

## **Eixo Temático: Inovação e Sustentabilidade**

### **CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS NA INTENÇÃO DE EMPREENDER**

#### **FEATURES ENTREPRENEURS IN THE TAKING OF INTENT**

Bruna de Vargas Bianchim, Vânia Medianeira Flores Costa, Márcia Zampieri Grohmann, Caroline dos Santos e Silva, Roberta Nunes Medeiros e Joice Martins Cabral

#### **RESUMO**

O presente trabalho tem por objetivo verificar se os alunos do curso de administração de uma instituição federal possuem características empreendedoras e se essas se diferenciam para os que intenciam empreender. O estudo caracteriza-se como uma pesquisa descritiva de abordagem quantitativa, aplicado a uma amostra de 197 graduandos em administração. A coleta de dados foi realizada por meio de questionário e analisados com suporte do software acrônimo de Statistical Package for Social Sciences (SPSS). Os resultados permitiram identificar características empreendedoras como a busca de novos conhecimentos, procura de orientação de especialistas, informação, planejamento e autoconfiança. Já entre os respondentes que pretendem empreender o destaque foi à busca por informações, oportunidades, qualidade de produtos e serviços, perseverança estímulo para o cumprimento de tarefas, superação de conflitos e trabalho em equipe. A partir disso pode-se inferir que há diferenças significativas entre os respondentes que pretendem empreender dos demais, tal comprovação pode trazer benefícios a academia, como instrumento utilizado para proporcionar diferencial de seus estudantes frente ao mercado.

**Palavras-chave:** Potencial empreendedor, características empreendedoras, empreendedorismo.

#### **ABSTRACT**

This study aims to verify if students from a federal institution management course have entrepreneurial characteristics and these are different for those who intend to undertake. The study is characterized as a descriptive quantitative approach, applied to a sample of 197 students in administration. Data collection was conducted through a questionnaire and analyzed acronym software support Statistical Package for Social Sciences (SPSS). The results showed entrepreneurial characteristics as the search for new knowledge, seeking expert advice, information, planning and self-confidence. Among the respondents who intend to undertake the highlight was the search for information, opportunities, quality products and services, perseverance stimulus for the fulfillment of tasks, overcoming conflicts and teamwork. From this we can infer that there are significant differences among the respondents who intend to undertake the others, such evidence can bring benefits to academia as a tool used to provide differential of his students against the market.

**Keywords:** Potential entrepreneur, entrepreneurial characteristics, entrepreneurship.

## 1 INTRODUÇÃO

O estudo do empreendedorismo vem sendo continuamente explorado em pesquisas científicas, tendo em vista a sua abrangência e relevância para a sociedade em constante transformação. Conforme Salim et al (2004), empreender tem sido a trajetória escolhida por muitos jovens recém-formados, profissionais bem-sucedidos no mercado e alguns tantos aposentados que, depois de trabalharem como empregados, resolvem empreender por conta própria. A decisão de abrir o próprio negócio muitas vezes vai amadurecendo a partir de acontecimentos pessoais e circunstanciais que resultam na abertura da empresa.

Para Hisrich (2004), muitos indivíduos têm dificuldade de levar suas idéias ao mercado e criar um novo negócio. Ainda assim, o empreendedorismo e as verdadeiras decisões de empreender resultaram em vários milhões de novas empresas iniciados em todo o mundo. Para o autor, a percepção de que é desejável iniciar uma nova empresa é resultado da cultura, da subcultura, da família, dos professores e dos colegas de uma pessoa. A cultura que valoriza um indivíduo que cria com sucesso um novo negócio dará origem a mais empreendimentos do que uma cultura que não valoriza.

Paulino (2003) salienta a frequência com que se encontra a relação entre o sucesso de um empreendimento e os atributos e comportamentos de seus empreendedores. McClelland (1980) buscou identificar em seus estudos, as características de empreendedores que haviam obtido sucesso empresarial em países em desenvolvimento. Após modelo inicial encontrado com vinte competências originais, em 1987 o autor define treze competências essenciais das características empreendedoras, interesse pela alta qualidade no trabalho; comprometimento com o contrato de trabalho; orientação para a eficiência; planejamento sistemático; solução de problemas; autoconfiança; persuasão; uso de estratégias de influência; iniciativa; identificação de oportunidades; persistência; busca de informações e assertividade.

Santos (2008) tendo por base os estudos de McClelland e as características do comportamento empreendedor apontadas pelo Empretec (Empreendedores y Tecnologia), desenvolveu um modelo para identificar o potencial empreendedor constituído por três blocos, capacidade de realização, capacidade de planejamento e desejo de poder composto por doze características associadas. Para Lezana e Tonelli (2004) o empreendedor enquanto pessoa humana obedecerá necessariamente a um processo comportamental, sua diferença em relação aos demais está nas características peculiares de sua personalidade somada ao fato de ter ou pretender ser dono de uma empresa usada para atender suas necessidades.

Antonello e Dutra (2005) inserindo a temática no processo de desenvolvimento das competências dos alunos do curso de administração salientam que as constantes demandas advindas das mudanças exigem administradores capazes de identificar tanto internamente, como externamente às organizações, oportunidades para gerar novos empreendimentos e resultados. Santos, Caetano e Curral (2010) salientam que a intenção de empreender por estudantes tem sido estudada em vários contextos culturais e com diferentes metodologias e as universidades possuem um papel cada vez mais importante na promoção do espírito empreendedor tanto por meio do corpo docente e pesquisadores como pelos alunos da instituição.

Diante de tal realidade, o presente estudo propõe-se a verificar quais características empreendedoras possuem os alunos do curso de administração de uma instituição federal e se essas se diferenciam para os que intencionam empreender. Justifica-se a pesquisa pelas demandas crescentes do mercado e exigências profissionais. Além da criação de novos negócios configurarem-se como uma alternativa para enfrentar as dificuldades de encontrar emprego compatível com as competências adquiridas e desenvolvidas na universidade (Santarelli, Carree

e Verheul, 2009; Remeikiene e Startiene, 2009) o estudo das características empreendedoras de alunos do curso de administração que estão dispostos a correr riscos e ter o próprio negócio, permite inferir se essas características influenciam ou não na vontade de empreender.

## 2 REVISÃO DE LITERATURA

Na sequência serão abordados os conteúdos que conduziram a presente pesquisa, com o intuito de construir uma revisão de literatura. Para melhor desenvolver a temática deste estudo optou-se por subdividir este capítulo em: empreendedorismo, características empreendedoras e empreendedorismo e formação acadêmica.

### 2.1 Empreendedorismo

O surgimento do termo empreendedorismo, na perspectiva de Fillion (1997), ocorreu no século XIX, por meio de pessoas que identificam oportunidades de obter lucros assumindo os riscos inerentes à atividade. Essas pessoas eram responsáveis por comprar um produto em seu estado bruto, desenvolvê-lo e vendê-lo a um preço maior. Dolabela (1999) corrobora com essa visão admitindo o empreendedor como aquele que cria ou adquire uma empresa, e, principalmente, insere inovações ao negócio, assumindo os riscos originários deste.

De acordo com Dornelas (2001), o empreendedorismo é complexo, demanda a criação de algo novo e de valor; a dedicação e o comprometimento de tempo e esforço necessários; e a audácia para assumir riscos calculados e tomar decisões críticas, sem desanimar com as falhas e os erros. O autor destaca e enumera alguns fatores importantes a compreensão a cerca do tema: a) Fatores Pessoais (assumir riscos, realização pessoal, valores pessoais, liderança, etc.); b) Fatores Sociológicos (networking, equipes, influência dos pais, família, modelos de pessoas de sucesso, etc.); c) Fatores Organizacionais; d) Ambiente. Neste caso, o fenômeno só poderia ser compreendido em sua totalidade levando-se em conta não apenas as características individuais do empreendedor, mas, também, os fatores sociológicos e históricos, isto é, a sociedade que facilita ou impede o desenvolvimento das aptidões individuais.

Gimenez, Inácio Jr. E Suzin (2001) definem empreendedor como um indivíduo que constitui um negócio com o objetivo de lucro e crescimento de forma visionária, com comportamento inovador e de postura estratégica. Maximiano (2006) acrescenta a ideia de que um espírito empreendedor está de fato associada a pessoas realizadoras, que mobilizam recursos e correm riscos para iniciar organizações de negócios, ainda que existam empreendedores em todas as áreas da atividade humana.

No Brasil, segundo dados do Global Entrepreneurship Monitor, em 2014 o país contava com uma taxa total de empreendedores de 34,5% como percentual da população entre 18 e 64 anos. Conforme o relatório dos 130,7 milhões de indivíduos dessa faixa etária estima-se que 45 milhões de indivíduos sejam empreendedores, divididos entre: empreendedores iniciais e empreendedores estabelecidos (GEM BRASIL, 2014).

A taxa total de empreendedores no Brasil foi crescente no período de 2002, ano em que obteve 20,9%, para 2010 com aumento significativo passando a 32,3%. Embora a taxa registrada de 2010 para 2011 sofresse uma queda de 5,9%, para os anos seguintes até 2014 houve um crescimento estável no número total de empreendedores. Quando especificadas as taxas de empreendedores iniciais e estabelecidos, visualiza-se uma oscilação no período, com a primeira em ligeiro declínio de 0,01% e a segunda em aumento de 2,1% para o ano de 2014. O gráfico a seguir ilustra a evolução da atividade empreendedora registrada no Brasil no período de 2002 a 2014.

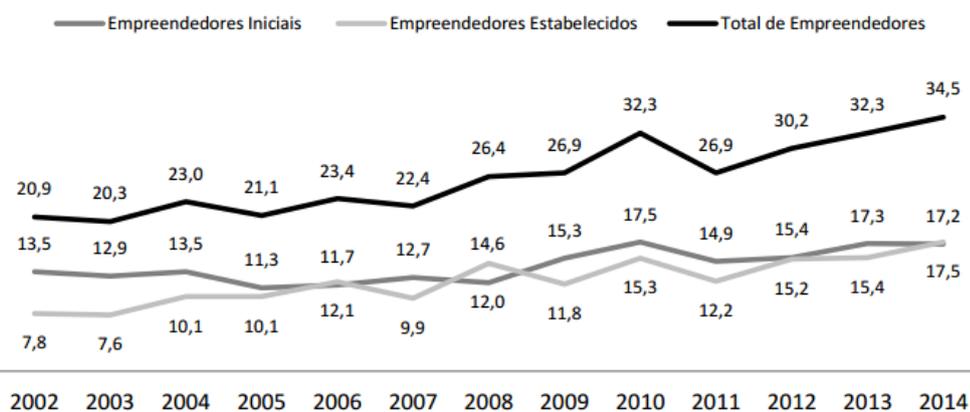


Gráfico 1 - Evolução da atividade empreendedora segundo estágio do empreendimento TEA, TEE, TTE – Brasil – 2002:2014

Fonte: GEM BRASIL, 2014

Nessa perspectiva diante da incidência do número de empreendedores no Brasil é possível perceber o quanto o empreendedorismo é uma realidade recorrente no país e participe do desenvolvimento econômico. Hisrich (2004) já salientava que o papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico envolve mais do que apenas o aumento da produção e renda per capita; envolve iniciar e constituir mudanças na estrutura do negócio e da sociedade.

Embora seja frequente uma distorção na compreensão sobre administradores e empreendedores, nem sempre um empreendedor é administrador, da mesma forma que por vezes um administrador não necessariamente seja um empreendedor, ainda que isso seja o ideal. O empreendedor não possui um lugar específico, mas é um elemento importante para o sucesso em uma organização. Para o contexto empresarial, o empreendedor é um diferencial, capaz de gerar uma vantagem competitiva que harmoniza o movimento do conjunto mensurando riscos e impactos pelas decisões a serem tomadas. (OLIVEIRA, 2012)

## 2.2 Características Empreendedoras

McClelland (1972) relaciona o comportamento empreendedor à necessidade de sucesso, de reconhecimento, e ao desejo de poder e de controle. O autor explica em suas primeiras pesquisas, que a necessidade de realização denotaria a vontade humana de se superar e de se distinguir, incorporando um conjunto de características psicológicas e comportamentais que compreendem, entre outras, o gosto pelo risco moderado, iniciativa e desejo de reconhecimento denominando a “necessidade de realização” do indivíduo como a principal força motivadora do comportamento empreendedor.

Desse modo, percebeu-se que o empreendedor deveria ter habilidades diferenciadas para se destacar. Schumpeter (1984) estabeleceu tais habilidades em três áreas: técnicas (saber ouvir, saber captar informações, ser organizado, saber liderar e trabalhar em equipe); gerenciais (criação e gerenciamento da empresa marketing, administração, finanças, operacional, produção, tomada de decisão, planejamento e controle); pessoais (ser disciplinado, assumir riscos, ser inovador, ter ousadia, persistente, visionário, ter iniciativa, coragem, humildade e, principalmente, ter paixão pelo que faz). Conforme o autor, quem tem estas habilidades aproxima-se do que se pode denominar como empreendedor nato.

Para Kirzner(1986) o empreendedor pode ser considerado como aquele que consegue identificar e aproveitar oportunidades que são geradas com o uso de novas tecnologias em substituição de outras. A capacidade de intuir, de buscar riqueza, de planejar, de criar valor à sociedade, de networking e visão de futuro também serve de base para o estudo das características empreendedoras. Silveira et al (2007) amplia essas características ao citar a necessidade de um perfil de liderança para que o empreendedor obtenha sucesso em suas atividades, pois como grande responsável em colocar em prática as inovações, métodos e procedimentos que propôs, deverá estimular os envolvidos na realização das atividades, de forma a alcançar as metas traçadas.

Santos, (2008) aponta que é possível ou provável que um empreendedor seja o somatório de características inatas e adquiridas e faça parte de um grupo de pessoas que, em maior ou menor grau, seja diferente do resto da população. Nesse contexto, o autor elaborou um instrumento de identificação do potencial empreendedor, capaz de auxiliar na identificação da intensidade de traços de personalidade e que, de acordo com a literatura, são encontrados em empreendedores de sucesso, os quais são: autoconfiança controle, eficiência, informação, metas, senso de oportunidade, persistência, persuasão, planejamento, qualidade, riscos e rede de relações.

Na visão de Ferreira et al (2010), há quatro traços cruciais que caracterizam o empreendedor. Para ele, o empreendedor é aquele que toma iniciativas para criar algo novo; que precisa gastar tempo e esforço em seu empreendimento; é recompensado financeiramente, conquistando independência, reconhecimento social e realização pessoal; e, por fim, o empreendedor necessita assumir os riscos de insucesso do negocio, quer seja eles riscos financeiros, sociais ou psicológicos/emocionais.

### **2.3 Empreendedorismo e formação acadêmica**

Filion (1991) define aprender como um processo ativo onde o aluno investiga, reflete, incorpora e muda sua visão de mundo à medida que aprende. O empreendedor insere-se nesse contexto de forma própria, utiliza a imaginação, a criatividade e a intuição como elementos fundamentais para chegar à “visão do negócio”. Seu valor e aplicabilidade se verificam tanto na formação geral, profissional, e de pesquisa, como meio de superar a dicotomia entre teoria/prática e como forma de permitir uma educação permanente. Precisamos de um processo de aprendizado e não de ensino. Induzir o aluno ao contínuo aprender a aprender, que o leve a proceder como faz o empreendedor na vida real: fazendo, errando, corrigindo rumos, criando (FAZENDA, 1992).

A percepção da ausência de vínculos entre as diversas disciplinas levou ao aparecimento de estudos interdisciplinares na metade do século XX (Nicolescu, 1997). Em uma relação de quase passividade em relação ao aprendizado, o estudante evolui dentro de um sistema onde os pontos de referência foram tão bem estabelecidos que se sente inseguro no momento em que se encontra dentro de um sistema onde não há essa estabilidade. Assim, um dos principais desafios do ensino do empreendedorismo está na necessidade de aplicar ao ensino e às etapas do aprendizado, aquilo que é o cerne de nossa atividade: a inovação. É preciso introduzir cada vez mais, graduações nos sistemas de aprendizado vinculados às atividades empreendedoras (FILLION, 1999;2000).

O profissional do Século XXI deve ter um compromisso com a inovação e estar preparado para realizá-la. Ter a coragem de assumir riscos, de ver seu nome associado a uma obra, seja ela uma empresa, uma pesquisa, um projeto e não ter medo de transformar seus sonhos em realidade (ANJOS ET AL. 2006). Entretanto, no contexto da aprendizagem

“não é possível ensinar alguém a ser empreendedor, a pessoa aprende, isto é, desenvolve seu potencial empreendedor se estiver em contato com empreendedores e se o modo de ser empreendedor for um valor positivo na sociedade e na família (...) diferentemente do ensino convencional, a família é mais importante do que a escola para o desenvolvimento do espírito empreendedor dos filhos” (Dolabela, 2009, p. 40).

Segundo dados apresentados Endeavor Brasil (2012), quanto mais próximo às experiências empreendedoras, mais confortável e mais confiança tem o universitário. De acordo com a pesquisa Filhos de empreendedores confiam mais em suas capacidades, mesmo que o negócio do pai tenha fracassado. Da mesma forma os estudantes que já tiveram uma experiência profissional remunerada, em uma empresa recém-criada ou em estágio inicial, dizem ter tido um aumento na confiança para empreender com a oportunidade. Para aqueles (ex) funcionários de empresas recém-criadas, 72,1% relatou um aumento de confiança, enquanto essa proporção para empresas em estágio inicial é de 77,1%. No entanto, é a minoria dos estudantes que tem essa bagagem: apenas 28% já trabalharam, com remuneração, em uma empresa recém-criada e 25,9%, em empresas iniciais.

Os dados acima reforçam uma necessidade citada em Lopes (2010) o qual aponta a importância de unir métodos tradicionais, como por exemplo, a preparação de planos de negócios e modernos como a experimentação na efetiva criação de pequenas empresas, o assessoramento de empreendedores, empresas reais e o intercâmbio com a comunidade de negócios locais. Enfim, práticas que possibilitam os estudantes aprender vivendo situações mais próximas da realidade das empresas.

### 3 MÉTODO

A metodologia empregada na pesquisa caracteriza-se quanto a abordagem do problema como, quantitativa e descritiva. Propondo-se a analisar e descrever as características empreendedoras dos acadêmicos de administração de uma instituição de ensino pública. A coleta de dados foi realizada por meio da aplicação de um questionário para mensuração do potencial empreendedor desenvolvida por Santos (2008) e adaptada por Alves (2011) estruturado com escala de Likert cinco pontos, composto por 24 questões objetivas que abordaram 12 constructos: autoconfiança controle, eficiência, informação, metas, senso de oportunidade, persistência, persuasão, planejamento, qualidade, riscos e rede de relações.

Para Gil (2009) o levantamento é um dos procedimentos mais indicados ao estudo do comportamento e opinião. Este mesmo autor indica que o uso de questionários estruturados possibilita ao pesquisador o conhecimento direto da realidade e a quantificação do fenômeno observado. Quanto ao uso de escalas Roesch (2010) comenta que o uso de escalas permite que uma determinada questão possa ser mensurada sob várias dimensões. Foram aplicados 197 questionários, com alunos de diferentes semestres do curso de administração da instituição pública. Após o período de coletas, os dados foram tabulados, para então, ser realizada a análise estatística dos dados no software SPSS.

## 4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DE DADOS

Com a finalidade de responder ao objetivo proposto de verificar quais características empreendedoras de alunos do curso de administração de uma instituição federal possuem e se essas se diferenciam para os que possuem intenção de empreender, na sequência são descritos: o perfil dos respondentes, a avaliação do modelo e influências do perfil quanto as variáveis estudadas.

### 4.1 Perfil dos respondentes

A amostra pesquisada foi de 197 estudantes graduandos em administração. No que se refere ao gênero dos respondentes, há uma predominância do gênero feminino com 54,5% (n=106) em relação ao gênero masculino 45,5% (n=43). Quanto a idade dos respondentes 56,8% (n=110) possuem entre 16 a 20 anos, 31,5% (n=62) possuem idade entre 21 a 25 anos e 11,7% (n= 23) possuem idade entre 26 a 46 anos.

No que diz respeito ao semestre em curso, a maioria 51,2% (n=101) estão entre o primeiro e terceiro semestre, 33,5% (n=66) cursando entre o quarto e sexto semestre e 15% (n=30) estão nos semestres finais. Sobre a ocupação dos respondentes 55,4% (n=109) só estudam, 43,1% (n= 85) estudam e trabalham e 1,5% 9 (n=3) optaram por outros. Quando questionados sobre o desejo de futuramente ser dono do próprio negócio, a maioria 75,4% (n=150) pretendem abrir suas próprias empresas, já 24,6% (n= 47) não possuem essa intenção.

### 4.2 Avaliação do Modelo

Com o intuito de identificar quais fatores do modelo de mensuração do potencial empreendedor validado por Alves (2011) atingiram maiores médias dentre o respondentes, realizou-se a análise descritiva das médias gerais e teste de diferença de médias (Teste T) conforme quadro 1 a seguir.

Fator	Média	$\Sigma$	t	Sig
Informação	4,33	0,53	111,77	0,00
Autoconfiança	4,21	0,67	87,91	0,00
Controle	4,09	0,58	96,92	0,00
Eficiência	4,09	0,68	83,28	0,00
Metas	3,73	0,71	72,02	0,00
Oportunidade	4,11	0,77	74,04	0,00
Qualidade	3,95	0,93	59,03	0,00
Risco	3,96	0,86	63,90	0,00
Persuasão	3,67	0,80	63,42	0,00
Rede de Relações	3,85	0,94	57,41	0,00
Planejamento	3,64	0,93	54,66	0,00

Quadro 1 – Médias gerais dos fatores.

Pelos resultados descritos acima os fatores que se destacaram foram informação ( $x=4,33$  e  $\sigma=0,53$ ), autoconfiança ( $x=4,21$  e  $\sigma=0,67$ ), controle ( $x= 4,09$  e  $\sigma=0,58$ ) e eficiência ( $x= 4,09$  e  $\sigma=0,58$ ). Tais fatores demonstram características como: interesse em encontrar novas informações que possam ser úteis as ações desenvolvidas, crença nas próprias capacidades, manutenção de registros para acompanhamento das atividades e busca pela melhor forma de executar os procedimentos necessários as atividadespropostas (SANTOS, 2008).

Os fatores citados de controle e eficiência confirmam estudos realizados por Filardi, Barros e Fischmann (2014) sobre a evolução das características empreendedoras de 1848 a 2014 em que a capacidade de organização, visão estratégica, o comprometimento e a determinação permanecem ao longo do tempo como atributos de suporte ao perfil. Já a autoconfiança presente desde os estudos de McClelland (1972) também mostrou uma ascensão moderada no período o que confirma a permanência de características centradas na personalidade do empreendedor.

Além dos fatores, realizou-se a análise estatística descritiva (médias e desvio-padrão) para as variáveis que compõem o modelo em estudo cujos resultados são apresentados no quadro 2 a seguir.

Variável	Média	$\sigma$
O mundo é dinâmico e eu preciso acompanhá-lo buscando sempre novos conhecimentos	4,65	0,65
Se for preciso pedirei ajuda a especialistas que me ensinem como fazer as coisas da melhor forma	4,48	0,73
Procuro estar informado sobre as coisas pertinentes ao que faço	4,38	0,68
Vejo o planejamento como um guia para controlar as minhas ações	4,27	0,78
Tenho convicção que vou alcançar meus objetivos e metas	4,25	0,76
Tenho ânsia de aprender para poder enfrentar novos desafios	4,22	2,91
Acredito na minha capacidade de resolver as coisas que me desafiam	4,21	0,67
Quando é preciso eu faço as adaptações necessárias para que as coisas funcionem	4,21	0,69
Gosto de cumprir prazos	4,13	0,95
Creio sinceramente que as oportunidades estão aí para serem identificados	4,11	0,77
Quero saber cada vez mais, pois só assim eu saio na dianteira.	4,07	0,82

Quadro 2 – Variáveis do modelo com maiores médias gerais

Pelo descrito acima, pode-se observar que as maiores médias variaram entre 4,65 e 4,13. Já o desvio padrão variou entre 0,65 e 0,95 o que indica que houve pouca discordância nas respostas entre os respondentes. Percebe-se que dentre essas variáveis que mais se destacaram foram: O mundo é dinâmico e eu preciso acompanhá-lo buscando sempre novos conhecimentos ( $x=4,65$  e  $\sigma=0,65$ ); Se for preciso pedirei ajuda a especialistas que me ensinem como fazer as coisas da melhor forma ( $x=4,48$  e  $\sigma=0,73$ ); Procuro estar informado sobre as coisas pertinentes ao que faço ( $x=4,38$  e  $\sigma=0,68$ ); “Vejo o planejamento como um guia para controlar as minhas ações” ( $x=4,27$  e  $\sigma=0,78$ ) e “Tenho convicção que vou alcançar meus objetivos e metas” ( $x=4,25$  e  $\sigma=0,76$ ).

As em variáveis em destaque confirmam características empreendedorismo como: acompanhar a realidade e suas demandas com o propósito de traçar metas, definir estratégias, traçar rumos para alcance de objetivos, mapear as mudanças em curso e prever seus impactos para o empreendimento (FILION e DOLABELA, 2000; BRANCHER, OLIVEIRA E RONCON, 2012).

### 4.3 Influências do perfil

Na sequencia serão examinadas as possíveis interferências do perfil dos respondentes em relação às questões analisadas por meio de teste de diferença de médias (Teste T e ANOVA).

Variável	Sexo	Média	$\sigma$	t	sig
----------	------	-------	----------	---	-----

Gosto de cumprir prazos	Feminino	4,26	0,83	2,125	0,03
	Masculino	3,97	1,07		
Eu sei determinar claramente quais são meus objetivos e metas	Feminino	3,74	1,05	2,782	0,00
	Masculino	3,31	1,05		
Sei que posso definir meus rumos de curto, médio e longo prazo.	Feminino	3,67	0,91	2,021	0,45
	Masculino	3,40	0,99		
Sou capaz de estimular as pessoas a realizarem tarefas para as quais estão desmotivadas	Feminino	3,49	0,91	2,869	0,00
	Masculino	3,85	0,83		
Defino onde quero chegar e detalho todos os passos que devo seguir	Feminino	3,79	0,83	2,581	0,11
	Masculino	3,44	1,01		

### Quadro 3 – Variáveis e diferenças de gênero

No que concerne ao gênero, os resultados mostraram diferença significativa entre homens e mulheres. Conforme as variáveis do perfil empreendedor descritas acima, mais do que os homens, mulheres gostam de cumprir prazos ( $X=4,26$  e  $\sigma= 0,83$ ), traçar objetivos e metas ( $X=3,74$  e  $\sigma= 1,05$ ) de forma planejada ( $X=3,67$  e  $\sigma= 0,91$ ), detalhando as ações para atingi-los ( $X=3,79$  e  $\sigma= 0,83$ ). Tal resultado vem de encontro a estudos de Machado (1999) que descreve as características da mulher empreendedora como persistente, movida pela busca de realização e independência, que age de forma precisa e acredita que o destino é consequência das próprias ações. Andreollie Borges (2007) destacam que as próprias mulheres definem como características importantes para o bom desempenho do empreendimento, a dedicação, a determinação e perseverança, a disciplina e o sendo de responsabilidade.

Já os homens, apresentaram maiores médias no que diz respeito a sentir-se capaz de estimular pessoas para cumprirem suas tarefas ainda que estejam desmotivadas ( $X=3,79$  e  $\sigma= 0,83$ ). Desse modo demonstra-se que de fato há diferenças nas formas de estabelecer redes de relacionamento da mulher para o homem, esse tende a motivações mais instrumentais, interagindo pela busca do ganho pessoal além de uma tendência maior a persuasão (BUTTNER, 2001; CARVALHO E ZUANAZZI, 2003).

Em relação ao semestre as seguintes questões obtiveram maiores médias para respondentes entre o sétimo e o décimo semestre: visão do mundo como um processo dinâmico e busca de novos conhecimentos ( $X= 4,86$  e  $\sigma= 0,44$ ), orientação de especialistas se necessário para qualificação das atividades desenvolvidas ( $X=4,72$  e  $\sigma= 0,43$ ), busca de informações ( $X=4,60$  e  $\sigma= 0,56$ ), crença na capacidade de tomar decisões ( $X=4,47$  e  $\sigma= 0,53$ ), pró-atividade ( $X=4,23$  e  $\sigma= 0,77$ ), capacidade de adaptação ( $X= 4,43$  e  $\sigma= 0,68$ ), identificação de oportunidades ( $X=4,40$  e  $\sigma= 0,62$ ) e alto nível de expectativas em relação a si próprio ( $X=4,17$  e  $\sigma= 0,93$ ).

Já as variáveis “Sei que posso definir meus rumos de curto, médio e longo prazo” ( $X=3,79$  e  $\sigma= 0,92$ ) e “Para então tomar uma decisão procuro antes saber qual é a amplitude dos riscos que corro” ( $X=4,14$  e  $\sigma= 0,82$ ) obtiveram maiores médias para os respondentes entre o quarto e sexto semestres. Sadaoizuka e Moraes (2014) também constataram em seus estudos que alunos em fase final de graduação (7º e 8º semestres) apresentaram maior índice de perfil empreendedor ( $pe = 7,7$ ) se comparados com semestres anteriores do 4º e 5º semestres ( $pe = 6,9$ ) e 1º e 2º semestres ( $pe = 6,3$ ) com índices menores. Os resultados auferidos podem ser verificados no quadro abaixo.

Variável	Semestre	média	$\sigma$	F	sig
----------	----------	-------	----------	---	-----

O mundo é dinâmico e eu preciso acompanhá-lo buscando sempre novos conhecimentos	1º ao 3º	4,51	0,79	5,051	0,00
	4º ao 6º	4,76	0,43		
	7º ao 10º	4,86	0,44		
Se for preciso pedirei ajuda a especialistas que me ensinem como fazer as coisas da melhor forma	1º ao 3º	4,35	0,85	3,717	0,02
	4º ao 6º	4,58	0,58		
	7º ao 10º	4,72	0,53		
Procuo estar informado sobre as coisas pertinentes ao que faço	1º ao 3º	4,22	0,76	5,919	0,00
	4º ao 6º	4,52	0,56		
	7º ao 10º	4,60	0,56		
Acredito na minha capacidade de resolver as coisas que me desafiam	1º ao 3º	4,06	0,71	6,086	0,00
	4º ao 6º	4,33	0,56		
	7º ao 10º	4,47	0,63		
Se for necessário fazer algo eu faço, antes que alguém me diga que devo fazê-lo	1º ao 3º	3,81	0,93	3,256	0,04
	4º ao 6º	4,03	0,80		
	7º ao 10º	4,23	0,77		
Quando é preciso eu faço as adaptações necessárias para que as coisas funcionem	1º ao 3º	4,05	0,73	5,422	0,00
	4º ao 6º	4,33	0,59		
	7º ao 10º	4,43	0,68		
Sei que posso definir meus rumos de curto, médio e longo prazo	1º ao 3º	3,34	0,98	4,776	0,00
	4º ao 6º	3,79	0,92		
	7º ao 10º	3,67	0,80		
Creio sinceramente que as oportunidades estão aí para serem identificados	1º ao 3º	3,96	0,79	4,841	0,00
	4º ao 6º	4,21	0,73		
	7º ao 10º	4,40	0,62		
Minhas expectativas para comigo mesmo são sempre altas	1º ao 3º	3,71	0,95	6,691	0,00
	4º ao 6º	4,20	0,81		
	7º ao 10º	4,17	0,93		
Para então tomar uma decisão procuro antes saber qual é a amplitude dos riscos que corro	1º ao 3º	3,78	0,86	3,935	0,02
	4º ao 6º	4,14	0,82		
	7º ao 10º	4,10	0,88		

Quadro 4 – Variáveis e diferenças de semestres

Variável	Negócio	Média	$\sigma$	t	sig
Informação	Sim	4,39	0,50	2,30	0,01
	Não	4,19	0,51		
Oportunidade	Sim	4,19	0,79	2,65	0,00
	Não	3,85	0,69		
Qualidade	Sim	4,03	0,93	1,969	0,05
	Não	3,72	0,87		
Persuasão	Sim	3,78	0,78	3,853	0,00
	Não	3,28	0,76		

Quadro 5 – Fatores com maiores médias para futuros empreendedores

No que diz respeito às diferenças de médias entre os fatores do modelo considerando os que pretendem abrir seu próprio negócio e os que não pretendem, foi possível identificar que o diferencial entre ambos está na busca por informações ( $X=4,39$  e  $\sigma= 0,50$ ), oportunidades ( $X=4,19$  e  $\sigma= 0,79$ ), apreço pela qualidade de produtos e serviços ( $X=4,03$  e  $\sigma= 0,93$ ) e perseverança ( $X= 3,78$  e  $\sigma= 0,78$ ) para os que almejam empreender.

Filion (1999) dentre os fatores fundamentais para uma ação empreendedora já destacava a importância em adquirir as informações necessárias para a tomada de decisões dentro do mercado. Quanto ao identificar oportunidades, a globalização e revolução digital abriram possibilidades aos empreendedores no acesso ao desenvolvimento tecnológico (FILARDI, BARROS e FISCHMANN, 2014). A qualidade por sua vez, mostra-se qualidade aliada à

concepção de sucesso dos empreendimentos em relação ao atendimento, reconhecimento por parte do mercado, fixação de marca e fidelização de clientes. (AMARANTE, GORAIEB e MACHADO, 2014).

Variável	Negócio próprio	Média	$\sigma$	T	sig
Procuo estar informado sobre as coisas pertinentes ao que faço	Sim	4,44	0,65	2,215	0,02
	Não	4,19	0,74		
Creio sinceramente que as oportunidades estão aí para serem identificados	Sim	4,19	0,76	2,649	0,00
	Não	3,85	0,69		
Minhas expectativas para comigo mesmo são sempre altas	Sim	4,03	0,93	1,969	0,05
	Não	3,72	0,87		
Sou capaz de estimular as pessoas a realizarem tarefas para as quais estão desmotivadas	Sim	3,78	0,89	4,090	0,00
	Não	3,19	0,85		
Posso convencer pessoas a superar conflitos e atuar em equipe objetivando alcançar determinado resultado	Sim	3,79	0,89	2,927	0,00
	Não	3,36	0,85		
Sou capaz de estabelecer rede de relações e utilizá-la para alcançar meus próprios objetivos	Sim	3,92	0,93	2,220	0,02
	Não	3,57	0,95		

#### Quadro 6 – Variáveis de maiores médias para futuros empreendedores

Em relação à intenção de abrir o próprio negócio, os respondentes que pretendem futuramente serem donos de seus empreendimentos obtiveram diferenças significativas em comparação com os demais que não almejam o mesmo plano. Para os futuros empresários, é importante obter informações pertinentes em relação ao que faz ( $X=4,26$  e  $\sigma=0,83$ ) e identificar oportunidades ( $X=4,19$  e  $\sigma=0,76$ ). Além disso, possuem altas expectativas sobre si mesmos ( $X=4,03$  e  $\sigma=0,93$ ), sentem-se capazes de estimular pessoas para o cumprimento de tarefas ( $X=3,78$  e  $\sigma=0,89$ ), para a superação de conflitos ( $X=3,79$  e  $\sigma=0,89$ ) e atuação em equipe e estabelecer relações para o alcance de seus próprios objetivos ( $X=3,92$  e  $\sigma=0,93$ ).

Paulino e Rossi (2003) sobre características e traços da personalidade empreendedora, descrevem tais pessoas valorizam a chamada atividade controlada balizada por ações ponderadas e planejadas, são persistentes, objetivas, centradas na concretização de idéias, ordenamento de ações e operacionalização de tarefas. Para os autores, tais personalidades definem-se pelo intelecto prático, a partir do observável palpável visualizam soluções possíveis e sua aplicabilidade.

## 5 CONCLUSÃO

O presente estudo teve por objetivo verificar quais características empreendedoras possuem os alunos do curso de administração de uma instituição federal e se essas se diferenciam para os que intencionam empreender. Os resultados possibilitaram identificar quanto ao perfil dos respondentes que 56,8% (n=110) possuem entre 16 a 20 anos, a maioria 51,2% (n=101) estão entre o primeiro e terceiro semestre, 55,4% (n=109) só estudam, 54,5% (n=106) são do gênero feminino e 75,4% (n=150) pretendem abrir suas próprias empresas.

Com base nos resultados, pode-se concluir que os estudantes, em geral, de graduação do curso de administração da instituição possuem características empreendedoras, os fatores de maior destaque foram informação, autoconfiança, controle e eficiência. Já as variáveis com maiores médias dizem respeito à busca de novos conhecimentos, procura de orientação de especialistas, informação, planejamento e autoconfiança. Sobre o perfil e sua influência sobre as características empreendedoras, no que tange ao gênero, mulheres primam por prazos, traçam

objetivos e metas de forma planejada e detalha informações. Já os homens, sentem-se mais capazes de estimular pessoas para cumprirem tarefas.

O semestre em curso também apresentou diferenças significativas em relação às características, para os alunos em semestres finais da graduação questões como a visão do mundo como um processo dinâmico e busca de novos conhecimentos, orientação de especialistas, busca de informações, capacidade de tomar decisões, pró-atividade, capacidade de adaptação, identificação de oportunidades e alto nível de expectativas em relação a si próprio obtiveram maiores graus de concordância em relação aos demais semestres.

Outra conclusão consequente dos dados analisados é de que há diferença significativa entre os respondentes que pretendem abrir seu próprio negócio frente aos demais. Para os futuros empresários é fundamental a busca por informações, oportunidades, qualidade de produtos e serviços e perseverança. Além disso, sentem-se capazes de estimular pessoas para o cumprimento de tarefas, para a superação de conflitos, para atuação em equipe e o estabelecimento de relações que possibilitem o alcance de seus próprios objetivos.

A comprovação da presença de características do perfil empreendedor em alunos de graduação da administração pode ser um importante instrumento para proporcionar na formação acadêmica condições e elementos que possam fortalecer e aprimorar a compreensão do empreendedorismo como um diferencial para o mercado. Além disso, para os estudantes que pretendem abrir o próprio negócio, conhecer os principais fatores das características empreendedoras poderá proporcionar o aperfeiçoamento das próprias capacidades.

Para futuras pesquisas recomenda-se ampliar a discussão das características do perfil empreendedor em estudo longitudinal com alunos do curso de administração para identificar possíveis influências do projeto pedagógico no perfil dos egressos. As limitações desse estudo estão no tamanho da amostra atingida e na generalização dos resultados.

## REFERÊNCIAS

ALVES, L. R. R. Desenvolvimento de uma escala para medir potencial empreendedor por meio da teoria da resposta ao item. 2011 171 f. *Dissertação (Mestrado em Engenharia da Produção)* Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.

AMARANTE, J. M.; GORAIEB, M. R.; MACHADO, H. P. V.; Concepções de sucesso e fracasso empreendedor. *Revista Pretext*. Universidade Fundação Mineira de Educação e Cultura (FUMEC). Disponível em:

<[www.fumec.br/revistas/pretexto/article/download/1797/Artigo\\_2...](http://www.fumec.br/revistas/pretexto/article/download/1797/Artigo_2...)> Acesso em: 11 junho, 2015.

ANDREOLI, T.P.; BORGES, W.A. Empreendedorismo Feminino: Uma Análise do Perfil Empreendedor e das dificuldades enfrentadas por mulheres detentoras de um pequeno negócio. In: ENCONTRO PARANAENSE DOS ESTUDANTES DE ADMINISTRAÇÃO. 11. 2007, Paraná. *Anais...* Paraná: EPEAD, 2007

ANTONELLO, C. S.; DUTRA, M. L. S. Projeto Pedagógico: Uma Proposta Para o Desenvolvimento de Competências de Alunos. In: Encontro da ANPAD, 29, 2005, Brasília/DF. *Anais...* Brasília: ANPAD, 2005. CD ROM.

ANJOS, ET. AL. Levando a Ciência da Administração para as Escolas de Ensino Médio: a Experiência. In: *SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO FEA-USP*. 9. 2006, São Paulo.

Disponível

em:

<[http://www.ead.fea.usp.br/Semead/9semead/resultado\\_semead/trabalhosPDF/288.pdf](http://www.ead.fea.usp.br/Semead/9semead/resultado_semead/trabalhosPDF/288.pdf)  
do Curso de Administração da UFCG.> Acesso em: 11, junho 2015.

BRANCHER, I. B.; OLIVEIRA, E. M.; RONCON, A. Comportamento empreendedor: estudo bibliométrico da produção nacional e a influência de referencial teórico internacional. *Internext – Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM*. São Paulo, v. 7, n. 1, p. 166-193, jan./jun.2012.

BUTTNER, E. H. (2001). Examining female entrepreneur's management style: an application of a relation frame. *Journal of Business Ethics*, 29(3), 253-269.doi: 10.1023/A:1026460615436.

CARVALHO, C. E.; ZUANAZZI, J. Análise das características de alunos de graduação em Administração e sua relação com as expectativas do ensino de empreendedorismo. In: EGEPE-ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS. 3., 2003, Brasília. *Anais...* Brasília: UEM/UEL/UnB, 2003.

DOLABELA, F. *O Segredo de Luísa – Uma ideia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa*. São Paulo: Cultura, 1999.

\_\_\_\_\_. *Quero construir minha história*. Rio de Janeiro: sextante, 2009.

DORNELAS, José C. A. *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

ENDEAVOR. *Empreendedorismo nas Universidades Brasileiras 2012*. Disponível em<<https://endeavor.org.br>> Acesso em: 11 junho, 2015.

FAZENDA, Ivani. *Integração e Interdisciplinaridade no Ensino Brasileiro: Efetividade ou ideologia?* São Paulo: Loyola, 1992.

FERREIRA et al. Desde os primórdios até hoje em dia: será que o empreendedor ainda faz o que Schumpeter dizia? Evolução das características empreendedoras de 1983 a 2010. In: Encontro da Associação Nacional de pós-graduação E Pesquisa Em Administração, 35., 2011, Rio de Janeiro. *Anais...* Rio de Janeiro: Anpad, 2011.

FILARDI, F; BARROS, F. D.; FISCHMANN, A. Américo do Homo Empreendedor ao Empreendedor Contemporâneo: Evolução das Características Empreendedoras de 1848 a 2014. *Revista Ibero Americana de Estratégia*. São Paulo, v. 13, n. 3, p.123-140, jul/set. 2014.

FILION, L. J.; DOLABELA, F.; *E seus colaboradores. Boa ideia! Agora: plano de negócio, o caminho seguro para criar e gerenciar sua empresa*. São Paulo: Cultura Editores Associados, 2000.

FILION, L. J. O planejamento de seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações. *Revista de Administração de Empresas*. São Paulo, v.31,n.3, p.63-71, jul./set. 1991.

\_\_\_\_\_. Empreendedores e Proprietários de Pequenos Negócios. *Revista USP-Revista da Administração*. São Paulo, v. 39, n. 4, p. 6-20, out/dez.1999

\_\_\_\_\_. From Entrepreneurship to Entreprenology. In: *Usasbe annual national conference*, 1997, California. Proceedings... Winsconsin: Usasbe, 1997.

GEM BRASIL. *Global Entrepreneurship Monitor. Empreendedorismo no Brasil: relatório Executivo*. 2014. Disponível em:  
<<http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/gem%202014%20relat%C3%B3rio%20executivo.pdf>> Acesso em: 11 junho, 2015.

GIL. A. C. *Estudos de casos*. São Paulo: Atlas, 2009.

GIMENEZ, F. A. P.; INÁCIO JR., E; SUNSIN, L. A. S. B. *Uma investigação sobre tendências do comportamento empreendedor*. In: SOUZA, E. C. L. (Org.). *Empreendedorismo: competência essencial para pequenas e médias empresas*. Brasília: ANPROTEC, 2001.

HISRICH, R.D.; PETERS, P.M. *Empreendedorismo*. 5.ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

KIRZNER, I. M. (1986). *Competição e atividade empresarial*. Rio de Janeiro: Instituto Liberal.

LEZANA, Álvaro G. R., TONELLI, Alessandra. O comportamento do empreendedor. In: DE MORI, F. (Org.). *Empreender: identificando, avaliando e planejando um novo Negócio*. Florianópolis: ENE, 2004.

LOPES, R.M. A. Referenciais para a Educação empreendedora. In: LOPES, R.M. A. (Orga.). *Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas*. cap. 1. Rio de Janeiro: Elsevier; São Paulo: SEBRAE, 2010.

MACHADO, H. V. Tendências do comportamento gerencial da mulher empreendedora. In: Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação em Administração. 23., 1999, Foz do Iguaçu. *Anais...* Foz do Iguaçu: ANPAD, 1999, p. 139-148.

MAXIMIANO, A.C.A. *Administração para empreendedores: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios*. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

McCLELLAND, D. C. *A Sociedade Competitiva*. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

\_\_\_\_\_. Motive dispositions: The merits of operant and respondent measures. In L. Wheeler (Ed.), *Review of personality and social psychology*. v. 1, pp. 10-41. Beverly Hills, CA: Sage, (1980)

NICOLESCU, Basarab. Projeto Ciret-Unesco; *evolução transdisciplinar da universidade*; 1997. Disponível em: < <http://www.cetrans.futuro.usp.br> > Acesso em: 10 junho, 2015.

OLIVEIRA, F.M. Empreendedorismo: teoria e prática. *Especialize Revista Online*. Disponível em:  
<<http://especializandovoce.com/uploads/arquivos/191322dcff82e06081272bf77fb3beae.pdf>> Acesso em: 11 junho, 2015.

PAULINO, A. D.; ROSSI, S. M. M. Um estudo de caso sobre Perfil Empreendedor – Características e traços de personalidade empreendedora. In: EGEPE – Encontro de estudos

sobre empreendedorismo e gestão de pequenas empresas. 3, 2003, Brasília. *Anais...* Brasília: UEM/UEL/UnB, 2003.

ROESCH, S. M. A. *Projetos de estágio e de pesquisa em administração: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertação e estudos de caso*. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

REMEIKIENE, R. e STARTIENE, G. Does the interaction between entrepreneurship and unemployment exist?. *Economics and Management*, v. 14, p. 903-911. 2009.

SALIM, C.; NASAJON, C. [et al.]. *Administração empreendedora: teoria e prática usando o estudo de casos*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

SANTARELLI, E.; CARREE, M. e VERHEUL, I. Unemployment and firm entry and exit: an update on a controversial relationship. *Regional Studies*, v. 43(8), p. 1061-1073, 2009.

SANTOS, S. C.; CAETANO, A.; CURRAL, L. Atitude dos estudantes universitários face ao empreendedorismo: Como identificar o potencial empreendedor? *Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão*. Disponível em:  
<[https://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/11007/1/Correia%20Santos,%20Caetano%20e%20Curral\\_2010\\_RPBG%20por.pdf](https://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/11007/1/Correia%20Santos,%20Caetano%20e%20Curral_2010_RPBG%20por.pdf)> Acesso em: 11 junho, 2015.

SANTOS, P. C. F. Uma escala para identificar potencial empreendedor. 2008, 364 f. *Tese* (Doutorado em Engenharia de Produção). Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.

SCHUMPETER, J.A. *Capitalismo, socialismo e democracia*. Rio de Janeiro: Zahar, 1984.

SILVEIRA, A. C. et al. *Empreendedorismo: a necessidade de se aprender a empreender*. 2007. Disponível em: . Acesso em: 05 junho, 2015.