empreendedorismo e inovação? A relevância dessa investigação reside na necessidade de compreender como a formação acadêmica pode ser aprimorada para oferecer aos alunos as ferramentas necessárias para transformar ideias em negócios viáveis e sustentáveis.

O objetivo geral deste estudo é analisar como os alunos percebem e aplicam os conceitos teóricos aprendidos em sala de aula em situações reais de empreendedorismo e inovação. Os objetivos específicos incluem: identificar lacunas na formação acadêmica relacionadas ao empreendedorismo e inovação; coletar dados qualitativos e quantitativos sobre a relevância da prática no desenvolvimento de competências empreendedoras; identificar habilidades impactadas pela falta de experiência prática; e propor estratégias para integrar a experiência prática ao currículo do curso de Administração.

Metodologicamente, a pesquisa possui caráter descritivo e exploratório, com abordagem quantitativa. Os dados foram coletados por meio de uma survey eletrônica aplicada a acadêmicos de Administração da cidade de Anápolis, Goiás, no mês de outubro de 2024. A análise dos resultados foi conduzida utilizando ferramentas de estatística descritiva, permitindo identificar padrões e tendências nas respostas.

Espera-se que este estudo contribua para o debate acadêmico sobre a formação de competências empreendedoras e inovadoras, oferecendo subsídios para a formulação de estratégias institucionais que promovam maior integração entre teoria e prática. Além disso, os resultados visam orientar futuras políticas curriculares e institucionais, fortalecendo o papel das universidades na preparação de profissionais capazes de atuar como agentes de inovação e transformação no mercado de trabalho.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 História do Empreendedorismo

O Empreendedorismo é a prática de identificar oportunidade de negócios e criar algo novo, seja um produto, serviço ou empresa, para atender a uma demanda do mercado. O empreendedor é aquele que arrisca, inova, planeja, organiza e gerencia seu próprio negócio, buscando o sucesso por meio de seu próprio esforço e talento.

Atualmente, o Empreendedorismo continua em constante evolução, com novas oportunidades surgindo a cada dia e novos empreendedores buscando inovar e transformar o mercado. O Empreendedorismo é uma força vital para a economia global, impulsionando o crescimento e a inovação em todos os setores da sociedade. Para Hashimoto, (2017), o uso do termo empreendedorismo foi registrado pela primeira vez por Cantilon em 1755 para explicar a capacidade de assumir riscos ao comprar algo a um determinado preço e vendê-lo a uma taxa incerta.

Em 1803 Jean Baptiste Say, economista francês criador da lei de Say – oferta de X cria demanda por Y –, ampliou essa definição, ao afirmar que empreendedorismo está relacionado àquele que transfere recursos econômicos de um setor de baixa rentabilidade para outro setor de produtividade alta e que leva a um maior rendimento econômico (FRANÇA; SARAIVA; HASHIMOTO, 2012).

Entretanto Gummesson; Santoro; Chakrabarti, (2002) referem ainda que este interesse se deveu à ocorrência de diversas mudanças econômicas, nomeadamente a globalização e a aceleração do desenvolvimento tecnológico. Estas mudanças para Sigauw; Baker; Simpson, (2003) acarretaram uma célere competição entre o tecido empresarial. Portanto, as empresas precisam mudar e desenvolver novos produtos e serviços.

O empreendedorismo é uma jornada repleta de desafios e oportunidades, que demanda coragem, criatividade e persistência dos indivíduos dispostos a arriscar e inovar. Ao longo da história, empreendedores visionários tem transformado o mundo através de suas ideias e iniciativas, contribuindo para o desenvolvimento econômico e social de sociedade inteiras. Que esses exemplos de determinação e ousadia inspirem as futuras gerações a seguirem empreendendo com paixão e comprometimento, buscando sempre fazer a diferença e deixar um legado positivo no mundo.

2.2 Empreendedorismo e empreendedores

Empreendedorismo é a capacidade de identificar oportunidades de negócios e transformá-las em realidade, criando e gerenciando negócios inovadores e de sucesso. Os empreendedores visionários, engenhosos e capazes de assumir riscos calculados e tomar decisões estratégicas para ter sucesso em mercados competitivos. São agentes de mudança e motores do desenvolvimento econômico e social, e podem criar empregos, estimular o crescimento econômico e promover a inovação. O empreendedorismo é essencial para o desenvolvimento sustentável de um país e tem potencial para criar riqueza, prosperidade e bem-estar para a sociedade em geral.

Segundo Ferreira; Santos; Serra, (2010), ninguém nasce com genes empreendedores. Os empreendedores são definidos pelas suas ações e atitudes, não por traços de personalidade ou outros fatores internos. É impossível prever. Pessoas com formação em administração podem pesquisar e desenvolver as habilidades necessárias para fazer isso.

Para Volkmann (2004) apoia esta ideia ao dizer que o empreendedorismo não é algo que se adquire no nascimento, é algo que se desenvolve, não na vida. Através de uma vida inteira de conhecimento e experiência. A principal questão que os pesquisadores estudam é quais são as características dos empreendedores de sucesso.

Para Dolabela (1999), traços empreendedores podem ser adquiridos e desenvolvidos. A necessidade de identificar histórias de empreendedores de sucesso ajuda a aprender como se comportar e a adotar os comportamentos e atitudes necessários para se tornar um empreendedor.

Segundo (Pinchot,1985, Hirsch; Peters 2004) tem uma perspectiva interessante sobre os empreendedores ao comparar as características dos empreendedores, dos gestores tradicionais e dos intraempreendedores. Considerando o papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico.

Hisrich e Peters (2004, p. 86) observam que “é mais do que aumentar a produção e o rendimento per capita, iniciar e criar mudanças nas estruturas empresariais e sociais. Fazê-lo.” Portanto, mudança e crescimento andam de mãos dadas com mais trabalho, o que permite distribuir mais bens entre os diversos membros. Mercado.) considerando que a inovação é o principal motivo para incentivar a necessidade de investimento em novos negócios e desenvolvimento.

Dessa forma (PAIVA JR., 2002 p.20) novos investimentos atuam nos dois lados da equação do crescimento: oferta e demanda. Portanto, o novo capital expande o potencial de crescimento (lado da oferta) e os novos salários utilizam novas capacidades e resultados (lado da procura).

Segundo Raposo, Paço e Ferreira (2008, p. 8), “as características atribuídas aos empreendedores são o desejo de alcançar o sucesso, o controle, a confiança, a motivação financeira e a criatividade”.

Em suma, os empreendedores são os protagonistas da economia moderna, que através de seu espírito inovador, visão estratégica e determinação, são capazes de transformar ideias em negócios de sucesso. O empreendedorismo é essencial para o progresso de uma sociedade, estimulando a criação de empregos, o desenvolvimento econômico e a promoção da inovação. Portanto, é fundamental apoiar e incentivar os empreendedores para impulsionar o crescimento sustentável e a prosperidade de um país.

2.3 Desafios da inovação

A inovação é essencial para o progresso e desenvolvimento de qualquer sociedade, mas não é uma jornada fácil. Enfrentar os desafios de inovação requer visão, determinação e capacidade de superar obstáculos. Os empreendedores e inovadores enfrentam uma série de

desafios que testam a sua resiliência e criatividade, desde a resistência à mudança até à pressão para produzir resultados imediatos. Aqueles que conseguem superar estes obstáculos e continuar os seus esforços são muitas vezes aqueles que podem causar um impacto significativo que os rodeia.

Segundo (Blenker et al., 2008 p.14) Algumas pessoas desenvolvem esse trabalho todos os dias com outros especialistas, mas a melhor forma de obter esse conhecimento é por meio do ensino, principalmente em cursos de graduação e pós-graduação. Ensinar o empreendedorismo e a criatividade pode contribuir para a criação de uma atitude empreendedora, influenciar a estrutura da empresa e melhorar a gestão das operações.

Atualmente (Raimi, 2015 p.21), “o empreendedorismo é uma das oportunidades profissionais para estudantes universitários. Gera empregos e renda para a população.

Contudo (Dabbagh; Menasce, 2006 p.28), a educação empreendedora ligada à inovação pode proporcionar oportunidades para as organizações e beneficiar a sociedade e o meio ambiente. Autor Hisrich, Peters e Shepherd, (2021, p. 19)

Entenda que empreendedorismo é o processo de criar algo novo e caro, gastando tempo e esforço, assumindo riscos financeiros, psicológicos e sociais e finalmente obtendo o preço do bem e da independência econômica e da individualidade.

Segundo Schumpeter (2008, p. 20), “empreendedorismo é o processo criativo de criação de processos que podem transformar um setor, local de trabalho ou região. Na opinião deste autor, empreendedor é a pessoa que combina métodos de produção para proporcionar o desenvolvimento econômico através da introdução de novos produtos, novos métodos de produção e abertura de novos mercados”.

Segundo Dolabela (2004, p. 20) “valorizam que os empreendedores sejam considerados os motores da economia e agentes de mudança porque são pessoas que criam novos empregos, identificam e criam oportunidades de negócio e recolhem e organizam o novo conjunto de recursos para tirar o máximo partido do seu trabalho”.

Na opinião do autor, empreendedor é alguém que consegue pensar, desenvolver e concretizar uma visão. Por ser nova, a história estabelece um contexto caracterizado por estratégias, padrões e sinais de inovação, que enfatizam a criatividade e a originalidade, as novas descobertas tecnológicas e a inovação.

2.6 O Protagonismo dos Acadêmicos na Inovação do Empreendedorismo

O meio acadêmico é meio crucial na formação de indivíduos criativos e empreendedores, promovendo soluções inovadoras que impulsionam o crescimento econômico e social. Acadêmicos utilizam seus conhecimentos para identificar oportunidades de negócios, desenvolver novas tecnologias e modelos de negócios sustentáveis. No entanto, enfrentam desafios como a falta de conexão com o mercado e insuficiente incentivo à pesquisa e inovação. Para superar essas dificuldades, é essencial promover maior integração entre academia e mercado, empresas e governo, e criando espaços de diálogos e co-criação. Superando esses obstáculos, os acadêmicos podem desempenhar um papel significativo na inovação e no empreendedorismo, impulsionando o desenvolvimento econômico e social.

Para Karimi, (2016), o empreendedorismo é um comportamento intencional e planejado que dá vitalidade à economia de mercado, devido à geração de novos empregos e à vasta criação de produtos e/ou serviços inovativos para os mercados, transformando o mundo do trabalho.

Consoante isso, Berglund e Johansson (2007) também ressaltam a influência do empreendedorismo na sociedade. Segundo os autores, são os empreendedores que estão eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riquezas para a sociedade.

Neste horizonte, Koellinger (2008) evidencia que a capacidade de um indivíduo em perceber uma ideia de negócio inovador é influenciada pelo ambiente e pelos fatores individuais que, por sua vez, influenciam a criatividade e a possibilidade de perceber informações relevantes do ambiente. Indo além, o autor salienta que a distribuição do empreendedorismo inovador e imitativo varia entre os países, sendo que os empresários de países altamente desenvolvidos são mais propensos a se envolver em inovação, em vez de se empenharem em atividades puramente imitativas. Porém, os resultados deste estudo destacam que o espírito da orientação empreendedora é útil para os países em desenvolvimento. Outra contribuição teórica destacada é que a orientação empreendedora se constitui como uma orientação proativa que conduz à iniciação da inovação de produto e que afeta positivamente a performance dos negócios.

Nesse contexto, ao visualizar as universidades como um sistema educacional, a mesma é uma área central de intervenção ao desenvolvimento de características empreendedoras, que podem levar a um comportamento mais empreendedor. Desenvolver o comportamento empreendedor, para Souza (2001), é capacitar o aluno para que ele crie, conduza e execute o processo de elaborar novos planos de vida.

Para Krüger e Minello (2017), as universidades atuam como propulsoras do desenvolvimento científico, do conhecimento e são estimuladoras de sua aplicação de maneira vivencial, por meio da tríade ensino, pesquisa e extensão, o que é inerente para o progresso econômico e social. Concomitante a isso, Etzkowitz (2009) propõe que a universidade empreendedora se dá a partir da transformação/criação dessa universidade de pesquisa. As universidades são as principais influenciadoras nesse processo de desenvolvimento de indivíduos empreendedores

Na visão de Lorentz (2015), temas como comportamento e características empreendedoras vêm ganhando maior atenção nas instituições de educação superior, na medida em que ocorre maior profissionalização no alcance dos resultados esperados.

Complementando, Souza e Santos (2013) colocam que incorporar o comportamento empreendedor na academia pode trazer diversas vantagens, tais como ambiente de inovação e estruturas mais ágeis e flexíveis, o que reflete, por conseguinte, em benefícios para a sociedade.

Ademais, conforme Machado, Lenzi e Manthey (2017), o interesse pelo tema empreendedorismo entre os alunos e as instituições está promovendo, cada vez mais, ações para desenvolvimento das competências empreendedoras.

A inovação acadêmica no campo do empreendedorismo é essencial para o desenvolvimento de novas ideias e soluções que possam impactar positivamente a sociedade. A união entre a teoria e a prática, aliada à criatividade e ao pensamento crítico, possibilita o surgimento de empreendedores capacitados e preparados para enfrentar os desafios do mercado.

Portanto, investir em inovação acadêmica nessa área é fundamental para a formação de profissionais empreendedores e visionários, capazes de transformar o cenário econômico e social de forma inovadora e sustentável.

3. Metodologia

A presente pesquisa, de caráter descritivo e exploratório, teve como objetivo analisar o perfil e as experiências práticas dos acadêmicos de Administração da cidade de Anápolis no campo do empreendedorismo e inovação. De acordo com Gil (2002), pesquisas descritivas têm como propósito principal delinear características de um fenômeno ou grupo, enquanto as exploratórias são essenciais para compreender questões ainda pouco investigadas, sendo adequadas para estudos iniciais em temas complexos como empreendedorismo e inovação.

A abordagem metodológica foi quantitativa, utilizando um questionário estruturado como instrumento principal para a coleta de dados. Segundo Vergara (2005), os instrumentos quantitativos permitem obter respostas padronizadas, facilitando a análise estatística e a identificação de padrões. O questionário utilizado foi elaborado com perguntas objetivas e questões em escala Likert de cinco pontos, conforme recomendado por Likert (1932), permitindo mensurar o nível de concordância dos respondentes sobre aspectos como a relevância da prática no desenvolvimento de habilidades empreendedoras, o suporte institucional para inovação e a preparação para o mercado de trabalho.

A população-alvo da pesquisa incluiu acadêmicos de Administração matriculados em instituições de ensino superior da cidade de Anápolis, Goiás. Como o número exato de estudantes dessa população não era conhecido, foi utilizada uma amostragem por conveniência, conforme sugerido por Malhotra (2012), que defende o uso dessa técnica em situações de acessibilidade limitada a uma população definida. O questionário foi amplamente divulgado em grupos de comunicação voltados aos alunos, como WhatsApp e Facebook, garantindo um alcance expressivo dentro do público-alvo.

A coleta de dados foi realizada durante o mês de outubro de 2024, período em que os questionários foram aplicados à exaustão. Segundo Freitas e Janissek (2000), a aplicação intensiva de instrumentos de pesquisa em diferentes plataformas digitais amplia as chances de alcançar uma amostra representativa em pesquisas exploratórias. No total, foram obtidas 187 respostas válidas, proporcionando um conjunto de dados relevante para identificar padrões e tendências nas percepções dos acadêmicos.

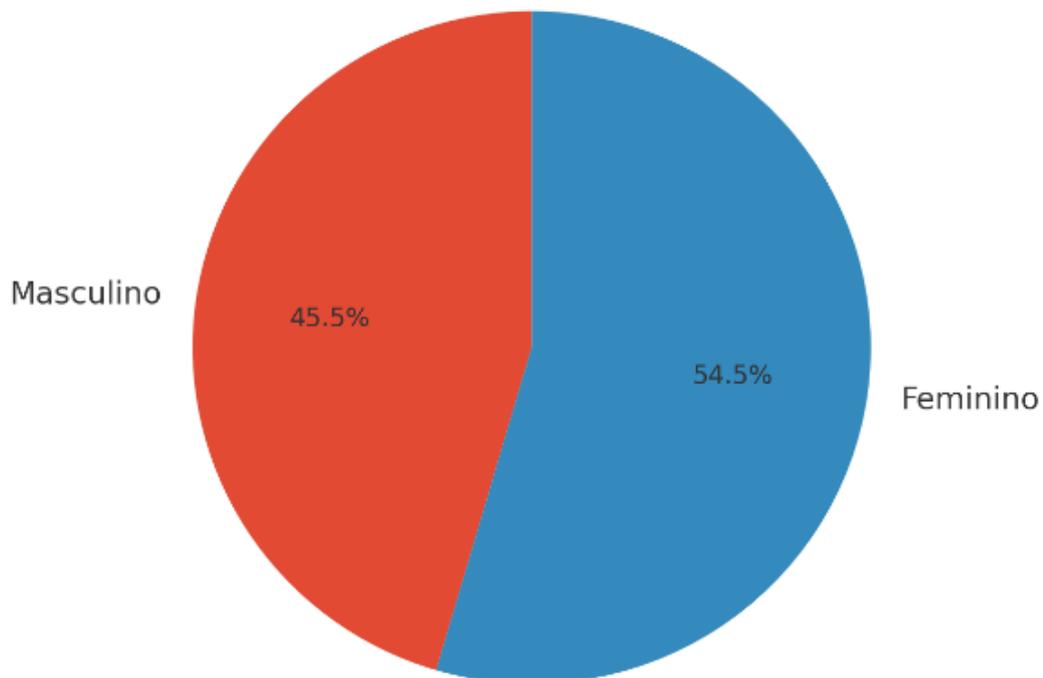
O tratamento dos dados coletados foi realizado com o auxílio do software Microsoft Excel, escolhido por sua praticidade e eficiência no processamento de dados quantitativos, como apontado por Queiróz e Mendonça (2016). A análise estatística descritiva permitiu identificar frequências e distribuições de respostas, conforme recomendado por Creswell (2010), destacando os padrões mais relevantes para a pesquisa.

A validade dos resultados foi reforçada pelo uso de técnicas metodológicas bem fundamentadas, como a construção de escalas e a análise estatística criteriosa. A metodologia adotada garantiu a obtenção de dados confiáveis e relevantes para a compreensão das experiências práticas dos estudantes no campo do empreendedorismo e inovação, contribuindo para o alcance dos objetivos propostos.

4. Apresentação dos resultados

De acordo com o Gráfico 1, a pesquisa revelou uma distribuição equilibrada entre os gêneros dos respondentes, com 55% identificando-se como femininos (102 respondentes) e 45% como masculinos (85 respondentes). Esse resultado demonstra uma leve predominância de mulheres entre os participantes, o que pode refletir uma maior representatividade feminina no curso de Administração ou um maior interesse desse público em participar de pesquisas acadêmicas relacionadas ao empreendedorismo e inovação.

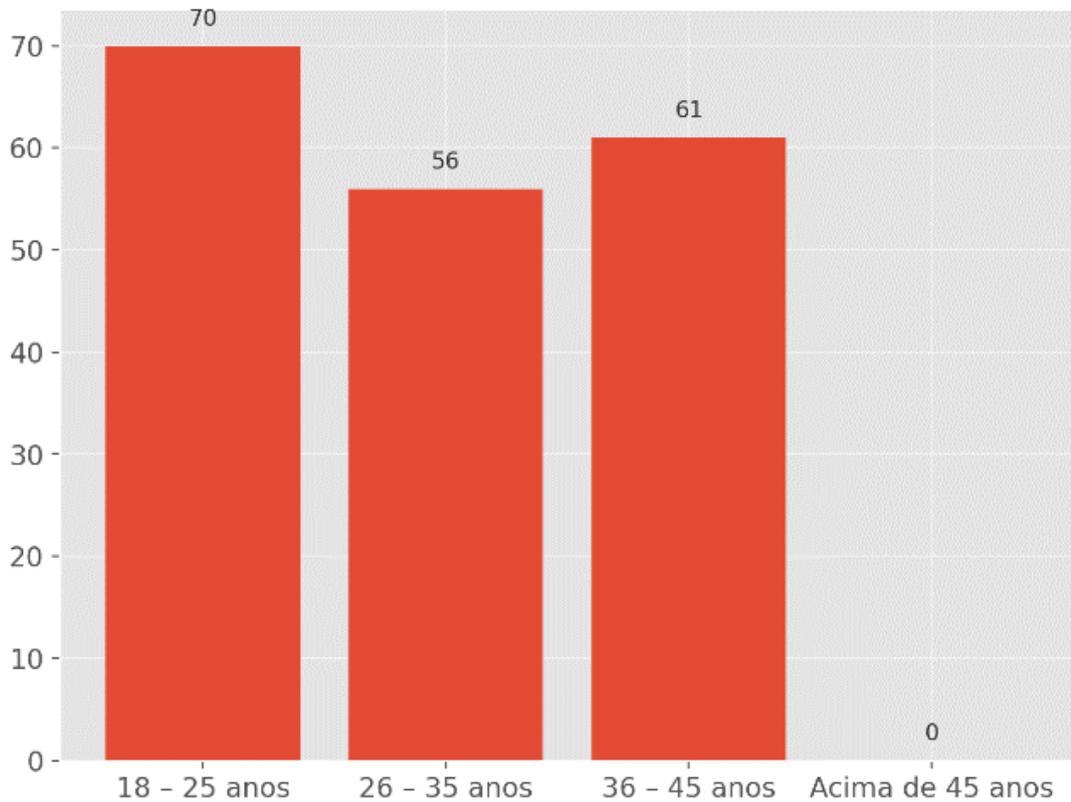
Gráfico 1 – Gênero



Fonte: Autor (2024)

Os resultados evidenciados pelo Gráfico 2 indicam uma distribuição relativamente equilibrada entre as faixas etárias dos participantes, com uma maior concentração de respondentes na faixa de 18 a 25 anos (37%), seguida de 36 a 45 anos (33%) e 26 a 35 anos (30%). Não houve participantes na faixa etária acima de 45 anos.

Gráfico 2 – Faixa etária



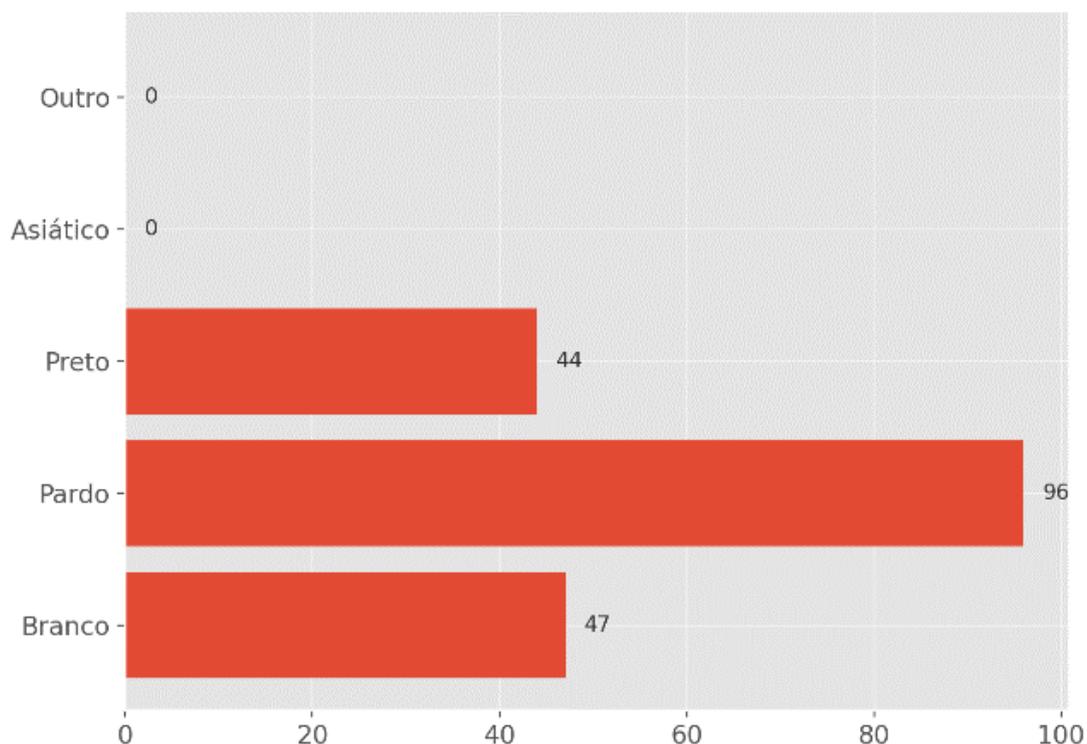
Fonte: Autor (2024)

Conforme o Gráfico 3, os dados revelam uma predominância de respondentes que se autodeclararam pardos (51%), seguidos por brancos (25%) e pretos (24%). Não houve participantes que se identificaram como asiáticos ou pertencentes a outras categorias.

A predominância de respondentes pardos é consistente com a composição demográfica brasileira, especialmente em cursos de Administração, que tendem a atrair uma base diversificada de estudantes. A representação significativa de pretos e pardos (75% no total) é um indicativo positivo de inclusão e diversidade racial no contexto do ensino superior, reforçando a importância de investigar como as experiências acadêmicas e práticas afetam esses grupos no desenvolvimento de competências empreendedoras e inovadoras.

A ausência de participantes das categorias asiático ou "outro" pode ser atribuída a fatores como localização geográfica ou características específicas da amostra estudada. Isso ressalta a necessidade de estratégias institucionais para ampliar a diversidade e garantir a representatividade de outros grupos raciais e étnicos em futuras pesquisas e iniciativas.

Gráfico 3 – Raça/Etnia autodeclarada



Fonte: Autor (2024)

Os resultados do Gráfico 4, indicam uma distribuição variada dos interesses dos respondentes no campo de atuação, com uma leve predominância para Gestão de Pessoas (26%), seguida por Inovação (22%) e Empreendedorismo (22%), enquanto Finanças (19%) e Marketing (10%) aparecem com menores percentuais.

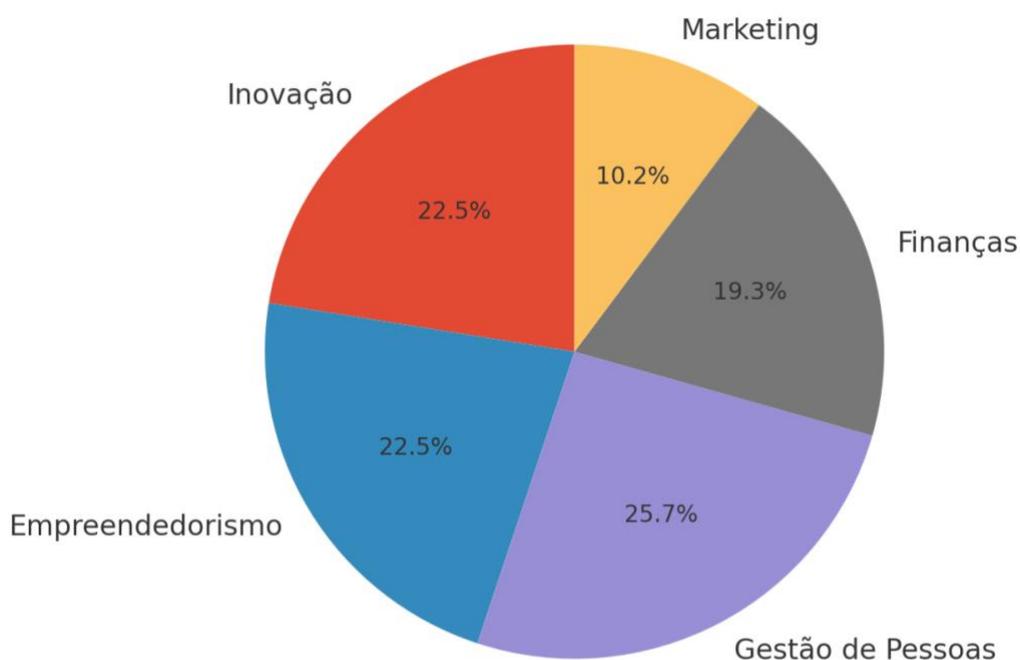
A preferência por Gestão de Pessoas destaca a importância que os alunos atribuem ao desenvolvimento de competências relacionadas à liderança, trabalho em equipe e gestão organizacional. Esse interesse pode refletir o reconhecimento do papel central que as pessoas desempenham no sucesso de iniciativas empreendedoras e inovadoras, tornando a área um foco relevante para o curso de Administração.

Os interesses em Inovação e Empreendedorismo, com percentuais iguais, demonstram que uma parte significativa dos estudantes está engajada em temas diretamente relacionados ao objetivo principal da pesquisa. Isso reforça a necessidade de estratégias que ampliem as experiências práticas nesses campos, para alinhar melhor os interesses dos alunos com as competências necessárias para atuar em ambientes dinâmicos e competitivos.

Os 19% que indicaram interesse em Finanças mostram um foco menor em áreas técnicas específicas, mas que ainda têm grande relevância para o empreendedorismo. Já o percentual mais baixo em Marketing (10%) sugere que essa área pode ser percebida como menos prioritária pelos alunos, o que poderia ser uma oportunidade para reavaliar como os conceitos de marketing são ensinados e aplicados no curso.

Esses dados apontam para a necessidade de equilibrar o currículo do curso de Administração, oferecendo experiências práticas em todas essas áreas e promovendo uma integração maior entre as disciplinas para atender aos diversos interesses dos alunos. Além disso, os resultados reforçam a importância de priorizar iniciativas que conectem a prática ao empreendedorismo e inovação, áreas que correspondem a 44% dos interesses totais.

Gráfico 4 - Campos de atuação (interesse)



Fonte: Autor (2024)

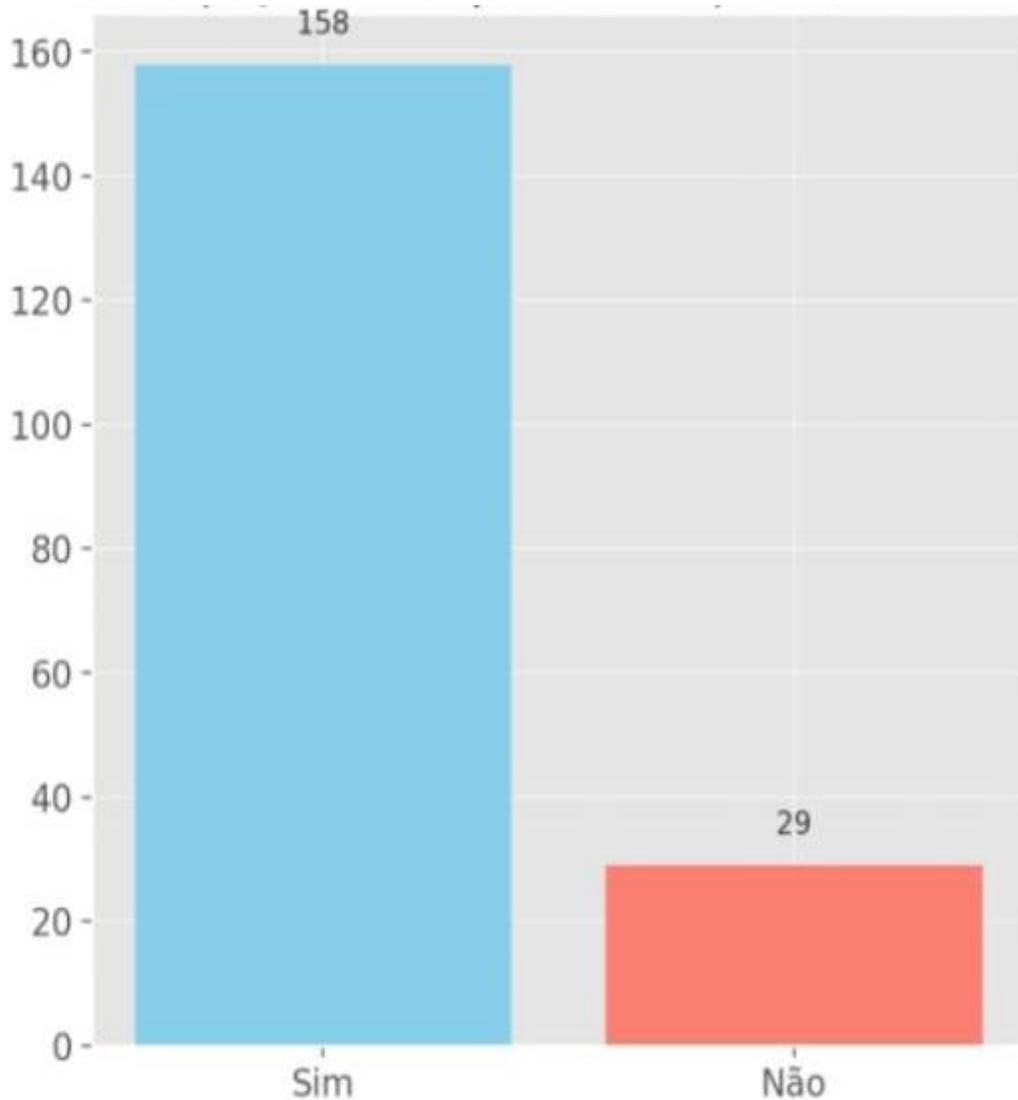
Os resultados do Gráfico 5 mostram que a maioria expressiva dos respondentes (84%) relatou já ter participado de algum projeto de empreendedorismo durante o curso, enquanto apenas 16% afirmaram não ter tido essa experiência. Esses números evidenciam que as iniciativas de projetos de empreendedorismo têm sido amplamente acessadas pelos alunos, o que reflete uma boa integração entre a teoria e a prática em relação a essa temática no curso.

A alta taxa de participação é um indicativo positivo para a formação acadêmica, pois demonstra que a universidade oferece oportunidades relevantes para que os alunos desenvolvam competências práticas no campo do empreendedorismo. Essa exposição prática pode contribuir para a internalização dos conceitos aprendidos em sala de aula e para a preparação dos estudantes para desafios reais no mercado de trabalho.

Por outro lado, os 16% que não participaram de projetos de empreendedorismo representam uma parcela significativa que pode estar sendo negligenciada ou que enfrentou barreiras, como a falta de divulgação, disponibilidade de vagas ou alinhamento com seus interesses. Essa lacuna sugere a necessidade de políticas institucionais para expandir a inclusão de todos os alunos em iniciativas práticas, garantindo que ninguém seja deixado de lado.

Esses dados reforçam a importância de continuar promovendo projetos práticos no currículo e de investigar as razões que levaram uma parcela dos estudantes a não participar, para melhorar o acesso e a adesão às oportunidades oferecidas. O impacto dessa experiência prática, como evidenciado pelos altos índices de participação, deve ser explorado em análises mais aprofundadas, especialmente no que diz respeito ao desenvolvimento de habilidades empreendedoras.

Gráfico 5 – Participação em projetos de Empreendedorismo



Fonte: Autor (2024)

No gráfico 6 os resultados demonstram um consenso marcante sobre a importância da experiência prática no desenvolvimento de habilidades empreendedoras. A grande maioria dos respondentes indicou concordar (21%) ou concordar totalmente (67%), totalizando 88% dos participantes que reconhecem a relevância da prática como parte essencial de sua formação. Apenas 12% se mantiveram neutros, e nenhum participante discordou ou discordou totalmente.

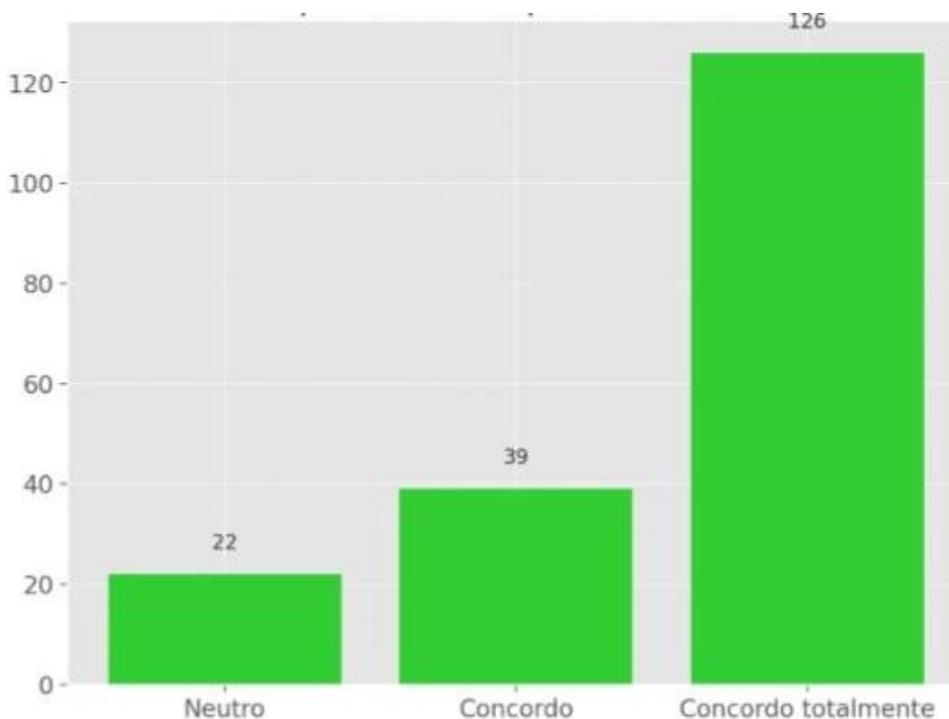
Esses números destacam a percepção clara de que as experiências práticas desempenham um papel fundamental na preparação dos acadêmicos de Administração para os

desafios do empreendedorismo e da inovação. A ausência de respostas nas categorias "Discordo" ou "Discordo totalmente" reforça que essa visão é amplamente compartilhada entre os alunos.

O percentual de 67% que "concordam totalmente" reflete um forte desejo dos estudantes por mais oportunidades práticas no currículo, indicando que essa é uma demanda central. Por outro lado, o 12% que se mantém neutro pode representar alunos que ainda não tiveram acesso a experiências práticas significativas ou que não conseguem perceber o impacto dessas vivências em seu desenvolvimento.

Esses resultados reforçam a necessidade de instituições acadêmicas investirem em programas que conectem os alunos ao ambiente profissional, como projetos práticos, estágios, mentorias e parcerias com empresas. Eles também evidenciam que a experiência prática é vista como uma ponte essencial entre o aprendizado teórico e a aplicação no mercado, sendo crucial para formar profissionais mais preparados e confiantes no campo do empreendedorismo e da inovação.

Gráfico 6 – Importância da experiência prática



Fonte: Autor (2024)

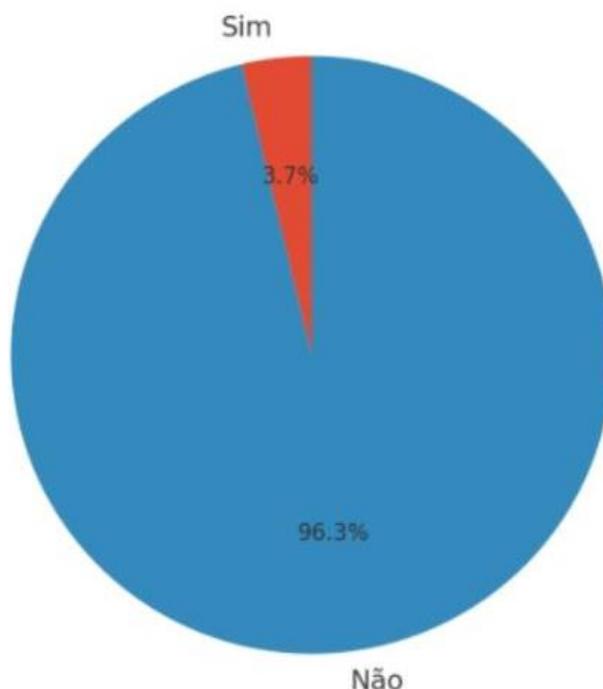
Conforme o Gráfico 7 os resultados mostram um cenário preocupante no que diz respeito à realização de estágios ou atividades práticas relacionadas a inovação e empreendedorismo. Apenas 4% dos respondentes afirmaram ter participado dessas atividades, enquanto a grande maioria, 96%, declarou não ter tido essa experiência.

Esses números evidenciam uma lacuna significativa na integração entre a formação acadêmica e as práticas no campo do empreendedorismo e inovação. Embora os alunos reconheçam amplamente a importância da experiência prática (como evidenciado em respostas anteriores), a baixa taxa de participação em estágios e atividades práticas revela que as oportunidades para aplicar o aprendizado teórico em situações reais são escassas ou inacessíveis.

Esse resultado também pode apontar para possíveis barreiras, como a falta de parcerias institucionais com empresas, dificuldades de acesso a vagas, ou até mesmo limitações no currículo acadêmico que dificultem a participação dos estudantes nessas atividades. Além disso, pode haver uma desconexão entre as iniciativas ofertadas e os interesses ou necessidades dos alunos.

Para abordar essa questão, é fundamental que a instituição implemente estratégias para aumentar a oferta de estágios e atividades práticas no campo do empreendedorismo e inovação. Isso pode incluir a criação de programas específicos, parcerias com empresas e startups, e a inclusão de projetos práticos obrigatórios no currículo. Esse investimento seria essencial para preencher a lacuna entre a teoria e a prática, promovendo o desenvolvimento das competências empreendedoras que os alunos consideram indispensáveis para sua formação e futuro profissional.

Gráfico 7 – Realização de estágios



Fonte: Autor (2024)

No Gráfico 8 os resultados indicam que uma parcela considerável dos respondentes se sente preparada (29%) ou totalmente preparada (36%) para abrir um negócio, totalizando 65% dos participantes com percepções positivas sobre sua capacidade empreendedora. No entanto, 18% mantiveram-se neutros, enquanto 18% (somando 8% "nada preparado(a)" e 10% "pouco preparado(a)") afirmaram sentir-se inadequadamente preparados para essa tarefa.

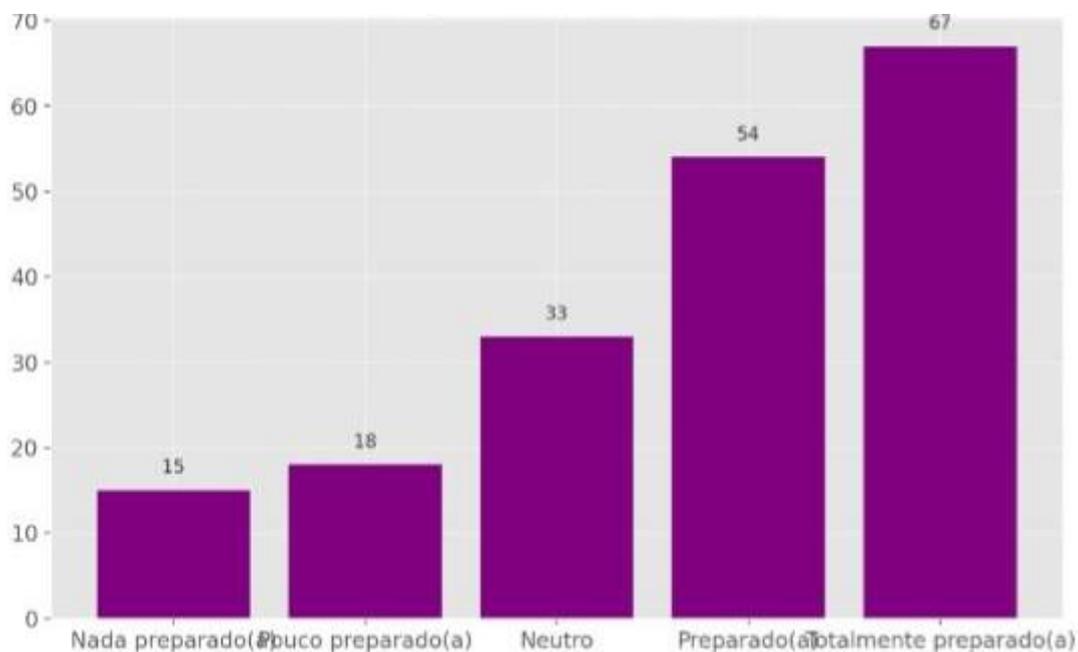
O fato de a maioria dos respondentes demonstrar confiança na abertura de um negócio é um reflexo positivo do impacto do curso de Administração, particularmente em aspectos teóricos e práticos relacionados ao empreendedorismo. No entanto, o percentual combinado de 35% que se sente neutro ou despreparado sugere que ainda há lacunas no currículo ou nas experiências práticas que podem estar prejudicando a autoconfiança de uma parte significativa dos estudantes.

Esses resultados destacam a necessidade de a instituição reforçar os programas de apoio ao empreendedorismo, como mentorias, oficinas práticas e projetos de simulação empresarial.

Além disso, estratégias que promovam mais experiências práticas e a aplicação direta dos conceitos aprendidos em sala de aula podem contribuir para aumentar a percepção de preparo entre os estudantes.

Por fim, é essencial investigar mais profundamente as razões pelas quais alguns alunos se sentem despreparados ou apenas neutros em relação à abertura de negócios. Isso pode ajudar a identificar áreas específicas de melhoria, como o desenvolvimento de habilidades práticas, acesso a recursos empreendedores e oportunidades de aprendizado no campo do empreendedorismo.

Gráfico 8 – Preparação par abrir um negócio



Fonte: Autor (2024)

No Gráfico 9 os dados revelam que a maioria significativa dos respondentes (88%) já participou de eventos, palestras ou workshops relacionados ao empreendedorismo e inovação, enquanto apenas 6% afirmaram não ter participado dessas atividades. Essa alta taxa de participação reflete o interesse dos alunos por essas temáticas e sugere que a instituição oferece oportunidades para os estudantes se envolverem em atividades extracurriculares voltadas para o desenvolvimento de competências empreendedoras e inovadoras.

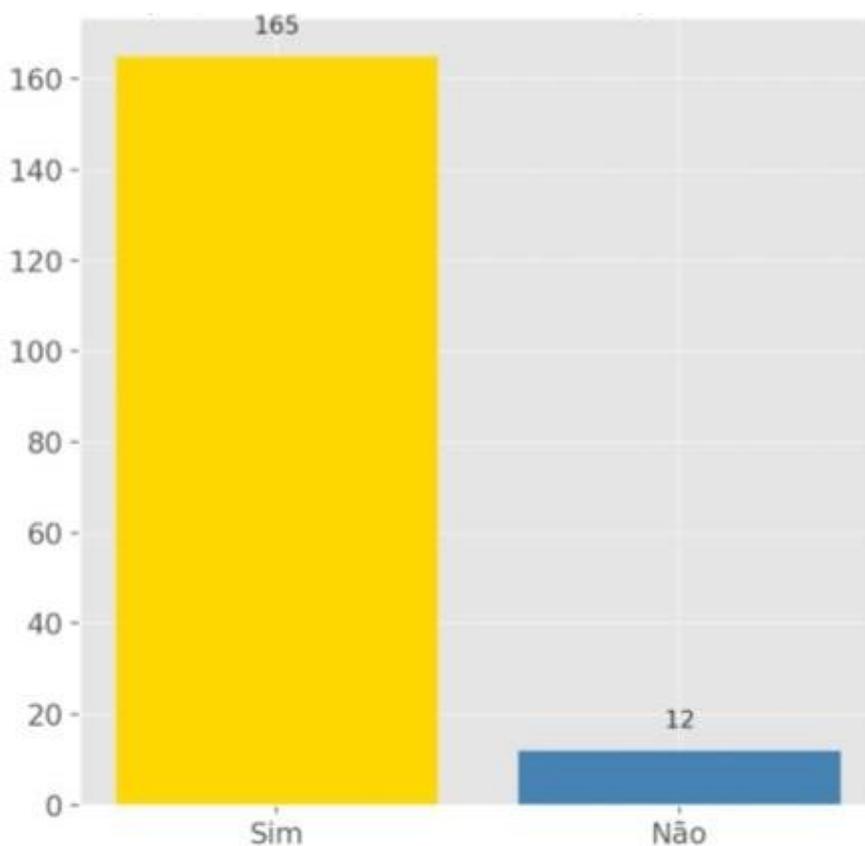
A participação expressiva em eventos demonstra que os alunos reconhecem o valor de complementar a formação acadêmica com atividades práticas e interativas. Esses eventos geralmente proporcionam insights sobre as tendências do mercado, a vivência de profissionais

experientes e oportunidades de networking, elementos fundamentais para o sucesso no campo do empreendedorismo e inovação.

Por outro lado, a pequena porcentagem de alunos que não participou dessas atividades pode apontar para barreiras como falta de informação, limitações de tempo ou indisponibilidade de recursos. Isso indica a necessidade de a instituição ampliar a divulgação e acessibilidade desses eventos, garantindo que mais alunos possam aproveitar essas experiências.

Esses resultados reforçam a importância de integrar ainda mais eventos e atividades práticas ao currículo do curso, promovendo uma conexão direta entre o ambiente acadêmico e o mercado de trabalho. Além disso, o alto engajamento dos estudantes em eventos dessa natureza evidencia um caminho promissor para o fortalecimento de políticas institucionais que incentivem a inovação e o empreendedorismo.

Gráfico 9 – Participação em eventos sobre empreendedorismo



Fonte: Autor (2024)

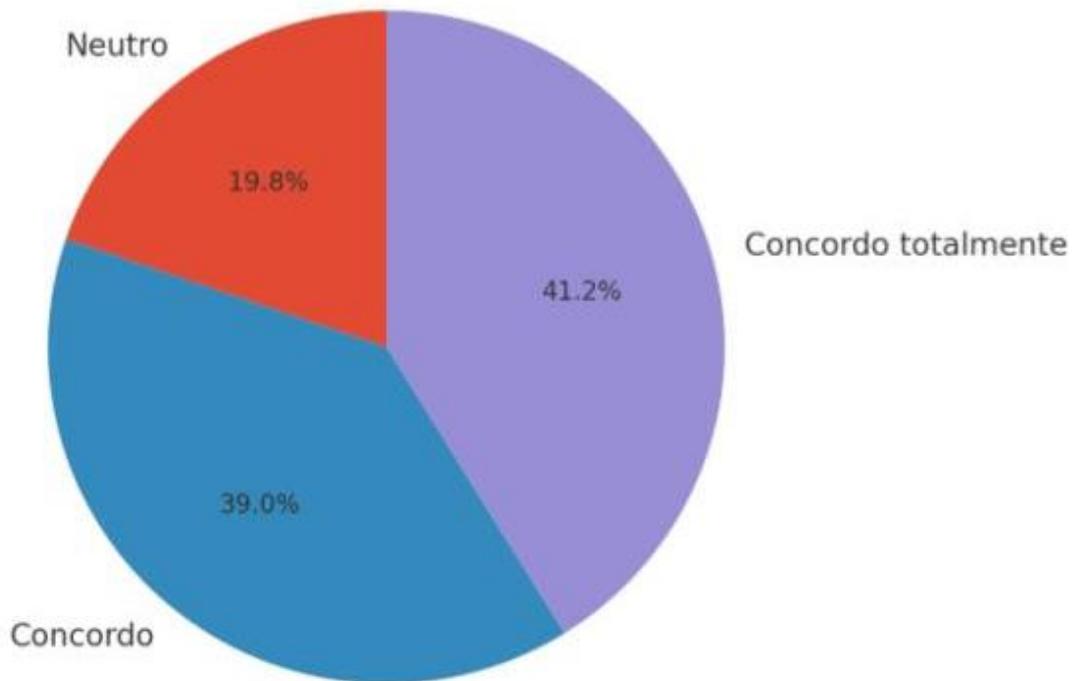
Os resultados no Gráfico 10 mostram que a maioria dos respondentes avalia positivamente a suficiência das disciplinas teóricas para o desenvolvimento de habilidades práticas, com 39% concordando e 41% concordando totalmente, totalizando 80% dos participantes com percepções favoráveis. Entretanto, 20% dos respondentes mantiveram-se neutros, e não houve respostas indicando discordância.

Essa avaliação positiva sugere que as disciplinas teóricas do curso de Administração estão contribuindo significativamente para a formação dos alunos, oferecendo uma base sólida de conhecimento. No entanto, o percentual de 20% neutros pode indicar que, para uma parcela dos estudantes, as disciplinas teóricas ainda não estão suficientemente alinhadas às demandas práticas do mercado ou às expectativas pessoais de aplicação no campo do empreendedorismo e inovação.

Embora os resultados gerais sejam favoráveis, eles também apontam para a oportunidade de integrar mais atividades práticas às disciplinas teóricas, permitindo que os alunos testem e apliquem os conceitos em cenários reais. Isso pode incluir estudos de caso, projetos práticos, jogos de negócios e simulações.

A ausência de respostas negativas reforça que a percepção geral dos alunos em relação ao curso é positiva. No entanto, a instituição deve continuar a investir em metodologias de ensino que combinem teoria e prática, garantindo que as disciplinas atendam às necessidades de todos os perfis de alunos e os preparem adequadamente para os desafios do empreendedorismo e inovação.

Gráfico 10 – Suficiência das disciplinas teóricas



Fonte: Autor (2024)

Os dados do Gráfico 11 revelam que uma esmagadora maioria dos respondentes (89%) não teve a oportunidade de trabalhar em equipe em projetos empreendedores durante sua formação, enquanto apenas 5% afirmaram ter participado de tais atividades. Esses números evidenciam uma grave lacuna no curso de Administração no que se refere ao incentivo ao trabalho colaborativo em projetos práticos de empreendedorismo.

A ausência de experiências de trabalho em equipe é preocupante, dado que o empreendedorismo e a inovação frequentemente demandam colaboração, integração de habilidades diversas e comunicação eficaz entre membros de um time. Esses resultados sugerem que os estudantes estão sendo formados em um ambiente onde há poucas oportunidades para desenvolver competências essenciais como liderança, negociação e resolução de problemas em grupo.

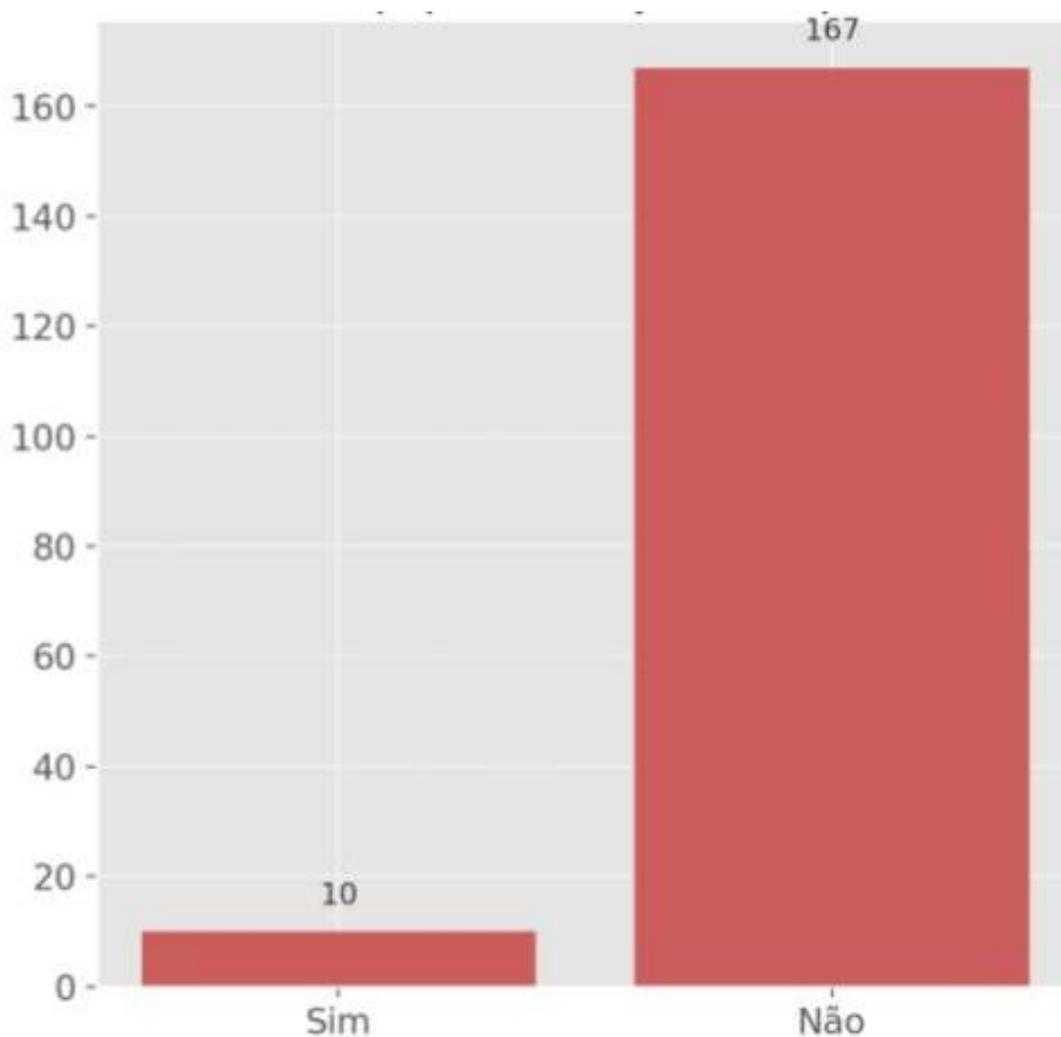
O baixo percentual de participação pode ser resultado de uma combinação de fatores, como a falta de iniciativas práticas no currículo, o foco excessivo em atividades individuais ou

a indisponibilidade de projetos voltados especificamente para o empreendedorismo em grupo. Para corrigir essa deficiência, a instituição pode adotar estratégias como:

- Introdução de projetos multidisciplinares obrigatórios que exijam trabalho em equipe.
- Parcerias com empresas para desenvolvimento de soluções empreendedoras em grupo.
- Oficinas e hackathons que promovam a colaboração entre os alunos.

Esses resultados reforçam a necessidade de repensar a estrutura curricular e incluir mais oportunidades de trabalho colaborativo, assegurando que os alunos estejam melhor preparados para enfrentar os desafios reais do mercado de trabalho no campo do empreendedorismo e inovação.

Gráfico 11 – Trabalho em equipe em Projetos Empreendedores



Fonte: Autor (2024)

Os resultados do Gráfico 12 apontam para uma avaliação majoritariamente negativa do suporte da universidade para o desenvolvimento de projetos inovadores, com 47% dos respondentes classificando-o como muito insatisfatório e 30% como insatisfatório, totalizando 77% de percepções desfavoráveis. Apenas 15% mantiveram-se neutros, enquanto 8% consideraram o suporte satisfatório e 7% muito satisfatório.

Esses dados indicam uma lacuna significativa nas iniciativas institucionais voltadas para a promoção de inovação no ambiente acadêmico. A percepção predominante de insatisfação pode ser reflexo de vários fatores, como:

- Falta de infraestrutura adequada (laboratórios, equipamentos, espaços de coworking).
- Poucas oportunidades práticas para os alunos aplicarem ideias inovadoras em projetos reais.
- Ausência de incentivos, como programas de bolsas, mentorias ou parcerias com empresas e startups.
- Desconexão entre teoria e prática, com os alunos percebendo uma distância entre o que aprendem em sala de aula e o suporte necessário para inovar.

O percentual de 7% muito satisfatórios e 8% satisfatórios é baixo, mas demonstra que existem algumas iniciativas que estão sendo bem recebidas por uma pequena parcela de estudantes. Isso pode indicar a existência de bons programas que precisam ser ampliados e divulgados para alcançar mais alunos.

Recomendações

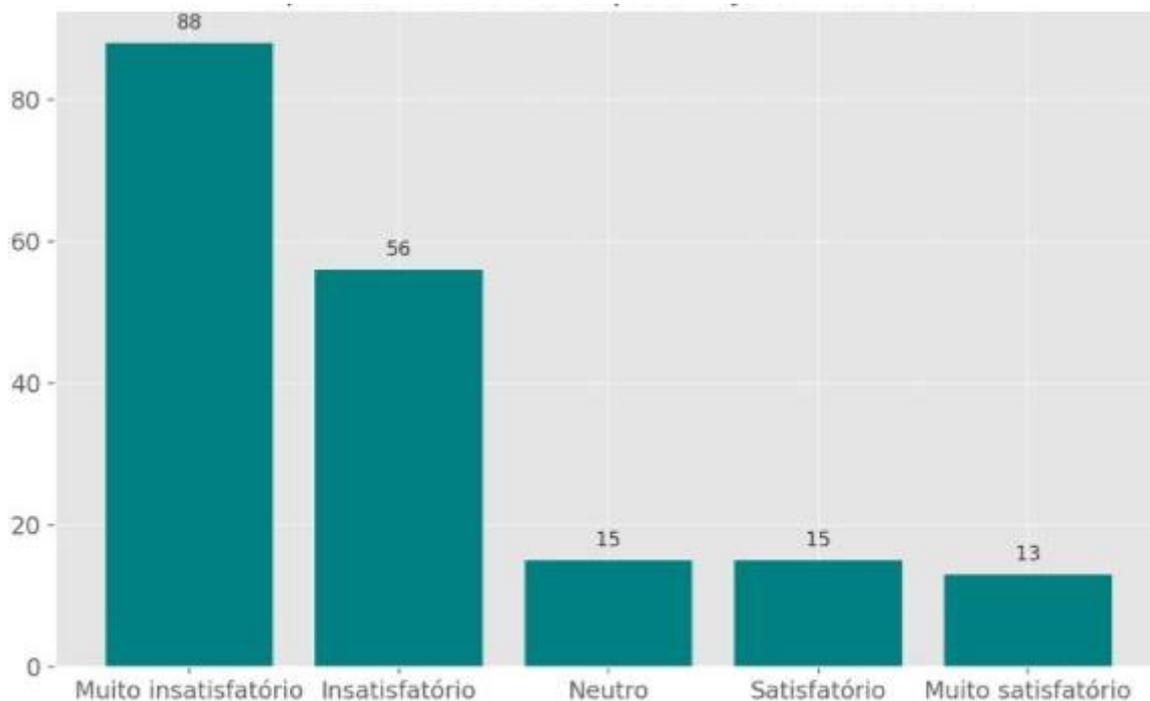
Para reverter essa percepção negativa, a universidade poderia:

1. Ampliar os programas de apoio à inovação, criando incubadoras de negócios, laboratórios de prototipagem ou espaços de inovação.
2. Estabelecer parcerias com empresas e instituições que fomentem projetos inovadores.
3. Implementar programas de mentorias com professores e profissionais do mercado.
4. Incentivar a interdisciplinaridade, conectando alunos de diferentes cursos para trabalharem juntos em projetos de inovação.

Esses resultados são um chamado à ação para a instituição, destacando a necessidade de priorizar investimentos em programas que fortaleçam o suporte à inovação e garantam que os

alunos se sintam capacitados e incentivados a explorar esse campo tão relevante no mundo contemporâneo.

Gráfico 12 – Suporte da universidade para Projetos Inovadores



Fonte: Autor (2024)

Os resultados do Gráfico 13 revelam que apenas 7% dos respondentes receberam algum tipo de mentoria de professores ou profissionais na área de empreendedorismo, enquanto a esmagadora maioria, 93%, relatou não ter tido essa oportunidade. Esse dado evidencia uma significativa carência de suporte personalizado e acompanhamento no desenvolvimento de competências empreendedoras durante a formação acadêmica.

A falta de mentoria pode ser um reflexo de lacunas no planejamento institucional, como:

- Pouca disponibilidade de programas de mentoria estruturados.
- Carga horária limitada de professores, dificultando o acompanhamento individualizado dos alunos.
- Falta de integração entre o corpo docente e o mercado de trabalho, o que restringe o acesso a profissionais externos para mentorias.

A mentoria é uma ferramenta essencial no processo de aprendizagem prática, especialmente no campo do empreendedorismo e inovação. Ela possibilita que os alunos recebam orientações específicas, solucionem dúvidas e conectem seus projetos às demandas reais do mercado. A ausência dessa experiência pode impactar negativamente a preparação dos estudantes para enfrentar desafios complexos no mercado de trabalho.

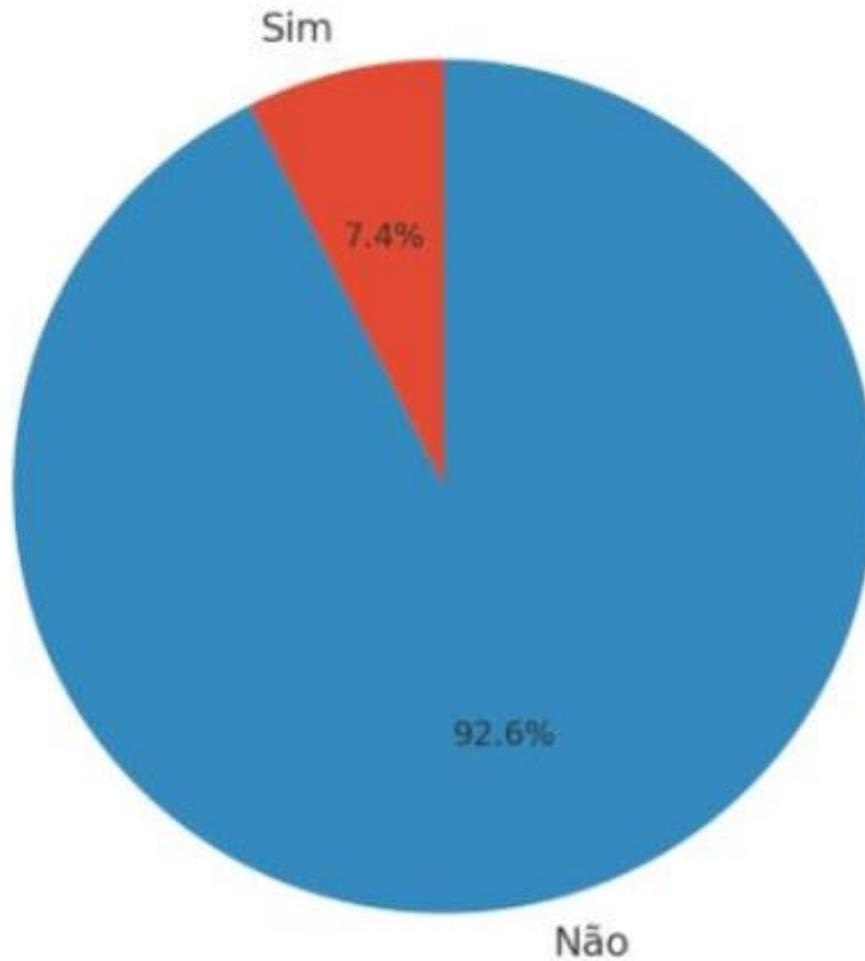
Recomendações

Para mitigar essa lacuna, a universidade poderia:

1. Estabelecer programas formais de mentoria, conectando alunos a professores especializados ou a profissionais do mercado.
2. Criar incentivos para a participação de professores em mentorias, como carga horária específica ou reconhecimento institucional.
3. Fomentar parcerias com empreendedores e empresas locais, para que os alunos tenham acesso a mentorias práticas e orientadas às demandas do mercado.

A baixa taxa de mentoria aponta para a necessidade urgente de fortalecer essa prática no curso de Administração, visando não apenas o desenvolvimento de competências técnicas e práticas, mas também o estímulo à autoconfiança e à capacidade de liderança dos alunos.

Gráfico 13 – Mentoria por professores ou profissionais



Fonte: Autor (2024)

No Gráfico 14 os resultados indicam que a maioria dos respondentes se sente motivada (18%) ou muito motivada (55%), totalizando 73% dos participantes com alto nível de motivação para buscar experiências práticas no campo do empreendedorismo. Por outro lado, 11% mantiveram-se neutros, enquanto 16% (somando 9% 'nada motivado(a)' e 7% 'pouco motivado(a)') demonstraram baixa motivação.

A predominância de respostas positivas reflete o forte interesse dos alunos em vivenciar práticas empreendedoras e inovadoras, o que reforça a relevância do tema para a formação acadêmica e profissional. No entanto, os percentuais de baixa motivação e neutralidade podem ser atribuídos a fatores como:

- Falta de oportunidades práticas acessíveis ou alinhadas aos interesses dos alunos.

- Percepção de desconexão entre o ambiente acadêmico e o mercado de trabalho.
- Barreiras estruturais, como falta de tempo ou recursos financeiros para participar de atividades extracurriculares.

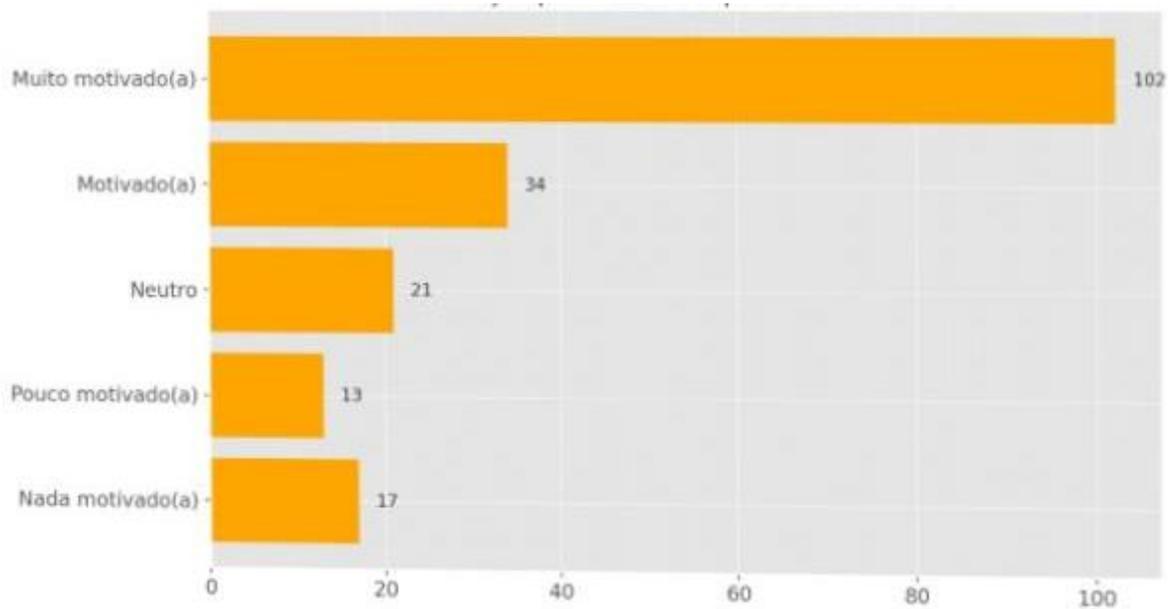
Recomendações

Para atender à alta motivação demonstrada pela maioria e engajar os alunos menos motivados, a instituição pode adotar estratégias como:

1. Aumentar a oferta de projetos práticos no currículo: Integrar iniciativas como startups acadêmicas, competições de negócios e laboratórios de inovação.
2. Garantir acessibilidade: Reduzir barreiras financeiras ou logísticas para participação em atividades práticas, como eventos e estágios.
3. Criar sistemas de reconhecimento e incentivo: Oferecer créditos curriculares, certificações ou prêmios para alunos engajados em práticas empreendedoras.
4. Ampliar o suporte institucional: Fornecer orientação mais direcionada para conectar os alunos com oportunidades práticas relevantes ao seu desenvolvimento.

O alto índice de motivação é um ponto positivo que pode ser capitalizado para melhorar o envolvimento dos alunos com iniciativas práticas, criando um ambiente mais propício para o desenvolvimento de habilidades empreendedoras e inovadoras. A atenção aos alunos menos motivados é igualmente importante, buscando entender e remover os obstáculos que impedem seu engajamento.

Gráfico 14 – Motivação para buscar experiências práticas



Fonte: Autor (2024)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo buscou compreender a percepção dos acadêmicos de Administração sobre a experiência prática no campo do empreendedorismo e inovação, analisando como esses estudantes aplicam os conceitos teóricos aprendidos em sala de aula em situações reais. A pesquisa partiu da problemática: como os acadêmicos de Administração percebem e aplicam os conceitos teóricos relacionados ao empreendedorismo e inovação em situações práticas? Com base nos resultados obtidos, conclui-se que o problema de pesquisa foi elucidado. Os dados revelaram que os estudantes reconhecem amplamente a importância da experiência prática, embora enfrentem barreiras significativas para sua plena aplicação no ambiente acadêmico.

O objetivo geral da pesquisa, que era analisar como os alunos percebem e aplicam os conceitos teóricos aprendidos em sala de aula em situações reais de empreendedorismo e inovação, foi plenamente alcançado. Os resultados demonstraram que, apesar do reconhecimento da relevância da prática, há lacunas no acesso a oportunidades como estágios, mentorias e projetos colaborativos. Ainda assim, foi possível identificar que uma parcela significativa dos alunos se sente preparada para empreender e engajada em atividades extracurriculares, como projetos e eventos relacionados ao tema.

Os objetivos específicos também foram atendidos de maneira satisfatória:

1. Identificar as principais lacunas na formação acadêmica dos acadêmicos de Administração relacionadas ao empreendedorismo e inovação: As principais lacunas identificadas foram a falta de estágios práticos, a escassez de mentoria e a ausência de projetos colaborativos, que prejudicam o desenvolvimento de competências empreendedoras essenciais.
2. Coletar dados qualitativos e quantitativos sobre como os alunos e recém-formados avaliam a relevância da prática no desenvolvimento de competências empreendedoras, identificando as principais habilidades empreendedoras e inovadoras que os acadêmicos acreditam ser afetadas pela falta de experiência prática: A pesquisa mostrou que os estudantes valorizam a prática como indispensável para o desenvolvimento de habilidades como liderança, criatividade, resolução de problemas e tomada de decisão. No entanto, a falta de oportunidades práticas foi apontada como um fator limitante para o pleno desenvolvimento dessas competências.

3. Recomendar políticas institucionais e curriculares para aumentar a interação entre estudantes e o ambiente profissional, visando à melhoria contínua das habilidades empreendedoras e inovadoras dos alunos, e propor estratégias para integrar a experiência prática no campo do empreendedorismo e inovação ao currículo do curso de Administração: As recomendações apresentadas incluem o fortalecimento do currículo acadêmico com projetos interdisciplinares, o aumento da oferta de estágios e mentorias, e a criação de espaços de inovação que conectem alunos ao mercado.

Dessa forma, a pesquisa não apenas respondeu às questões levantadas inicialmente, mas também ofereceu um panorama detalhado sobre as necessidades e percepções dos alunos de Administração em relação à prática no campo do empreendedorismo e inovação. As evidências encontradas reforçam a importância de integrar experiências práticas ao ambiente acadêmico, contribuindo para a formação de profissionais mais preparados e confiantes para enfrentar os desafios do mercado contemporâneo.

REFERÊNCIAS

- BLUNKER, P.; FOSS, L.; HØJGAARD, R. Competence development through entrepreneurship education. *Journal of Enterprising Culture*, v. 16, n. 4, p. 349-372, 2008.
- DABBAGH, N.; MENASCE, D. A. Creating an engaging online environment: A case study. *Educational Technology Research and Development*, v. 54, n. 2, p. 18-32, 2006.
- DOLABELA, F. *Pedagogia Empreendedora*. São Paulo: Cultura Editores, 2004.
- ETZKOWITZ, H. *The triple helix: University-industry-government innovation in action*. Routledge, 2009.
- FERREIRA, J.; SANTOS, J.; SERRA, F. *Empreendedorismo e Estratégia*. Lisboa: Edições Sílabo, 2010.
- FREITAS, H.; JANISSEK, R. Aplicação de métodos quantitativos na pesquisa em administração. *Revista de Administração Contemporânea*, v. 4, n. 1, p. 5-27, 2000.
- GIL, A. C. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. *Empreendedorismo*. 11. ed. Porto Alegre: Bookman, 2021.
- KRÜGER, C.; MINELLO, I. F. As características comportamentais empreendedoras dos estudantes de graduação. *Revista Alcance*, v. 25, n. 2, p. 142-160, 2018.
- LIKERT, R. A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*, v. 140, p. 1-55, 1932.
- LORENTZ, J. F. *Comportamento e características empreendedoras*. São Paulo: Saraiva, 2015.
- MALHOTRA, N. *Marketing Research: An Applied Orientation*. 6. ed. New Jersey: Pearson, 2012.
- PAIVA JR., M. A. *Novos investimentos e crescimento econômico*. Brasília: IPEA, 2002.
- RAPOSO, M.; PAÇO, A.; FERREIRA, J. M. R. Entrepreneurial intention among secondary students: Findings from Portugal. *International Journal of Entrepreneurship Education*, v. 6, n. 4, p. 47-67, 2008.

RAIMI, L. Entrepreneurship education: A strategic tool for combating unemployment in Nigeria. *Humanomics*, v. 31, n. 1, p. 78-90, 2015.

SCHUMPETER, J. A. *The Theory of Economic Development*. Cambridge: Harvard University Press, 2008.

SIGUAW, J. A.; BAKER, T. L.; SIMPSON, P. M. Examining the influence of service quality on customer satisfaction. *Journal of Retailing*, v. 79, n. 3, p. 97-105, 2003.

SOUZA, J. R. Desenvolvimento do comportamento empreendedor no ensino superior. *Revista Educação e Sociedade*, v. 22, n. 1, p. 135-149, 2001.

VOLKMANN, C. *Entrepreneurship in education: Concepts and experiences*. London: Routledge, 2004

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO DA PESQUISA

Prezado(a) respondente,

Este questionário faz parte de uma pesquisa científica cujo tema é "A Experiência Prática dos Acadêmicos de Administração no Campo do Empreendedorismo e Inovação". O objetivo desta pesquisa é analisar o nível de experiência prática dos acadêmicos e concluintes de Administração no desenvolvimento de habilidades empreendedoras e inovadoras.

Sua participação é voluntária e as respostas serão tratadas de forma anônima e confidencial, sem necessidade de identificação. As informações coletadas serão utilizadas exclusivamente para fins acadêmicos, sendo um pré-requisito para a obtenção do título de Bacharel em Administração. Agradecemos desde já pela sua colaboração e por dedicar seu tempo para responder a este questionário.

Atenciosamente,

Nilson Patriarca dos Santos Júnior - Pesquisador

Curso de Administração - UniEVANGÉLICA

Questionário

1. *Qual é o seu gênero?*

- Masculino
- Feminino
- Prefiro não informar

2. *Qual é sua faixa de idade?*

- 18 – 25
- 26 – 35
- 36 – 45
- Acima de 45

3. *Qual é sua raça/etnia?*

- Branco
- Pardo
- Preto
- Asiático
- Outro

4. *Quais são seus principais interesses no campo de atuação? (Marque todas as opções que se aplicam)*

- Inovação
- Empreendedorismo

- Gestão de Pessoas
- Finanças
- Marketing
- Outros (especifique): _____

5. *Você já participou de algum projeto de empreendedorismo durante o curso de Administração?*

- Sim
- Não

6. *Em uma escala de 1 a 5, o quanto você acredita que a experiência prática é essencial para o desenvolvimento de habilidades empreendedoras?*

- (1) Discordo totalmente
- (2) Discordo
- (3) Neutro
- (4) Concordo
- (5) Concordo totalmente

7. *Você já realizou estágios ou atividades práticas em empresas que envolvem inovação e empreendedorismo?*

- Sim
- Não

8. *Em uma escala de 1 a 5, o quanto você se considera preparado(a) para abrir seu próprio negócio após a conclusão do curso?*

- (1) Nada preparado(a)
- (2) Pouco preparado(a)
- (3) Neutro
- (4) Preparado(a)
- (5) Totalmente preparado(a)

9. *Você já participou de eventos, palestras ou workshops sobre empreendedorismo e inovação?*

- Sim
- Não

10. *Em uma escala de 1 a 5, o quanto você considera que as disciplinas teóricas do curso são suficientes para o desenvolvimento de habilidades práticas?*

- (1) Discordo totalmente
- (2) Discordo

- (3) Neutro
- (4) Concordo
- (5) Concordo totalmente

11. *Você já teve a oportunidade de trabalhar em equipe em projetos empreendedores durante sua formação?*

- Sim
- Não

12. *Em uma escala de 1 a 5, como você avalia o suporte da universidade para o desenvolvimento de projetos inovadores?*

- (1) Muito insatisfatório
- (2) Insatisfatório
- (3) Neutro
- (4) Satisfatório
- (5) Muito satisfatório

13. *Você já foi mentorado(a) por algum professor ou profissional da área de empreendedorismo durante sua formação?*

- Sim
- Não

14. *Em uma escala de 1 a 5, o quanto você se sente motivado(a) a buscar mais experiências práticas relacionadas ao empreendedorismo durante sua formação?*

- (1) Nada motivado(a)
- (2) Pouco motivado(a)
- (3) Neutro
- (4) Motivado(a)
- (5) Muito motivado(a)