



Universidade de Brasília
Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade
Departamento de Administração

OTÁVIO NAPOLEÃO LADEIRA DE SOUZA

**A INFLUÊNCIA DA AD&M NO INCENTIVO À CARREIRA
EMPREENDEDORA DE CRIAÇÃO DE NEGÓCIOS**

Brasília – DF

2020

OTÁVIO NAPOLEÃO LADEIRA DE SOUZA

**A INFLUÊNCIA DA AD&M NO INCENTIVO À CARREIRA
EMPREENDEDORA DE CRIAÇÃO DE NEGÓCIOS**

Monografia apresentada ao Departamento
de Administração como requisito parcial à
obtenção do título de Bacharel em
Administração.

Professora Orientadora: Msc Olinda
Maria Gomes Lesses

Brasília – DF

2020

OTÁVIO NAPOLEÃO LADEIRA DE SOUZA

A INFLUÊNCIA DA AD&M NO INCENTIVO À CARREIRA EMPREENDEDORA DE CRIAÇÃO DE NEGÓCIOS

A Comissão Examinadora, abaixo identificada, aprova o Trabalho de Conclusão do Curso de Administração da Universidade de Brasília do
aluno

Otávio Napoleão Ladeira de Souza

Prof^a. Msc. Olinda Maria Gomes Lesses
Professor-Orientador

Titulação, Nome completo,
Professor-Examinador

Titulação, nome completo
Professor-Examinador

Brasília, 11 de Dezembro de 2020

Aos meus pais, Marcos e Vânia, que se esforçaram muito me incentivando a estudar e buscar ser uma pessoa melhor a cada dia.

AGRADECIMENTOS

Marcos e Vânia, obrigado por toda a luta que tiveram durante a vida para me proporcionar educação de qualidade, sem o esforço de vocês eu não teria chegado até aqui.

Obrigado a minha orientadora, Prof. Olinda Maria Gomes Lesses pela disponibilidade e participação fundamental nessa caminhada de conclusão de meu trabalho.

Aos membros e amigos da AD&M consultoria empresarial que me ajudaram muito em meu desenvolvimento pessoal e profissional e contribuíram muito neste trabalho.

Aos queridos Hugo Braga, Lucas Las Casas, Marina Jorge, Mariana Gomes e todos os demais amigos que fizeram parte desta caminhada e me ajudaram a enfrentar os desafios dessa jornada.

***"A educação é a arma mais poderosa que
você pode usar para mudar o mundo."***

*Nelson
Mandela*

RESUMO

Este trabalho tem o propósito de constatar a existência de uma influência decisiva e determinante da empresa Júnior de administração da UnB no incentivo à carreira empreendedora em seus membros e ex membros, levando em consideração a abordagem teórica de empreendedorismo relacionada à abertura de novos negócios. Este estudo tem teor explicativo e caráter descritivo, pois ele busca esclarecer as variáveis do fenômeno analisado. Uma pesquisa, de método misto, qualitativo e quantitativo, foi formalizada e utilizada, através de um formulário online aplicado para 27 indivíduos empreendedores que já estudaram Administração na UnB e fazem ou fizeram parte da AD&M empresa Júnior. O perfil da amostra estudada é composto, em sua maioria, por homens, na faixa etária de 24 a 27 anos, e que possuem renda familiar mensal superior a R\$5.988,00. As respostas analisadas incluíam parâmetros pessoais aos respondentes e parâmetros diretamente relacionados à AD&M. Os resultados obtidos foram suficientes para a conclusão da resposta deste trabalho. A empresa Júnior AD&M exerceu uma determinante influência na maioria dos respondentes quanto à suas motivações em empreender.

Palavras-chave: *Empreendedorismo, Movimento Empresa Júnior, AD&M.*

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	8
1.1 Contextualização	8
1.2 Formulação do Problema.....	9
1.3 Objetivo Geral.....	10
1.4 Objetivos Específicos.....	10
1.5 Justificativa	11
2. REFERENCIAL TEÓRICO	12
2.1 Movimento Empresa Júnior (MEJ).....	12
2.2 Empreendedorismo	14
3. METEOLOGIA E TÉCNICAS DE PESQUISA	16
3.1 Tipologia e descrição geral dos métodos de pesquisa	16
3.2 Caracterização da Organização, setor ou área, indivíduos, objeto do estudo	17
3.3 População e amostra ou Participantes da pesquisa	17
3.4 Caracterização e descrição dos instrumentos de pesquisa.....	18
3.5 Procedimentos de coletas de dados e de análise de dados.....	18
4. RESULTADOS E DISCUSSÃO	19
4.1 Perfil da Amostra	19
4.2 Análise de fatores diretamente relacionados à AD&M.....	21
4.3 Análise de fatores indiretamente relacionados à AD&M.....	29
4.4 Discussão do resultado.....	Erro! Indicador não definido.
5. CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES	33
5.1 Limitações da pesquisa	35
5.2 Sugestões de estudos futuros	35
REFERÊNCIAS	36

APÊNDICE – FORMULÁRIO APLICADO 38**1. INTRODUÇÃO**

A pesquisa inicia-se retratando uma breve contextualização a respeito dos pontos chaves do trabalho e busca, a partir das pesquisas realizadas, esclarecer como se deu a problematização elaborada e a formulação dos objetivos propostos. Ao final, a justificativa pelo tema selecionado é apresentada.

1.1 Contextualização

Não existe um consenso científico absoluto sobre a definição de empreendedorismo, existem diversas formas de interpretação do tema. Segundo Schumpeter (1988), “empreender é um processo de “destruição criativa”, através da qual produtos ou métodos de produção existentes são destruídos e substituídos por novos”. Para Barreto (1998, p. 190) “empreendedorismo é habilidade de criar e constituir algo a partir de muito pouco ou de quase nada”, outro autor tem uma visão mais sociológica, (Dolabela,2010,p. 44) “Pode-se dizer que os empreendedores dividem-se igualmente em dois times: aqueles para os quais o sucesso é definido pela sociedade e aqueles que têm uma noção interna de sucesso”.

Em 1967, alunos da Escola Superior de Ciências Econômicas e Comerciais em Paris, descontentes por não estarem atualizados em relação às ferramentas e metodologias usadas no mercado e a universidade não oferecer contato real com o mercado fundaram a ESSEC Conseil, a primeira Empresa Júnior do mundo, formada por estudantes engajados e interessados em criar soluções, com base nos seus conhecimentos acadêmicos, para clientes reais oferecendo soluções de qualidade e a um preço acessível. O objetivo principal dessa associação é desenvolver habilidades práticas de mercado nos seus membros e disseminar e incentivar o empreendedorismo, buscando formar jovens comprometidos e capazes de transformar o mundo. Em pouco tempo, a ideia se espalhou para outros países. Essa expansão chegou ao Brasil em 1988 e em 1991 chegou à UnB no curso de administração.

O amplo campo de estudo do empreendedorismo, mesmo com diversas interpretações sobre o tema, converge a respeito do que define um perfil empreendedor em um indivíduo, alinhando esse perfil às características de: ter iniciativa para criar um novo negócio e prazer pelo que faz, utilizar os recursos disponíveis de forma inovadora, com impacto social e econômico onde vive e conviver com os riscos e a possibilidade de fracassar. No caso desse trabalho, o empreendedorismo terá seu foco central na seguinte definição de Dornelas (2008) “empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados”. Essa será a definição utilizada porque esse trabalho irá estudar apenas os indivíduos que criaram negócios.

1.2 Formulação do Problema

Para abordar os temas desse trabalho, primeiro deve-se atentar à origem do curso de administração no Brasil que passou por um longo processo de definição sobre quais as fronteiras do campo do conhecimento administrativo, que por muito tempo foi incorporado ao conhecimento econômico, o que começou a mudar com a definição do currículo mínimo em 1966, que era quase que exclusivo ao estudo da administração pública. Desde os primeiros cursos de bacharel, a sociedade questionava a respeito da qualidade da graduação de administração, diante deste cenário torna-se relevante à preocupação com a organização e desenvolvimento curricular destes cursos, uma vez que os problemas acentuam-se na “razão direta de um maior grau de consciência da necessidade dos alunos como o futuro profissional e da inadequação das propostas curriculares” (FISCHER, 1980, p.2).

O perfil acadêmico das universidades públicas propiciou uma expansão de áreas de estudo em administração e pesquisas com inúmeros autores e trabalhos publicados. Apesar desse ambiente ser extremamente propício às inovações e expansão do conhecimento em administração, ao longo do tempo, foi-se criando uma separação entre o mundo acadêmico e o contexto prático e aplicável, com isso, o curso de administração da UnB foi sendo dividido entre alunos interessados em seguir carreira acadêmica e alunos com o objetivo

utilizar os conceitos teóricos do curso para trabalhar em empresas públicas ou privadas.

O problema surge quando observa-se que o departamento de administração possui um enfoque muito maior na vida acadêmica, devido a esse foco, o curso tem dificuldade em se manter contemporâneo às transformações quase instantâneas do mercado e da própria profissão de gestor, afinal um trabalho acadêmico demora anos para estudar um assunto, ser validado e chegar às salas de aula. Nesse contexto de que existe uma falta de oferta de conhecimentos práticos e capacitantes para o mercado de trabalho, o que é demandado pelos alunos, e com a intenção de suprir essa demanda, um grupo de alunos do curso cria a AD&M consultoria empresarial júnior em 1991, a primeira empresa júnior do Distrito Federal e que viria a ser a mais bem-sucedida do país por vários anos seguintes, ganhando prêmios de EJ de alto impacto da Federação de empresas juniores do Brasil.

Partindo do pressuposto de que AD&M impacta na formação da atitude empreendedora dos indivíduos membros e ex membros, tem-se a seguinte indagação de pesquisa: **Existe uma relação de influência determinante da AD&M para os alunos que querem abrir um negócio e seguir carreira empreendedora?**

1.3 Objetivo Geral

Com o intuito de responder à questão de pesquisa proposta, esse trabalho tem como objetivo geral:

Analisar se existe uma influência decisiva e determinante da empresa júnior de administração da UnB no incentivo à carreira empreendedora em seus membros e ex membros.

1.4 Objetivos Específicos

Para alcançar o objetivo geral, propõe-se os seguintes objetivos específicos:

- Identificar as motivações e os desafios que levaram os indivíduos que foram da AD&M a abrir um negócio.

- Caracterizar as habilidades adquiridas pelos indivíduos na AD&M que foram essenciais para a abertura de um negócio.

1.5 Justificativa

O empreendedorismo possui diferentes definições e pontos de vista, todos relacionados e complementares. Por consequência, seu campo de estudo é “explicitamente aberto e exige novas perspectivas, mais pesquisas e práticas que contribuam para sua distinção e desenvolvimento” (FRANCO; GOUVÊA, 2016, p. 163). Dessa forma, esse estudo concentra-se em analisar e explicar se existe uma relação específica de indivíduos que participaram da empresa júnior de administração (AD&M) da Universidade de Brasília (UnB) com sua motivação de se inserirem em um contexto de carreira empreendedora através da abertura de novos negócios.

O interesse desse estudo surge a partir da percepção de que vários membros e ex membros da AD&M buscam uma carreira empreendedora de abertura de novos negócios e é inegável que os interessados em ingressar em empresas Juniores buscam melhorar sua capacitação. Conceitos como Estratégia, Finanças e Marketing estão presentes no dia a dia das pessoas, porém, frequentemente de maneira leviana e sem o devido uso ou entendimento do seu significado, atualmente não existe consenso ou evidências concretas sobre a eficiência de programas e metodologias para estímulo do empreendedorismo, mesmo assim, a educação empreendedora tem sido umas das principais formas de incentivar esse comportamento e conhecimentos de gestão são reconhecidos atualmente como um elemento fundamental para o planejamento e abertura de um empreendimento, como afirmaram Souza e Guimarães (2005, p. 5), “o desenvolvimento e até mesmo a sobrevivência das organizações dependem, em grande parte, da formação e da capacitação dos seus atores”.

Este trabalho é formado por 5 seções, incluindo a atual introdução. A seção 2 seguinte apresenta o referencial teórico dessa pesquisa, contendo os conceitos sobre MEJ e empreendedorismo. A seguir, a seção 3 traz a metodologia, um estudo aprofundado dos aspectos práticos da pesquisa formulada para obter os dados necessários e o método de análise desses dados.

A seção 4 analisar e discutir os dados coletados a partir das respostas encontradas por essa pesquisa. Por fim, a sessão 5 apresenta as considerações finais a respeito da real influência que uma organização como a empresa júnior de administração da UnB pode ter no incentivo à carreira empreendedora.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

O trabalho é realizado através de uma abordagem acadêmica das principais teorias que fundamenta a pesquisa o Movimento Empresa Júnior, o empreendedorismo por meio de artigos que evidenciem seus conceitos.

2.1 Movimento Empresa Júnior (MEJ)

Não existem muitos artigos científicos sobre o movimento empresa Júnior mas existem estudos que também abarcam esse tema. Segundo o Junior Enterprises, o movimento global já congrega 1227 empresas júniores em todos os continentes, está presente em 44 países, é composto por 51.000 jovens empresários e movimenta mais de U\$25 milhões, o que torna o MEJ o maior movimento empreendedor jovem do mundo. De acordo com dados fornecidos pela Confederação Nacional de Empresas Juniores do Brasil (Brasil Júnior) de 2019, no país estão presentes mais de 600 empresas juniores, representadas por 25 federações estaduais confederadas à ela e compostas por mais de 20.000 jovens graduandos de inúmeras instituições de ensino superior público e privado do Brasil. “Considerado o maior movimento de empreendedorismo do mundo, o MEJ tem grande importância na realidade de jovens universitários brasileiros” (ZANINI et al., 2016).

A Brasil Júnior (BJ) possui valores muito relacionados à cultura empreendedora e de inovação, estes estão muito conectados à estratégia da organização com impacto no seu desempenho organizacional. Os valores da BJ estão representados na Tabela 1 abaixo.

Tabela 1 – Valores da Confederação Nacional de Empresas Juniores do Brasil (BJ)

Valor	Significado
-------	-------------

Compromisso com resultado	Buscamos gerar valor para nossas partes interessadas e nos comprometemos com a superação das suas expectativas, de forma perene.
Sinergia	A despeito de nossa diversidade, somos unidos por visões compartilhadas e trabalhamos em cooperação, para fazer com que o conjunto de nossas forças seja maior que a soma de suas partes.
Orgulho de ser MEJ	Somos apaixonados pelo nosso propósito e trabalhamos por um movimento em que acreditamos. Nosso orgulho de ser júnior é o que nos faz gigantes pela própria natureza.
Transparência	Somos transparentes em todas as nossas ações, acertadas ou erradas. Temos plena consciência que um futuro melhor se faz com ética e compromisso com a verdade.
Postura empreendedora	Para formar empreendedores no MEJ, é necessário que sejamos empreendedores. Inconformismo, visão para oportunidades, pensamento inovador e capacidade de realização são características que nos definem.

Esses valores refletem no que é esperado de todos os membros desse movimento a nível comportamental, ressaltando o valor “Postura Empreendedora” que mostra como existe uma relação íntima entre os temas analisados nesse referencial. O grupo de estudantes universitários participantes do MEJ, de acordo com a dimensão planejamento, dispõe de maior “predisposição para gerenciar o empreendimento, obtendo informações, acompanhando-o e avaliando-o sistematicamente” (PEDROSA; SOUZA, 2009, p. 365).

Embora, aparentemente, os cursos de Administração no Brasil estejam buscando a atualização dos seus currículos, no sentido de aproximar a escola à realidade do mercado, as contribuições atuais dos mesmos apresentam-se ainda em descompasso com os novos desafios de uma sociedade globalizada. Cada vez mais, essa sociedade vem exigindo profissionais proativos e que reúnam habilidades relacionadas à adaptação, à mudança, à inovação, à visão empreendedora, à visão sistêmica das organizações. De modo geral, pode-se afirmar que, embora numa perspectiva complementar e indissociável dos cursos onde estão inseridas, as empresas juniores vêm provendo de maneira importante algumas dessas habilidades (LOPES, LOPES e LIMA, 2007, p. 49)

2.2 Empreendedorismo

Como mostrado anteriormente nesse trabalho, o conceito de empreendedorismo é muito amplo e possui diferentes aplicabilidades, porém, apesar do surgimento de diversas correntes, todos os campos se relacionam ou se complementam. O termo “empreendedor” surgiu na França, em torno do século XV, onde a palavra *entrepreneur* era usada para referir-se a quem participava e gerenciava projetos de grande escala, como a construção de castelos e de muros, por exemplo (HISRICH; PETERS, 2009 apud SOUZA; GUIMARÃES, 2005). Nesse contexto, empreender significava, segundo Schumpeter (1982 apud SOUZA; GUIMARÃES, 2005), “mobilizar meios para fins”, e implicava em renovação, diferentemente da forma conhecida pela sociedade francesa até o século XVII.

A partir de 1940, com a intensificação do estudo do empreendedorismo, alguns conceitos transformaram-se, o empreendedor começou a ser estudado

juntamente com a sociedade e suas instituições, pois para essa perspectiva, estas apresentam grande influência sobre o comportamento do indivíduo. A próxima grande revolução no estudo do empreendedorismo se deu em 1970, esta está voltada para pesquisas, com foco no entendimento de “como” o empreendedor age, isto é, na visão comportamental do indivíduo que empreende (LANDSTROM; LOHRKE, 2010 apud FRANCO; GOUVÊA, 2016).

O empreendedorismo pode ser explorado a partir de seis linhas de estudo sobre o tema, segundo Cunningham e Lischeron (1991 apud SOUZA; GUIMARÃES, 2005). A primeira escola, a escola do “grande homem”, afirma que o empreendedorismo é uma competência inata ao indivíduo, surge com seu nascimento. A escola das “características psicológicas” estabelece que o indivíduo aproveita oportunidades a partir de traços e necessidades que o motivam a empreender (CUNNINGHAM; LISCHERON, 1991 apud SOUZA; GUIMARÃES, 2005). A terceira escola é a “da gestão”, onde o empreendedor é o dono de um empreendimento ou de uma empresa. A escola “clássica” traz a inovação como habilidade fundamental do comportamento empreendedor. A escola “da liderança” apresenta o empreendedor unicamente como líder, flexibilizando seu perfil de acordo com necessidades do meio em que lidera. A última escola é a “intra-empreendedorismo”, onde competências empreendedoras podem ser fundamentais no ambiente de uma organização (CUNNINGHAM; LISCHERON, 1991 apud SOUZA; GUIMARÃES, 2005). Todas essas escolas convergiam nessa definição “A criação e o desenvolvimento de empresas são fundamentais para o crescimento sustentável e o progresso de um país, desenvolvendo-o tanto no âmbito econômico, quanto social e cultural” (LOPES JÚNIOR; SOUZA, 2005).

Dando sequência ao entendimento de diferentes versões do tema, focam-se a partir deste parágrafo, conceituações mais apropriadas a este trabalho. Para Drucker (1998) O bom empreendedor, ao agregar valor a produtos e serviços, está permanentemente preocupado com a gestão de recursos e com os conceitos de eficiência e eficácia. Para Schumpeter (1997 apud SOUZA; GUIMARÃES, 2005), o fundamento do empreendedorismo está na percepção e na exploração de novas oportunidades, usando recursos disponíveis de forma inovadora. A teoria de Schumpeter apura que os empreendedores são

fundamentais para o desenvolvimento do capitalismo, o autor justifica isso mostrando que os empreendedores é que tem a capacidade de criar novos produtos, mercados e modelos de produção, isso converge com a noção de outro autor, para Fillion (1991 apud SOUZA; GUIMARÃES, 2005) o empreendedor é um ser criativo, tem um vasto conhecimento da realidade e do meio em que vive, fazendo uso dessas características para identificar oportunidades no mercado para empreender.

Evidencia-se que empreender não está associado somente à prática de abrir novos negócios, empreender está muito mais relacionado ao comportamento e perfil disruptivo, inovador e proativo. Ressalta-se, no entanto, que esse trabalho foca na questão de empreendedorismo como forma de criação de novos negócios e no grupo de alunos interessados em ter seu próprio negócio utilizando-se do conhecimento adquirido durante seu trabalho na empresa júnior da administração (AD&M) na UnB.

3. METEOROLOGIA E TÉCNICAS DE PESQUISA

Um estudo dos aspectos práticos da pesquisa formulada para obter os dados necessários e o método de análise desses dados.

3.1 Tipologia e descrição geral dos métodos de pesquisa

A pesquisa pode ser definida como exploratória, uma vez que existe pouco conhecimento formalizado sobre o tema de pesquisa, geralmente o estudo é exploratório quando há pouco conhecimento sobre o tema abordado (AAKER *et al.* 2004). O estudo exploratório aprimora as ideias ou descobre intuições (GIL, 1987). O trabalho tem o teor explicativo, pois ele busca esclarecer as variáveis do fenômeno analisado. O método de pesquisa é misto, qualitativo e quantitativo, por empregar a quantificação para coleta e tratamento dos dados encontrados e posteriormente produzir análises a partir de cruzamento de dados.

O presente estudo classifica-se como descritivo, ao expor características da amostra estudada e estabelecer correlações entre os eventos em análise; e quantitativo, pela razão de empregar a quantificação para coleta e tratamento dos dados encontrados, a partir de técnicas estatísticas (OLIVEIRA, 2011).

3.2 Caracterização da Organização, setor ou área, indivíduos, objeto do estudo

Como mencionado anteriormente, a organização analisada é a empresa júnior de administração da UnB, AD&M consultoria empresarial. Fundada em 1992 e criada antes mesmo da federação das empresas juniores do Distrito Federal, a Concentro, a AD&M foi a primeira Empresa Júnior do Centro-Oeste. A empresa atua no ramo de consultoria empresarial realizando projetos de finanças, marketing, gestão de pessoas, processos e gestão estratégica. A missão da empresa é: “formar, por meio da vivência empresarial, empreendedores comprometidos e capazes de transformar o Brasil”. A visão da empresa é: “preparar profissionais empreendedores aptos a lidar com os desafios do mundo atual e a garantir a geração de valor para os nossos clientes”. Pode-se notar que a AD&M tem um foco muito grande em implementar a cultura empreendedora entre seus membros, inclusive um dos objetivos estratégicos atuais da empresa deixa isto bem evidente “ter membros alinhados à cultura empreendedora”.

3.3 População e amostra ou Participantes da pesquisa

A pesquisa foi realizada com graduados ou estudantes universitários da Universidade de Brasília (UnB), que participam ou já participaram da empresa Júnior de Administração, AD&M. O espaço amostral é composto por um grupo de alunos que criaram seu próprio negócio utilizando-se ou não, do conhecimento adquirido durante seu trabalho na empresa júnior da administração (AD&M) na UnB. O que será explicitado na próxima seção.

O espaço amostral da pesquisa é composto por participantes ou indivíduos que já participaram da empresa júnior de administração da UnB (AD&M), os respondentes foram encontrados com a ajuda da empresa júnior que manteve um registro de ex membros empreendedores a partir de 2012. A quantidade de participantes da pesquisa foi de 27, com a maioria dos entrevistados sendo composta por ex membros para obter uma amostra mais focada no objetivo da pesquisa, afinal, esses são os indivíduos que mais correspondem aos critérios buscados no grupo focal. Ressalta-se que também

houve a participação de atuais membros devido à existência de membros engajados em seus próprios negócios.

3.4 Caracterização e descrição dos instrumentos de pesquisa

Para o sucesso da pesquisa, foi necessário localizar os ex membros da AD&M e consultá-los a respeito da disponibilidade de responder o questionário. Isso só foi possível graças ao apoio da AD&M que me mandou os dados dos indivíduos aptos a responder a pesquisa. O instrumento de pesquisa utilizado é um formulário online de 17 perguntas da plataforma “Googleforms”. A pesquisa foi disponibilizada inteiramente online, o link dela foi enviado por e-mail para os participantes escolhidos para compor a amostra. Devido ao contexto pandêmico global da crise do Corona Vírus, não houve colheita de formulários físicos. A pesquisa é personalizada ao trabalho, todas as perguntas foram produzidas especificamente para essa pesquisa assim como a configuração do questionário, o motivo dessa personalização é o caráter específico e a falta de estudos sobre o tema e a organização, provavelmente devido à disposição local da pesquisa.

3.5 Procedimentos de coletas de dados e de análise de dados.

A pesquisa, por meio do instrumento aplicado e com base nos dados encontrados, buscou expor as particularidades da amostra estudada e correlacionar os eventos analisados. A análise dos dados da amostra permitiu explicitar o perfil dos respondentes e explorar suas similaridades em busca de fatores em comum que corroboram com o foco do trabalho. Foram apuradas informações demográficas, sociais, econômicas e mais específicas como: quantidade de participantes que consideram a sua participação na AD&M como fundamental para suas carreiras empreendedoras. A visão qualitativa dos indivíduos quanto aos fatores julgados necessários para à inserção na carreira empreendedora; o número de estudantes da amostra que participam da AD&M e que empreendem de forma autônoma ou formalizada ou mesmo que pretendem abrir um negócio; as atividades acadêmicas ou extracurriculares que os participantes consideraram importante para a carreira empreendedora; o sexo dos respondentes; a idade média entre os estudantes e a renda familiar mensal média entre todos os respondentes.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

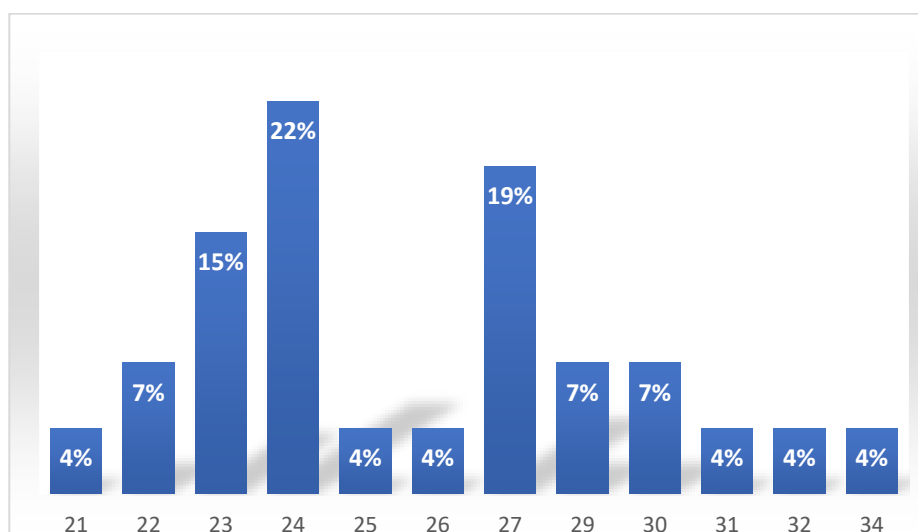
Esta seção do trabalho apresenta os resultados da pesquisa realizada, a partir do questionário que se encontra no Apêndice deste trabalho, o perfil dos respondentes deste estudo e suas preferências determinam, envolvendo a estatística descritiva, a análise e o resultado encontrado.

4.1 Perfil da Amostra

Para o conhecimento das características dos estudantes universitários e afim de encontrar correlações, os respondentes foram questionados quanto à idade, o gênero e a renda domiciliar mensal.

O perfil dos empreendedores com base na idade é demonstrado no Gráfico 1 (Diagrama de barras da idade). É possível identificar que a maior porcentagem dos indivíduos se encontra na faixa entre 24 e 27 anos. Isso mostra que a maioria dos respondentes é relativamente nova, já que segundo o DataSebrae, a idade do empreendedor brasileiro é formada principalmente por indivíduos que tem entre 35 e 44 anos (25% do total). Logo depois estão os que tem entre 25 e 34 anos (19% do total), estes correspondem à maioria de nossos respondentes. Isso pode ser explicado porque todos os participantes da pesquisa participaram da AD&M até pelo menos 2012, que é a data em que a empresa júnior começou a registrar os ex membros empreendedores afim de manter relacionamento e possibilitar possíveis parcerias.

Gráfico 1 – idade

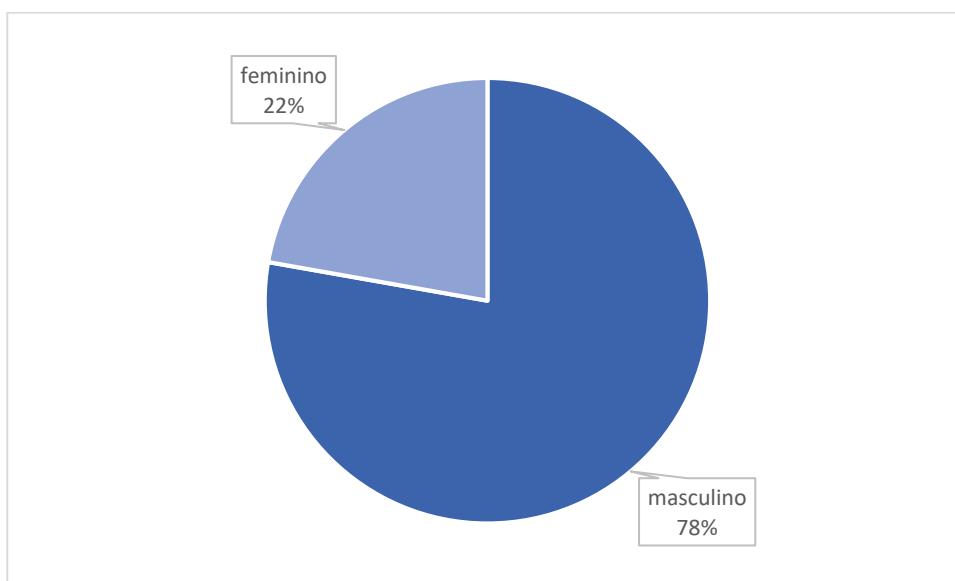


Fonte: Elaborado pelo autor

O Gráfico 2 (Diagrama circular do gênero) releva o perfil da amostra, conforme o sexo dos respondentes. É possível compreender, com base no Gráfico abaixo, um desequilíbrio neste tópico, visto que 77,8% (21) são homens e 22,2% (6) são mulheres. De acordo com o DataSebrae, a participação das mulheres no total de empreendedores no país é de 32%. Isso significa que a empresa júnior está abaixo da média nacional, mesmo com pelo menos metade dos membros sendo obrigatoriamente do gênero feminino desde uma mudança no estatuto.

Isso demonstra que apesar do ambiente inovador e vanguardista do Movimento Empresa Júnior (MEJ) em relação às políticas de inclusão, o contexto da sociedade brasileira ainda inibe o empreendedorismo nas mulheres, o que não impediu o sucesso profissional destas na AD&M e nem no mercado de trabalho, já que a empresa teve maioria feminina nos cargos de presidentes e de lideranças, além de reconhecido sucesso destas no mercado de trabalho.

Gráfico 2 – Gênero

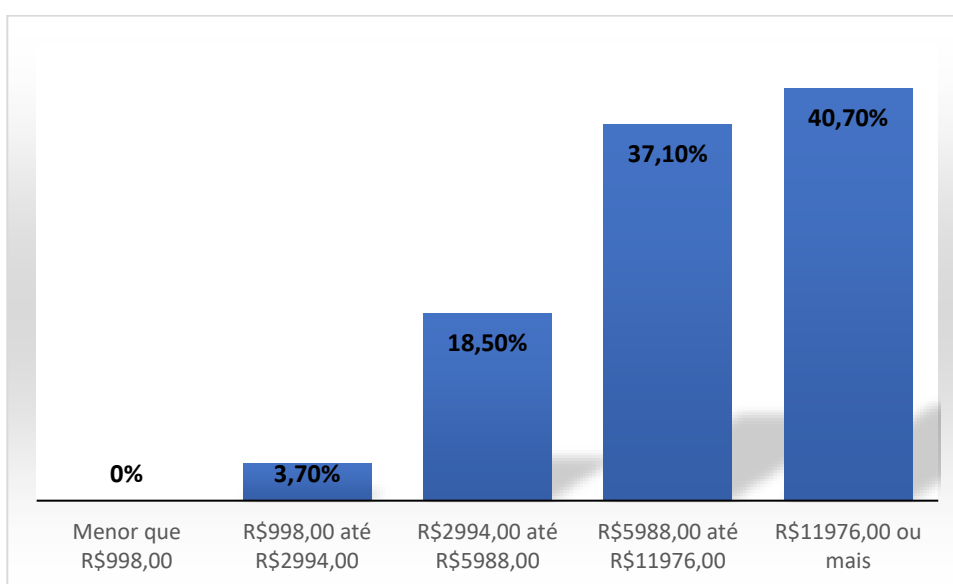


Fonte: Elaborado pelo autor

A renda domiciliar mensal dos participantes desse estudo é apresentada no Gráfico 3 (Diagrama de barras da renda domiciliar mensal), constatando-se um número maior de estudantes com renda familiar a partir de R\$11976,00 (40,7%) quando comparados aos demais em análise. Aproximadamente 77%

dos respondentes possuem renda domiciliar mensal acima de R\$5988,00, segundo o IBGE, o rendimento médio mensal dos empreendedores no Brasil é de R\$ 2.036,00 e quando consideradas as faixas de rendimento em salários mínimos (SM), observa-se que somente 13% recebem mais de 5 Salários Mínimos, equivalente a R\$5225,00. Sendo assim, observa-se que o contexto brasileiro não influencia relevantemente os dados da empresa júnior em questão, o que também demonstra uma certa elitização da AD&M, fato bastante comentado dentro da empresa.

Gráfico 3 – Renda Domiciliar



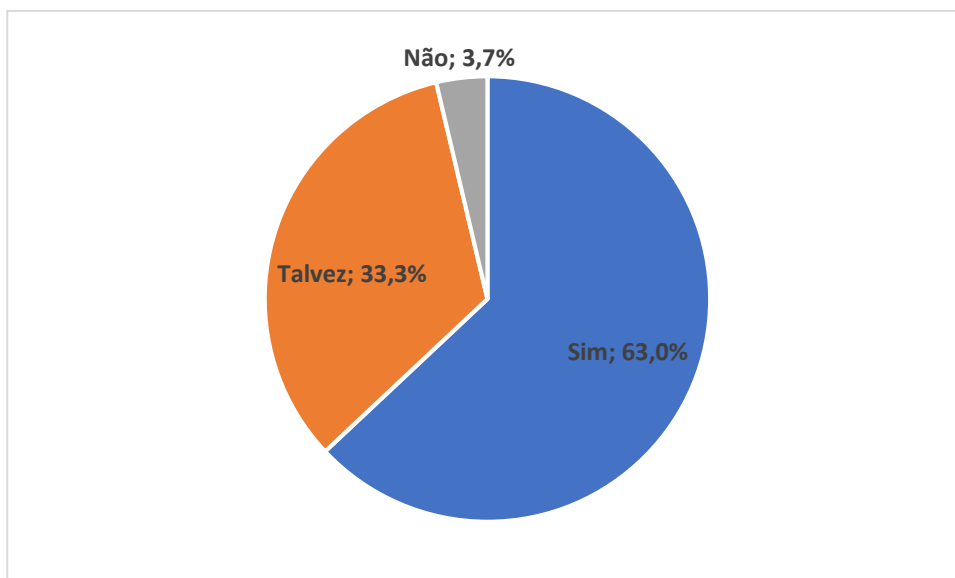
Fonte: Elaborado pelo autor

Ao se padronizar um perfil dominante para a amostra, afere-se que os participantes, em sua maioria, têm entre 24 e 27 anos, são homens e possuem renda familiar mensal superior a R\$5988,00.

4.2 Análise de fatores diretamente relacionados à AD&M

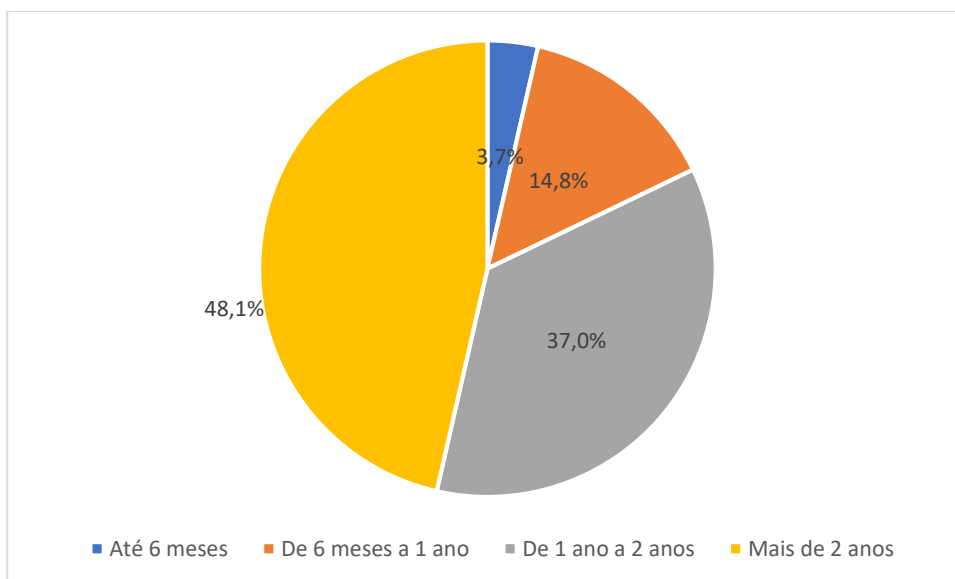
Esta seção tem o objetivo de demonstrar e analisar os resultados da pesquisa que se referem diretamente sobre a relação dos respondentes com a empresa júnior AD&M.

No gráfico 4 (diagrama circular de conhecimento), foi perguntado: “Você acredita que a AD&M fornece o conhecimento necessário em empreendedorismo para seus membros abrirem seus próprios negócios?” 63% dos respondentes acreditam que sim, enquanto 33,3% não tem certeza e 3,7% acreditam que não.

Gráfico 4 – Diagrama circular de conhecimento

Fonte: Elaborado pelo autor

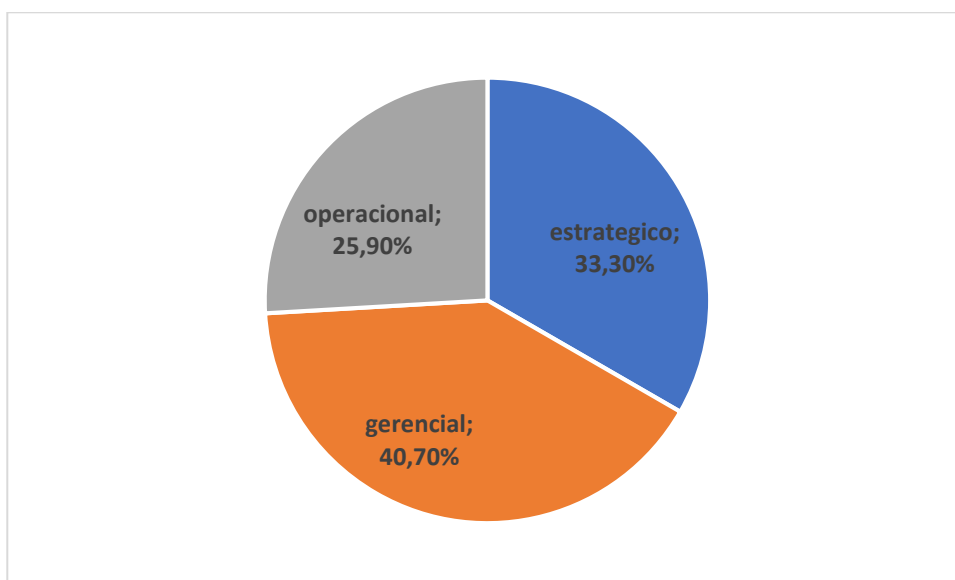
No gráfico 5 (diagrama circular do tempo trabalhado), foi perguntado: “Por quanto tempo, em meses, você trabalhou na AD&M desde que foi aceito no programa trainee? ” A maior parte dos respondentes (48,1%) trabalhou por mais de 2 anos na empresa júnior, enquanto 37% trabalharam de 1 a 2 anos e 14,8% trabalharam até 1 ano. Ressalta-se que apenas 1 indivíduo da pesquisa participou da AD&M apenas como trainee, por 6 meses e abriu sua empresa após se desligar.

Gráfico 5- Tempo trabalhado

Fonte: Elaborado pelo autor

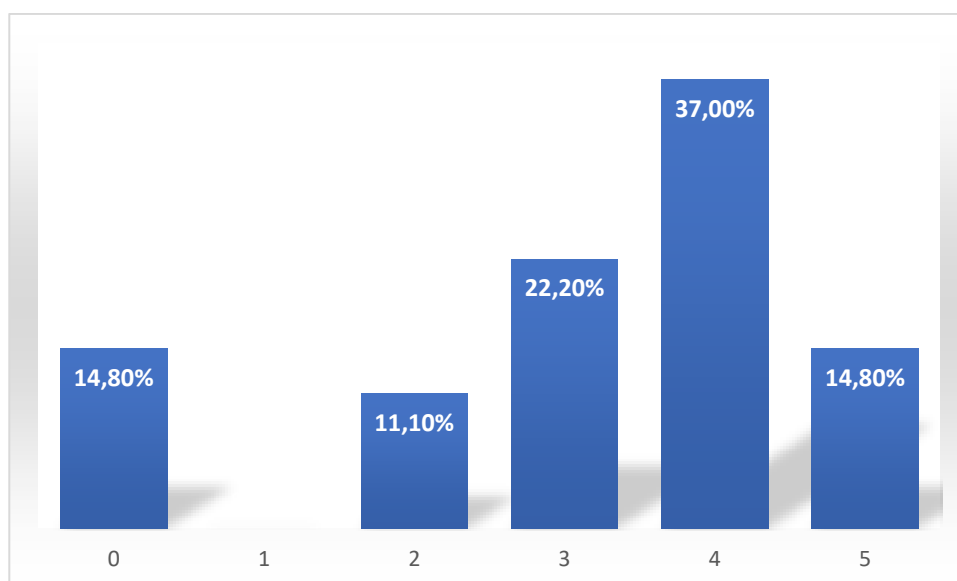
No gráfico 6 (diagrama circular do último cargo), foi perguntado: “Qual foi seu último cargo na AD&M? ”. A AD&M possui vários cargos que podem ser divididos em 3 áreas gerais: Estratégico (Presidente, Diretor e similares), Gerencial (Coordenador, Gerente, Líder de projetos e similares) e Operacional (Consultor, Trainee e similares). As áreas foram divididas assim para facilitar o entendimento dos respondentes já que as áreas específicas mudaram de nomes algumas vezes. 40,7% dos empresários ocuparam cargos gerenciais, enquanto 33,3% ocuparam cargos estratégicos e 25,9% ocuparam posições operacionais. Como as respostas ficaram bem divididas, podemos começar a inferir que o cargo não é um fator muito determinante para o membro seguir carreira empreendedora.

Gráfico 6- último cargo



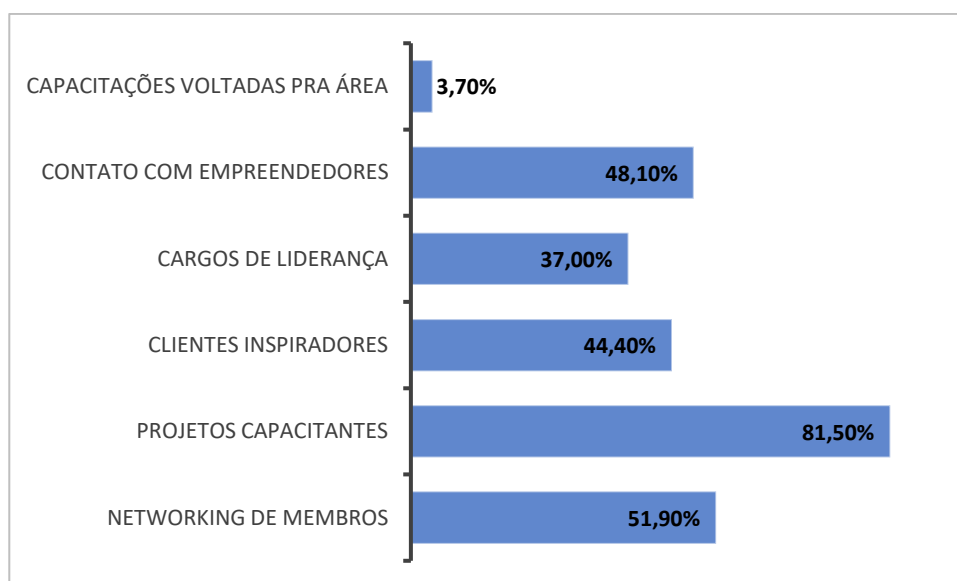
Fonte: Elaborado pelo autor

No gráfico 7, (Diagrama de barras de influência percebida) foi perguntado: “O quanto você acredita que a AD&M influenciou você a abrir seu próprio negócio? (Sendo 0 como não influenciou e 5 como influenciou totalmente) ”. O resultado mostrou que a grande maioria (74%) acredita que a empresa júnior foi importante para suas carreiras empreendedoras, enquanto (26%) acreditam que a AD&M não lhes influenciou ou influenciou muito pouco em suas carreiras.

Gráfico 7- influência percebida

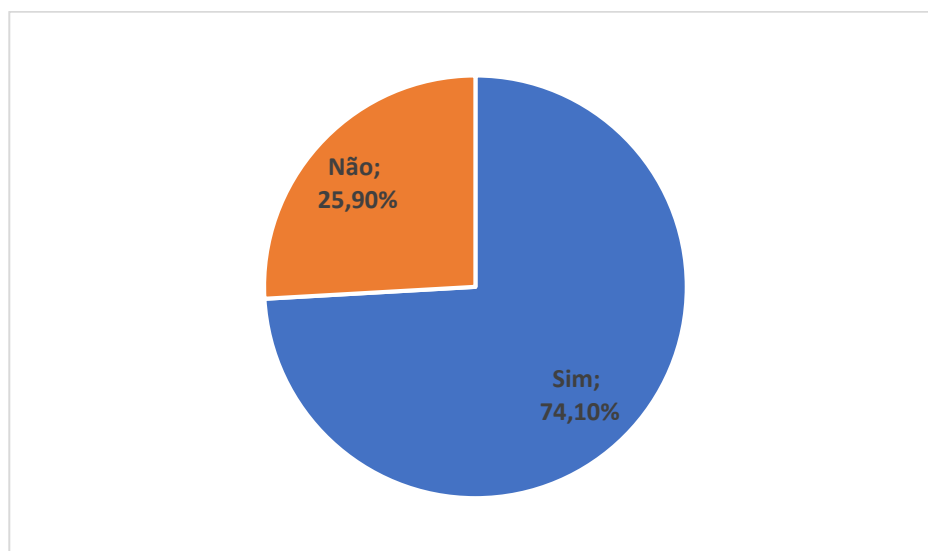
Fonte: Elaborado pelo autor

No gráfico 8, (Diagrama de barras de fatores de influência) foi perguntado: “Quais desses fatores da AD&M você acredita que poderiam ter lhe influenciado mais ao abrir seu próprio negócio? “ Essa era uma pergunta aberta, os respondentes puderam escolher mais de uma opção. O fator mais importante, considerado por 81,5% dos indivíduos, foram os projetos capacitantes, seguido pelo Networking dos membros (51,9%) e contato com empreendedores (48,1%). Esse resultado faz muito sentido porque vários dos projetos executados envolvem os conhecimentos e ferramentas necessárias para abrir um negócio e/ou gerenciá-lo, além de que muitos dos projetos da AD&M são utilizados em projeções de novos negócios.

Gráfico 8 – Fatores de influência

Fonte: Elaborado pelo autor

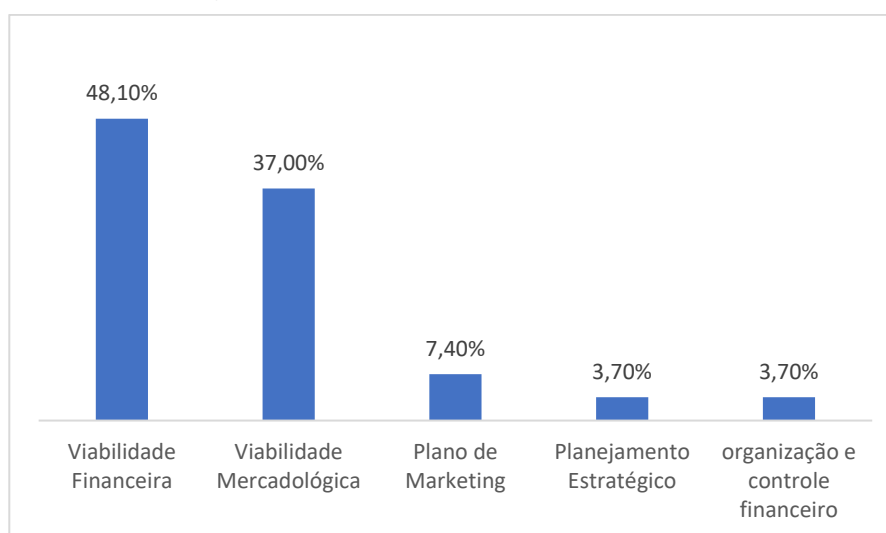
No gráfico 9 (diagrama circular de projeto desafiador), foi perguntado “Você considera que participou de projeto (s) desafiador (es)? ” 74,1% dos empreendedores acreditam que participaram de projetos que lhes trouxeram desenvolvimento, para a Escola Sociotécnica (Hackman & Oldham, 1976), o trabalho deve apresentar variedades e ser desafiador para ter sentido e se obter aprendizado; “O trabalho precisa ter seis características para ter sentido: ter variedade e ser desafiador; possibilitar aprendizagem contínua; permitir autonomia e decisão; possibilitar reconhecimento e apoio; trazer uma contribuição social e permitir um futuro desejável. “

Gráfico 9- projeto desafiador

Fonte: Elaborado pelo autor

No gráfico 10 (diagrama de barras de soluções), foi perguntado “Qual solução você acredita que é mais importante de ser executada para um membro que quer abrir seu próprio negócio?” 48,1% das respostas escolheram a Viabilidade Financeira e 37% optaram pela Viabilidade mercadológica, ou seja, quase todos os empreendedores (85,1%) escolheram soluções que a AD&M oferece à clientes que estão começando seus empreendimentos. Isso faz muito sentido já que executar um destes projetos capacitam os membros quanto às tarefas cruciais da abertura de empresas a seu desenvolvimento e, provavelmente, a estarem aptos a empreender em seus próprios negócios.

Gráfico 10- soluções

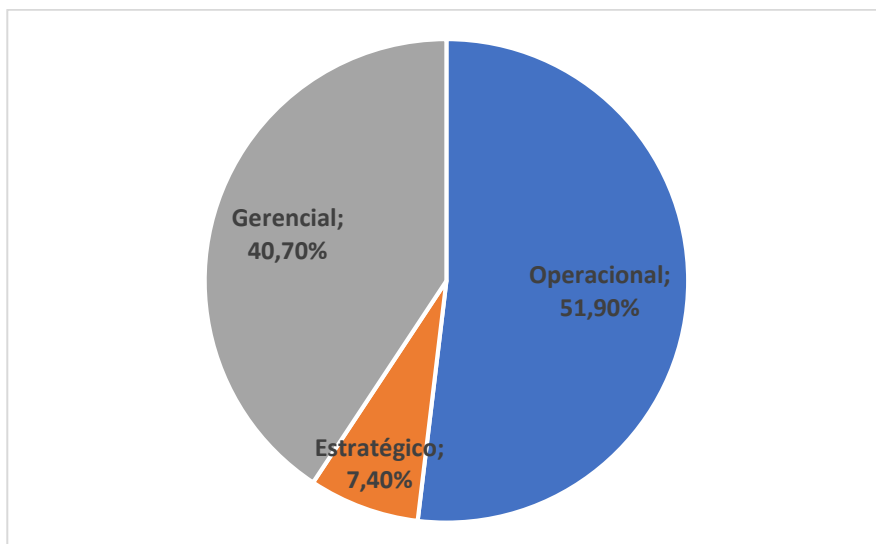


Fonte: Elaborado pelo autor

No gráfico 11 (diagrama circular de cargos mais alinhados), foi perguntado: “Na sua opinião, qual é o cargo que mais ajuda o membro a possuir o conhecimento necessário para abrir seu próprio negócio?” Mais da metade (51,9%) dos respondentes acreditam que os cargos operacionais (Consultor e Trainee) são os mais capacitantes para jovens com potencial empreendedor. Em seguida, cargos gerenciais (Gerente, Coordenador, Líder de projeto e similares) foi o mais escolhido (40,7%). Interessante observar que apenas 7,4% dos indivíduos acreditam que os cargos mais altos hierarquicamente, estratégicos, são os mais relevantes nesse quesito. As respostas combinam com a estratégia de capacitação da AD&M, afinal os cargos operacionais são os que recebem a maior quantidade de capacitação enquanto cargos

estratégicos recebem apenas capacitações específicas já que estes indivíduos já passaram pelos cargos abaixo. Sendo assim, uma grande parte do aprendizado necessário para um empreendedor abrir seu negócio é ensinado nos primeiros meses como trainee e membro consultor.

Gráfico 11 – Cargo mais alinhado



Fonte: Elaborado pelo autor

Após a pergunta acima, a pesquisa buscou compreender o quanto cada respondente acredita que cada cargo geral ajudaria os membros em criar suas próprias empresas, essas perguntas aumentam de relevância uma vez que o espaço amostral é composto aproximadamente pela mesma quantidade de membros ou ex membros de cada área geral, o que ajuda a validar a pesquisa já que a grande maioria dos empreendedores responderam às perguntas tendo participado de mais de uma área.

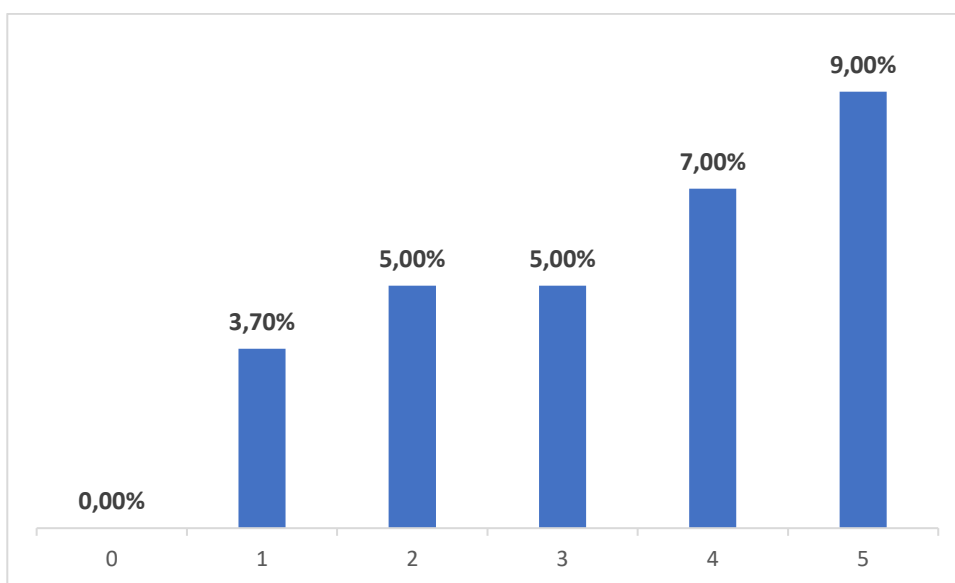
Nos gráficos 12, 13 e 14 foi perguntado, respectivamente, o quanto cada respondente acha que o cargo Estratégico (Presidente, Diretor e similares), Gerencial (Gerente, Coordenador, Líder de projeto e similares) e Operacional (Consultor e Trainee) pode ajudar um membro interessado em abrir seu próprio negócio? (Sendo 0 como não influenciou e 5 como influenciou totalmente) “.

O resultado mostra que todas as áreas foram bem avaliadas nesse critério, porém os cargos estratégicos foram os mais escolhidos para representarem menos influência no critério da pergunta. Fato interessante, uma vez que é a área com conhecimento mais complexo e mais similar às tarefas

de um empresário CEO. Interessante notar que o resultado dessas perguntas combina com o do gráfico 11 “cargo mais alinhado” já que a área mais bem avaliada nesse critério também é a operacional. Isso realça a constatação de que os cargos operacionais capacitam a maior parte do conhecimento em empreendedorismo.

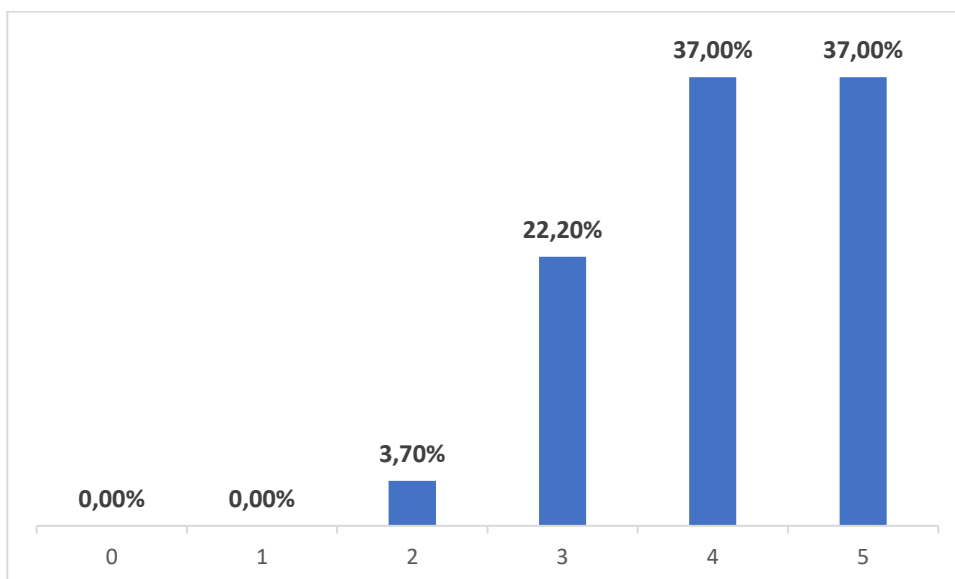
Ressalta-se que 66% dos respondentes passaram pela área gerencial, já que os membros da área estratégica têm de passar previamente pela área gerencial e todos os respondentes fizeram parte da área operacional em algum momento já que é o cargo inicial de todos.

Gráfico 12- cargo estratégico



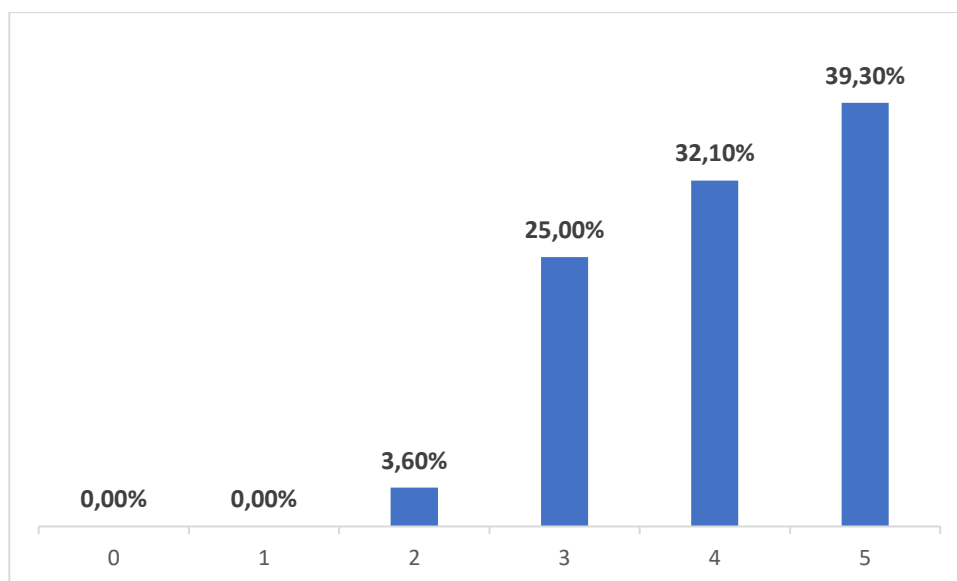
Fonte: Elaborado pelo autor

Gráfico 13- cargo Gerencial



Fonte: Elaborado pelo autor

Gráfico 14- cargo operacional

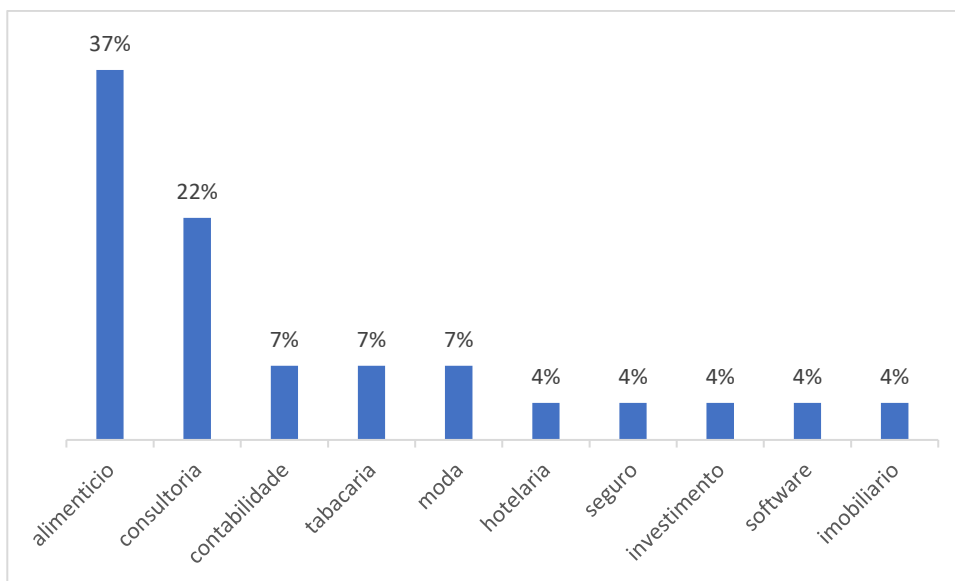


Fonte: Elaborado pelo autor

4.3 Análise de fatores indiretamente relacionados à AD&M

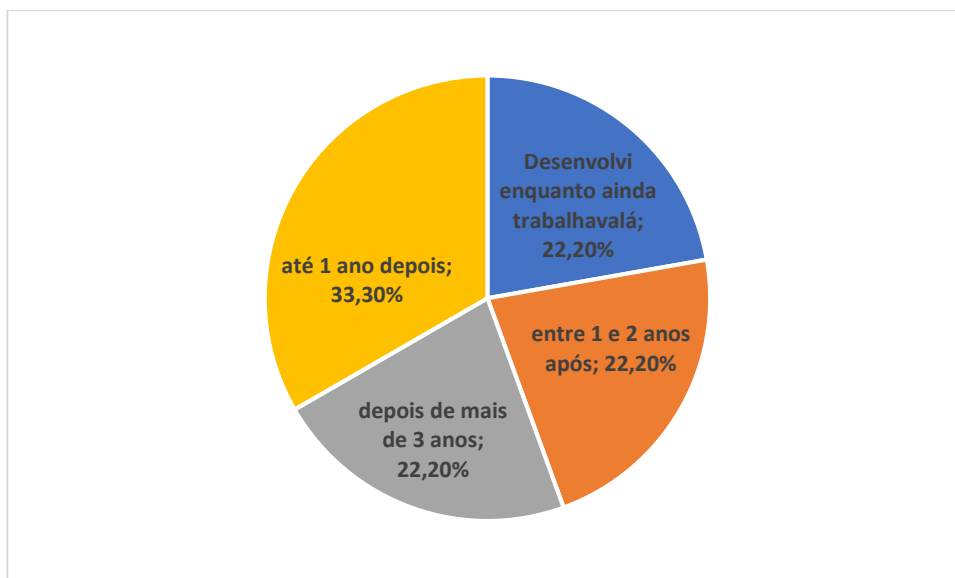
No gráfico 15 (diagrama de barras de segmento de mercado), foi perguntado: “O seu negócio é de qual segmento de mercado? “

A grande maioria dos negócios de ex membros da AD&M (37%) é no segmento alimentício com docerias, confeitarias, cafés e restaurantes com sedes físicas ou digitais. Em seguida, 22% dos negócios são consultorias e/ou assessorias, o que é previsível já que é a mesma área da AD&M o que possibilita aos empreendedores uma experiência previa nesse segmento. Escritórios de contabilidade, tabacaria e negócios de vestuário e moda são igualmente representados com 7% dos negócios cada. Além destes segmentos, também existem empresários do ramo de seguros, imobiliário, hoteleiro, investimentos e softwares.

Gráfico 15- segmento de mercado

Fonte: Elaborado pelo autor

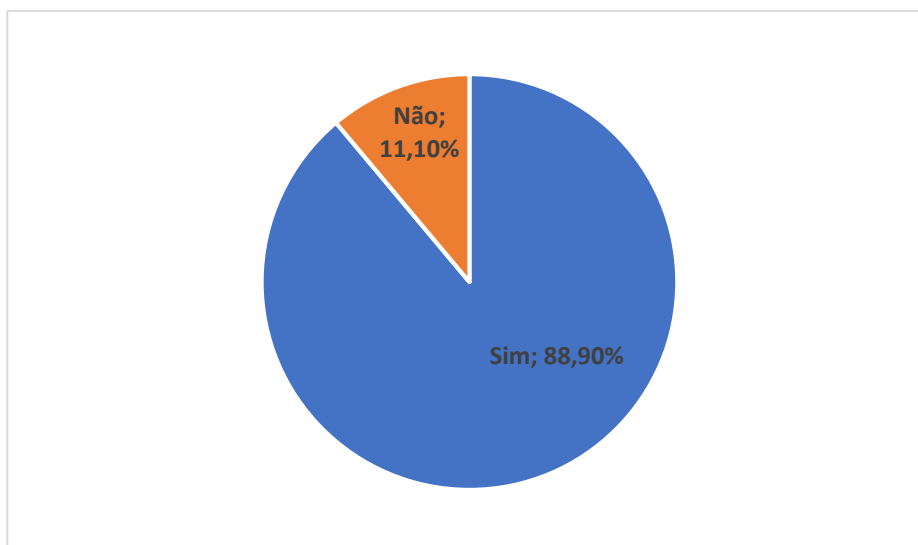
No gráfico 16 (diagrama circular de tempo), foi perguntado: “Quanto tempo após sair da AD&M você começou a desenvolver seu negócio? ” A maioria dos empreendedores (33,3%) começou a desenvolver seu negócio até 1 ano após desligar-se da AD&M enquanto 22% desenvolveram suas empresas durante o período em atividade na EJ, este dado aponta que mais da metade dos membros que abriram empresas, o fizeram em um período sobre forte influência da AD&M e aproximadamente 78% dos respondentes iniciou seus empreendimentos durante ou até dois anos após sair da empresa júnior. A partir disso é possível inferir que a AD&M influenciou a maioria de seus empreendedores a começar seus negócios, sendo os mais variáveis fatores como mencionado no gráfico 8- fatores de influência.

Gráfico 16- tempo

Fonte: Elaborado pelo autor

No gráfico 17 (diagrama circular de vontade de aprender), foi perguntado: “ Você já tinha vontade de empreender em seu próprio negócio antes de entrar na AD&M? ”. Aproximadamente 89% dos respondentes já tinham vontade de abrir uma empresa antes de ingressarem na empresa júnior. Este dado aponta que mesmo que a AD&M exerça uma grande influência em seus membros para seguirem a carreira empreendedora, fatores externos à empresa ainda são muito relevantes. Segundo Cunningham e Lischeron (1991 apud SOUZA; GUIMARÃES, 2005) a escola do “grande homem”, afirma que o empreendedorismo é uma competência inata ao indivíduo, que o acompanha desde o seu nascimento, uma espécie de sexto sentido.

Entretanto, aproximadamente 11% dos empreendedores da pesquisa não queriam abrir um negócio antes de participar da AD&M. Pode-se considerar que a empresa júnior exerceu influencia determinante para estes, se interessarem em suas atuais carreiras. O empreendedor deve ter como conduta o interesse de aprender constantemente, tomando decisões que incentivem a inovação, com atitudes estratégicas e alcance de objetivos (FILION, 1991 apud SOUZA; GUIMARÃES, 2005).

Gráfico 17- Vontade de empreender

Fonte: Elaborado pelo autor

4.4 Discussão do Resultado

As empresas, muitas vezes não estão mais preocupadas em contratar funcionários sem conhecimentos e moldá-los a cultura da organização, procuram pessoas já qualificadas, com determinadas competências e que tenham vontade de se desenvolver. Portanto, durante a formação profissional, os acadêmicos na sua trajetória na faculdade devem buscar por estas competências exigidas pelo mercado, através de atividades extracurriculares, como estágios, cursos, treinamentos, palestras, projetos de pesquisa e de ensino.

Outra maneira ainda de capacitação no meio acadêmico é a participação em empresas juniores, que têm como finalidade o desenvolvimento pessoal e profissional de seus membros, através da vivência empresarial. Já o mercado empreendedor busca indivíduos com certas competências que vão além do conhecimento técnico. A exigência agora é de pessoas autônomas, criativas e que tenham capacidade de trabalhar em equipe. As competências desenvolvidas na AD&M consultoria júnior.

Ziliotto e Berti (2012) afirmam que os estudantes que participam de empresa júnior adquirem uma grande quantidade de experiências, pois participam de decisões como líderes, desenvolvem habilidades gerenciais, oratória, liderança, criatividade, pró-atividade, responsabilidade, capacidade de trabalhar em equipe e negociar com clientes e fornecedores. Além disso, para

Oliveira e Ribeiro (2013), a empresa júnior é uma estrutura colocada à disposição dos estudantes em uma Instituição de Ensino Superior, na qual são realizados projetos e estudos que propiciem a estes acadêmicos um maior contato com a realidade social e de mercado.

Existem diversas definições de autores sobre as competências de um empreendedor: envolvem a eficiente alocação de talentos humanos, recursos físicos, financeiros e tecnológicos. Para tanto é preciso que o empreendedor tenha a capacidade de planejar, organizar, comandar, motivar, delegar e controlar, enfim, de administrar o empreendimento e seus funcionários (MAN e LAU, 2000). Segundo um artigo de Nicoline (2017), ao analisar um grupo de empreendedores, é possível observar que as competências que mais se destacaram foram: relacionamento interpessoal, diminuição da timidez/segurança/ confiança e desenvoltura/facilidade de comunicação, mostrando que existe um maior desenvolvimento dos membros na sua comunicação de maneira geral, desde sua relação com outros indivíduos até a facilidade de se expressar em público.

A Brasil Júnior (BJ) possui valores muito relacionados à cultura empreendedora e de inovação, estes estão muito conectados à estratégia da organização com impacto no seu desempenho organizacional. Sendo assim, a cultura empreendedora da organização aliada com os resultados deste trabalho aprova que dois fatores são cruciais para a influência determinante da AD&M na carreira empreendedora de seus membros; a motivação de empreender e perfil empreendedor dos indivíduos e a cultura organizacional do movimento empresa Júnior (MEJ).

5. CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES

Em uma sociedade de rápida transformação digital, social e econômica, fica evidente que os jovens universitários nunca tiveram tantas opções de carreira como agora. Entre elas, as carreiras empreendedoras vêm atraindo muitos jovens dispostos a aproveitar esse momento de grande expansão de novos mercados e inovações. O curso de administração da UnB, considerado o melhor de Brasília segundo o Ministério da Educação, por esse motivo, atrai

muitos interessados em adquirir conhecimentos de gestão e empreendedorismo. Porém, como notadamente a maioria das matérias do curso são direcionadas para a carreira acadêmica, muitos desses estudantes já interessados em empreender optam por conciliar essa base teórica ofertada no curso com o conhecimento prático e ambiente empreendedor oferecido na AD&M Consultoria Júnior. A grande maioria dos entrevistados (88,9%) já possuíam vontade de empreender antes de decidir participar da AD&M, o que mostra que esses jovens universitários possuíam uma demanda, possivelmente não suprida pelas matérias do curso de administração da UnB.

Os resultados encontrados na seção anterior demonstraram que, ao analisar os critérios escolhidos, é possível identificar a existência de uma influência decisiva e determinante da empresa júnior de administração da UnB no incentivo à carreira empreendedora em seus membros e ex membros. Sendo assim, os objetivos traçados por esse trabalho foram alcançados. A aplicação do questionário mostrou que os 27 respondentes empreendedores eram, em sua maioria homens, na faixa etária de 24 a 27 anos, e possuem renda familiar mensal superior a R\$5.988,00. Ressalta-se que muitos dos respondentes graduaram-se anos antes desta pesquisa ser realizada, o que mostra que algumas das percepções acerca do curso de administração e da empresa júnior AD&M podem estar desatualizadas.

Este estudo demonstra como a AD&M possui um papel fundamental na formação da carreira empreendedora de graduandos do curso de administração na UnB. Há anos existem rumores sobre uma rivalidade entre o corpo docente do curso e participantes da Empresa Júnior, essa rivalidade seria por causa do grande tempo e dedicação que os membros dispõem nessa causa, o que muitas vezes, resulta em estudantes priorizando a Empresa Júnior em detrimento das aulas ofertadas no curso. Sem adentrar nestes rumores, fica evidente que os dois lados são fundamentais para os estudantes em formação e mais do que isso, a cooperação entre docentes e participantes da empresa Júnior enriquece muito a experiência de demais alunos, como já ocorreu antes em palestras e minicursos ministrados por membros da AD&M durante a Semana Acadêmica de Administração e em apoio e revisões metodológicas de professores em alguns projetos da Empresa Júnior.

5.1 Limitações da pesquisa

Por causa da natureza específica e vanguardista do tema deste trabalho, o formulário foi inteiramente construído pelo autor, havendo pouca influência de formulários já existentes a respeito dos temas do trabalho: empreendedorismo e Empresas Júniores. Por isso, houve dificuldade de validação teórica nas perguntas apresentadas, o que não impediu a pesquisa de apresentar resultados confiáveis e que resultaram em análises enriquecedoras para o departamento de administração e futuros estudantes que poderão utilizar esta como referencial. Além disso, a natureza deste trabalho acarretou em poucos possíveis respondentes para a pesquisa, já que o perfil amostral buscado era necessariamente específico, empreendedor que participa ou já participou da AD&M.

Outra limitação é o fato de que, eu, o autor deste trabalho já fui membro da empresa Júnior AD&M, o que pode ter enviesado de alguma forma este projeto. Porém, fica evidente que tal participação foi vital para conseguir informações cruciais do projeto bem como encontrar o contato dos respondentes da pesquisa.

5.2 Sugestões de estudos futuros

Este estudo busca auxiliar o departamento de administração, a empresa júnior AD&M e até mesmo a Federação de empresas Júniores do Distrito Federal, Concentro, ao entregar insumos que possam auxiliar na análise sobre o cenário empreendedor dos estudantes de administração da UnB, possibilitando a tomada de decisões estratégicas voltadas para a formação destes estudantes e incentivar a produção de mais estudos nacionais com foco no incentivo ao empreendedorismo proporcionado pelo MEJ, que já exerce relevância no cenário empreendedor brasileiro.

REFERÊNCIAS

SILVA, Manuela Ramos da; FISCHER, Tânia. Ensino de administração: um estudo da trajetória curricular de cursos de graduação. **Xxxii Encontro da Anpad**, Rio de Janeiro, v. 32, n. 16, p. 16-31, 2008.

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. Empreendedorismo: conceitos e definições. **Rev. de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 25-38, jan. 2014.

BICALHO, Renata de Almeida; PAULA, Ana Paula Paes de. Empresa Júnior e a reprodução da ideologia da Administração. **Ebape**, Rio de Janeiro, v. 7, n. 4, p. 849-910, 15 out. 2012.

SCHEIN, Edgar. **Cultura organizacional e Liderança**. São Paulo: Atlas, 2009.

CRUZ, Renata Ribeiro Navega. **Análise da motivação dos empreendedores no novo paradigma do século 21**: um estudo de caso com empreendedores do primeiro, segundo e terceiro setor de Brasília. 2009. 54 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração, Face, Universidade de Brasília, Brasília, 2009.

XAVIER, Amanda Boaventura. **ATITUDE EMPREENDEDORA DE ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS DO DISTRITO FEDERAL**. 2018. 77 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração, Face, Universidade de Brasília, Brasília, 2018.

SOUZA, Eda Castro Lucas De; GUIMARÃES, Tomás De Aquino. **Empreendedorismo além do plano de negócios**. 1 ed. Brasil: Atlas, 2005. 3-20 p.

SEBRAE. **Sobrevivência das Empresas no Brasil**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sebrae/portal%20sebrae/anexos/sobrevivencia-das-empresas-no-brasil-relatorio-2016.pdf>>. Acesso em: 11 dez. 2017.

SILVA, Arthur Barbosa *et al.* A IMPORTÂNCIA DA EMPRESA JÚNIOR NA FORMAÇÃO DO ENGENHEIRO DE PRODUÇÃO. In: ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 29., 2009, Salvador, Ba. **A Engenharia de Produção e o Desenvolvimento Sustentável: Integrando Tecnologia e Gestão**. Salvador, Ba: Enegep, 2009. p. 4-12.

BRASIL JÚNIOR. **Conceito Nacional de Empresa Júnior – CNEJ**, 2007. Disponível em Acesso em 04 de mar. 09.

FERNANDES, Nicoline Pinheiro *et al.* **O PAPEL DA EMPRESA JR NO DESENVOLVIMENTO DE COMPETÊNCIAS DE SEUS INTEGRANTES: UM ESTUDO COM EX-MEMBROS DA EMAD JR**. 2017. 69 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Administração, Da Universidade Federal de Pelotas, Brasil, João Pessoa, 2017.

SILVA, P. C. R. **Empresa Júnior na Prática**. Brasília: Editora Kiron, 2012b.

VALADÃO JUNIOR, V. M.; MARQUES, R. A. C. **Empresa Júnior: Espaço Para Construção De Competências**. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL

DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 36., 2012, Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro: ANPAD 2012.

ZILIO, D. M.; BERTI, A. R. **A aprendizagem do aluno inserido em empresa júnior**. Revista Conexão UEPG. Ponta Grossa, v.8, n.2, p. 210-217, Jul./Dez. 2012.

Morin, Estelle, Tonelli, Maria José, Vieira Pliopas, Ana Luisa **O TRABALHO E SEUS SENTIDOS**. *Psicologia & Sociedade* [en linea]. 2007, 19(1), 47-56[fecha de Consulta 9 de Noviembre de 2020]. ISSN: 0102-7182. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=309326396008>

LEAL, Adriana Pinheiro. Et al. **Competências empreendedoras: um diferencial para as organizações neste novo milênio**. Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento. Ano 03, Ed. 08, Vol. 08, pp. 13-34, Agosto de 2018. ISSN:2448-0959

APÊNDICE – FORMULÁRIO APLICADO

A AD&M e sua influência no empreendedorismo em Brasília

Caro empreendedor,

Estou realizando uma pesquisa para obter informações à fim de descobrir se a empresa júnior de administração da UnB, AD&M, exerce um papel fundamental em auxiliar os membros que querem seguir a carreira de empreendedor. Trata-se de uma pesquisa científica, sem fins comerciais, desenvolvida pelo aluno de administração da UnB e ex membro da AD&M, Otávio Napoleão, sobre coordenação da professora Olinda Lesses.

Ressalta-se que os dados serão analisados de forma conjunta de modo que a identidade do respondente e o sigilo das informações serão mantidos.

A sua participação nessa pesquisa é voluntária e possui tempo estimado de 5 minutos. Sua participação é muito importante para o êxito deste trabalho!

Caso tenha alguma dúvida, pode entrar em contato comigo no email: otavionapoleao95@gmail.com

Desde já agradeço sua colaboração por dedicar alguns minutos respondendo as questões a seguir.

***Obrigatório**

1. 1 - Você acredita que a AD&M fornece o conhecimento necessário em empreendedorismo para seus membros abrirem seus próprios negócios? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não
- Talvez

2. 2 - Por quanto tempo, em meses, você trabalhou na AD&M desde que foi aceito no programa trainee? *

Marcar apenas uma oval.

- Até 6 meses (apenas o programa trainee)
- De 6 meses a 1 ano
- De 1 ano a 2 anos
- Mais de 2 anos

3. 3 - Qual foi seu último cargo na AD&M? *

Marcar apenas uma oval.

- Estratégico (Presidente, Diretor e similares)
- Gerencial (Coordenador, Gerente, Líder de projetos e similares)
- Operacional (Consultor, Trainee e similares)

4. 4 - O quanto você acredita que a AD&M influenciou você a abrir seu próprio negócio? (Sendo 0 como não influenciou e 5 como influenciou totalmente) *

Marcar apenas uma oval.

0	1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. 5 - Quais desses fatores da AD&M você acredita que poderiam ter lhe influenciado mais ao abrir seu próprio negócio? *

Marque todas que se aplicam.

- Networking de Membros
- Projetos capacitantes
- Clientes inspiradores
- Cargos de liderança
- Contato com empreendedores

Outro: _____

6. 6 - Você considera que participou de projeto(s) desafiador(es)? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

11. 11 - O quanto você acha que o cargo Operacional(Consultor e Trainee) pode ajudar um membro interessado em abrir seu próprio negócio? (sendo 0 como não influenciou e 5 como influenciou totalmente) * *Marcar apenas uma oval.*

0	1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. 12 - O seu negócio é de qual segmento de mercado? *

13. 13 - Quanto tempo após sair da AD&M você começou a desenvolver seu negócio? *

Marcar apenas uma oval.

- Desenvolvi enquanto ainda
 trabalhava lá até 1 ano depois
 entre 1 e 2 anos após depois de
 mais de 3 anos

14. 14 - Você já tinha vontade de empreender em seu próprio negócio antes de entrar na AD&M? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
 Não

15. 15 - Gênero *

Marcar apenas uma oval.

- Masculino
- Feminino
- Não Binário
- Prefiro não dizer

16. 16 - Renda domiciliar mensal *

Marcar apenas uma oval.

- Menor que R\$998,00
- R\$998,00 até R\$2994,00
- R\$2994,00 até R\$5988,00
- R\$5988,00 até R\$11976,00
- R\$11976,00 ou mais

17. 17 - Quantos anos você tem? *