

O Perfil e as Competências Empreendedoras dos Alunos da Disciplina Gestão de Negócios em Multimídias - Curso de Sistemas e Mídias Digitais

Henrique Barbosa Silva¹, Ana Paula de Medeiros Ribeiro²

¹Instituto Universidade Virtual - UFC Virtual. Universidade Federal do Ceará (UFC)
Fortaleza – CE – Brasil

²Faculdade de Educação. Universidade Federal do Ceará (UFC)
Fortaleza – CE – Brasil

henriquesilva@virtual.ufc.br, apmedeiros.ufc@gmail.com

Abstract. *This study presents the profile and the entrepreneurial skills present in students of the Digital Systems and Media course. The collection was done through the application of an instrument to students who attended and those enrolled in 2019.1 in the discipline of business management in multimedia. The aim was to identify the students' competences and expectations by outlining a profile that characterized them. The results showed that the students are mostly young, between 22 and 30 years old, predominantly male and intend to set up their own business.*

Resumo. *Este estudo apresenta o perfil e as competências empreendedoras presentes em alunos do curso de Sistemas e Mídias Digitais. A coleta se deu por meio da aplicação de um instrumento aos alunos que cursaram e os matriculados em 2019.1 na disciplina de Gestão de Negócios em Multimídias. O intuito foi de identificar as competências e expectativas dos alunos traçando um perfil que os caracterizasse. Os resultados mostraram que os alunos são em sua maioria jovens, entre 22 e 30 anos, predominantemente do sexo masculino e têm intenção de montar seu próprio negócio.*

1. Introdução

Em 2016, a edição do Fórum Econômico Mundial, realizado em Davos na Suíça, teve como tema central a chamada Quarta Revolução Industrial. Essa denominação representa o surgimento de uma economia forte, marcada principalmente pela presença atuante das tecnologias digitais, pela mobilidade e, sobretudo, pela conectividade de pessoas e máquinas. Dois anos depois, já em 2018, o tema volta a ser destaque nos debates promovidos por chefes de estado, líderes empresariais e celebridades convidados para o Fórum, que seguiram uma agenda com discussões sobre as tecnologias emergentes, a forma como as inovações mudarão os padrões de produtividade, as relações de trabalho e as competências para se adaptar às essas mudanças [Schwab 2016].

Assim como em Davos, onde temas como realidade virtual, exploração espacial, inteligência artificial, Internet das coisas (comunicação entre máquinas), drones (aeronaves não tripuladas) e *smart cities* (cidades inteligentes) são destaques, também na Universidade Federal do Ceará - UFC, no curso de Sistemas e Mídias Digitais - SMD, os alunos

trazem temas similares para debates, incluindo, design emocional, economia criativa, comunicação e engajamento em mídias sociais, simuladores virtuais, realidade aumentada em multimídia, jogos online e jogos mobiles, dentre outros.

A despeito do domínio da tecnologia, surgem outros temas de similar importância para o cenário da Quarta Revolução Industrial. Pesquisa recente, de Bárbara Nôr, enfatizou que os líderes e gestores do mundo atual apresentam competências comportamentais, técnicas e de gestão que os diferenciam dos demais [Nôr 2016].

Aplicando questões aos gestores da atualidade, a pesquisadora conseguiu identificar 20 (vinte) competências que contribuíram para o sucesso dos entrevistados. Dentre as respostas destacaram-se competências como as empreendedoras, temática central desta pesquisa, autonomia e proatividade, ética e moral, comprometimento e execução, flexibilidade, etiqueta pessoal e profissional, relacionamento e *network*, tomada de decisão, pensamento estratégico, negociação, confiabilidade, cultura geral e respeito à diversidade e visão inovadora.

Considerada como uma das mais relevantes competências de gestão, a competência empreendedora permite uma visão diferenciada das situações enfrentadas no dia a dia. O que para muitos é um obstáculo, para o empreendedor pode ser um desafio ou uma oportunidade a ser aproveitada. A tolerância ao risco, visão crítica e analítica dos diversos cenários e oportunidades, conhecimento sobre o negócio e o mercado, ciência de seus potenciais e limitações e, por fim, capacidade de tomar decisões e se relacionar com pessoas foram elencadas como características marcantes da competência empreendedora.

A identificação de tão elevado número de competências para o desenvolvimento de um gestor de sucesso chama atenção sobre o aspecto formativo dos profissionais que estão sendo formados pelos cursos superiores no Brasil e, por conseguinte, sobre o projeto pedagógico e, sobretudo, sobre sua dinâmica de trabalho.

No intuito de identificar a presença das competências empreendedoras nos estudantes, um estudo exploratório foi realizado, especificamente, na disciplina de Gestão de Negócios em Multimídias do curso de Sistemas e Mídias Digitais – SMD, ofertado pelo Instituto Universidade Virtual (UFC Virtual), unidade acadêmica da Universidade Federal do Ceará.

No projeto pedagógico deste curso está expresso que o egresso “[...] será um profissional necessariamente multirreferencial, com características de trabalho em grupos de diversos campos do saber, sendo, por isso, capacitado para o desenvolvimento de sistemas multimídia ou de mídias digitais, todos orientados à construção de soluções ou recursos para integrar conteúdos diversos à linguagem multimidiática” SMD (2013).

Durante o processo de construção desse documento, muito se discutiu sobre as competências e habilidades a serem desenvolvidas no curso, resultando na criação de disciplinas que contemplassem os requisitos para o domínio das Habilidades Fundamentais, as Competências Comuns, as Competências em Mídias Digitais e as Competências em Sistemas Multimídia. Esse formato, referenciado pelo estudo de projetos pedagógicos de outras universidades nacionais e estrangeiras, que ofereciam cursos semelhantes ao curso de Sistemas e Mídias Digitais - SMD, como Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUC-SP (Brasil), New York University (EUA) e Monash University (Austrália), tinha o objetivo de formar profissionais dotados de habilidades humanísticas, tecnológi-

cas e científicas para atuarem de forma crítica e integrada nos setores de desenvolvimento de sistemas multimídia e de produção de mídias digitais [SMD 2013].

A concentração de esforços no desenvolvimento das competências técnicas pode gerar profissionais que sejam rapidamente absorvidos pelo mercado de sistemas e mídias digitais, mas sem a garantia da sustentabilidade do mesmo por longo tempo. Desse modo, torna-se também importante garantir a formação que dê conta da dimensão empreendedora do profissional, para que ele possa ter maiores possibilidades de encontrar formas de se manter no mercado a despeito das variáveis que interferem nesse ambiente [Nôr 2016].

Para garantir essa formação é que Lopes (2017) apresentou o conceito de educação empreendedora desenvolvido pela Comunidade Europeia, como aquela “que se refere ao desenvolvimento de habilidades e do espírito empreendedor pelos aprendizes, de modo que se tornem capazes de transformar ideias criativas em ação”.

O relatório da União Europeia de 2003 (Green Paper on Entrepreneurship), defende que a exposição e o desenvolvimento das habilidades pelo sistema educacional podem contribuir para a formação empreendedora, a partir dos resultados da pesquisa que acompanhou o desempenho empreendedor de ex-alunos que atuaram em empresas juniores, enquanto ainda estavam na faculdade. A pesquisa concluiu que o nível de atividade empreendedora entre os ex-participantes (15%), é mais do que o dobro da média da população geral europeia (5% a 6%) [Lopes 2010].

Diante dos indicadores positivos para o empreendedorismo e das incontáveis oportunidades de negócios no mercado de sistemas e mídias digitais, deflagra-se mais ainda a inquietação sobre perfil dos alunos egressos do curso de Sistemas e Mídias Digitais (SMD), ofertado pela UFC. Urge a preparação dos alunos para que tenham a capacidade e a habilidade de perceber o quanto o mercado é amplo e identificar as melhores oportunidades entre as múltiplas escolhas existentes.

Os alunos não podem sair da universidade, simplesmente, prontos para conseguir um emprego, mas precisam terminar o curso com o entendimento de que detêm as ferramentas e o conhecimento para atuarem de maneira positiva para o desenvolvimento da sociedade. O comportamento e as atitudes esperadas dos alunos são encontrados nas mais diversas definições e características dos novos empreendedores.

O projeto pedagógico do curso prevê a oferta da disciplina Gestão de Negócios em Multimídias, que apresenta conceitos introdutórios da administração e da prática do empreendedorismo como uma alternativa de carreira e ocupação [SMD 2013].

Em busca de maior interação com o mercado, os alunos do curso, com apoio da coordenação e professores, criaram uma empresa júnior, denominada Container Digital Jr., que oferece diferentes serviços como construção de sites, produção de vídeos e desenvolvimento de identidade virtual, entre outros. Isso mostra que a formação voltada para o desenvolvimento do empreendedorismo no curso Sistemas e Mídias Digitais é uma alternativa para expandir ainda mais as oportunidades de ocupação e geração de renda para os alunos, garantindo a sua autonomia, principalmente, pela característica inovadora dos produtos e serviços desenvolvidos por eles. Porém, traz vários desafios para o curso, o que gera os seguintes questionamentos:

Quais as expectativas dos alunos em se tornarem empreendedores?

Qual o perfil e quais as competências empreendedoras dos alunos do curso de sistemas e mídias digitais?

2. Empreendedorismo e competências empreendedoras: conceitos e concepções teóricas

Há décadas, o tema Empreendedorismo tem sido abordado por diversos autores nacionais e estrangeiros. Dentre eles, destaca-se o economista Joseph Alois Schumpeter, que estudava lucros, capital, crédito, juros e o ciclo econômico, por ter registrado, ainda em 1911, o que ele denominou de O Fenômeno Fundamental do Desenvolvimento Econômico, cuja figura central era o empresário inovador, ou seja, aquele que oferecia novos produtos para o mercado, valendo-se de combinações mais eficientes dos fatores de produção, ou ainda, pela introdução de alguma invenção ou inovação tecnológica. As inovações nos sistemas econômicos surgiam, via de regra, a partir das mudanças trazidas por empreendedores, que convenciam os consumidores a quererem coisas novas, ou coisas que diferiam em um aspecto ou outro, daquelas que tinham o hábito de usar [Schumpeter 1997].

A lista de teóricos dedicados ao estudo do empreendedorismo continua com Richard Cantillon e Jean-Baptiste Say, economistas que antecederam Joseph Schumpeter e contribuíram de forma significativa para a construção da teoria econômica do empreendedorismo.

Enquanto Cantillon (1950) classificava como empreendedor aquele que tivesse a capacidade de assumir riscos e apresentasse inovações nos produtos ou serviços ofertados, Jean-Baptiste Say (1983), por sua vez, já percebia nos empreendedores a habilidade na organização e gestão de recursos para alcançar os seus objetivos.

Percebe-se que a busca para a conceituação do empreendedorismo vem de longe. Mas, avançando no tempo, ainda há autores que trabalham para aperfeiçoar esse conceito. Salim ajuda a completar essa lista citando os trabalhos desenvolvidos por William Bygrave e Jeffry Timmons, professores do Babson College, nos Estados Unidos, e Louis Jacques Filion, canadense, professor da Hautes Etudes Commerciales de Montreal [Salim 2013].

A característica mais marcante do empreendedor está na capacidade de perceber uma oportunidade e criar uma organização para torná-la realidade. Esse conceito foi discutido na década de 1970, quando o estudo do empreendedorismo se desenvolveu de forma significativa nos Estados Unidos, estimulando-se a criação do Babson College, em Massachusetts, considerado como um dos templos do estudo e ensino do empreendedorismo [Bygrave e Zacharakis 2004].

Analisando o conceito apresentado por Bygrave e Zacharakis (2004), percebe-se uma relação com o conceito apresentado por Jean-Baptiste Say (1983), pois ambos destacam a importância da criação de organizações e gestão de recursos para aproveitar uma oportunidade.

Bygrave, também foi um dos fundadores do Global Entrepreneurship Monitor – GEM, organização criada em parceria firmada entre a Babson College e a London Business School, em 1997, com a missão de estabelecer critérios para medir o grau de empreendedorismo de um país, ao longo dos anos, acompanhar e divulgar a evolução do Empreendedorismo no mundo [Salim 2013].

A pesquisa realizada pelo GEM, edição 2018/2019, contempla os cinco continentes, retratando o empreendedorismo em 49 países, incluindo o Brasil, a partir de entrevistas com a população adulta de 18 a 64 anos, e especialistas em empreendedorismo sobre os fatores limitantes e favoráveis para novos empreendedores [Bosma e Kelley 2019].

Timmons (1989) se referia ao empreendedorismo como uma revolução silenciosa, que traria para o século XXI, muito mais avanços do que a Revolução Industrial promoveu durante o Século XX, fazendo alusão a importância do processo empreendedor para o desenvolvimento do espírito criativo do ser humano e o seu empenho em melhorar a humanidade.

Filion e Dolabela (2000), referências na atualidade quando se trata de empreendedorismo e em especial educação empreendedora, referem-se ao empreendedor como alguém com a habilidade de imaginar, desenvolver e realizar visões. Em sua passagem pelo Brasil, em 2014, convidado a falar sobre Educação e Empreendedorismo nas Instituições de Ensino Superior, no I Encontro Internacional de Educação e Empreendedorismo nas Instituições de Ensino, promovido pelo Sebrae-SP, Filion defendeu a importância de aliar o conhecimento teórico à prática no ensino do empreendedorismo e mencionou que os brasileiros estão entre aqueles com o mais alto nível de intenções empreendedoras do mundo. O relatório GEM, de 2019, ratifica esse entendimento de Filion quando destaca o Brasil entre os cinco países nos quais o empreendedorismo mais cresceu nos últimos vinte anos, ao lado de Estados Unidos, Alemanha, Iran e China [Bosma e Kelley 2019].

No Brasil, Dornelas (2008), inspirado pelas ideias de Schumpeter, defende a destruição criativa, promovida pelos empreendedores, como um impulso fundamental para o motor do desenvolvimento econômico no mundo capitalista. A destruição criativa explica a capacidade do empreendedor destruir a ordem econômica a partir da introdução de novos produtos ou serviços, seja pela forma de organizar um novo negócio ou pela adoção e aplicação de recursos e materiais inovadores.

O também brasileiro Dolabela (2012) esclarece que o empreendedorismo, no Brasil, como disciplina voltada para a gestão, começa a ter relevância no início da década de 1990, mencionando Filion como um dos maiores responsáveis pela introdução do ensino do empreendedorismo no Brasil.

Para Dolabela (2012), o empreendedorismo é um instrumento de desenvolvimento social e não só de crescimento econômico. Suas publicações, motivadas pela vivência na criação e condução da disciplina “Empreendedorismo em Informática”, no Departamento de Ciências da Computação da UFMG, nos anos 1990, tem por objetivo disseminar o empreendedorismo por meio da educação para que seja produzida uma mudança cultural.

Hoje, quase 30 anos depois, vive-se uma época marcada pelo avanço tecnológico, pela sofisticação dos meios de produção e serviços, globalização, novas relações de trabalho, que reforçam ainda mais a necessidade da prática do empreendedorismo na sociedade. Dornelas (2008) registra que só recentemente os governos e instituições de ensino superior começaram a mudar suas posições e estratégias acerca do assunto e passaram a estudar os diferentes modelos adotados pelos Estados Unidos, para adaptá-los às necessidades do cenário nacional. Foram criados programas de incubação de empresas, desenvolvimento de parques tecnológicos, desenvolvimento de currículos integrados, que contemplassem o ensino do empreendedorismo, programas e incentivos governamentais,

criação de agências de suporte ao empreendedorismo e à criação de negócios, entre outras.

A criação do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE, na década de 1990, por meio do Decreto 99.570/91, de 9 outubro, de 1991 foi uma das poucas ações do governo brasileiro em busca do desenvolvimento do empreendedorismo no país. Desde então, o SEBRAE ampliou sua estrutura de atendimento para todos os estados do país, capacitou inúmeras pessoas e ajudou na criação e desenvolvimento de milhares de micro e pequenos negócios por todo o país.

O último relatório sobre o Monitoramento do Empreendedorismo Global – GEM, referente ao período de 2018, destaca o crescimento dos indicadores sobre o a prática do empreendedorismo no Brasil, em especial, nas taxas de empreendedorismo, segundo o estágio dos empreendimentos, e pela medição do grau de empreendedorismo praticado por homens e mulheres [Bosma e Kelley 2019].

O Relatório mostra que, em 2018, de acordo com as taxas de empreendedorismo segundo estágio dos empreendimentos, o Brasil atingiu a segunda maior Taxa Total de Empreendedores (TTE) de sua série histórica, com 38% da população adulta (de 18 a 64 anos) envolvida com a atividade empreendedora. A TTE é o resultado dos movimentos nas taxas de Empreendedores Estabelecidos (TEE) e Empreendedores Iniciais (TEA), conforme Figura 1.

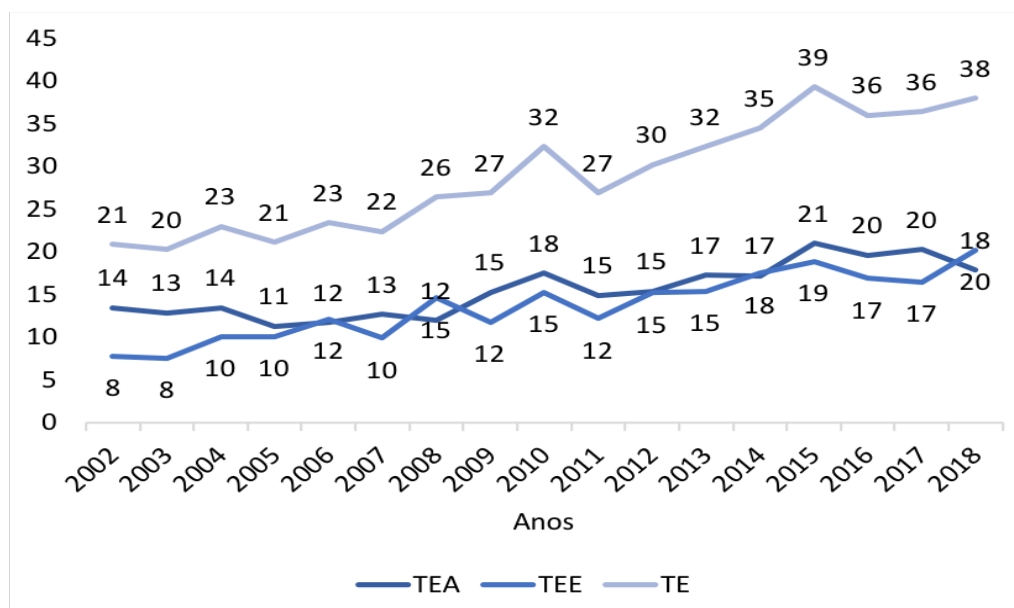


Figura 1. Taxas (em%) de Empreendedorismo Segundo Estágio do Empreendimento - Brasil - 2002:2018. Fonte: Relatório GEM 2019

Quanto à evolução da taxa de empreendedorismo praticado por homens e mulheres, no Brasil percebe-se uma aproximação ainda maior a cada ano, chegando em alguns momentos o número de mulheres empreendedoras superar o número de homens empreendedores. Desde 2004, quando se identifica a maior diferença entre a prática empreendedora entre homens e mulheres, os indicadores apresentam resultados equilibrados entre os dois gêneros, conforme Figura 2.

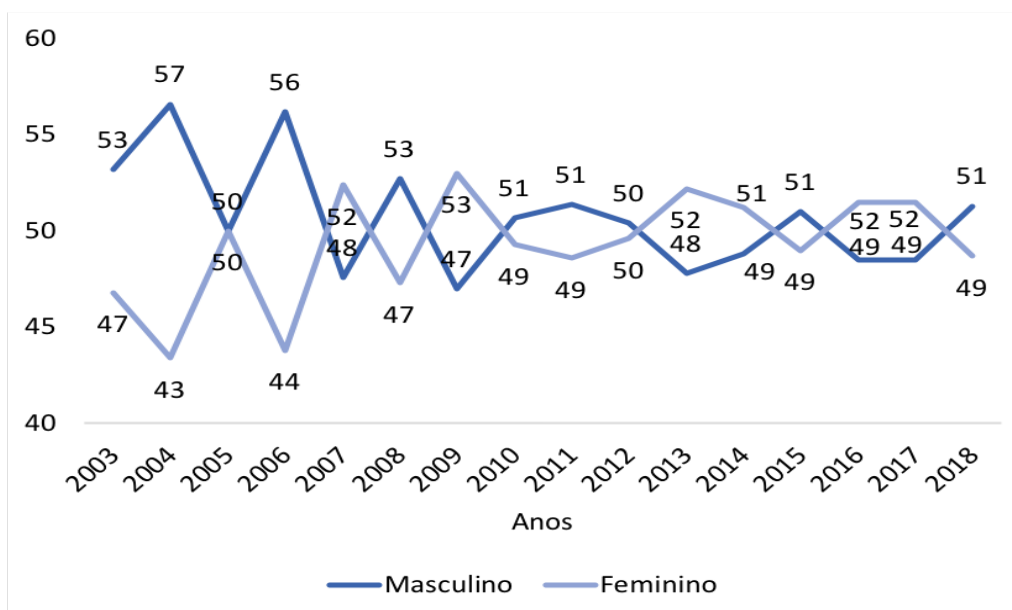


Figura 2. Taxas (em%) de Empreendedorismo Segundo Gênero - Brasil - 2003:2018. Fonte: Relatório GEM 2019

3. Metodologia

Este estudo compreendeu uma pesquisa exploratória cuja coleta foi realizada por meio da aplicação de questionários aos alunos, egressos e matriculados em 2019.1 na disciplina de Gestão de Negócios em Multimídia.

O processo de coleta aconteceu em dois momentos distintos. No primeiro momento, antes mesmo do início do semestre de 2019, os alunos que já haviam cursado a disciplina de gestão de negócios em multimídias receberam um convite, via Internet, para responderem a um questionário online, sobre seu perfil e sobre as competências adquiridas durante o curso. No total, 128 (cento e vinte e oito) ex-alunos foram convidados a participar via Internet da pesquisa, mas apenas 26 (vinte e seis) responderam ao questionário, representando 20,3% dos ex-alunos convidados.

No segundo momento da pesquisa, o questionário foi aplicado de forma impressa para todos os alunos matriculados na disciplina de gestão de negócios em multimídias no semestre de 2019.1. Dos 30 (trinta) alunos matriculados, 25 (vinte e cinco) responderam ao questionário, representando 83,3% dos alunos matriculados.

O instrumento utilizado, de forma online e impressa, dividia-se em 3 (três) partes. Na primeira parte do questionário, o aluno encontrava um convite para participar da pesquisa, de forma espontânea, e o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), solicitando sua autorização para a utilização dos dados durante a pesquisa, garantindo o seu anonimato e preservando suas informações pessoais.

A segunda parte permitiu coletar as informações sobre a idade, gênero, percentual de conclusão do curso, intenção em montar um negócio próprio, experiências empreendedoras adquiridas, formação empreendedora e área de atuação no mundo de sistemas e mídias digitais.

A terceira parte buscou informações sobre o comportamento e atitudes empreen-

dedoras dos participantes. Os indicadores levantados no questionário foram classificados em 3 (três), a partir do modelo proposto Lenzi (2008). Esse modelo foi escolhido, por considerá-lo mais completo e mais parecido com o modelo do Dornelas, já utilizado em outras oportunidades nas aulas de gestão de negócios multimídias. Lenzi (2008) agrupa as principais competências empreendedoras em três conjuntos: Conjunto de Realizações, Conjunto de Planejamento e Conjunto de Poder. A Tabela 1 apresenta os conjuntos e seus principais indicadores.

Tabela 1. Conjuntos de Competências Empreendedoras

CONJUNTO DE REALIZAÇÕES	CONJUNTO DE PLANEJAMENTO	CONJUNTO DE PODER
Busca de oportunidade e iniciativa - BOI	Busca de informações - BDI	Persuasão e rede de contatos - PRC
Correr riscos calculados - CRC	Estabelecimento de metas - EDM	Independência e autoconfiança - IAC
Exigência de qualidade e eficiência - EQE	Planejamento e monitoramento sistemáticos - PMS	
Persistência - PER.		
Comprometimento - COM		

O modelo aplicado é utilizado pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), e também pelo Serviço de Apoio a Pequena Empresa (SEBRAE), para programas de capacitação dos empreendedores, como o Programa para Empresários e Futuros Empreendedores (EMPRETEC).

4. Resultados e Discussões

Entre ex-alunos e alunos matriculados em 2019, foram obtidos 51 cinquenta e um) questionários respondidos que permitiram uma análise do perfil e competências empreendedoras dos alunos da disciplina de Gestão de Negócios Multimídias, antes e após a aprovação na disciplina.

Para responder aos questionamentos levantados no início do artigo os resultados serão apresentados separadamente, começando pela análise da expectativa dos alunos em se tornarem empreendedores, em seguida será apresentada a análise do perfil dos alunos da disciplina de Gestão de Negócios em Multimídias, e por fim, a análise das competências empreendedoras dos alunos que participaram da pesquisa.

4.1. Expectativa dos alunos em se tornarem empreendedores

Para verificar o grau de expectativa dos alunos em se tornarem empreendedores foram analisadas as respostas das seguintes questões:

- Você montou um negócio próprio durante a realização do curso de Sistemas e Mídias Digitais?
- Você montou um negócio próprio após a conclusão do curso de Sistemas e Mídias Digitais?
- Intenção de montar um negócio próprio após a conclusão do Digitais?

Os resultados sobre a intenção de montar o próprio negócio podem ser observados na Figura 3. O gráfico foi construído a partir das respostas positivas, ou seja "SIM", para qualquer uma das três questões listadas. Os alunos que já montaram algum tipo de negócio, durante ou após a conclusão do curso, bem como todos aqueles reponderam que têm a intenção de abrir um negócio próprio no futuro, totalizaram 76%, entre os alunos matriculados, enquanto entre os ex-alunos esse percentual sobe para 81%.

Considerando os objetivos da disciplina de Gestão de Negócios Multimídias, de promover o empreendedorismo dentro do curso de sistemas e mídias digitais, as respostas confirmam o alto grau de expectativa dos alunos para a prática do empreendedorismo após a realização da disciplina.

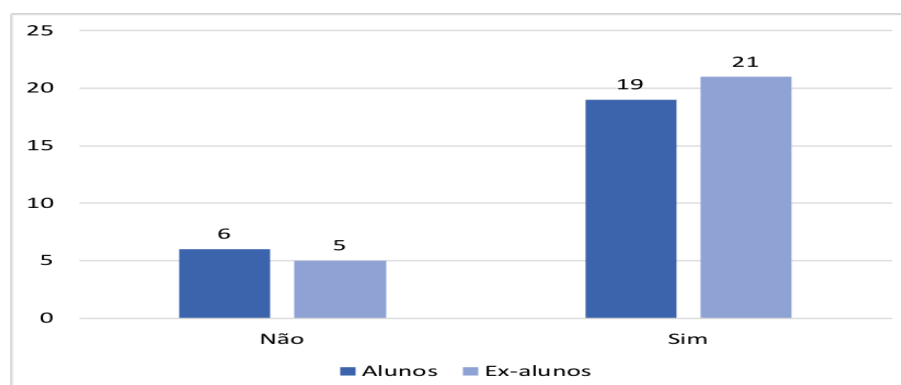


Figura 3. Distribuição dos Alunos e Ex-alunos, Segundo a Intenção de Montar um Negócio Próprio

4.2. Perfil dos Alunos da Disciplina de Gestão de Negócios em Multimídia

Seguindo a estrutura do questionário utilizado na pesquisa a análise do perfil dos alunos considerou questões sobre a faixa etária, gênero, ambiente empresarial e até mesmo uma auto avaliação dos participantes, sempre considerando as respostas de ex-alunos e recém matriculados separadamente.

Observou-se que entre os alunos atualmente matriculados e os ex-alunos da disciplina, a concentração maior está entre alunos com idade até 30 anos, totalizando 20 alunos atualmente matriculados e 23 ex-alunos. A proposta do curso e o nível de graduação justificam essa concentração. Entre os respondentes apenas 6 deles são maiores do que 30 anos, como mostra a Figura 4 .

A presença masculina na disciplina de Gestão de Negócios em Multimídias é marcante tanto entre alunos atualmente matriculados, como entre ex-alunos. A participação feminina alcança os 24% entre os alunos matriculados e 27% entre ex-alunos, enquanto a presença masculina atinge 76% e 73%, respectivamente, como mostram os números absolutos encontrados na Figura 5.

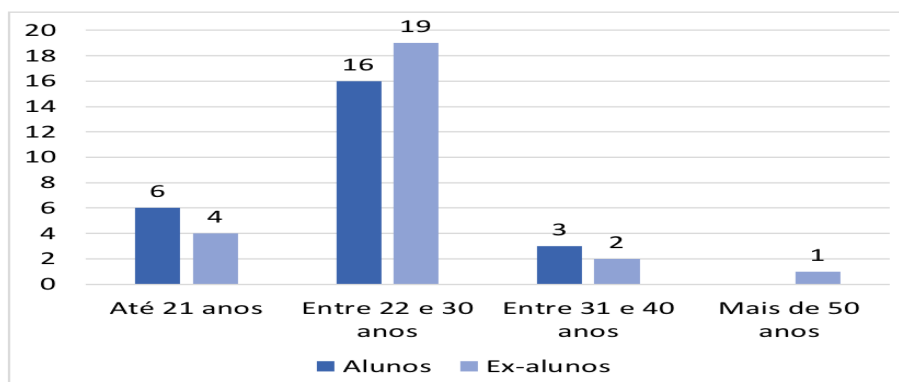


Figura 4. Distribuição dos Alunos e Ex-alunos por Faixa Etária

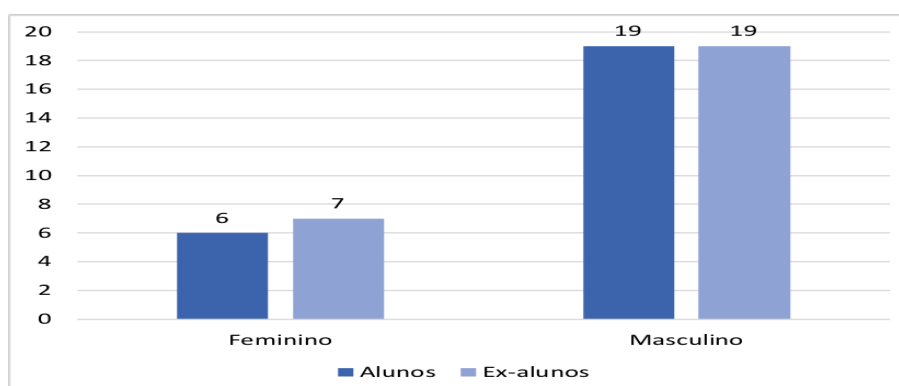


Figura 5. Distribuição dos Alunos e Ex-alunos por Gênero

Os indicadores de gênero e faixa etária são encontrados em todos os relatórios produzidos pelo GEM. No entanto, nada se encontra sobre pais empreendedores e que podem ter influenciado na decisão dos nossos alunos. No questionário aplicado, foi inserida uma questão sobre o assunto: "Seu pai ou sua mãe possui negócio próprio?". Para essa pergunta, os alunos tinham como alternativas de respostas: "Sim e já trabalhei nos negócios da família.", "Sim. Mas nunca trabalhei nos negócios da família" e "Não".

As respostas, encontradas na Figura 6 mostram que 60% e 65% dos alunos e ex-alunos, respectivamente, não têm pais empreendedores. Entre os que têm pais empreendedores, 10 (dez) entre os alunos matriculados e 9 (nove) entre os ex-alunos, percebe-se que um percentual bem maior de ex-alunos, 67%, já trabalhou em negócios da família. Esse número pode refletir a maior idade dos ex-alunos e a experiência adquirida na disciplina de Gestão de Negócios em Multimídia.

Por fim, o questionário sobre o perfil dos alunos da disciplina de Gestão de Negócios em Multimídias abre espaço para uma auto avaliação de cada um dos alunos, com a pergunta: "Você se considera empreendedor?". Os resultados obtidos contribuem para a hipótese de que a disciplina é importante para o desenvolvimento do perfil e competências empreendedoras dos alunos. Os números mostram que os novatos, ou recém matriculados, ainda não se consideram empreendedores, tendo as respostas positivas totalizado apenas 28%, enquanto os que não se consideram empreendedores alcançou a marca de 72%. Entre os ex-alunos, esses números praticamente se invertem, contemplando 62% de

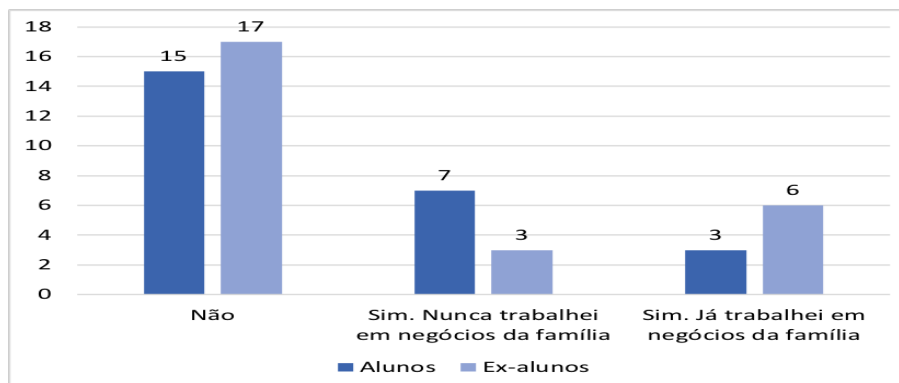


Figura 6. Distribuição dos Alunos e Ex-alunos, Segundo Experiência de Pais Empreendedores

alunos que já se consideram empreendedores e apenas 38% que ainda não se consideram empreendedores, como observado na Figura 7.

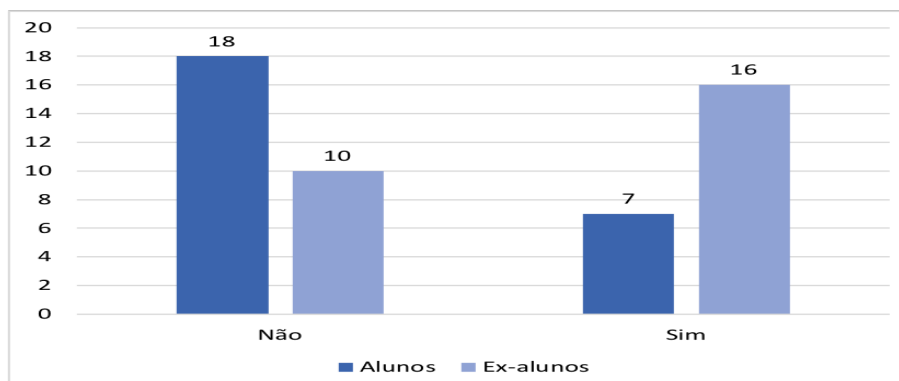


Figura 7. Distribuição dos Alunos e Ex-alunos, Segundo Auto Avaliação do Perfil Empreendedor

4.3. Competência Empreendedora dos Alunos da Disciplina de Gestão de Negócios em Multimídia

Para identificar as competências empreendedoras dos alunos do curso de Sistemas e Mídias Digitais, o questionário aplicado apresentou questões específicas sobre cada um dos conjuntos de competências propostos por Lenzi (2008). A tabela 2, mostra as questões aplicadas para compor os indicadores de cada um dos conjuntos de competências.

Para compor o indicador de cada uma das dez competências verificadas pelo modelo, os entrevistados responderam blocos de três questões, onde poderiam indicar o quanto a competência estava presente em suas ações, atribuindo 1 para “Nunca”, 2 para “Raramente”, 3 para “Algumas Vezes”, 4 para “Quase Sempre” e 5 para “Sempre”.

A soma das três respostas associadas a cada uma das competências poderiam ter resultados entre 3 (três), caracterizando a total falta da competência avaliada e 15 (quinze) pontos, para as competências sobre as quais o entrevistado tinha completo domínio.

Portanto, inicialmente, buscou-se identificar o número de ex-alunos com resultados entre 12 e 15 pontos, em cada uma das competências, pois tal pontuação representava

Tabela 2. Questões aplicadas para a composição dos conjuntos de competências empreendedoras

Busca de Oportunidades e Iniciativa (BOI)
Reconhece nas atividades diárias aquelas que representam oportunidades de negócio?
Considera problemas ou necessidades dos clientes potenciais fontes de oportunidade?
Percebe oportunidade nas mudanças tecnológicas e do mercado multimídia?
Correr Riscos Calculados (CRC)
Planeja suas ações de forma cuidadosa para minimizar os riscos?
Administra conflitos e incertezas a partir da análise das situações de risco?
Predisposto a correr riscos calculados, em busca de melhores condições sócio econômicas?
Exigência de Qualidade e Eficiência (EQE)
Valoriza e busca conhecimento para alcançar a qualidade e eficiência?
Aperfeiçoa métodos e procedimentos, para otimização dos recursos disponíveis?
Cumprir os prazos, garantindo a manutenção do padrão de qualidade desejado?
Persistência (PER)
Executa os planos desenvolvidos, solucionando problemas e superando obstáculos?
Enfrenta dificuldades para alcançar seus objetivos?
Mantém o foco, a energia e a motivação compatíveis com o que deseja alcançar?
Comprometimento (COM)
Conclui todas as atividades que inicia?
Auxilia a equipe de trabalho para o sucesso coletivo?
Atento ao mercado e às necessidades dos clientes?
Busca de informação (BDI)
Considera a informação indispensável para a tomada de decisão?
Utiliza fontes de informações confiáveis e relevantes para seu sucesso profissional?
Troca informações com equipe e especialistas para alcançar seus objetivos?
Estabelecimento de Metas (EDM)
Define metas claras, específicas e mensuráveis?
Compartilha as metas com equipe de trabalho?
Trabalha com determinação para alcançar as metas?
Planejamento e Monitoramento Sistemáticos (PMS)
Elabora planejamentos de curto e longo prazo para alcançar suas metas e objetivos?
Monitora sistematicamente os planos realizados?
Registra resultados e dificuldades enfrentadas para melhoria dos planos futuros?
Persuasão e Rede de Contatos (PRC)
Capacidade de influenciar pessoas para transformar ideias em realizações?
Agrega pessoas que podem complementar suas habilidades e competências?
Comunicativo e gosta de cativar pessoas ampliando sua rede de relacionamentos?
Independência e Autoconfiança (IAC)
Confia nas suas ideias e se dedica para realizá-las?
Toma decisões que impactam em mudanças de regras?
Está sempre pronto e disposto a enfrentar mudanças?

o domínio da competência pelo aluno em um nível acima da média.

A Tabela 3 mostra o resultado da distribuição do número de ex-alunos, por competência empreendedora, segundo suas pontuações individuais.

Tabela 3. Distribuição do Número de Ex-alunos, por Competência Empreendedora, Segundo suas Pontuações Individuais

Pontuação	Distribuição das Competências - Ex-alunos									
	BOI	CRC	EQE	PER	COM	BDI	EDM	PMS	PRC	IAC
1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1
7	0	1	0	0	0	0	0	2	3	1
8	0	1	0	0	0	0	0	2	1	2
9	1	2	0	2	1	2	3	4	1	1
10	2	4	1	2	4	3	1	1	2	2
11	4	6	3	3	3	1	2	4	6	3
12	7	3	6	5	5	3	6	1	3	4
13	6	3	4	7	6	4	4	6	1	2
14	3	5	8	4	5	6	6	1	3	5
15	3	1	4	3	2	7	3	4	6	5
Total	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26

A partir das informações encontradas na Tabela 3, percebe-se que três competências merecem atenção, pois são aquelas que apresentam os menores números de respostas entre 12 e 15 pontos. Encontram-se nessa situação as competências Correr Riscos Calculados (CRC), Planejamento e Monitoramento Sistemáticos (PMS) e Persuasão e Rede de Contatos (PRC).

Apenas 12 (doze) alunos alcançaram pontuação entre 12 e 15 na competência CRC, representando 46% dos entrevistados. Na competência PMS, os resultados foram equivalentes, com 46% dos entrevistados atingindo a pontuação entre 12 e 15. Os resultados referentes a competência PRC estão no limite, pois 50% dos respondentes atingiu pontuação superior a 12.

As competências Busca de Oportunidade e Iniciativa (BOI), Persistência (PER), Comprometimento (COM), Busca de Informação (BDI), Estabelecimento de Metas (EDM) e Independência e Autoconfiança (IAC) apresentaram resultados acima da média, com percentuais de respostas que variam entre 62% (IAC) e 77% (BDI).

O melhor resultado, entre os ex-alunos da disciplina, foi identificado na competência Exigência de Qualidade e Eficiência (EQE), onde 85% dos entrevistados atingiram pontuação entre 12 e 15 pontos.

Diferente dos dados analisados anteriormente, referente às competências de alunos que já concluíram a disciplina, alguns dos quais já estão no mercado de trabalho, são

mais experientes e já se auto avaliam empreendedores, a Tabela 4 apresenta os resultados dos questionários aplicados no primeiro dia de aula da turma de Gestão de Negócios em Multimídia em 2019.1.

Tabela 4. Distribuição do Número de Alunos Matriculados em 2019.1, por Competência Empreendedora, Segundo suas Pontuações Individuais

Pontuação	Distribuição das Competências - Alunos Matriculados									
	BOI	CRC	EQE	PER	COM	BDI	EDM	PMS	PRC	IAC
1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
4	0	0	0	0	0	0	1	3	0	0
5	0	1	0	0	1	0	2	1	1	0
6	3	0	0	0	2	1	0	1	2	1
7	2	2	1	1	1	0	0	2	0	0
8	2	4	2	2	0	0	3	3	3	1
9	1	2	1	2	2	3	0	6	1	6
10	2	5	1	6	6	2	6	0	6	6
11	6	3	4	1	2	2	3	1	1	2
12	1	4	6	4	5	4	2	2	4	1
13	4	2	5	3	2	2	3	4	4	5
14	1	0	1	4	3	6	4	1	2	1
15	2	2	4	2	1	5	1	1	1	1
Total	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25

A Tabela 4 reflete o estágio inicial em que se encontram os alunos recém-chegados à disciplina de Gestão de negócios em Multimídia. Das 10 (dez) competências avaliadas, apenas 3 (três) delas apresentam número de repostas entre a faixa de 12 e 15, acima de 50%. As competências Busca de Informação (BDI), Persistência (PER) e Exigência de Qualidade e Eficiência (EQE) apresentaram como resultado o número de 17 repostas (68%), 13 repostas (52%) e 16 repostas (64%), respectivamente.

As demais competências apresentaram repostas que podem ser observadas de forma amplamente distribuída na Tabela 4, com resultados que variam entre 3 e 11 pontos. As competências com menores resultados foram Busca de Oportunidade e Iniciativa (BOI), Correr Risco Calculados (CRC), Independência e Autoconfiança (IAC) e Planejamento e Monitoramento Sistemáticos (PMS), com apenas 32% dos entrevistados passando a marca de 12 pontos.

Na sequência encontram-se Estabelecimento de Metas (EDM), com 40% das repostas acima de 12 pontos, e Comprometimento (COM) e Persuasão e Rede de Contatos (PRC), atingindo a marca de 44% dos entrevistados pontuando acima da média.

Os resultados encontrados nas Tabelas 3 e 4 refletem a diferença entre os dois grupos submetidos à pesquisa. Enquanto os alunos mais antigos, que já concluíram a disciplina apresentam mais domínio das competências empreendedoras, os alunos recém-matriculados ainda demonstram que necessitam de assistência ou orientação para alcançar melhores resultados.

5. Considerações Finais

Os dados coletados no decorrer da pesquisa permitiram alcançar os objetivos deste trabalho, que contemplavam as expectativas, o perfil e as competências empreendedoras dos alunos do curso de sistemas e mídias digitais, que já cursaram ou que estão matriculados na disciplina de gestão de negócios em multimídia.

A partir dos conceitos apresentados pelos estudiosos do empreendedorismo e das competências empreendedoras foi possível identificar um conjunto de atitudes e competências indispensáveis para o sucesso desses alunos, em um momento em que a prática do empreendedorismo, no Brasil e no mundo, encontra-se em ascensão.

Os resultados mostraram que os alunos participantes da pesquisa são em sua maioria jovens, entre 22 e 30 anos, predominantemente do sexo masculino e têm intenção de montar seu próprio negócio. Os números também mostram que aqueles que já cursaram a disciplina de Gestão de Negócios em Multimídias ficaram mais à vontade para se auto avaliarem como empreendedores, enquanto os recém matriculados ainda não se sentiram confiantes o suficiente para assim se auto declararem.

Em relação às competências empreendedoras analisadas observa-se a diferença entre os resultados obtidos por alunos e ex-alunos. As competências que apresentaram as maiores diferenças entre os dois grupos foram Busca de Oportunidade e Iniciativa (BOI), com 73% dos ex-alunos atingindo as pontuações mais altas, contra 32% dos novos alunos, e Estabelecimento de Metas (EDM), com 73% dos ex-alunos alcançando marcas superiores a 12 pontos, enquanto os novos alunos chegaram à marca de 40%.

As informações coletadas durante a pesquisa podem ajudar os professores da Disciplina de Gestão de Negócios em Multimídias, bem como os demais professores do curso, a desenvolverem uma metodologia de ensino inovadora, transversal, adaptada ao contexto, cada vez mais dinâmico vivenciado pelos alunos do curso. A metodologia escolhida deve motivar ainda mais o aluno a se lançar no mercado de sistemas e mídias digitais como um empreendedor, aproveitando cada uma das oportunidades que se apresentam, correndo riscos de forma calculada, trabalhando sempre em busca da qualidade e da eficiência, com persistência, comprometimento, informações precisas, metas claras, planejamento, independência e autoconfiança.

Referências

- Bosma, N. and Kelley, D. (2019). Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019 Global Report. Global Entrepreneurship Research Association (GERA).
- Bygrave, W. and Zacharakis, A. (2004). The portable MBA in entrepreneurship. John Wiley & Sons.
- Cantillon, R. (1950). Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general. Fondo de cultura económica México.
- Dolabela, F. (2012). O segredo de Luísa: uma idéia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa. Sextante.
- Dornelas, J. C. A. (2008). Empreendedorismo. Elsevier Brasil.
- Filion, L.-J. and Dolabela, F. (2000). Boa ideia! e agora?: plano de negócio, o caminho seguro para criar e gerenciar sua empresa. Cultura Editores Associados.
- Lenzi, F. C. (2008). Os empreendedores corporativos nas empresas de grande porte dos setores mecânico, metalúrgico e de material elétrico/comunicação em Santa Catarina:

- um estudo da associação entre tipos psicológicos e competências empreendedoras reconhecidas. PhD thesis, Universidade de São Paulo.
- Lopes, R. M. A. (2010). Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas. Elsevier.
- Lopes, R. M. A. (2017). Ensino de empreendedorismo no Brasil: panorama, tendências e melhores práticas. Alta Books Editora.
- Nôr, B. (2016). 20 Competências Essenciais para você ser um bom líder. Revista Você S.A *Marco de 2016*, 22–33.
- Salim, Cesar; Silva, N. (2013). Introdução ao empreendedorismo: despertando a atitude empreendedora, vol. 2,. Elsevier Brasil.
- Say, J.-B. (1983). Tratado de economia política. Abril Cultural.
- Schumpeter, J. A. (1997). Teoria do desenvolvimento econômico: Uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. Abril Cultural.
- Schwab, K.; Miranda, D. (2016). A Quarta Revolucao Industrial. EDIPRO.
- SMD (2013). Projeto Pedagogico do curso SMD - UFC. UFC.
- Timmons, J. (1989). The Entrepreneurial Mind: Winning Strategies for Starting. Renewing, and Harvesting New and Existing Ventures, Brick House, Andover, MA.