



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO

CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E ECONÔMICAS – CCJE

FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIA CONTÁBEIS – FACC

André Machado Delort

**A PERCEÇÃO DOS ALUNOS RECÉM-FORMADOS DE GRADUAÇÃO DO
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS DA UFRJ SOBRE A CAPACIDADE
DE OS CONTEÚDOS ENSINADOS DURANTE O CURSO INCENTIVAREM O
EMPREENDEDORISMO E INTRODUIREM OS DISCENTES NO MERCADO DE
TRABALHO VOLTADO PARA STARTUPS**

Rio de Janeiro – RJ

2022

André Machado Delort

**A PERCEPÇÃO DOS ALUNOS RECÉM-FORMADOS DE GRADUAÇÃO DO
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS DA UFRJ SOBRE A CAPACIDADE
DE OS CONTEÚDOS ENSINADOS DURANTE O CURSO INCENTIVAREM O
EMPREENDEDORISMO E INTRODUIREM OS DISCENTES NO MERCADO DE
TRABALHO VOLTADO PARA STARTUPS**

Projeto de monografia apresentado como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Administração pela Faculdade de Administração e Ciências Contábeis da Universidade Federal do Rio de Janeiro (FACC/UFRJ).

Orientador (a): Carlos Navarro Fontanillas

Rio de Janeiro – RJ

2022

RESUMO

A presente pesquisa tem como objetivo analisar a percepção dos alunos recém-formados do curso de Administração da UFRJ no que concerne os limites, potencialidades, alcance e impacto das informações referentes às *startups* e o que foi estudado dentro da graduação. As escolas de administração ficam esperando orientações convencionadas como um eco de décadas passadas. E nesse sentido é pouco capaz de acompanhar as rápidas mudanças do mercado. Esse estudo tem como motivação entender até que ponto os alunos do curso de administração da UFRJ estão sendo preparados para a rapidez com que o mercado vem mudando por conta das novas tecnologias, das redes sociais, e dos negócios digitais. Após as entrevistas, percebe-se que esse é um assunto abordado de maneira pouco usual e que os alunos se sentem despreparados ao chegarem no mercado de trabalho e verem que a teoria estudada na graduação é obsoleta se comparada a atual realidade do mercado de trabalho.

Palavras-chave: Administração. Graduação. Recém-formados. *Startups*.

Obs: a regência verbal exige complemento indireto.

Sumário

1	INTRODUÇÃO.....	4
1.1	Formulação do problema de pesquisa	5
1.2	Objetivos.....	5
1.1.1.	<i>Objetivo Geral</i>	5
1.1.2.	<i>Objetivos Específicos</i>	5
1.3	Justificativa	6
2	REFERENCIAL TEÓRICO	8
2.1	Startups e suas metodologias	8
2.2	Empreendedorismo e start-ups	9
2.3	Diretrizes Curriculares do Curso de Administração no Brasil.....	10
3	METODOLOGIA.....	12
3.1	Limitações metodológicas	14
4	RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	15
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	23
	REFERÊNCIAS	24
	APÊNDICE A.....	27

1 INTRODUÇÃO

A presente pesquisa tem como objetivo analisar a percepção dos alunos recém-formados do curso de Administração da UFRJ no que tange os limites, potencialidades, e impacto das informações referentes às *startups* e o que foi apresentado dentro da graduação.

Segundo o Sebrae (2022), o termo *startup* (empresa emergente, em inglês) surgiu no Brasil entre os anos 1996 e 2001.

De acordo com Ries (2012, p. 24), *startup* é “uma instituição humana projetada para criar produtos e serviços sob condições de extrema incerteza”.

Para a Associação Brasileira de *Startups* (2017), uma *startup* também possui como característica a agilidade e a capacidade de ganho de escala, com facilidade de replicação de seus produtos ou serviços. Esse movimento acontece através do uso de tecnologias e inovação. Com estrutura enxuta e um ambiente incerto em seu início, demanda alta flexibilidade e agilidade de adaptação.

O mercado indica crescimento, apenas no primeiro semestre de 2021 foram investidos no mercado de *Venture Capital* cerca de US\$5,2 Bilhões (SALLES-FILHO; ALBERGONI, 2021). Essa evolução do conceito de empreendedorismo mundial promove uma diferente relação entre as comprovadas técnicas para administrar empresas e o mercado de incertezas e agilidade que o modelo de *startup* sugere (RIES, 2012, p. 8).

Desta forma, esse pode ser um destino para os estudantes e formandos do curso de administração da UFRJ, seja empreendendo e criando as suas próprias *startups*, seja participando de uma como estagiário ou efetivo em alguma função administrativa.

Ries (2012), compartilha em seu livro *Lean Startup* uma metodologia ágil para criação de *startups*, utilizando ciclos rápidos de aprendizagem, em que mudanças no direcionamento e na estratégia da empresa possam acontecer constantemente para haja um crescimento acelerado. Essa metodologia vem na contramão dos planos de negócio tradicionais em que uma análise minuciosa do mercado é realizada até que o produto chegue ao consumidor. Ries (2012) propõem que, em um mercado tecnológico e de incerteza, é necessário criar um mínimo produto viável e a partir desse produto alcançar um ciclo de aprendizagem que modifica esse produto até chegar em sua melhor versão para que possa ganhar escala.

Por conta desse tipo de metodologia que permite a criação de um produto com um baixo custo inicial e grande potencial de ganho de escala, podemos deduzir que muitos alunos do curso de administração da UFRJ optem também por empreender nesse mercado. Nesse contexto

se faz necessário avaliar se os alunos recém-formados no curso de administração de empresas da UFRJ, se sentem preparados para empreender.

1.1 Formulação do problema de pesquisa

Tomando como base que muitas *startups* utilizam metodologias ágeis de crescimento, pautadas principalmente em livros recentes como *Desing Thinking* (BROWN, 2008), *Lean startup* (RIES, 2012), *Business Model Generation* (OSTERWALDER; PIGNEUR, 2010), e no geral, “A formação em Administração brasileira parece ter parado no tempo, esperando orientações que sempre chegam como um eco de décadas passadas” (BOAVENTURA *et al.*, 2018 p. 24), esse projeto vai se pautar no seguinte problema de pesquisa: **qual é a percepção dos discentes recém-formados sobre a capacidade de os conteúdos ensinados durante a graduação em administração a fim de introduzi-los no mercado de trabalho voltado para as *startups*, seja como colaboradores ou empreendendo na área?**

1.2 Objetivos

1.1.1. *Objetivo Geral*

Nesta pesquisa o objetivo geral pretende-se analisar a percepção dos alunos recém-formados de graduação do curso de administração de empresas da UFRJ em relação à capacidade de os conteúdos ensinados durante a graduação introduzirem os discentes no mercado de trabalho voltado para *startups*.

1.1.2. *Objetivos Específicos*

- Buscar na literatura as metodologias que são utilizadas em *startups* ou em modelos inovadores;
- Verificar como essas metodologias são abordadas no curso de administração da UFRJ;
- Descrever quais foram as áreas trabalhadas e as bases teóricas utilizadas durante a graduação, baseando-se na grade curricular;

- Analisar a percepção dos discentes de administração frente às novas demandas do mercado e os conteúdos abordados no curso;
- Analisar a percepção dos discentes de administração aos conteúdos sobre empreendedorismo abordados no curso.

1.3 Justificativa

Esse estudo tem como motivação entender até que ponto os alunos recém-formados no curso de administração da UFRJ estão sendo preparados para a rapidez com que o mercado vem mudando por conta das novas tecnologias, das redes sociais, e dos negócios digitais. O objetivo é entender se, na percepção dos discentes recém-formados e que estão inseridos no mercado de trabalho, o conteúdo teórico do curso de administração da UFRJ contempla as metodologias e ferramentas utilizadas em *startups* e aborda de forma satisfatória a temática do empreendedorismo.

Observou-se por meio da análise de suas ementas, que as escolas de Administração do Brasil apresentam disciplinas com um foco basicamente teórico. O ensino, dessa forma, desliga-se da prática e ocasiona a já conhecida disfunção que rivaliza os conhecimentos teóricos e empíricos. (Boaventura *et al.* 2017, p. 21)

Sabemos que, no geral, a maioria dos jovens ingressa na universidade com o objetivo de entrar no mercado de trabalho, porém, isso pode ser extremamente desafiador tomando como base o número de matrículas anuais e a competitividade que isso pode representar. De acordo com Censo do INEP (2020) o curso de administração é o segundo mais procurado do Brasil contando com um total de 626.813 matrículas.

Segundo o relatório *Wrapped Brazillian Startup* (2021) elaborado pela plataforma Sling, as *startups* brasileiras contrataram mais de 100 mil pessoas em 2021, o mesmo estudo traz outro número relevante para esse mercado, em 2021 houve um aumento de 200% no volume aportado em *Startups* brasileiras. Uma análise realizada pela revista *Forbes* (2021) aponta que parte desse sucesso se deve a diferença cambial entre real e dólar, o real desvalorizado torna as *Startups* brasileiras interessantes para os investimentos de fundos globais.

Dentro desse cenário vemos também o crescimento de “unicórnios” brasileiros, esse termo foi criado pela investidora Aileen Lee para definir *startups* que são avaliadas em pelo menos 1 bilhão de dólares. Segundo a *Startup Base* (2022) atualmente o Brasil se classifica entre os 10 países com o maior número de *startups* “unicórnios” com uma relação de 16 *startups* avaliadas acima de 1 bilhão de dólares.

O curso de Administração da UFRJ sempre foi responsável por empregar seus alunos em grandes empresas nacionais e multinacionais consolidadas, porém com base nos números apresentados, podemos concluir que cada vez mais essas *startups* poderão ser o destino dos alunos de administração de empresas da UFRJ ao entrarem no mercado de trabalho. Tendo em vista essa tendência, o presente estudo busca analisar, por meio de pesquisa, se o curso de administração está preparando os seus alunos para as particularidades desse mercado.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Startups e suas metodologias

Para Ries (2012) podemos definir *startup* como “uma instituição humana projetada para criar novos produtos e serviços sob condições de extrema incerteza”.

Também podemos definir o termo como “uma catalisadora que transforma ideias em produtos. Sua descrição está intimamente ligada com o conceito de empresas nascentes que estão à procura de mercado para seu produto inovador, inseridas em um contexto incerto”. (Torres *et al.* 2014 p. 448)

Existem muitas definições possíveis para uma *Startup*, mas alguns conceitos são comuns na definição dessas empresas, são empresas inovadoras, que atuam em um mercado de incerteza e tem um modelo de negócio escalável.

Nesse cenário de incerteza o professor Shikhar Ghosh da *Harvard Business School* realizou um levantamento com mais de 2000 *startups*, entre 2004 e 2010, e chegou a conclusão de que 75% da *startups* vão a falência (Ghosh, 2012). O autor ainda destaca que o fracasso é algo de vital importância no ecossistema de *startups*, diferente do mercado tradicional *startups* não tem muito tempo e dinheiro, ou seja, elas ainda não têm reconhecimento de marca, orçamento de marketing nem condições de realizar pesquisa de mercado.

A incerteza fez com novas metodologias fossem criadas para diminuir o número de fracasso dessas novas empresas.

De acordo com a fórmula de décadas, você escreve um plano de negócios, apresenta-o aos investidores, monta uma equipe, apresenta um produto e começa a vender o máximo que puder. E em algum lugar nessa sequência de eventos, você provavelmente sofrerá um revés fatal. (Steve Blank, 2013 p.1)

Para Blank (2013) a metodologia “*Startup enxuta*” de Eric Ries é uma divisor de águas para tornar o processo de abertura de uma *Startup* menos arriscado. A metodologia criada por Ries é baseada na “Manufatura enxuta” que foi desenvolvida nos anos 80 pelos japoneses, e na metodologia de “*customer development*”, desenvolvida pelo próprio Steve Blank. Essa metodologia concentra-se na experimentação e feedback dos clientes, pois ajuda as *startups* a desenvolverem produtos e serviços inovadores em uma relação estreita com eles. (Torres *et al.* 2014 p. 448)

Resumindo, “A diferença crítica é que, enquanto as empresas existentes executam um modelo de negócios, as *startups* procuram um.” (Blank, 2013 p.1).

Um grande difusor dessas novas metodologias são as aceleradoras, e incubadoras. Nas últimas décadas esses ambientes de pesquisa, através do fornecimento de espaço físico e recursos básicos, iniciariam um movimento de apoio ao empreendedor e a partir dessa iniciativa, surgiu e cresceu o movimento de aceleradoras. Para Carneiro (2017), aceleradoras são modelos de desenvolvimento de *startups* mais recentes e têm se espalhado pelo mundo nos últimos anos.

Para Pawels e Wright (2016) o principal objetivo de uma aceleradora profissional é suportar uma ideia de negócio no seu estágio inicial, ajudando o empreendedor a desenvolvê-la a partir de mentoria, buscando parcerias estratégicas e fornecendo aporte financeiro em troca de uma participação societária. Já Cohen e Hochberg (2014) consideram as aceleradoras ou programas de aceleração, as organizações que combinam serviços distintos (difíceis e caros para um pequeno empresário obter) e investidores, resultando numa provável redução de custos para os empreendedores terem um aumento potencial de alavancagem das *startups* via *venture capital*.

As aceleradoras profissionais são empresas de consultoria que precisam atingir taxas de sucesso superiores às taxas de insucesso. Aceleradoras e empreendedores têm em comum nas suas atividades o fato de serem dois agentes tomadores de risco. (Beltrami; Verschoore, 2021, p. 5)

2.2 Empreendedorismo e start-ups

“Segundo historiadores econômicos, as primeiras proposições sobre o empreendedor surgiram na França, no século XVIII. “(Vale, 2014 p.876)

O mesmo autor ainda destaca em seu estudo “Empreendedor: Origens, Concepções Teóricas, Dispersão e Integração” que o termo empreender deriva da palavra francesa *entrepreneur* e tem como significado “aquele que empreende alguma coisa”.

Segundo o Sebrae (2013), um “empreendedor” é aquele que começa algo novo, vê oportunidades onde ninguém mais as vê e as percebe antecipadamente, deixando parte do sonho e do desejo de agir.

O Sebrae (2013) destaca ainda que para atingir a visão do empreendedorismo, é preciso atuar de uma forma nova de ideias, congruência, criatividade e, principalmente, inovação.

Podemos analisar que empreender está diretamente ligado a administração, para começar um negócio de sucesso é necessário conhecer conceitos administrativos.

Para Dornelas (2005) há alguns anos seria uma loucura para um jovem recém-formado se aventurar na criação de um negócio, já que o sonho de um emprego estável em uma grande empresa ou a estabilidade de um concurso público eram muito convidativos. Porém essa realidade vem mudando, e atualmente a tecnologia é uma ferramenta importante para tirar ideias inovadoras do papel, e o poder de escalabilidade pode elevar rapidamente o patamar de um negócio e torná-lo grandioso em um curto espaço de tempo.

As *startups* são exemplos dessa nova realidade por serem empresas que geralmente contam com um baixo investimento inicial e um grande poder de escalabilidade em um curto espaço de tempo.

Um estudo desenvolvido por Alvaro (2015) mostrou diversos relatos de grades curriculares das universidades, principalmente da Europa, EUA e China, que têm buscado promover o empreendedorismo e a inovação nessas universidades, no intuito de ajudar a preparar seus alunos para o mercado.

No geral a realidade brasileira é diferente das citadas acima, “as instituições de ensino continuam, em sua maioria, formando empregados” (Vieira *et al.* p. 95)

Diante disso, esse estudo busca também identificar se a realidade do curso de administração de empresas da UFRJ vai de encontro aos estudos referenciados, ou se os discentes recém-formados consideram que o ensino do empreendedorismo foi satisfatório.

2.3 Diretrizes Curriculares do Curso de Administração no Brasil

Quando mencionar o curso coloque com letra maiúscula. Eu já troquei.

Em 1965 foram definidos os deveres e prerrogativas do profissional em Administração, estipulados pela lei federal 4.769/65 e no ano de 1966 foi implantado o currículo mínimo de graduação em Administração de empresas (CONSELHO FEDERAL DE ADMINISTRAÇÃO, 2021).

Historicamente, o ensino de Administração no Brasil passou por dois momentos marcados pelos currículos mínimos aprovados em 1966 e 1993, culminando com a apresentação da proposta de diretrizes curriculares para os cursos de graduação em Administração elaboradas pelos autores em 1998, quando eram membros da Comissão de Especialistas de Ensino de Administração da SESu/MEC. (Conselho Federal de Administração, 2021)

O curso de Administração pertence à área de Ciências Sociais Aplicadas, com habilitação em Administração de empresas, com duração de 8 semestres, carga horária de 2790 horas/aula entre estudos teóricos e práticos e estudos independentes. Autorizado pelo Parecer 13/98 - CLR/Consun, de 18 de novembro de 1998. Resolução nº. 9/98 - Consun, 20 de

novembro de 1998 e reconhecido pelo Decreto nº 9/98. 3 971/02 - MEC, 30 de dezembro de 2002, quando avaliação do corpo docente e instalações.

No dia 13 de outubro de 2021, o Presidente da Câmara de Educação Superior do Conselho Nacional de Educação, homologou o parecer CES/CNE nº438/2020, que dispõe sobre as novas diretrizes curriculares nacionais (DCN). Esse parecer torna mais flexíveis os cursos de Administração e a elaboração de seus currículos, com objetivo de atender às dinâmicas do mercado e aos novos conhecimentos existentes, fornecendo ao aluno as competências necessárias para inserir-se no mercado de trabalho.

Mesmo com a flexibilidade sugerida pelas diretrizes mais recentes, a estrutura do conteúdo ofertado pelas escolas de Administração ainda possui uma forte influência do currículo mínimo e de toda a sua carga histórica. (BOAVENTURA *et al.*, 2017, p. 10)

3 METODOLOGIA

Este capítulo abordará as estratégias utilizadas para a construção da pesquisa, apresentando o método, a classificação e a técnica de pesquisa escolhidos, o instrumento de pesquisa e os procedimentos de coleta e análise dos dados.

A pesquisa realizada que fundamentou o levantamento teórico teve como objetivo caracterizar o conceito das *startups* e suas metodologias através de um mapeamento no Portal de Periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), sem distinção de tempo, para buscar o maior número possível de artigos e depois ir filtrando após leitura dos resumos de cada um e utilizando as palavras-chave referidas abaixo e os conectores para filtrar os assuntos.

Para selecionar os estudos, os seguintes critérios de inclusão foram adotados: artigos disponíveis sobre a temática, publicados entre janeiro de 2000 e janeiro de 2021, na língua portuguesa e inglesa. Os critérios de exclusão se referem aos estudos publicados em anos anteriores a 2000 e repetidos em mais de uma base de dados, de modo a serem contabilizados apenas uma vez.

Após a realização do cruzamento “Modelos Inovadores” e “Administração” feito houve um retorno de 142 artigos, e após leitura dos resumos foram selecionados os seguintes artigos constantes do Quadro 1.

Quadro 1: Artigos selecionados na base CAPES.

Souza <i>et al.</i>	2019	Revista de Administração contabilidade e economia (Fundace)	Uma análise comparativa da capacidade absorvitiva das <i>born globals</i> de pequeno e médio porte atuantes em parques tecnológicos, incubadoras e aceleradoras da região sudeste	CAPES
---------------------	------	---	---	-------

Beltrami e Verschoore	2021	Teoria e prática em Administração (TPA)	O papel das Aceleradoras na Evolução das Startup	CAPES
Silva <i>et al.</i>	2018	Revista de Administração contemporânea (RAC)	Os papéis dos agentes de suporte a empresas de base tecnológica	CAPES

Fonte: Produzido pelo autor.

Os demais artigos, e livros, levantados foram selecionados a partir da leitura dos artigos mencionados nos Quadros 1. Para tal, foi utilizada a técnica de amostragem em bola de neve, que utiliza cadeias de referências para o levantamento bibliográfico.

Após o levantamento bibliográfico foi realizada uma pesquisa tipo *survey*, exploratória com abordagem predominantemente qualitativa com objetivo de entender se, na percepção dos discentes recém-formados e que estão inseridos no mercado de trabalho, o conteúdo teórico do curso de Administração da UFRJ contempla as metodologias e ferramentas utilizadas em *startups* e aborda de forma satisfatória a temática do empreendedorismo. Para isso foi realizada uma pesquisa híbrida com a combinação de métodos qualitativos e quantitativos com o objetivo de uma melhor compreensão dos resultados.

A pesquisa qualitativa, que tem como objetivo compreender a situação que está sendo investigada do ponto de vista do participante, e não da perspectiva do pesquisador (GIL, 2002), foi realizada em entrevistas individuais semiestruturadas, pois, como disse Zanelli (2002), o objetivo principal das entrevistas é entender o que as pessoas aprenderam e as suas percepções dos acontecimentos do seu mundo, e com a entrevista o pesquisador consegue que os objetivos da pesquisa possam ser alcançados.

O público-alvo da pesquisa foram os discentes do curso de Administração da FAAC que tenham se formado há no máximo 5 anos. Foram realizadas 6 entrevistas e a seleção dos participantes foi realizada em um grupo de ex-alunos em um aplicativo de mensagem.

A coleta de dados foi composta por entrevistas semiestruturadas, na forma de um

questionário, cujo roteiro foi elaborado e consta no apêndice do presente estudo, porém a coleta de dados não ficou restrita apenas às perguntas, pois como aponta Zanelli (2002) aprofundar o relacionamento é prioritário, de modo a abordar os participantes de maneira sensível e buscar todos os tipos de informações sobre o objetivo e o conteúdo da pesquisa.

As entrevistas foram realizadas individualmente e por vídeo conferência previamente agendada com os entrevistados. A realização de entrevistas semiestruturadas mostra-se uma valiosa ferramenta de pesquisa. Isto permite respostas detalhadas dos participantes, e proporciona ao pesquisador a adaptabilidade para esclarecer ou ampliar certas respostas, ou para alterar a ordem de perguntas, se necessário (ZANELLI, 2002).

Posteriormente foi realizada uma pesquisa quantitativa utilizando a escala *Likert*, uma escala psicométrica que pretende analisar o nível de concordância ou discordância de uma declaração. Utilizou-se uma escala de 5 pontos em que 1 representa que o entrevistado discorda 100% com a afirmação e 5 concorda totalmente. A pesquisa foi divulgada em grupos, de um aplicativo de conversa, formados por ex alunos de Administração da UFRJ, e teve como objetivo complementar os resultados da pesquisa qualitativa.

A análise das entrevistas foi feita de modo a compreender os dados coletados de acordo com a percepção dos discentes.

Ainda, além da percepção dos discentes, a grade curricular do Curso de Administração da FAAC também será analisada, com base nas disciplinas abordadas e no conteúdo programático, como uma fonte de informação para o estudo.

3.1 Limitações metodológicas

Quanto as limitações, pode se tratar de uma amostra pouco diversa dos discentes recém-formados da UFRJ, o fato de a seleção dos participantes ter sido realizada em grupos de aplicativos de mensagem pode ter corroborado por não contemplar uma maior diversidade de perfis. Outra limitação foi não ter realizado a entrevista qualitativa com nenhum aluno que não tenha se formado em 2019.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A pesquisa qualitativa foi realizada com 6 entrevistados. Dois entrevistados concluíram a graduação em 2018, apenas um concluiu em 2020 e os outros três concluíram em 2021. Posteriormente a pesquisa quantitativa contou com 15 participantes, quatro concluíram a graduação em 2017, três em 2018, três em 2019, dois em 2020 e três em 2021.

É importante ressaltar que ao serem questionados, na pesquisa qualitativa, sobre como foi a escolha do curso de graduação, apenas dois dos entrevistados escolheram o curso por julgarem ter aptidão em alguma área relacionada a Administração. Todos os outros destacaram o caráter generalista do curso como um fator decisivo na decisão.

Em contraposição, a pesquisa quantitativa apontou nove dos 15 participantes demonstraram concordar com a afirmação de que consideravam ter alguma aptidão para alguma área relacionada a Administração, mesmo o curso de Administração não sendo considerado algo que almejavam e tinham como “sonho”, e claramente sendo uma escolha feita, em sua grande maioria, por se tratar de um curso abrangente, como podemos observar nos gráficos 1, 2 e 3:



Gráfico 1

Escolhi cursar administração pois considerava ter aptidão para a profissão.

15 respostas

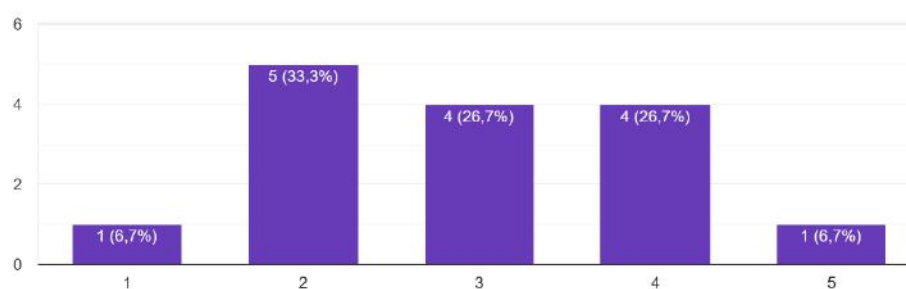


Gráfico 2

Estava em dúvida, e resolvi cursar administração por se tratar de um curso abrangente.

15 respostas

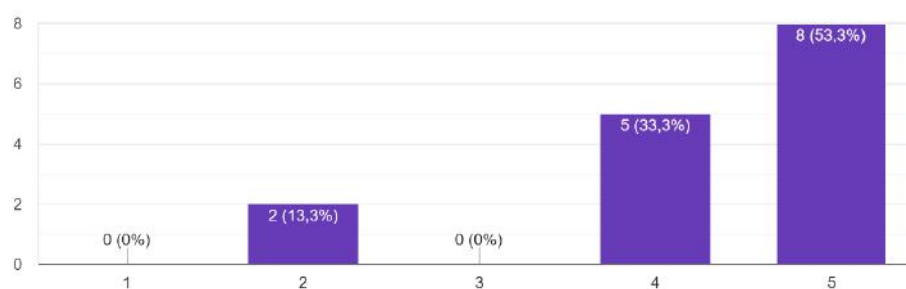


Gráfico 3

Ao serem questionados, em entrevista, sobre suas expectativas em relação ao curso de Administração de empresas, apenas dois candidatos responderam que tinham alguma expectativa: um afirmou que tinha a intenção de ver as organizações funcionando, não só as grandes empresas, mas também entender o mecanismo de funcionamento de organizações de diferentes tipos; o outro entrevistado, escolheu o curso por afinidade e tinha como expectativa poder se desenvolver dentro da área.

Já na pesquisa quantitativa, 40% dos participantes não tinham expectativa alta ao entrar, contra 60% que responderam concordar que tinham uma expectativa alta no curso, como podemos avaliar no gráfico 4:

Ao entrar no curso a minha expectativa era alta.

15 respostas

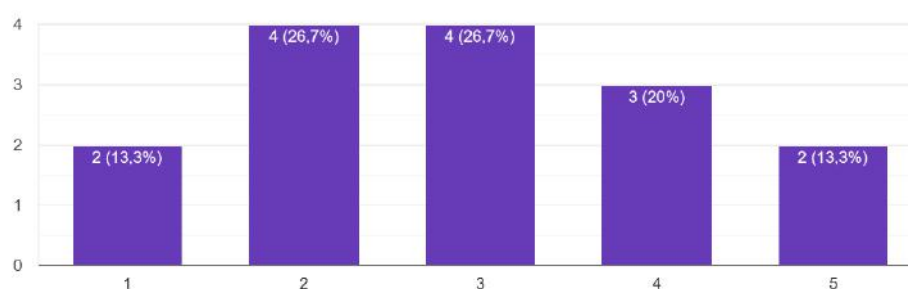


Gráfico 4

Vale ressaltar que todos os entrevistados na pesquisa qualitativa, mencionaram que a escolha de um curso de graduação no término do ensino médio é um momento difícil para pessoas ainda imaturas e indecisas, que não sabem ainda se esse é o melhor caminho a se seguir na vida adulta.

Ainda na pesquisa qualitativa, ao serem perguntados sobre a sua percepção do curso de Administração da UFRJ e a formação dos profissionais, no sentido de preparar esses alunos para o mercado de trabalho os pontos que destaco são os seguintes:

- O curso acaba abrangendo mais a teoria do que a prática;
- O curso de Administração é bem abrangente e amplo, possibilitando que o aluno possa atuar em diferentes áreas do mercado de trabalho, porém acaba se tornando um curso pouco específico e pouco especializado, o que é um choque para os alunos, que se sentem despreparados para encarar a rotina das empresas. A amplitude do curso o torna “obsoleto”, na opinião de alguns entrevistados, do ponto de vista de que o que está na grade curricular não se encaixa com o modo que o mercado de trabalho funciona nos dias atuais e com as atividades de trabalho;

A pesquisa quantitativa corrobora para essa percepção, como podemos avaliar no gráfico 5, apesar de 60% dos entrevistados concordarem com a afirmação de que o curso de Administração da UFRJ forma bem os profissionais para atuarem no mercado de trabalho, 60% discordam que o curso de Administração da UFRJ ensina de maneira prática as atividades exigidas pelo mercado de trabalho (gráfico 6):

Na sua percepção o curso de administração da UFRJ forma bem os profissionais para atuarem no mercado de trabalho? (SILVA et al., 2019)

15 respostas

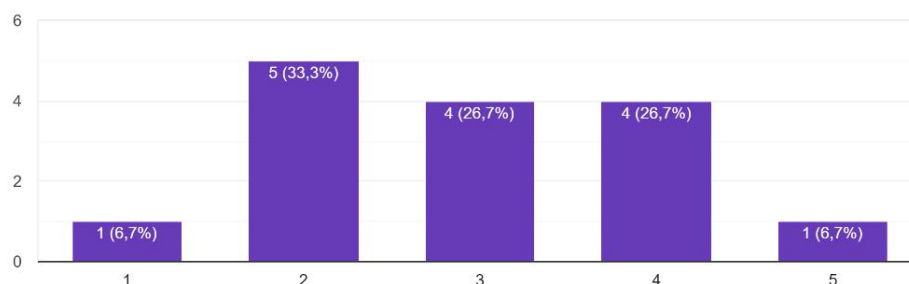


Gráfico 5

Na sua percepção o o curso de administração da UFRJ ensina de maneira prática as atividades que são exigidas no mercado de trabalho? (Boaventura et al. 2017, p. 21)

15 respostas

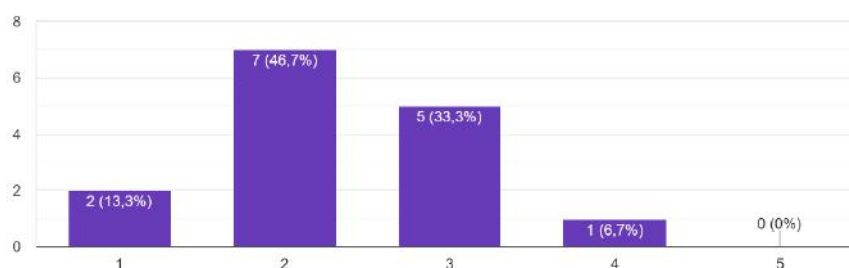


Gráfico 6

- Ao abranger mais a teoria do que a prática, os alunos apontam que o curso peca por não desenvolver ferramentas que podem ser aplicadas no mercado de trabalho, existindo um distanciamento da teoria ensinada na faculdade e com o que de fato é executado no mercado de trabalho;
- Um ponto importante que foi mencionado é que o curso de graduação foca em formar pessoas para grandes corporações, como multinacionais. Muitos alunos entram com essa mentalidade de trabalhar em grandes empresas e a faculdade corrobora com esse pensamento. Aqueles que optam por abrir seu próprio negócio se veem perdidos sem saber como de fato administrar uma empresa, ver métricas, entender como é o funcionamento de uma empresa começando do zero, entre outras dificuldades. A pesquisa quantitativa confirma essa afirmação, enquanto 86,7% dos entrevistados concordam que o curso de Administração da UFRJ forma bem os profissionais para trabalhar em empresas estáveis e maduras (gráfico 7), apenas 20%

dos entrevistados consideram que o curso de Administração da UFRJ para trabalhar em empresas jovens e inexperientes, como podemos conferir nos gráficos 7 e 8:

Você considera que o curso de administração forma bem os profissionais para trabalhar em empresas estáveis e maduras?

15 respostas

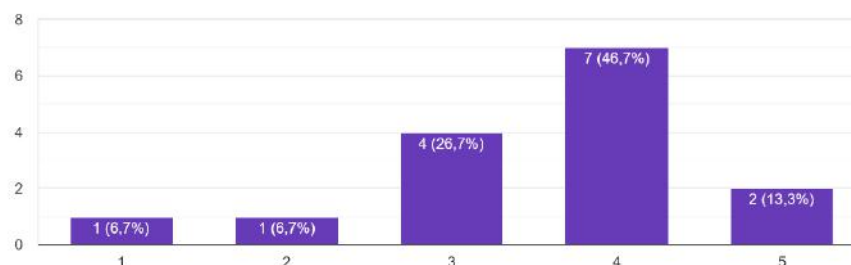


Gráfico 7

Você considera que o curso de administração forma bem os profissionais para trabalhar em empresas jovens e inexperientes?

15 respostas

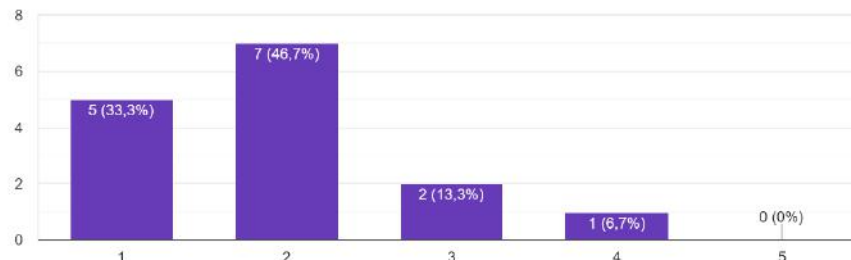


Gráfico 8

Na entrevista qualitativa todos os entrevistados mencionaram que tiveram pouco ou nenhum contato com o termo *startup* durante o curso, afirmando que na grade curricular não existe uma matéria obrigatória focada nesse assunto. Alguns professores chegam a usar estudos de caso para serem estudados, outros citam o termo em aula e dão uma breve explicação, além de projetos que mencionam o assunto. Desse modo, o assunto não chega a ser aprofundado durante a graduação.

As respostas do questionário quantitativo seguem na mesma linha, 40% dos entrevistados concordam, total ou parcialmente, que tiveram contato com o termo *startup* durante a graduação, gráfico 9:

Durante a sua graduação você teve algum contato com o termo "startup"? (Wulf et al., 2007)

15 respostas

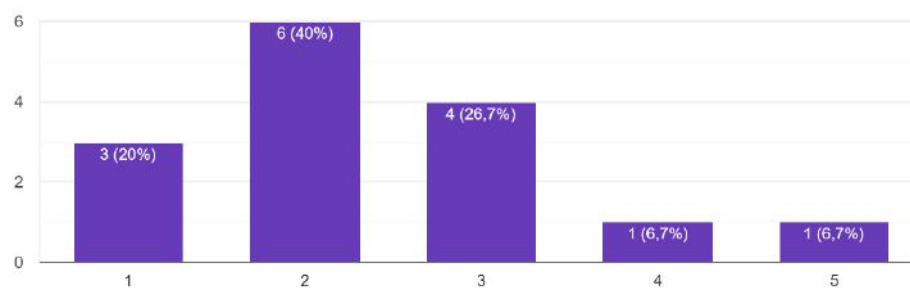


Gráfico 9

Porém 100% dos entrevistados discordam que tiveram qualquer matéria voltada para esse mercado, gráfico 10:

Durante o curso de administração da UFRJ você teve alguma matéria voltada para o mercado de

Startups?

15 respostas

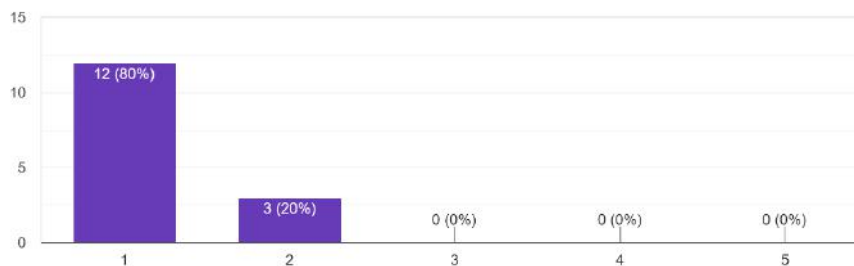


Gráfico 10

E também temos resultados que demonstram os termos "incubadoras" e "aceleradoras de startups", são pouco citados e estudados em sala de aula, gráfico 11:

Durante a sua graduação você teve, dentro de sala, contato com o termo ou “incubadoras” “aceleradora de Startups”?

15 respostas

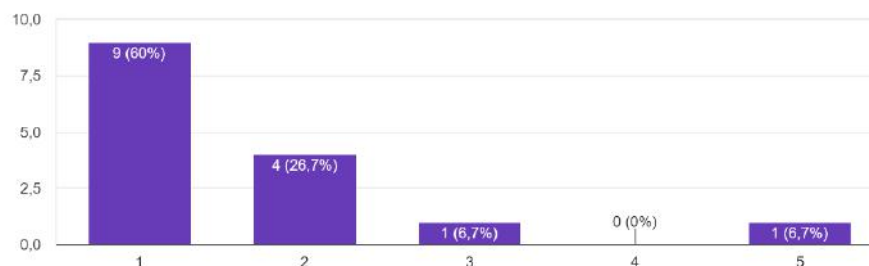


Gráfico 11

No que concerne o empreendedorismo, os entrevistados apontam que não existe disciplina obrigatória ou eletiva sobre o assunto. Os alunos mais antigos, que concluíram o curso em 2018, não tiveram nenhum contato com o termo. Os alunos que concluíram em 2020 e 2021 tiveram algum contato com “criação de empresas”, porém a atividade foi pouco produtiva por conta da maneira como a aula foi conduzida. Algumas disciplinas tinham como trabalho a criação de um plano de negócios, porém a forma como o conteúdo foi passado para os alunos foi considerada obsoleta, se comparada aos meios mais rápidos e eficientes para criar e validar produtos que as empresas atuais oferecem. Já na entrevista quantitativa apenas 20% dos entrevistados concordam que tiveram alguma matéria voltada para o empreendedorismo, gráfico 12:

Durante a sua graduação você teve alguma matéria voltada para empreendedorismo?

15 respostas

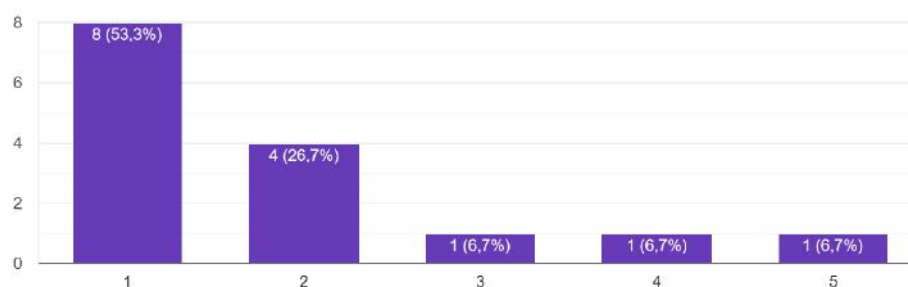


Gráfico 12

Os entrevistados na pesquisa qualitativa, fazem questão de enfatizar que todo o conteúdo dentro da grade curricular é importante de ser aprendido, porém as disciplinas poderiam ser

atualizadas, de maneira a se encaixar no modo como as pessoas estão criando negócios nos dias atuais.

Ressalta-se que a grade curricular do curso de Administração da UFRJ tem oferecido diversas disciplinas voltadas para competências técnicas em áreas não técnicas como liderança e comunicação, porém falta trazer o foco para a inovação e o empreendedorismo, principalmente se considerarmos toda a evolução que o mercado de trabalho teve nos últimos anos e continua tendo. O curso dá importância para disciplinas que, do ponto de vista dos recém-formados que ingressam no mercado de trabalho ao concluir a graduação, não refletem a realidade de suas funções.

A graduação pode preparar os alunos para que eles estejam prontos para trabalhar em grandes corporações, porém os docentes devem se preocupar com as tendências de mercado que esses alunos vão encarar ao se graduarem.

Podemos analisar também que apenas um dos entrevistados na pesquisa qualitativa não trabalhou em *startups*, todos os outros já foram empregados desse tipo de empresa ou então abriram a sua própria. Na pesquisa quantitativa também temos um número relevante, 60% dos candidatos afirmam já ter trabalhado em *startups*.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As repostas apresentadas na pesquisa, confirmam a importância da aproximação dos alunos de Administração da UFRJ aos conceitos e metodologias utilizados em *startups*, e também um aprofundamento da prática empreendedora. Mesmo sendo um destino cada vez mais óbvio e recorrente para os alunos, as *startups* ainda parecem estar longe de serem assuntos presentes em salas de aula do curso de Administração de empresas da UFRJ.

Em um mundo em que a tecnologia evolui cada vez mais rápido, é natural que as formas de gestão e administração no geral acompanhe essa tendência, por isso, se faz necessário repensar o ensino de administração e colocar cada vez mais as novas metodologias do mercado em pauta.

Como vimos nas entrevistas, muitos estudantes já trabalharam ou ainda trabalham nesse novo universo e já estão imersos em uma realidade que acaba sendo diferente ao tipo de gestão empregado em empresas mais antigas, conseqüentemente diferente do conteúdo geralmente proposto em sala de aula.

O curso de Administração de empresas da UFRJ tem condições e poderia começar a oferecer mais matérias eletivas que abordem esse tipo de assunto, assim acompanhando a tendência do mercado. Como demonstrado no presente estudo, existe a expectativa de grande crescimento em modelos de negócios inovadores e os alunos devem estar preparados para assumir posições de liderança nessas empresas.

Por fim, também se observa a necessidade de dar ênfase e oferecer possibilidade de matérias que tratem de empreendedorismo, a tecnologia se mostra uma ferramenta importante para tirar ideias do papel e as práticas implementadas em *startups* muitas vezes exigem um baixo investimento inicial, por tanto, o ensino das teorias e da atividade empreendedora aliado ao ensino de metodologias ágeis utilizado em *startups* pode possibilitar que muitos alunos inovem e criem modelos de negócios e produtos promissores.

REFERÊNCIAS

ALVARO, A. (2015). Empreendedorismo e Inovação em Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC) no Curso de Bacharelado em Ciência da Computação. Disponível em: <<http://www.lbd.dcc.ufmg.br/colecoes/wei/2012/009.pdf>>.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE STARTUPS. **O Que É Uma Startup E Tudo O Que Você Precisa Saber Sobre Startups**. Absatrtups. 2017. Disponível em: <https://abstartups.com.br/o-que-e-uma-startup/>. Acesso em: 21 nov. 2022.

BELTRAMI, F.; VERSCHOORE, J. R. O Papel das Aceleradoras na Evolução das Startups. Teoria e Prática em Administração, p.1-13, 2016. Disponível em: <https://www.researchgate.net/profile/JorgeVerschoore/publication/348521769_O_Papel_das_Aceleradoras_na_Evolucao_das_StartupsThe_Role_of_Accelerators_in_the_Evolution_of_Startups/links/6001e8e745851553a04921dc/O-Papel-das-Aceleradoras-na-Evolucao-dasStartups-The-Role-of-Accelerators-in-the-Evolution-of-Startups.pdf>.

BOAVENTURA P. S. M., GERHARD L. L. F. S. F; *et al.* Desafios na formação de profissionais em Administração no Brasil. **Administração: Ensino e Pesquisa**, [S.L.], v. 19, n. 1, p. 1-31, (2018).

CARNEIRO M. R; *et al.* Práticas e mecanismos de compartilhamento de conhecimento em um programa de aceleração de startups. **Revista de Gestão e tecnologia** v. 7 n 2 p. 113-123, (2017).

COHEN, S.; HOCHBERG, Y. V. Accelerating Startups: the seed accelerator phenomenon. **Ssrn Electronic Journal**, [S.L.], v. 1, n. 1, p. 1-16, (2014).

CONSELHO FEDERAL DE ADMINISTRAÇÃO. **História da profissão**. Conselho Federal de Administração. Disponível em: <https://cfa.org.br/administracao-administracao/administracao-historia-da-profissao/>. Acesso em: 21 nov. 2022.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo transformando ideias em negócios - 8a. edição**. Empreende Editora, f. 144, 2021. 288 p.

FORBES. **A força das startups no Brasil: 2021 foi um ano histórico para o setor, com aumento de 200% no volume aportado nas startups brasileiras**. FORBES. 2022. Disponível em: www.forbes.com.br/. Acesso em: 21 nov. 2022.

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIL, A. C. Métodos e técnicas de pesquisa social. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2006.

HARVARD BUSINESS REVIEW. **Why the Lean Start-Up Changes Everything: A faster, smarter methodology for launching companies may make business plans obsolete**. Harvard Business Review. 2013. Disponível em: <https://hbr.org/2013/05/why-the-lean-start-up-changes-everything>. Acesso em: 21 nov. 2022.

HARVARD BUSINESS SCHOOL. **75% of startups fail, but it's no biggie**. Harvard Business School. Disponível em: Acesso em: 21 nov. 2022.

HUO, Z-g. e WU, Z-d. (2011). Cation of Students Innovative and Entrepreneurship of China Higher Engineering Colleges, In: 18Th International Conference on Industrial Engineering and Engineering Management (IE&EM).

INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA. **Censo da Educação Superior**. Ministério da Educação. 2020. Disponível em: www.gov.br. Acesso em: 21 nov. 2022.

MOUREIRA F. W; *et al.* Programas de incentivo a *startups*: Um caso brasileiro. **Pensamento contemporâneo em administração**, v. 13 n. 1 (2019)

NICOLINI, Alexandre. **QUAL SERÁ O FUTURO DAS FÁBRICAS DE ADMINISTRADORES?** Salvador (BA), v. 43, 2003. 11 p Tese - Universidade Cândido Mendes. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rae/a/pfbptvyNg6HGbWWrwzVBsKp/?lang=pt&format=pdf>. Acesso em: 21 nov. 2022.

PAWELS C. *et al.* Understanding a new generation incubation model: the accelerator. **Technovation** v. 50-51 p.13-24 (2016).

RIES, Eric. **A Startup Enxuta**. Rio de Janeiro: Print, (2016).

SALLES-FILHO, S.; ALBERGONI L. A Trajetória Recente do Venture Capital no Brasil. **Anais do Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica**, Gramado, v. 24, n. 1, p. 1-16, (2021).

SEBRAE. **O que é uma startup?** Uma empresa que nasce em torno de uma ideia diferente, escalável e em condições de extrema incerteza. Entenda esse conceito. SEBRAE. 2022. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/>. Acesso em: 21 nov. 2022.

SILVA S. E. et al. Os papéis dos agentes de suporte a empresas de base tecnológica. *Revista de administração Contemporânea* v. 22 n. 2 (2018).

SLING HUB. **Wrapped Brazillian Startup**. SLING HUB. 2021. Disponível em: <https://slinghub.io/>. Acesso em: 21 nov. 2022.

SOUZA R. C. F; *et al.* Uma análise comparativa da capacidade absorptiva das *born globals* de pequeno e médio porte atuantes em parques tecnológicos, incubadoras e aceleradoras da Região Sudeste. **Revista de administração, contabilidade e economia da Fundace** v. 10 n. 3 (2019).

STARTUP BASE. **Estatísticas**. Startup Base. Disponível em: <https://startupbase.com.br/home/stats>. Acesso em: 21 nov. 2022.

TORRES, Nágila; L. GUERRA, Eduardo; M. LIMA, Adailton. **Uma Pesquisa-ação da Metodologia Lean Startup em um Empreendimento de Software**. Castanhal (PA), 2014. 12 p Tese (Sistemas de Informação) - Universidade Federal do Pará, Castanhal (PA), 2014.

VALE, Gláucia M. V. **Empreendedor: Origens, Concepções Teóricas, Dispersão e Integração**. Belo Horizonte, 2014. 18 p Tese - Pontifícia Universidade Católica de Minas

Gerais. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac20141244>. Acesso em: 21 nov. 2022.

VIEIRA, Saulo F. A. *et al.* **ENSINO DE EMPREENDEDORISMO EM CURSOS DE ADMINISTRAÇÃO: UM LEVANTAMENTO DA REALIDADE BRASILEIRA**, v. 12. 24 p Tese - Universidade Estadual de Londrina. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/1940/194032106006.pdf>. Acesso em: 21 nov. 2022.

ZANELLI, J. O psicólogo nas organizações de trabalho. Porto Alegre: Artmed, 2002.

APÊNDICE A

Nome:

Idade:

Formação Acadêmica

Ano de início da graduação:

Ano de término:

Fez alguma faculdade antes?

Qual? e por quanto tempo?

Como escolheu o curso de administração?

Quais eram/são as suas expectativas em relação ao curso de administração?

Formação Profissional

1. Você já trabalhou/estagiou em alguma empresa? Se sim, qual era o segmento da empresa e qual área você trabalha/trabalhou?
2. Na sua percepção o curso de administração da UFRJ forma bem os profissionais para atuarem no mercado de trabalho? (SILVA *et al.*, 2019)
3. Na sua percepção, o curso de administração da UFRJ ensina de maneira prática as atividades que são exigidas no mercado de trabalho? (Boaventura *et al.* 2017, p. 21)
4. Durante a sua graduação você teve alguma contato com o termo “*startup*”? (Wulf *et al.*, 2007)
5. Durante o curso de administração da UFRJ você teve alguma matéria voltada para esse mercado de *startups*? Se sim, você se recorda qual foi a matéria que abordou o assunto?
6. Você considera que o curso de administração forma bem os profissionais para trabalhar em empresas estáveis e maduras? E em empresas jovens e inexperientes? (Sutton, 2000)
7. Durante a sua graduação você teve alguma contato com o termo ou “incubadoras” e “aceleradora de *startups*”?
8. Durante a sua graduação você teve alguma matéria voltada para empreendedorismo?
9. Durante a sua graduação você considera que foram ofertadas matérias de competências técnicas em áreas não técnicas como inovação, empreendedorismo, liderança e comunicação? (Álvaro; 2015)