

UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALFENAS

JUSSARA DE LIMA

**PERFIL EMPREENDEDOR DOS ESTUDANTES DA UNIVERSIDADE FEDERAL
DE ALFENAS**

Varginha/MG
2018

JUSSARA DE LIMA

**PERFIL EMPREENDEDOR DOS ESTUDANTES DA UNIVERSIDADE FEDERAL
DE ALFENAS**

Dissertação apresentada como parte dos
requisitos para obtenção do título de Mestre em
Administração Pública pela Universidade
Federal de Alfenas – *Campus Varginha*
Área de concentração: Administração Pública
Orientador: João Estevão Barbosa Neto

Varginha/MG
2018

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal de Alfenas
Biblioteca *campus* Varginha

L732p Lima, Jussara de.
Perfil empreendedor dos estudantes da Universidade Federal de
Alfenas / Jussara de Lima. - Varginha, MG, 2018.
88 f. : il. -

Orientador: João Estevão Barbosa Neto.
Dissertação (mestrado em Administração Pública) - Universidade
Federal de Alfenas, *campus* Varginha, 2018.
Bibliografia.

1. Empreendedorismo. 2. Ensino superior - Empreendedorismo.
3. Universidade Federal de Alfenas. I. Barbosa Neto, João Estevão.
II. Título.

CDD – 658.421

JUSSARA DE LIMA

**PERFIL EMPREENDEDOR DOS ESTUDANTES DA UNIVERSIDADE
FEDERAL DE ALFENAS**

A Banca examinadora abaixo assinada, aprova a Dissertação apresentada como parte dos requisitos para a obtenção do título de Mestre em Administração Pública pela Universidade Federal de Alfenas, campus Varginha. Área de concentração: Administração Pública.

Aprovada em: 6 de agosto de 2018.

Prof. Dr. João Estevão Barbosa Neto
Instituição: Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG – MG

Assinatura:



Prof.^a Me. Leandro Lima Resende
Instituição: Universidade Federal de Alfenas – UNIFAL – MG

Assinatura:



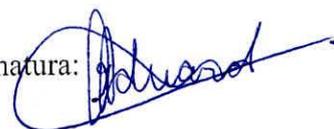
Prof.^a Dr.^a Bruna Camargos Avelino
Instituição: Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG – MG

Assinatura:

Bruna C. Avelino

Prof. Dr. Eduardo Mendes Nascimento
Instituição: Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG – MG

Assinatura:



Dedico a meus filhos Felipe e Brenda e
minha neta Manuela, fonte de
inspiração, garra e determinação.

AGRADECIMENTOS

A Deus, primeiramente, que me guia e me ilumina em minhas escolhas e caminhos.

À minha família, que sempre esteve ao meu lado. Aos meus pais Acácio e Aparecida, que mesmo não estando mais neste plano, são meu porto seguro, pois, sempre me ensinaram o valor da educação e da busca pelo conhecimento.

Aos meus irmãos Jorge, Jerry e Juliano, aos meus sobrinhos e, em especial, minha cunhada Regina, amiga-irmã, companheira e incentivadora de todas as minhas escolhas, principalmente na vida acadêmica, uma alma linda com quem sempre posso contar.

À Prof^a Dr^a. Lana Ermelinda da Silva Santos, Pró-Reitora de Graduação e a Ms. Vanja Myra Barroso Vieira da Silveira, diretora do Departamento de Registros Gerais e Controle Acadêmico – DRGCA da UNIFAL-MG, que não mediram esforços para que eu tivesse a disponibilidade e flexibilidade de horários para frequentar as aulas do Mestrado em Varginha.

Ao meu orientador Prof. Dr. João Estevão Barbosa Neto, por toda paciência, dedicação, carinho, apoio e inspiração no amadurecimento dos meus conhecimentos que me levaram à execução e conclusão desta dissertação.

Aos Profs. Dr^a. Bruna Camargos Avelino, Dr. Eduardo Mendes Nascimento e Ms. Leandro Lima Resende que aceitaram fazer parte desse projeto como avaliadores, e, principalmente, pelas dicas e sugestões valiosas que muito enriqueceram esse trabalho.

Aos meus amigos da turma Profiap 2016.1, especialmente Ira, Letícia, Ana Carolina, Cassiane, Marcus, Rosemberg e Valter. Agradeço imensamente pelo companheirismo nessa árdua etapa, e principalmente pelo respeito mútuo aos nossos limites. Vocês foram essenciais nessa minha caminhada.

Aos professores do PROFIAP – turma 2016.1, que passaram e deixaram muito mais do que sabedoria e conhecimento.

Aos alunos que participaram da pesquisa, deixo um agradecimento especial pelas suas contribuições valiosas para a concretização deste trabalho.

A todos que de uma forma ou de outra contribuíram para a minha formação.

E por fim, mas não menos importante, agradeço aos meus filhos Felipe e Brenda e minha neta Manuela (Manu), razão da minha vida, que durante quase dois anos foram privados da minha presença, dos meus cuidados, da minha dedicação, mas souberam conviver com minhas ausências, em função da minha realização pessoal e acadêmica.

Empreendedores são aqueles que entendem que há uma tênue diferença entre obstáculos e oportunidades e são capazes de transformar ambos em vantagem.

(MAQUIAVEL, 2011)

RESUMO

O mercado de trabalho e as condições socioeconômicas do mundo contemporâneo exigem profissionais com perfil empreendedor. Indivíduos com comportamentos e características empreendedoras que possam transformar ideias em realidade, buscando não apenas seus próprios benefícios, mas também os da coletividade. O empreendedorismo dentro da universidade é uma alternativa para que os estudantes, ao concluírem seus estudos, possuam as habilidades básicas do empreendedorismo, despertando-os para o desenvolvimento criativo, inovador e econômico. Nesse contexto, o presente estudo tem como objetivo identificar, mensurar e analisar o grau de intensidade das características comportamentais empreendedoras dos alunos do Curso de Bacharelado Interdisciplinar em Ciências e Economia (BICE) da Universidade Federal de Alfenas. Adotou-se uma perspectiva comportamental, baseada na Teoria das Necessidades de David McClelland (1972), que estabeleceu relações entre a motivação empreendedora e a necessidade de realização, determinando as motivações que levam a pessoa a agir de forma empreendedora. Foi realizada uma pesquisa, onde 311 alunos do Curso Bacharelado interdisciplinar em Ciência e Economia (BICE) responderam a um questionário desenvolvido por McClelland (1972) sobre 10 Características Comportamentais (CCE's): Busca de oportunidades e iniciativa; Persistência; Comprometimento; Exigência de qualidade e eficiência; Correr riscos calculados; Estabelecimento de metas; Busca de informação; Planejamento e monitoramento sistemáticos; Persuasão e rede de contatos e por último Independência e autoconfiança. Em relação ao perfil socioeconômico dos participantes, a amostra foi composta por 47,6% dos estudantes do sexo masculino e 52,5% dos estudantes do sexo feminino, com 72,3% entre as idades de 18 e 24 anos, 64,9% com renda familiar de até 3 salários mínimos. Verificou-se que os alunos possuem as dez características empreendedoras, porém, com nível de intensidade médio (entre 18 e 22 pontos), quando a pontuação máxima é de 25. As características com maior pontuação foram as características "Independência e autoconfiança" (22) e "Compromisso" (21,7). Por outro lado, as médias mais baixas foram as características "Requisitos de qualidade e eficiência" e "Persuasão e Rede de contatos". Quando questionados sobre suas intenções de carreira após o término do curso, 49,1% desejam trabalhar em organizações públicas ou privadas, 37,2% querem seguir carreiras acadêmicas e apenas 12,5% querem montar o próprio negócio.

Palavras-chave: Perfil empreendedor. Empreendedorismo estudantil. Características Comportamentais.

ABSTRACT

The labor market and the socioeconomic conditions of the contemporary world require professionals with an entrepreneurial profile. Individuals with behaviors and entrepreneurial characteristics that can transform ideas into reality, seeking not only their own benefits, but also those of the collectivity. Entrepreneurship within the university is an alternative for students, upon completing their studies, to possess the basic skills of entrepreneurship, awakening them to creative, innovative and economic development. In this context, the present study aims to identify, measure and analyze the degree of intensity of the entrepreneurial behavioral characteristics of the students of the Interdisciplinary Bachelor Degree in Sciences and Economics (BICE) of the Federal University of Alfnas. A behavioral perspective was adopted, based on David McClelland's Theory of Needs (1972), which established relations between the entrepreneurial motivation and the need for achievement, determining the motivations that lead the person to act in an entrepreneurial way. A survey was conducted, where 311 BICE students answered a questionnaire developed by McClelland (1972) on 10 Behavioral Behavioral Characteristics (CCE's): Search for opportunities and initiative; Persistence; Commitment; Requirement of quality and efficiency; Perform calculated risks; Establishing goals; Information search; Systematic planning and monitoring; Persuasion and network of contacts and last independence and self-confidence. Regarding the socioeconomic profile of the participants, the sample consisted of 47.6% of the male students and 52.4% of the female students, with 72.3% between the ages of 18 and 24, 64.9 % with family income of up to 3 minimum wages. It was verified that the students possess the ten entrepreneurial characteristics, but with average intensity level (between 18 and 22 points), when the maximum score is 25. The characteristics with the highest score were the characteristics "Independence and self-confidence" (22) and "Commitment" (21,7). On the other hand, the lower averages were the characteristics "Quality and efficiency requirements" and "Persuasion and Network of contacts". When questioned about their career intentions after the course ends, 49.1% want to work in public or private organizations, 37.2% want to pursue academic careers and only 12.5% want to start their own business.

Keywords: Entrepreneurial profile. Student entrepreneurship. Behavioral Characteristics.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Percentual de empreendedores iniciais (TAE) de acordo com a faixa etária.....	32
Gráfico 2 - Distribuição dos empreendedores iniciais (TEA), segundo gênero - Brasil - 2007:2016	33
Gráfico 3 - Percentual da população (18 a 64 anos) de acordo com os sonhos.....	34
Gráfico 4 - Interesse na carreira após a formatura.....	36
Gráfico 5 - Ter cursado disciplinas ou curso de empreendedorismo (%)	37
Gráfico 6 - Grau de intensidade das CCE's de acordo com o sexo.....	57
Gráfico 7 - Grau de intensidade das CCE's de acordo com a renda familiar.....	59
Gráfico 8 - Grau de intensidade das CCE's com relação a ter cursado disciplina sobre tema	60
Gráfico 9 - Grau de intensidade das CCE's com relação aos familiares empreendedores....	61
Gráfico 10 - Grau de intensidade das CCE's: dimensão Realização	64
Gráfico 11 - Grau de intensidade das CCE's: dimensão Planejamento	66
Gráfico 12 - Grau de intensidade das CCE's: dimensão Poder	67
Gráfico 13 - Grau de Intensidade geral por dimensão.....	68

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Motivadores dominantes e suas características pessoais.....	25
Quadro 2 - Características Comportamentais Empreendedoras - CCE's.....	27
Quadro 3 - Variáveis.....	49
Quadro 4 - Abreviaturas das CCE's.....	57
Quadro 5 - Plano de ação - Habilidades e empreendedoras	74

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Características sociodemográficas da população	35
Tabela 2 - Questões referentes a cada dimensão e subdimensão	51
Tabela 3 - Fator de correção para as CCE's.....	52
Tabela 4 - Grau de intensidade das CCE's.....	52
Tabela 5 - Perfil dos estudantes do curso BICE	54
Tabela 6 - Distribuição de acordo com ter cursado ou não disciplina sobre empreendedorismo	55
Tabela 7 - Distribuição de acordo com referências familiares na área de empreendedorismo.....	55
Tabela 8 - Distribuição de acordo com os planos na carreira após a conclusão do curso.....	56
Tabela 9 - Grau de intensidades das CCE's de acordo com a faixa etária	58
Tabela 10 - Análise descritiva das CCE's.....	63

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

BI	- Busca de Informações
BICE	- Bacharelado Interdisciplinar em Ciência e Economia
BOI	- Busca de oportunidade e Iniciativa
CE	- Centros de Empreendedorismo
CCE	- Características Comportamentais Empreendedoras
COM	- Comprometimento
CRC	- Correr Riscos Calculados
EE	- Educação em Empreendedorismo
EGEPE	- Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas
EM	- Estabelecimento de Metas
FGV	- Fundação Getúlio Vargas
EQE	- Exigência de Qualidade Eficiência
GEM	- Global Entrepreneurship Monitor
GERA	- Global Entrepreneurship Research Association
GUESSS	- Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey
GUESSS BRASIL	- Estudo Mundial sobre Empreendedorismo junto aos Estudantes Universitários
IA	- Independência e Autoconfiança
IBPQ	- Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade
IES	- Instituições de Ensino Superior
MSI	- Management Systems International
OREALC	- Oficina Regional de Educação para América Latina e o Caribe
ONU	- Organização das Nações Unidas
PER	- Persistência
PMS	- Planejamento e Monitoramento Sistemático
PRC	- Persuasão e Redes de Contatos
PRELAC2	- Projeto Regional de Educação para a América Latina e o Caribe
PUC	- Pontifícia Universidade Católica
SEBRAE	- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SENAC	- Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial
TEA	- Taxas de Empreendedorismo Inicial

TEG	- Teste de Tendência Empreendedora Geral
UEPB	- Universidade Estadual da Paraíba
UFCG	- Universidade Federal de Campina Grande
UFSC	- Universidade Federal de Santa Catarina
UFSM	- Universidade Federal de Santa Maria
UNESCO	- Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura
UNICENTRO	- Universidade Estadual do Centro-Oeste
UNIFAL	- Universidade Federal de Alfenas
UPF	- Universidade de Passo Fundo

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	15
1.1	CONTEXTUALIZAÇÃO	15
1.2	PROBLEMA DE PESQUISA	17
1.3	OBJETIVOS	17
1.3.1	Objetivo geral	17
1.3.2	Objetivos específicos	17
1.4	JUSTIFICATIVA	18
2	REFERENCIAL TEÓRICO	21
2.2	TEORIA DAS NECESSIDADES	24
2.3	ESTUDOS SOBRE O EMPREENDEDORISMO	31
2.4	EMPREENDEDORISMO ESTUDANTIL	39
3	METODOLOGIA	47
3.1	CONCEITOS METODOLÓGICOS	47
3.2	DELINEAMENTO DA PESQUISA	48
3.2.1	Amostra da pesquisa	48
3.2.2	Variáveis	49
3.2.3	Instrumento de coleta de dados	50
4	ANÁLISE DOS RESULTADOS	54
4.1	PERFIL SOCIOECONÔMICO E DEMOGRÁFICO	54
4.2	ANÁLISES DAS CARACTERÍSTICAS COMPORTAMENTAIS	
	EMPREENDEDORAS	62
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS, LIMITAÇÕES E RECOMENDAÇÕES	70
6	INTERVENÇÃO	73
	REFERÊNCIAS	75
	APÊNDICES	80
	ANEXOS	87

1 INTRODUÇÃO

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO

A riqueza de um país é mensurada de acordo com a capacidade de gerar, em quantidade suficiente, os serviços e bens necessários ao bem-estar da população. A geração de novos empreendimentos e novos postos de trabalho é apontada como um dos fatores determinantes no crescimento e desenvolvimento econômico de um país. Esse processo de criação, de oportunidades, bens e serviços, inovações e riquezas estão diretamente ligados ao potencial empreendedor e à sua intenção de empreender (GEM, 2016).

As condições socioeconômicas do mundo contemporâneo demandam profissionais com perfil empreendedor, indivíduos com a propensão de se transformar e provocar mudanças, através da interpretação do nicho de mercado e identificação de novas oportunidades (DOLABELA, 2008). As organizações têm buscado colaboradores profissionais proativos, dinâmicos e flexíveis, com habilidades para o planejamento e que não tenham medo de assumir riscos calculados, ou seja, profissionais com comportamentos e características empreendedoras.

Segundo Bronoski (2008), as organizações não conseguem absorver uma parcela significativa de profissionais que anualmente se colocam à disposição do mercado de trabalho. Isso tem exigido da sociedade em geral, especialmente das instituições de ensino superior, uma mudança de comportamento que possibilite, por meio do ensino, da capacitação e motivação, a criação de iniciativas empreendedoras. Dessa forma, cabe às Instituições de Ensino Superior – IES desempenhar a sua função de promover o conhecimento na formação dos alunos como futuros contribuintes sociais e geradores de riqueza (BRONOSKI, 2008).

Na visão de Chiavenato (2005), os empreendedores podem ser definidos como aqueles que conseguem fazer as coisas acontecerem, pois são dotados de sensibilidade para os negócios, tino financeiro e capacidade de identificar oportunidades. Esses indivíduos, com suas características, transformam as ideias em realidade buscando não só os benefícios próprios, mas também os da coletividade. As características empreendedoras, segundo o autor, podem variar do tipo de empreendimento ou até mesmo do momento em que a empresa está passando. No caso dos estudantes, é necessário identificar se há intenções de se tornar um empreendedor, e a existência ou não das características necessárias para um negócio futuro.

Características essas que, se combinadas adequadamente, transformam uma ideia simples e mal estruturada em algo concreto e bem-sucedido. Nesse sentido, Chiavenato (2005,

p. 6), afirma que: “o empreendedor é a essência da inovação no mundo, tornando obsoletas as antigas maneiras de fazer negócio”.

Similarmente, Filion (1999) recomenda maior atenção e inclusão dos indivíduos no ensino do empreendedorismo, para gerar uma sociedade que viabilize a presença de uma cultura empreendedora. Henrique e Cunha (2008) complementam ainda que, o ensino do empreendedorismo abandona sua fase original e se multiplica, revigora-se nas diversas áreas do conhecimento e nos mais relevantes centros de graduação e pós-graduação do país, pois está em franco processo de valorização.

Para Guerra e Grazziotin (2010) essa valorização está relacionada ao que acontece no curso de administração e cursos afins, fundamentalmente, nos cursos referidos às novas tecnologias, pressionados pelas mudanças do mercado de trabalho e pelo crescimento de micros e pequenas empresas no panorama mundial. Para Schmidt, Bohnenberger e Freitas (2010) as instituições de ensino superior, órgãos governamentais e não governamentais e demais organizações de ensino estão se aproximando e inter-relacionando cada vez mais para incentivar o comportamento empreendedor em face, essencialmente, da sua relação com o desenvolvimento regional.

Para Vieira e Rocha (2015) as universidades devem abordar práticas contemporâneas e convencionais de forma equilibrada e adequada aos alunos. Práticas que possibilitem aos estudantes o aprendizado a partir de experiências e situações mais próximas da realidade das empresas. E, dentro desse contexto, refletir sobre a percepção da propensão à criação de empresas por estudantes universitários, uma vez que, os estudantes são os agentes com habilidades para criar seus empreendimentos, dadas as amplas viabilidades de aplicação dos conceitos apreendidos na universidade. Nesse sentido, os empreendedores acadêmicos apresentam uma capacidade superior à média para a criação de novas empresas (GARCIA et al., 2012). Portanto, segundo esses autores, os empreendimentos criados a partir de uma base ampla de conhecimentos tendem a se estabelecer e exercer efeitos positivos sobre o emprego, o crescimento econômico e a competitividade.

É neste contexto que a universidade deve surgir como agente motivador do conhecimento, fomentando o desenvolvimento e a capacitação do empreendedorismo junto aos universitários. Mas, para desenvolver ou potencializar características empreendedoras são necessárias novas formas de ensino e novas formas de relacionamento (GAIÃO et al., 2009).

Consequentemente, o ensino nas universidades deve ser visto como facilitador da mudança de comportamento dos indivíduos a partir da utilização de métodos pedagógicos específicos e atrativos, para que os cursos de graduação possam entrar em sintonia com as

necessidades e demandas da sociedade. Do mesmo modo, deve estimular a geração de conhecimentos na área do empreendedorismo por meio de práticas que estimulem o desenvolvimento do comportamento empreendedor dos universitários (KRUGER, 2016).

Assim, as universidades devem estimular e transmitir a relevância do ensino de empreendedorismo aos alunos, pois é através deles que se verifica o êxito ou não do ensino. Além disso, o conhecimento adquirido pelos estudantes é refletido e comprovado através de comportamentos e atitudes empreendedoras.

Ademais, é pertinente que os estudantes encontrem no empreendedorismo uma alternativa para atingir o objetivo profissional, e, ao saírem da universidade, possuam competências básicas de empreendedorismo, despertando-os para a capacidade criativa, inovadora e de desenvolvimento econômico (KRUGER, 2016).

A partir do exposto, apresenta-se a seguir, o problema de pesquisa, objetivo geral e específicos e as justificativas, definidos para o presente estudo.

1.2 PROBLEMA DE PESQUISA

Qual o grau da intensidade das Características Comportamentais Empreendedoras dos estudantes do curso Bacharelado Interdisciplinar em Ciência e Economia da Universidade Federal de Alfenas?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo geral

Identificar e analisar o grau de intensidade das Características Comportamentais Empreendedoras dos estudantes do curso Bacharelado Interdisciplinar em Ciência e Economia da Universidade Federal de Alfenas.

1.3.2 Objetivos específicos

São objetivos específicos deste trabalho:

- a) identificar o perfil socioeconômico e demográfico dos estudantes do curso Bacharelado Interdisciplinar em Ciência e Economia da Universidade Federal de Alfenas e associá-lo às características comportamentais empreendedoras;

- b) traçar o perfil empreendedor dos estudantes do curso Bacharelado Interdisciplinar em Ciência e Economia da Universidade Federal de Alfenas;
- c) elaborar uma proposta de intervenção a partir dos resultados da pesquisa.

1.4 JUSTIFICATIVA

Dolabela e Fillion (2013) acreditam que o estudo sobre empreendedorismo e a capacitação para tal comportamento se fazem necessários, uma vez que não são plenos, fechados em si mesmos, mas sim processuais, adaptando-se de acordo com as circunstâncias, o tempo e as necessidades. É preciso ampliar a visão sobre o sujeito empreendedor e como a essência empreendedora pode contribuir ou não para a formação de cidadãos independentes e criativos no contexto educacional (SILVA; LIMA; SILVA, 2015).

Do mesmo modo, Krueger Júnior e Brazeal (1994, p. 91) afirmam que “antes de haver empreendedorismo é preciso que haja potencial para isso”, e completam: “potencial empreendedor [...] requer empreendedores em potencial”. Os autores definem potencial empreendedor como algo latente, a ser desenvolvido, o qual poderá, ou não, vir a acontecer.

Zampier e Takahashi (2011) enfatizam a relevância do processo de aprendizagem, afinal, não há desenvolvimento sem aprendizagem. E esta se constitui uma evolução necessária na aquisição de competências. Assim, para as autoras, “a aprendizagem é vista como competência e o conhecimento como um recurso, e ambos são fatores-chave para a competitividade econômica e para a participação em várias dimensões da vida social, política e cultural.” (ZAMPIER; TAKAHASHI, 2011, p. 565).

Vários especialistas como psicólogos, psicanalistas, sociólogos, dentre outros, abordam o empreendedorismo como forma de ampliar o conhecimento sobre a motivação e o comportamento humano, evidenciando suas características pessoais, psicológicas e atitudinais, traçando assim um perfil empreendedor (BAGGIO; BAGGIO, 2015).

Este trabalho aborda o tema empreendedorismo sob a ótica comportamental, onde se procura descobrir quais seriam as evidências e o grau de intensidade das características comportamentais empreendedoras dos estudantes do curso BICE da UNIFAL-MG. Desse modo, a relevância da pesquisa está na contribuição ao entendimento de que incentivar a prática do empreendedorismo é o passo inicial no processo de articulação das ações empreendedoras. Ninguém nasce empreendedor, mas poderá tornar-se um, através de um sistema de aprendizagem especial que o faça desenvolver talentos, características e comportamentos empreendedores (DOLABELA, 2008).

A importância de um estudo que estabeleça o foco na análise das características comportamentais de estudantes está na possibilidade de contribuir para a formulação de programas educacionais que permitam o desenvolvimento da cultura empreendedora universitária. Portanto, o comportamento empreendedor dos estudantes e a geração de ideias devem estar atrelados ao conhecimento adquirido. Motivados pelo desejo de realização pessoal e profissional, esses estudantes serão capazes de projetar um cenário de novas concepções e sucesso.

No que tange à relevância da pesquisa em seus aspectos sociais e econômicos, a possibilidade de identificar, traçar, analisar e mensurar o grau de intensidade das características comportamentais dos universitários da UNIFAL-MG poderá servir de subsídios para instituições públicas e privadas, centros de treinamentos e incubadoras de empresas, pois, ao identificar futuros potenciais empreendedores, a universidade terá, fornecerá ou criará as condições necessárias para o incentivo da prática do empreendedorismo no processo de articulações das ações empreendedoras e efetivação de novos projetos. Ressalta-se ainda, a possibilidade de que este estudo possa contribuir na implantação de políticas públicas de fomento à atividade empreendedora.

Identificar as características comportamentais empreendedoras dos estudantes e as intenções na carreira profissional após a conclusão do curso reflete, dentre outras coisas, a possibilidade de conhecer como esses alunos estão sendo preparados para o mercado de trabalho. Haja vista que, o mercado de trabalho pode não estar preparado para absorver, de maneira satisfatória, todos aqueles que estão concluindo um curso de nível superior e almejando um crescimento profissional, devido à quantidade de graduandos inseridos no mercado anualmente.

No contexto institucional, essa pesquisa poderá ainda contribuir como um indicador no processo educacional uma vez que, segundo Costa, Barbosa e Silva (2011), as universidades assumem um papel essencial na transmissão de conhecimento. Em virtude disso, o empreendedorismo e a inovação, em tempos de crise, são os principais pilares sustentadores do desenvolvimento econômico.

Diante disso, acredita-se que este estudo poderá contribuir como subsídios para a renovação dos conhecimentos e das competências, colocando os estudantes em situação de aprendizagem permanente, em prol de uma universidade cada vez mais empreendedora.

Dessa forma, torna-se relevante analisar o grau de intensidade das Características Comportamentais Empreendedoras dos estudantes do BICE, o perfil socioeconômico e

demográfico dos estudantes inseridos neste contexto, bem como suas intenções na carreira após a conclusão do curso.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 EMPREENDEDORISMO

A aparição do termo empreendedorismo, segundo Hashimoto (2009) foi registrada por Cantillon (1755) para exprimir a disposição de correr riscos ao comprar algo por um determinado preço e vendê-lo em condições incertas. Anos depois, Say (1803) ampliou esta definição, relacionando a figura do empreendedor àquele que transfere recursos financeiros de um setor de produtividade baixa para um setor de produtividade elevada e de maior rendimento, convencendo-se que quem abre seu próprio negócio é um empreendedor (HASHIMOTO, 2006).

A evolução do termo empreendedorismo, ao longo de várias décadas, faz com que seu conceito tenha várias definições, estruturas, abordagens e perspectivas distintas. Contudo, apesar de não ter chegado ainda a um consenso, todas são aceitas pela maioria dos estudiosos contemporâneos (DOLABELA; FILION, 2013).

A essência do empreendedorismo está na percepção e no aproveitamento das novas oportunidades no âmbito dos negócios. Em geral, as visões de futuro são construídas em torno de oportunidades de negócio que o empreendedor detecta no mercado e, a partir destas, desenvolve seu sistema organizacional. “Nossa sociedade registra que, uma em cada quatro pessoas é um agente empreendedor, alguém que tomou as rédeas do seu destino, isso é, o que ele chama de assumir uma cultura empreendedora.” (DOLABELA; FILION, 2013, p. 22).

De acordo com Baggio e Baggio (2015) o empreendedorismo pode ser compreendido como a arte de inovar com criatividade e motivação. Assumindo um comportamento proativo diante de questões que precisam ser resolvidas, com sinergismo e inovação. Da mesma forma, Andrade (2012) entende que o empreendedorismo constitui o ato de inovar, aproveitando as oportunidades como meio de transformação e mudança.

Hisrich, Peters e Shepherd (2009) exploram o tema empreendedorismo como sendo um mecanismo de desenvolvimento econômico, pois se trata de uma palavra derivada da língua francesa do termo *entrepreneurship*, utilizada para estudos relativos ao empreendedor. *Entrepreneur*, que significa “aquele que está entre” ou “intermediário”.

Para Dornelas (2013) o empreendedorismo é definido como o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias e oportunidades. Sendo assim, o empreendedorismo seria a iniciativa que leva um indivíduo a concretizar um

ideal, um sonho e, de criar e desenvolver planos e projetos utilizando os recursos disponíveis transformando em desenvolvimento econômico.

Sob o mesmo ponto de vista, Dolabela (2003) relata que empreender é um processo humano, com toda a carga emocional e comportamental, a partir das incertezas e desafios, juntamente com a capacidade de acreditar que poderá mudar o mundo. Em outras palavras, empreender é um processo de construção de futuro.

Dolabela (2008) relata que o empreendedorismo atraiu a atenção de especialistas de diversas áreas, tais como a administração, economia, psicologia e sociologia, dentre outras. Cada qual com sua abordagem, análise, experiências e visões. Toda essa miscelânea de ideias explica a diversidade de definições e, por conseguinte, contribui para o enriquecimento do estudo sobre a diversidade de definições sobre o tema empreendedorismo.

Filion (1999) exemplifica essa diversidade de perspectivas em que o empreendedorismo é tratado na literatura. Eles expõem como pesquisadores de diferentes áreas do conhecimento tendem a visualizar os empreendedores de forma diferenciada, mas não de forma antagônica, e sim complementar. De acordo com o autor, os economistas enxergam os empreendedores associados à inovação, aos ganhos de capitais, gerando riquezas e desenvolvimento econômico. Estes estavam primordialmente interessados em compreender o papel do empreendedor e o impacto da sua atuação na economia. Três nomes destacam-se dentre os economistas: Cantillon, Say e Schumpeter (FILION, 1999). Já os comportamentalistas tentaram definir o empreendedor a partir do comportamento e hábitos humanos como dom, aptidão, percepção, entre outros atributos comportamentais. Os principais destaques forma Max Weber David McClelland.

Baggio e Baggio (2015) corroboram com o pensamento de Filion (1999) no que se refere às diferentes abordagens dos empreendedores. Desse modo, afirmam que é importante observar que os autores da Teoria Comportamentalista não fizeram oposição às teorias dos economistas, mas sim expandiram as características dos empreendedores.

No Brasil, o empreendedorismo ganhou espaço e passa ser visto como uma opção de carreira e uma forma de absorver os diplomados e os que por algum motivo não conseguem se colocar no mercado de trabalho. Nesse mesmo contexto, surge a palavra intraempreendedorismo: um processo que ocorre dentro das empresas e organizações, públicas e privadas, independente do seu tamanho, e possibilita não só a criação de novos negócios, mas também de outras atividades e orientações inovadoras, como o desenvolvimento de novos produtos, serviços, tecnologias, técnicas administrativas, estratégias e posturas competitivas (BARRETO, 1998).

Atualmente, o intraempreendedor é um dos mais importantes recursos nas empresas de alta competitividade. Isso porque, ao alcançar determinado nível de estabilidade, uma organização pode perder ou ver reduzido o seu potencial empreendedor, entendido como a capacidade de inovar através da recriação e reinvenção dos processos e técnicas que a permitem encontrar novos mercados e novos produtos (SEBRAE, 2011).

Se, em sua forma tradicional, o empreendedorismo é realizado por empreendedores, que agem de forma autônoma e soberana e são os únicos responsáveis pelos riscos e benefícios da ação empreendedora, no intraempreendedorismo, a ação empreendedora é realizada por intraempreendedores, que são colaboradores de uma organização, e que agem como empreendedores. Portanto, o intraempreendedorismo é indispensável para as organizações públicas ou privadas que já estão estabelecidas, pois recria a cultura empreendedora interna (BARRETO, 1998).

A bibliografia em torno do tema empreendedorismo registra a existência de um grande questionamento por parte dos investigadores que estudam esse fenômeno, com a finalidade de identificar os traços ou características psicológicas e comportamentais dos indivíduos que criam novas empresas e são empresários de sucesso (OCTÍCIO, 2012). Diante dessa perspectiva, estabeleceram-se várias abordagens sobre os empreendedores. Assim sendo, destacam-se a existência de três vertentes teóricas que sustentam as discussões sobre o empreendedorismo.

A primeira é representada pelo economista e sociólogo Schumpeter, que fundamenta o empreendedorismo e o espírito empreendedor como vetor essencial para a criação de um novo empreendimento. A essência da Teoria Econômica de Schumpeter consiste na capacidade e na percepção do aproveitamento de novas oportunidades no mundo de negócios, na inovação dos métodos tradicionais, fazendo surgir novas combinações, com o objetivo de alcançar sucesso financeiro e desenvolvimento econômico (SANTIAGO, 2009).

Na segunda vertente, destaca-se o historiador e sociólogo Max Weber, que buscou respostas nos traços pessoais e nas atitudes dos indivíduos, recorrendo aos sistemas de valores e ações econômicas para explicar o devotamento ao trabalho e à prática do empreendedorismo, aqui entendido como o espírito do capitalismo. Na visão weberiana, “o empreendedor é aquele empresário que demonstra a capacidade de se livrar da tradição comum, um tipo de iluminismo liberal, fadado ao sucesso.” (WEBER, 2002, p. 61). Já a terceira vertente foi desenvolvida pelo comportamentalista David McClelland, que destacou os atributos humanos e psicológicos, permitindo traçar um perfil comportamental do empreendedor. Segundo McClelland (1972), o empreendedor é um indivíduo autônomo,

dotado de iniciativa, com intuição e amor pelo seu trabalho. De acordo com a Teoria das Necessidades, que será detalhada na próxima seção, o empreendedor está continuamente em busca de realização pessoal e profissional e a sua maior característica é a motivação (MCCLELLAND, 1972).

2.2 TEORIA DAS NECESSIDADES

De acordo com McClelland (1972), o comportamento é um mecanismo que o indivíduo utiliza para dar respostas a um determinado evento na busca de satisfazer seu conjunto de necessidades. Kruger (2016) relata que os estudos científicos de McClelland analisam o comportamento e atitudes empreendedoras, estruturando características pessoais de sucesso e procurando delinear comportamentos, ações e atitudes que o diferenciem do ser humano “normal”. Segundo a autora, a Teoria de McClelland (1972) se sobressai dentre as demais pela facilidade de abordagem, sendo considerada ainda hoje uma das teorias mais importantes, conhecidas e complexas dentre as teorias comportamentais da motivação humana psicológica.

A Teoria das Necessidades ou Teoria das Necessidades Aprendidas, desenvolvida por McClelland (1972), está ligada aos conceitos de aprendizagem, ou seja, ele defende que as necessidades humanas são aprendidas e adquiridas pelas pessoas a partir de suas experiências pessoais ao longo da vida. Além disso, a Teoria das Necessidades estabelece uma relação entre a motivação e as necessidades de realização, planejamento e poder do indivíduo. Para ele, durante a vida, as pessoas aprendem e desenvolvem padrões únicos de necessidades que afetam o seu comportamento e desempenho.

A essência da Teoria das Necessidades está na concepção que uma pessoa empreendedora utiliza com certa frequência e intensidade, as denominadas Características Comportamentais Empreendedoras (CCE's).

De acordo com a visão comportamentalista de McClelland (1972) todas as pessoas possuem características diferentes e, no decorrer da vida e das circunstâncias, terá um motivador em destaque, também chamado de motivador dominante, que vai interferir em seus comportamentos e atitudes. Assim, a forma de atuação de um indivíduo no trabalho ou mesmo no seu dia a dia será determinada por qual motivador esse indivíduo é direcionado.

A Teoria das Necessidades de McClelland (1972) aborda a motivação como a principal característica do empreendedor, sendo esta fundamentada nas três necessidades básicas do ser humano. Essas necessidades (motivadores) existem em níveis diferentes, com

hierarquias distintas e são desenvolvidas pelos indivíduos, a partir das experiências interpessoais e interações com o ambiente.

Kruger (2016) apresenta os estudos iniciais de McClelland (1972) onde traz as características comportamentais empreendedoras agrupadas em três grupos: “Realização”, “Afiliação” e “Poder”, baseadas nas três necessidades básicas (motivadores dominantes) dos indivíduos, Necessidade de Realização, Necessidade de Afiliação e Necessidade de Poder, conforme demonstrado no Quadro 1.

Quadro 1 - Motivadores dominantes e suas características pessoais

Necessidades básicas (motivadores dominantes)	Características pessoais
Realização	Forte necessidade de definir e realizar metas desafiadoras, assumindo riscos calculados. Gosta de receber feedback regular, além de preferir trabalhar sozinho.
Afiliação	Quer pertencer ao grupo, ser amado e concorda com a opinião e decisões do grupo. Favorece a colaboração e não gosta de correr altos riscos ou incertezas.
Poder	Quer controlar e influenciar os outros, possui grande poder de argumentação. Gosta de competir e ganhar. Aprecia status e reconhecimento.

Fonte: Adaptado de McClelland (1972)

Para McClelland (1972), todas as pessoas possuem os três motivadores, e dependendo do momento e das circunstâncias, um deles será o motivador dominante. Esse motivador dominante é amplamente dependente da cultura, do ambiente e também das experiências de vida. Morales (2004) define as três necessidades básicas de McClelland (1972): a necessidade de realização, segundo ele, é definida como o ato de conseguir realizar e alcançar coisas difíceis, dominar, manipular ou organizar objetos físicos, seres humanos ou ideias. Superar obstáculos e atingir um alto padrão, além de gostar de competir e vencer.

Já a necessidade de afiliação é descrita como aproximar-se, colaborar com prazer e retribuir a um aliado que se pareça com a própria pessoa, ou seja, alguém que goste dela, aderir e permanecer no grupo ou na equipe (MORALES, 2004).

Por fim, a necessidade de poder, é definida por Morales (2004), como a necessidade de controlar o ambiente, influenciar ou dirigir o comportamento de outros indivíduos por sugestão, sedução, persuasão ou comando. Fazer os outros colaborarem e convencendo-os de que sua opinião é a correta.

Portanto, é de se esperar que os empreendedores e executivos demonstrem alta motivação pela necessidade de poder, pois, “empreendedores e gerentes, atuando em

organizações diferentes e complexas, devem liderar e persuadir outras pessoas para que façam as coisas de forma específica e correta no ambiente de trabalho” (MORALES, 2004, p.40).

McClelland (1972) apesar de achar que o comportamento empreendedor deveria ser visto como a mola propulsora do desenvolvimento econômico, seu foco principal sempre foi a busca de explicações plausíveis para saber quais razões levam alguns indivíduos a se envolver com empreendimentos e outros não (SANTIAGO, 2009).

Os estudos de McClelland foram modificados durante o final de 1986 e início de 1990, e as vinte CCE's iniciais foram reduzidas para dez características. Essa redução ocorreu por meio da formatação de uma nova nomenclatura e subdivisão de grupos. Foram feitos novos módulos e exercícios e, posteriormente, foram testados em campo, incorporando-os em programas existentes no Quênia, Senegal, Inglaterra e Estados Unidos.

A partir dessa experiência, foram feitas novas revisões e McClelland em parceria com a empresa de consultoria *Management Systems International* (MSI) desenvolveu um arcabouço teórico que serviu de base para a elaboração de um instrumento que mensura as características do comportamento empreendedor (KRUGER, 2016).

Além de todas as características atribuídas ao empreendedor, este deve estar atento às demandas do mercado e transformações que ocorrem a todo o momento na sociedade, além de superar as incertezas e armadilhas que o mundo dos negócios oferece. O empreendedor de sucesso possui características e habilidades que o difere dos demais, criatividade para inovar, influência para conseguir financiamentos e comprometimento com aqueles que nele confiam. Apesar de estar sujeito ao fracasso, o empreendedor é um indivíduo persistente e aprende com os próprios erros (KRUGER, 2016).

Com uma nova nomenclatura e subdivisão, as CCE's foram reagrupadas em três novas categorias de competências pessoais diferentes: “realização”, “planejamento” e “poder”. Essas competências foram divididas em 10 subcategorias (CCE's) que são as características que o empreendedor bem-sucedido deve ter ou que precisa desenvolver. Características essas que podem auxiliar os indivíduos a enfrentar os desafios de empreender ou ser um intraempreendedor dentro das organizações públicas ou privadas. Da mesma forma que, a inexistência delas, pode se tornar inviável a criação de um novo empreendimento ou inibir o sucesso profissional dentro de instituições.

O Quadro 2 apresenta essas características, suas dimensões e o comportamento empreendedor correspondente a cada uma das CCE's.

Quadro 2 - Características Comportamentais Empreendedoras - CCE's

DIMENSÃO: REALIZAÇÃO	
Busca de oportunidades e iniciativa	Faz as coisas antes de ser solicitado; aproveita oportunidades para começar novos negócios e empreendimentos.
Persistência	Faz sacrifícios pessoais ou desenvolve um esforço exagerado para completar um trabalho e se necessário muda de estratégias para a satisfação da equipe
Comprometimento	Assume responsabilidades pessoais pelo desempenho necessário ao atingimento de metas e objetivos;
Exigência de qualidade e eficiência	Encontra maneiras de fazer as coisas melhor, mais rápidas ou mais barato. Desenvolve procedimentos para assegurar que o trabalho atenda a padrões de qualidades e no tempo certo.
Correr riscos calculados	Avalia alternativas e calcula riscos para reduzir os riscos ou controlar os resultados.
DIMENSÃO: PLANEJAMENTO	
Estabelecimento de metas	Estabelece metas e objetivos que são desafiantes e que têm significado pessoal, define metas claras e específicas, de longo prazo e estabelece objetivos mensuráveis de curto prazo.
Busca de Informações	Dedica-se pessoalmente a obter informações. Consulta especialistas para obter assessoria financeira, técnica ou comercial.
Planejamento e monitoramento sistemático	Planeja e divide as tarefas de grande porte em sub tarefas com prazos definidos. Revisa e analisa constantemente seus planejamentos, mantendo os registros atualizados e consulta-os para tomar decisões.
DIMENSÃO: PODER	
Persuasão e redes de contato	Utiliza estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir pessoas e age para desenvolver e manter relações comerciais e interpessoais.
Independência e autoconfiança	Busca autonomia em relação a normas e controle de outros. Expressa confiança na sua própria capacidade de completar tarefas ou de enfrentar desafios.

Fonte: Adaptado de Kruger (2016)

De acordo com o exposto no Quadro 2, na dimensão Realização tem-se 5 (cinco) CCE's que são assim definidas por McClelland (1972): a “busca de oportunidades e iniciativa” é uma característica que envolve certas atitudes dos indivíduos, como por exemplo, fazer as coisas com antecedência, atuar para expandir seus negócios ou aproveitar oportunidades para iniciar um empreendimento. Essa característica é fundamental para o empreendedor, uma vez que precisa apresentar alternativas na solução de problemas e identificação de oportunidades que passam despercebidas aos olhos de outros. Além disso, os empreendedores que possuem essa característica desenvolvem a capacidade de antever-se aos fatos e criar novas oportunidades de negócios, desenvolver novos produtos e serviços e propor soluções inovadoras. Ser empreendedor é ter visão, é criar alternativas emergenciais para solucionar possíveis problemas de futuro.

Os indivíduos que possuem a característica “Persistência” procuram agir diante dos obstáculos e se necessário mudam de estratégia, assumindo responsabilidades para atingir as metas, buscando alternativas, com o propósito de enfrentar os desafios sem desanimar. Esta

característica é o caminho do sucesso, esquadrihando formas diferentes de alcançar os objetivos, almejando a satisfação e continuando a trajetória incansavelmente, mesmo quando muitos preferem desistir. Comprometem-se com o desempenho necessário para alcançar as metas e objetivos traçados. Desse modo, a persistência é a característica que impulsiona os indivíduos a agir de diferentes formas com o objetivo de alcançar seus objetivos propostos (MCCLELLAND, 1972).

A característica “Comprometimento” pode ser definida como a capacidade que os indivíduos possuem de fazer sacrifícios pessoais para completar tarefas, trabalhos, auxiliar os outros membros da equipe e, se necessário, assumir outras funções para a finalização de um trabalho no tempo solicitado ou exigido. Os empreendedores que possuem essa característica tendem a se empenhar ao máximo para deixar todos satisfeitos, buscando sempre cumprir o que prometem, aspirando atingir o sucesso almejado (MCCLELLAND, 1972). Segundo o autor, comprometimento é o valor humano do empreendedor.

A busca pela “Exigência de qualidade e eficiência” é a característica que implica descobrir maneiras de fazer as coisas da melhor forma possível, maximizando tempo e recursos. Agindo de maneira que atendam ou excedam modelos de excelência, desenvolvendo ou utilizando procedimentos de tal forma que assegure a entrega dos projetos e trabalhos com padrões de qualidade e no tempo previsto. Nesse sentido, os empreendedores que possuem essa característica buscam sempre melhorar o seu desempenho, com efetividade, eficácia e eficiência (MCCLELLAND, 1972).

E, finalizando na dimensão Realização tem-se a característica “Correr riscos calculados”, que é a capacidade que o indivíduo tem de examinar e planejar suas ações antecipadamente, ou seja, avaliar os riscos a fim de minimizá-los ou eliminá-los. Expor-se somente a situações no risco de exposição na medida certa, avaliar alternativas, agir para controlar resultados, calcular os riscos e a redução dos mesmos. Disposição de assumir desafios e responder pessoalmente por eles. Ser capaz de enfrentar desafios sem colocar tudo a perder, evitando agir de forma irresponsável. McClelland (1972) declara ser essa a característica que faz com que o empreendedor avalie as alternativas antes da ação. Na visão do autor, o empreendedor deve, sempre que possível, focar em desenvolver negócios com baixo nível de investimento e ampliá-los gradativamente, e, jamais colocar em risco um alto aporte de capital ou patrimônio, sendo esse o princípio básico do investidor.

Já na dimensão Planejamento há 3 (três) CCE's, assim definidas por McClelland (1972): “Estabelecimento de metas” abrange certas atitudes dos indivíduos, como por exemplo: determinar metas e objetivos desafiantes e com significado pessoal. Essa

característica indica que o indivíduo possui a capacidade de estabelecer metas claras e específicas de longo prazo e estipular objetivos mensuráveis de curto prazo. Essa característica impulsiona e motiva o empreendedor na direção certa para a realização pessoal e profissional, sendo um dos atributos essenciais para que o empreendedor alcance o sucesso no seu empreendimento ou dentro das organizações. Com esse comportamento o empreendedor fará com que diminua os riscos e prejuízos.

A característica “Busca de informações” é uma ferramenta utilizada para sobressair-se no mercado. Os indivíduos que utilizam dessa ferramenta se dedicam a conseguir informações de pessoas com conhecimento e autoridade no assunto, bem como clientes, fornecedores e até concorrentes. Além disso, investiga pessoalmente as informações, instruções ou fabricação de um produto ou serviço, consultando sempre especialistas na área, a fim de obter assessoria financeira, técnica, jurídica ou comercial e também na busca de aprendizado constante. Nesse sentido, McClelland (1972) afirma que o empreendedor deve ser uma pessoa curiosa e atenta a tudo e a todos, na busca de capacitação constante, adquirindo conhecimentos e competências.

Concluindo o grupo da dimensão Planejamento tem-se a característica “Planejamento e monitoramento sistemático” que é o atributo em que o indivíduo possui habilidade para dividir tarefas de grande porte em sub tarefas com prazos definidos, bem como revisar seus planos constantemente de acordo com os resultados obtidos. Além disso, procura manter todos os registros atualizados para que possa utilizá-los quando necessário ou nas tomadas de decisão. O empreendedor que planeja bem suas ações tende a obter melhores resultados e assim atingir seus objetivos e metas almejadas.

Na dimensão Poder encontra-se as duas últimas características definidas por McClelland (1972): “Persuasão e redes de contato” que é a aptidão que o indivíduo possui de usar estratégias específicas para influenciar ou persuadir pessoas. A persuasão não é importante somente para quem deseja empreender, mas para quem trabalha no mundo corporativo, pois é uma característica que pode levar o profissional mais à frente na empresa, e, conseqüentemente, na carreira. O poder de influenciar é benéfico para situações de discórdia e também na hora de apresentar novas propostas de trabalho em equipe. O indivíduo que possui essa característica utiliza pessoas-chaves como agentes para atingir seus próprios objetivos, além da capacidade para desenvolver e manter relações interpessoais e comerciais. Os empreendedores de sucesso buscam ampliar sua rede de relações de modo a conquistar a confiança, parcerias, informações, aconselhamentos e experiências vividas por outros indivíduos.

A característica Independência e autoconfiança é o predicado onde o indivíduo possui a habilidade de manter seu ponto de vista mesmo diante de obstáculos e ter autonomia em relação a normas e controles de outros, pois, expressa confiança na própria capacidade para finalizar uma tarefa árdua. A autoconfiança faz o indivíduo se sentir enaltecido, valorizado, otimista e seguro de si, além de fazer com que o mesmo acredite na própria capacidade e se arrisque mais para realizar suas atividades. Por trás do sucesso de uma organização ou de um empreendimento há um indivíduo com essas características e disposição suficiente para administrá-la e levá-la ao sucesso (MCCLELLAND, 1972).

Bronoski (2010) relata que, embora se tornar um empreendedor seja uma alternativa para o desemprego, alguns se adaptam melhor como empregados e são importantes para as organizações nas quais trabalham. Porém, com a instabilidade do vínculo empregatício, o risco dentro das organizações como empregado, é, muitas vezes, maior do que como empreendedor. De acordo com a autora, é por essa razão que McClelland (1972) defende que algumas características ditas empreendedoras devam ser desenvolvidas pelos indivíduos, isto é: assumir riscos, iniciativa, planejamento e controle, desenvolvimento de relacionamentos. Acrescenta-se, também, a capacidade de tomar decisões, eficiência, persistência e efetividade, que são fundamentais para quem deseja abrir ou gerenciar seu próprio empreendimento. As características do empreendedor são as referências da obtenção do sucesso. O fator de sucesso se concentra na pessoa do empreendedor, que utiliza todo o seu potencial na obtenção do êxito.

De acordo com Pereira e Santos (1995), o empreendedor bem-sucedido é uma pessoa que possui características encontradas em qualquer pessoa, o que os diferencia é o grau de intensidade de uma para outra característica e sua personalidade. Ademais, seus talentos o conduzem para o sucesso, conseguindo com esta atitude a concretização dos seus sonhos, objetivos e metas.

Em suma, a perspectiva do empreendedorismo sinalizada por McClelland (1972) deu início à contribuição das ciências do comportamento para o empreendedorismo. Tratando das responsabilidades individuais na criação e gestão de negócios, tendo como fundamento as características comportamentais e atitudinais dos empreendedores. Sua atenção é concentrada sobre o desejo de realização, controlada pela razão. Assim, o empreendedorismo pode ser entendido como o processo de criação com valor, dedicação de tempo e esforço. Além da capacidade de assumir riscos sociais, financeiros e comportamentais, recebendo as recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal (HISRISH; PETERS, 2004).

2.3 ESTUDOS SOBRE O EMPREENDEDORISMO

Nesta seção será apresentada uma síntese de estudos sobre o tema empreendedorismo. O estudo *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) que tem por objetivo a identificação das atitudes da população dos países em relação à atividade empreendedora, as taxas de empreendedorismo, a suas motivações e às características empreendedoras, além das condições para empreender. Também será apresentado um segundo estudo o *Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey* (GUESSS) que no Brasil é denominado Estudo GUESSS Brasil, que significa "Estudo Mundial sobre Empreendedorismo junto aos Estudantes Universitários". Esse estudo tem como objetivo central caracterizar o espírito empreendedor, suas intenções e atividades dos estudantes universitários, em todos os níveis e cursos das Instituições de Ensino Superior (IES) participantes. Também busca identificar as condições de ensino e apoio às atividades empreendedoras dos universitários em várias regiões do Brasil e do mundo.

O estudo - GEM é realizado no Brasil em parceria com o Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBPQ) e o Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios da Fundação Getúlio Vargas (FGV), além do apoio do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). Esse projeto é administrado pela *holding* *Global Entrepreneurship Research Association* (GERA), ligada à *London Business School* e *Babson College*, em Boston. O objetivo principal deste relatório é a pesquisa sobre a criação de novos negócios no mundo. Os principais elementos para o GEM são: comportamento empreendedor; o contexto nacional e como isso impacta o empreendedorismo local.

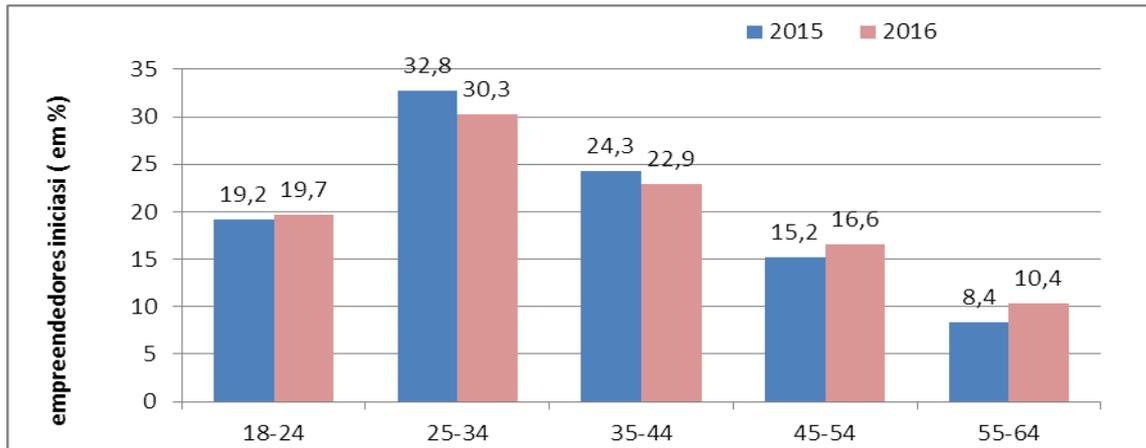
O projeto tem como objetivo principal compreender o papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico dos países e as principais informações produzidas pelo GEM são oriundas de duas pesquisas distintas e organizadas em dois grupos: a primeira pesquisa refere-se às atitudes, atividades autônomas, novos empreendimentos da população, sendo os dados obtidos a partir da "Pesquisa com a população adulta" (primeiro grupo de entrevistados). A segunda pesquisa refere-se às avaliações sobre o ambiente para iniciar novos negócios no país, realizadas junto a profissionais e especialistas de vários setores da sociedade por meio da "Pesquisa com especialistas" (segundo grupo). Ambos os grupos foram entrevistados no período de setembro a novembro de 2016.

No Brasil foram entrevistados 2000 indivíduos na faixa etária de 18 a 64 anos (primeiro grupo) e 92 especialistas (segundo grupo) de vários segmentos da sociedade

brasileira. Estes especialistas desempenham atividades que são de alguma forma relacionada à atividade empreendedora no Brasil.

O relatório GEM (2016) demonstra a distribuição dos percentuais de acordo com a faixa etária para empreendimentos iniciais disposto no Gráfico 1.

Gráfico 1 - Percentual de empreendedores iniciais (TAE) de acordo com a faixa etária



Fonte: GEM (2016).

Segundo a pesquisa, 36% dos brasileiros, cerca de 48 milhões de pessoas com idade de 18 a 64 anos, possuem um negócio, estão envolvidos na criação de um novo empreendimento ou realizaram alguma ação empreendedora para ser dono do seu próprio empreendimento (GEM, 2016). A maioria dos empreendedores iniciais no Brasil encontra-se na faixa dos 25 aos 34 anos (30,3%), seguida pelos empreendedores na faixa de 35 a 44 anos (22,9%), perfazendo um total de 50% dos empreendedores iniciais na faixa etária até 34 anos. O resultado mostra que todas as faixas etárias apresentam índices significativos de empreendedorismo, porém com menor expressão para os indivíduos da faixa de mais idade (55-64) com apenas 10,4%.

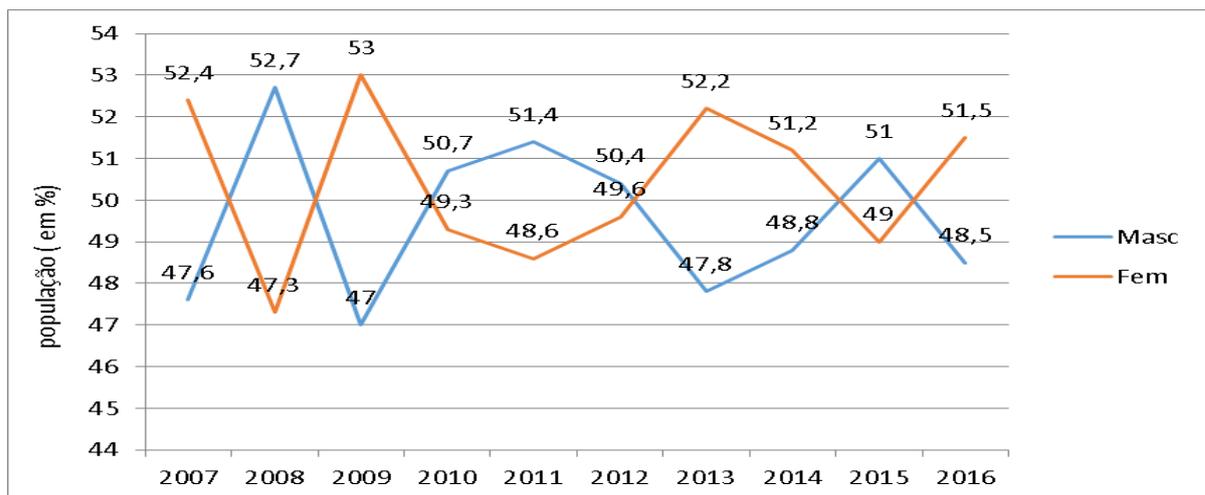
Os autores do estudo GEM (2016) evidenciam que, de acordo com esses índices, somado a algumas tendências do Brasil, como o envelhecimento crescente da população e a reforma da previdência social, há uma necessidade na elaboração de políticas públicas de suporte às iniciativas empreendedoras da população na faixa etária acima de 55 anos. Estes dados incentivam a reflexão sobre o perfil do empreendedor brasileiro agrupados por faixas etárias.

Os relatórios dos estudos GEM (2016) demonstram ainda que a representatividade dos indivíduos mais experientes em negócios iniciais carece de uma maior atenção. Além disso,

podem ser apontadas como tendências atuais de diversos países que se encontram em período de transição demográfica, a diminuição da taxa de fecundidade e o aumento da expectativa de vida. Segundo os resultados, estas alterações sustentam a previsão de que para a América Latina e Caribe haverá um aumento de 71% na população com mais de 60 anos até 2030. “Dentre outras medidas de caráter social, uma ação necessária neste cenário seria o delineamento de programas para apoiar o empreendedorismo de pessoas nesta faixa etária” (GEM, 2016 p. 47).

Outro fator determinante nos estudos GEM (2016) foi a busca de dados no Brasil e em outros países, sobre a questão de gênero, no Gráfico 2 são demonstradas as variações percentuais na distribuição da população brasileira, de acordo com o gênero, no período de 2007 a 2016.

Gráfico 2 - Distribuição dos empreendedores iniciais (TEA), segundo gênero - Brasil - 2007:2016



Fonte: GEM (2016).

Os autores do estudo GEM (2016) buscam saber se há diferença entre o homem e a mulher enquanto empreendedores. Foi analisado, por exemplo, em quais ocasiões o homem e a mulher se tornam empreendedores, os motivos, a finalidade, e em que momento eles se envolvem com o empreendedorismo.

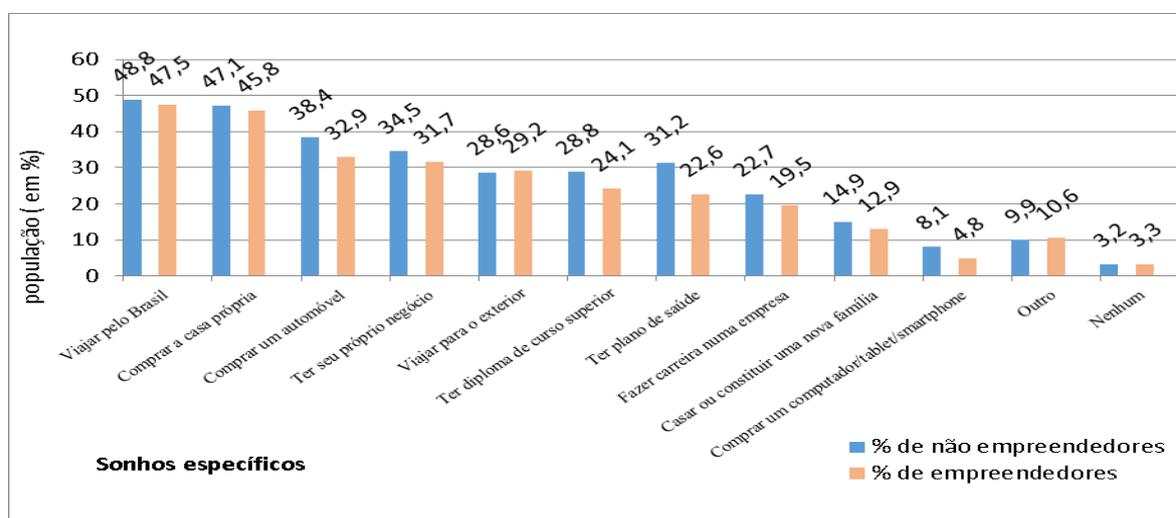
No estudo internacional do GEM 2016, a maior parte dos países apresenta uma supremacia masculina no desenvolvimento de novos empreendimentos. No Brasil, segundo os autores, os resultados demonstram que há uma tendência ao equilíbrio de gêneros na atividade empreendedora brasileira, com pequenas variações nos últimos anos. Isso tende a qualificar melhor os negócios, pois leva em consideração a multiplicidade das experiências profissionais e pessoais dos indivíduos que se sentem estimuladas a abrir um negócio.

De acordo com o Gráfico 2, observa-se que no período de 2015 a 2016 houve um aumento de 2,5% (de 49,0% para 51,5%) da participação feminina no mercado de trabalho, refletindo no empreendedorismo Brasileiro. A análise dos dados aponta que as mulheres correspondem a 51,5 % dos empreendedores iniciais. Esse resultado é positivo para o Brasil, visto que, na opinião dos especialistas entrevistados na pesquisa, as mulheres tendem a investir mais em capacitação e têm mais acesso à informação do que os homens. Também foi possível constatar que, o índice de empreendedorismo feminino ficou acima de 50% nos anos 2007, 2009, 2013 e 2014, e tendo uma pequena queda em 2015. Contudo, em 2016, atingiu novamente a estabilidade acima dos 50%.

Essas características são importantes para a definição de políticas públicas de incentivo ao empreendedorismo feminino. Estes dados demonstram que as mulheres brasileiras conseguem criar novos negócios na mesma proporção que os homens e que esta situação aponta para a necessidade de maiores investimentos e políticas públicas no sentido de dar suporte às mulheres. Pois, de acordo com relatos das mulheres entrevistadas, muitas vezes, elas são vítimas de preconceitos de gênero. Além disso, possuem menor credibilidade no setor financeiro e econômico e também pela dificuldade de conciliar demandas familiares com o empreendimento (GEM, 2016).

Para conhecer os planos para o futuro da população entrevista, os autores os questionaram sobre quais seriam os seus maiores sonhos. Os resultados apontam que empreender e criar o seu próprio negócio não é uma das primeiras opções dos brasileiros, conforme demonstrado no Gráfico 3.

Gráfico 3 - Percentual da população (18 a 64 anos) de acordo com os sonhos



Fonte: GEM (2016).

Os sonhos de maior destaque da população brasileira foram: “o desejo de viajar pelo Brasil” ocupando o primeiro lugar com 47% dos entrevistados, seguido pelo sonho de “comprar a casa própria” e “adquirir um automóvel” com 45,8% e 32,9% respectivamente. “Ter seu próprio negócio” aparece apenas em quarto lugar, com 31,7% da população entrevistada, seguidos por outros sonhos como viajar para o exterior e ter um curso superior, fazer carreira em uma empresa privada dentre outros. Esses números, em conjunto, mostram que as culturas brasileiras bem como os valores compartilhados estão sendo depositados mais em experiências individuais (comprar a casa própria, comprar um automóvel e ter seu próprio empreendimento) do que de forma compartilhada ou coletiva (formar uma família, fazer carreira em uma grande empresa). As características sociodemográficas dos indivíduos que “sonham em ter seu próprio negócio” ou que querem “fazer carreira em uma empresa pública ou privada” são evidenciados na Tabela 1.

Tabela 1 - Características sociodemográficas da população

Características Sociodemográficas	População que sonha (%)	
	Ter seu próprio negócio	Fazer carreira em uma empresa pública ou privada
Gênero		
Masculino	52,9%	50,4%
Feminino	47,1%	49,6%
Faixa etária		
18 a 24 anos	25,2%	30,3%
25 a 34 anos	31,4%	33,3%
35 a 44 anos	22,0%	21,2%
45 a 54 anos	14,9%	12,0%
55 a 64 anos	6,4%	2,5%

Fonte: GEM (2016).

Pode-se verificar que quase não há diferenças significativas de gênero para ambos os projetos, conforme descrito na Tabela 1. Todavia, de acordo com os resultados, no que se refere aos sonhos, o percentual de homens que sonham em ter seu próprio negócio (52,9%) é um pouco maior do que o das mulheres com o mesmo sonho (47,1%). Ainda é possível verificar que a faixa etária mais representativa tanto no sonho de ter o próprio negócio (31,4%) como no sonho de fazer carreira em uma empresa (33,3%) é a faixa dos 25 aos 34 anos.

Percebe-se que os jovens têm mais expectativas e sonhos do que os mais velhos. Na faixa etária de 55 a 64 anos, o sonho de ter um negócio próprio (6,4% da população) é mais que o dobro do sonho de fazer carreira em uma empresa (2,5%).

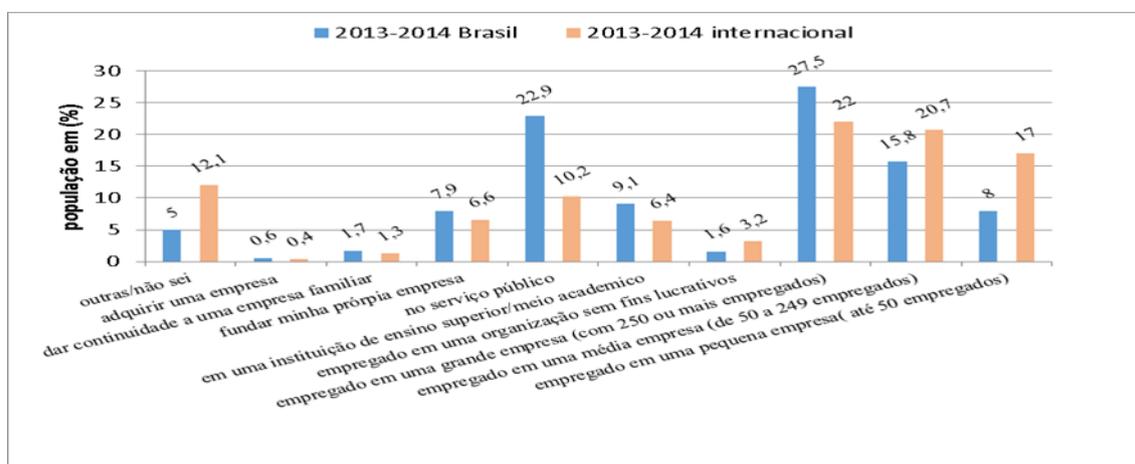
Diante disso, os autores do Estudo GEM (2016) concluem que, além das questões pessoais e familiares, os aspectos econômicos, sociais, culturais e institucionais de um país interferem na criação de novos negócios, podendo atuar tanto como fatores inibidores ou como incentivadores de comportamentos e intenção empreendedora.

Outro estudo sobre empreendedorismo é o *GUESSS* Brasil e o *GUESSS* Internacional, que têm como centro de interesse as intenções de carreira. Trata-se de uma pesquisa do tipo levantamento (*survey*) que utiliza como instrumento de coleta de dados um questionário estruturado e de conteúdo padronizado internacionalmente (com exceção de algumas questões finais), mas adaptado para o português usado no Brasil.

Os resultados dessa pesquisa é o que dá sustentação para avaliar as condições do ensino ligado ao empreendedorismo em várias áreas de formação superior, por meio de comparativos nacionais e internacionais. Isso contribui para a geração de melhoria de práticas e políticas, inclusive políticas públicas, “visando o aperfeiçoamento de competências e recursos das instituições de ensino superior para a melhoria na preparação de futuros profissionais, principalmente aqueles que tomarão algum tipo de iniciativa empreendedora” (LIMA et al., 2014).

A última edição do Estudo *GUESSS* e o *GUESSS* Brasil (2013-2014) foram realizados simultaneamente em mais de 30 países e contou com a participação 12.561 estudantes em aproximadamente 60 instituições de ensino superior no Brasil (*GUESSS* BRASIL, 2013-2014). Os respondentes foram convidados a se manifestar sobre quais seriam suas intenções na carreira após a conclusão do curso. O Gráfico 4, apresenta os resultados desse questionamento.

Gráfico 4 - Interesse na carreira após a formatura



Fonte: LIMA et al. (2014).

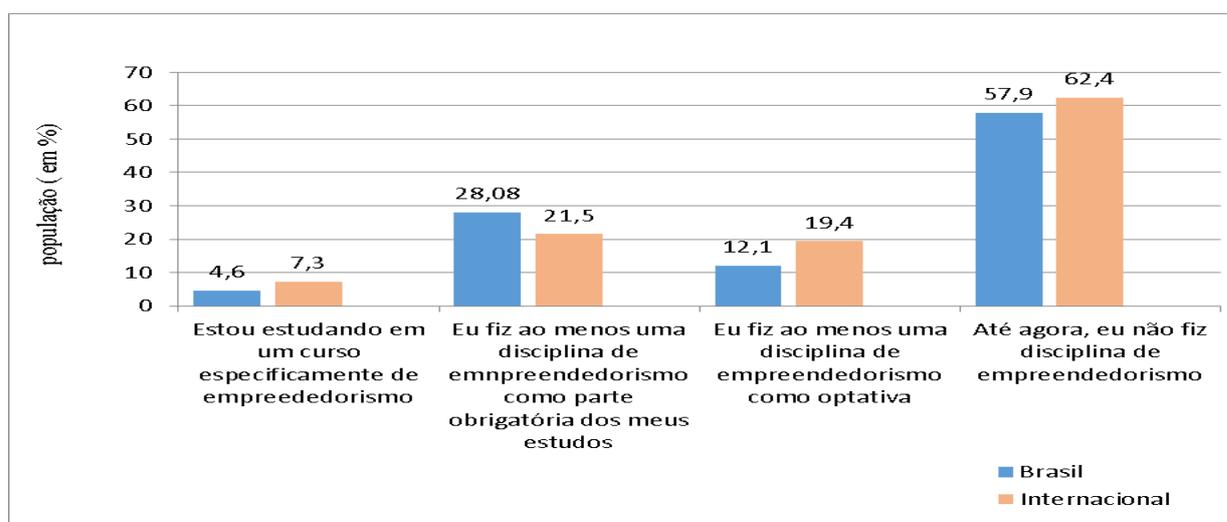
A partir do Gráfico 4, observa-se que no Brasil o maior percentual dos interesses na carreira foi trabalhar em uma grande empresa (27,5%), seguida por trabalhar no serviço público (22%). Os resultados internacionais também apontam em primeiro lugar trabalhar em uma grande empresa (22%), seguida por trabalhar em uma empresa de porte médio (20,7%). O percentual de interesse em criar sua própria empresa, tanto brasileira como internacional são menos expressivos (7,9%) e (6,6%) respectivamente.

Para os autores do estudo GUESSS Brasil, a intenção empreendedora é uma medida do nível de vontade que uma pessoa tem de fazer, planejar ou colocar algo em prática, podendo variar de acordo com fatores motivacionais, como oportunidades, recursos e habilidades (LIMA et al., 2014).

O questionário da pesquisa GUESSS (2013-2014) para todos os países, inclusive no Brasil, privilegia também a coleta de dados sobre aspectos que possam contribuir para o entendimento do papel das IES, o ambiente empreendedor dentro das universidades, e o desenvolvimento das intenções empreendedoras na preparação dos estudantes para empreender.

Nesse sentido, os universitários brasileiros foram questionados se já possuíam experiências acadêmicas na área de empreendedorismo, ou seja, se já cursaram ou cursa disciplinas optativas ou obrigatórias, bem como se possui cursos específicos na área de empreendedorismo. Os resultados estão representados no Gráfico 5.

Gráfico 5 - Ter cursado disciplinas ou curso de empreendedorismo (%)



Fonte: LIMA et al. (2014).

Pode-se observar que no Brasil 57,9% dos entrevistados responderam que não fizeram qualquer disciplina de empreendedorismo e 28,8% relataram ter feito pelo menos uma

disciplina obrigatória sobre o tema. Porém, quando se trata de disciplina optativa, a superioridade é da amostra internacional, o que pode ser um indicativo de maior interesse ou mais oportunidade dos estudantes, para cursar disciplinas optativas. Os menores percentuais ocorrem em estar estudando em um curso específico de empreendedorismo, no Brasil apenas 4,6% optaram por um curso específico enquanto na esfera internacional 7,3% priorizaram o estudo específico na área.

Em síntese, os autores do estudo GUESSSS Brasil (2013-2014), argumentam que as IES e os estudantes podem contribuir significativamente na melhoria da educação em empreendedorismo com diferentes iniciativas. Um exemplo disso seria as IES e os estudantes cultivarem ambientes ricos em diversidade de experiência, de possibilidades da exploração de recursos interpessoais, dirigidos à ampliação de novos horizontes e de perspectivas. Focando não somente na geração de conhecimentos e habilidades específicos com ênfase na preparação de futuros empregados, mas também em aprendizagens pertinentes ao empreendedorismo.

Diante do exposto, os autores do estudo GUESSSS Brasil e o GUESSSS Internacional recomendam que haja uma oferta mais ampla e de melhor qualidade da educação focada no empreendedorismo dentro das IES. Em seus relatórios, os autores evidenciam o aperfeiçoamento da educação empreendedora e o papel fundamental das IES no desenvolvimento de intenções empreendedoras dos estudantes e em sua preparação para desenvolver o potencial empreendedor. Sendo, portanto, uma preparação desejável não apenas para aqueles que querem empreender, mas para os estudantes em geral (LIMA et al, 2014).

Esse preparo também pode ser muito útil frente a eventuais situações de crise ou desaceleração econômica, pois o empreendedorismo, no mínimo, pode gerar auto emprego, além de proporcionar mais contribuições para a economia. Some-se a isso a necessidade de aumentar o número de professores capacitados, com formação e interesse (se possível, também com experiência prática pertinente) para trabalhar na educação empreendedora, fazendo-se progressos bem além de se dar a eles instrumentos e opções de trabalho. Além disso, na visão dos autores o país mostra-se ainda muito carente de formação para professores de empreendedorismo. Enfatizam também que seria importante que parte do investimento feito nas IES se destinasse especificamente à educação empreendedora, dado o potencial contributivo uma vez que, quanto mais escolaridade e preparo para empreender, mais inovação é gerada na sociedade (LIMA et al., 2014).

2.4 EMPREENDEDORISMO ESTUDANTIL

Henrique e Cunha (2008) analisaram o estado da arte das práticas de ensino voltadas para o empreendedorismo estudantil e concluíram que, ainda persistem as metodologias tradicionais de ensino e que as incubadoras são essenciais para o ensino e prática do empreendedorismo. Para os autores, o ensino de administração e o de empreendedorismo no Brasil data de período bem mais recente se comparado aos norte-americanos e europeus. Tal fato se deve à tardia industrialização brasileira, que somente a partir de 1950 apresentou um crescimento mais exponencial.

Uma das primeiras iniciativas partiu da introdução de uma disciplina em um curso de Especialização em Administração, em São Paulo, pela Escola de Administração da Fundação Getúlio Vargas (FGV), em 1981. Em 1984, a proposta foi estendida para o curso de graduação em Administração da FGV-SP (DOLABELA, 2008). Posteriormente, o empreendedorismo foi introduzido no curso de Administração da Universidade de São Paulo e também no curso do departamento de Ciência da Computação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (SOUZA; SARAIVA 2010).

Na América Latina, a manifestação de maior abrangência em prol do empreendedorismo na educação foi feita pela Oficina Regional de Educação para América Latina e o Caribe (OREALC) da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), anunciada no Projeto Regional de Educação para a América Latina e o Caribe (PRELAC2). Posteriormente, essa oficina incluiu um quinto pilar “aprender a empreender” aos quatro pilares da educação já estabelecidos, são eles: 1º) “Aprender a conhecer”, 2º) “Aprender a Fazer”, 3º) “Aprender a viver com os outros” e 4º) “Aprender a ser” (DELORS, 1999). A UNESCO (1998) ao acrescentar o “aprender a empreender” como o quinto pilar da política educacional, procurou estabelecê-lo como eixo da educação, vinculando-o à missão de gerar possibilidades viáveis para o desemprego, assegurando assim que a humanidade mantenha a produção de riquezas, mesmo em tempo de crises (COAN, 2017).

No Brasil, algumas IES se sobressaíram pelo grande avanço que atingiram na oferta de Educação Empreendedora como, por exemplo, a Pontifícia Universidade Católica - PUC do Rio de Janeiro. A instituição oferece uma formação complementar em Educação Empreendedora a todos os seus alunos com certificação à parte, além de articular também outras formas de apoio ao empreendedorismo, como a incubação de negócios no Instituto Gênesis, uma destacada incubadora universitária brasileira (LIMA et al., 2014).

O SENAC de São Paulo também é um exemplo de instituição que já chegou ao nível de desenvolvimento da educação empreendedora, pois trabalha de forma transversal em seus cursos técnicos e superiores. Ou seja, como um tema que perpassa as diferentes disciplinas dos cursos de níveis técnicos e superior (LIMA et al., 2014).

Além de iniciativas formais das IES, uma profusão de competições visando estimular a mentalidade empreendedora e a formação de *startups* (empresas iniciantes) tem acontecido. Por exemplo, o SEBRAE realiza o Desafio Universitário Empreendedor, que estimula alunos de todos os cursos universitários numa competição nacional visando o desenvolvimento de atitudes empreendedoras. O total de participantes em 2014 superou a marca dos 34 mil estudantes (LIMA et al., 2014).

Ademais, o relatório da última edição do GUESSS Brasil (2013-2014) declara que há experiências inovadoras de educação empreendedora que foge ao clássico formato de disciplinas. É o caso das Células Empreendedoras, metodologia criada em Recife pelo professor Genésio Gomes em 2008 para incentivar os alunos a desenvolver o espírito empreendedor, a proatividade e a autonomia. Os alunos são incentivados pelos líderes das células a agir sobre um tema. O método já se tornou multi-institucional e recebeu, em 2012, o Prêmio Educação Empreendedor Brasil (ENDEAVOR-SEBRAE) e o Prêmio Santander Universidades – Empreendedorismo, na categoria Economia Criativa (LIMA et al., 2014).

Com relação às pesquisas realizadas sobre o empreendedorismo estudantil, Carvalho e Zuanazzi (2003) buscaram traçar o perfil dos alunos matriculados no 1º, 3º e 5º períodos do Curso de Administração da Universidade do Contestado, Campus de Curitiba-SC. O trabalho teve como objetivo identificar as características comportamentais empreendedoras dos alunos. Além de analisar as razões pelas quais foram motivados a se matricularem no curso e quais seriam as expectativas em relação à disciplina de empreendedorismo. Para isso, os autores utilizaram como instrumento de coleta de dados o questionário baseado na Teoria das Necessidades de McClelland. O resultado da pesquisa apontou que apenas três das dez características empreendedoras propostas por McClelland apresentaram significância em relação às razões para cursar Administração, são elas: “Busca de oportunidades e iniciativa”, “Busca de informações” e “Independência e autoconfiança”. E dentre aqueles que desejam montar seu próprio negócio, a média foi significativamente superior (CARVALHO; ZUANAZZI, 2003).

Bronoski (2008) apresenta o resultado de uma pesquisa realizada com uma amostra de 625 acadêmicos da Universidade Estadual do Centro-Oeste (UNICENTRO), município de Guarapuava/PR, tendo como objetivo principal a identificação do potencial empreendedor e a eventual contribuição de disciplina específica sobre empreendedorismo no projeto pedagógico do curso. Como resultado da pesquisa, relata que, nos cursos de Administração e Ciências

Contábeis, em média, um em cada três acadêmicos deseja ter seu próprio negócio sendo mais propícios ao empreendedorismo.

Araújo e Dantas (2009) procuraram traçar o perfil empreendedor dos estudantes de Engenharia da Universidade Federal de Campina Grande (UFCG). Para atingir os objetivos propostos, os autores utilizaram o questionário estruturado baseado no modelo de Durham, denominado Teste de Tendência Empreendedora Geral (TEG). Contemplando as cinco dimensões, "Necessidade de Sucesso", "Autonomia/Independência", "Tendência Criativa", "Assumir Riscos Calculados" e "Impulso/Determinação". A pesquisa descritiva de caráter exploratória com 46 estudantes revelou que a única tendência que alcançou índice acima da média foi a de "impulso/determinação", enquanto as demais tendências ficaram próximas, porém um pouco abaixo da média. Os autores concluíram que o perfil empreendedor dos discentes de engenharia da UFCG ficou um pouco abaixo da média geral proposta como ideal para os indivíduos com características empreendedoras.

Nessa mesma direção, Schmidt e Bohnenberger (2010) procuraram analisar a relação do perfil e da intenção empreendedora com o desempenho organizacional através da construção e validação de um instrumento de medida (escala *Likert*). O instrumento de medição foi aplicado em 1.122 estudantes da Universidade Feevale - Porto Alegre - RS de forma aleatória e probabilística em função do curso no qual o aluno está inscrito e o percentual do curso concluído. Segundo os autores, os alunos matriculados em cursos distintos possuem diferentes formas de lidar com a questão empreendedora. Assim, as características propostas para identificar o perfil empreendedor foram: auto eficácia, capacidade de assumir riscos calculados, planejador, detecta oportunidades, persistência, sociável, inovação e liderança.

Schmidt e Bohnenberger (2010) concluíram que das seis características do perfil empreendedor apenas a 'autorrealização' se relacionou com o desempenho e que, segundo eles, é a característica que propulsiona e movimenta o empreendedor. Na visão dos autores, esta característica (autorrealização) está relacionada à proatividade e à agressividade competitiva, na medida em que agrega itens que medem a atitude em face de novas oportunidades de mercado, controlando fatores de sucesso e persistência. Sendo assim, o resultado encontrado aponta a proatividade e agressividade competitiva como associadas ao desempenho organizacional.

Depois de verificadas as relações entre as características do perfil empreendedor e o desempenho organizacional dentro do âmbito da instituição de ensino investigada, os autores recomendam que o perfil de autorrealização seja priorizado em termos de práticas didáticas

nos diversos cursos oferecidos. “Essas práticas, obviamente, não podem ser tratadas pontualmente, uma vez que mudanças atitudinais não podem ser esperadas em curtos espaços de tempo. A autorrealização deve ser abordada ao longo de toda experiência do aluno na instituição.” (SCHMIDT; BOHNENBERGER, 2010, p. 464).

Este estudo também evidenciou a não existência de associação entre desempenho e perfil social, de líder e de indivíduo que assume riscos. Da mesma forma, a disposição de assumir riscos é apontada como característica inerente ao empreendedor. Os autores utilizam da argumentação que, não se pode sugerir que determinadas características empreendedoras não devam ser desenvolvidas somente pelo fato de não estarem associadas ao desempenho organizacional. O desempenho medido se refere unicamente à dimensão financeira, ignorando outros aspectos desejados na formação dos indivíduos, mesmo que estes não venham a administrar um negócio próprio. Além disso, o perfil empreendedor é um conjunto de características que não podem ser vistas como estanques. Elas se inter-relacionam e estão presentes ao mesmo tempo em cada uma das pessoas (SCHMIDT; BOHNENBERGER, 2010).

Flores e Santos (2014) realizaram uma pesquisa sobre o perfil empreendedor de acadêmicos em Administração em uma cidade do Sul do país. O objetivo geral da pesquisa foi avaliar a capacidade empreendedora dos alunos do curso de Administração. Para isso, os autores utilizaram como procedimento metodológico o estudo de caso para investigar o perfil empreendedor de 155 acadêmicos. O instrumento utilizado para a coleta de dados foi o mesmo questionário teste TEG usado por Araújo e Dantas (2009). A partir dos resultados, verificou-se que os acadêmicos pesquisados possuem perfil empreendedor, apresentando a média acima da esperada em duas tendências ao perfil empreendedor: “Necessidade de autonomia”, mostrando que os estudantes possuem um perfil voltado a expressar o que pensam, além de serem inovadores e possuírem capacidade de liderança, características que devem fazer parte da atuação do profissional de Administração; e “Disposição a riscos”, demonstrando que os estudantes tem a tendência a desenvolver a capacidade de tomar decisões de forma racional, estando dispostos a assumir projetos arriscados, sem medo do fracasso. Contudo, os autores da pesquisa confirmam a necessidade das IES promoverem o desenvolvimento de habilidades ligadas ao tema empreendedorismo, com objetivo de capacitar alunos para um perfil empreendedor de alto desempenho (FLORES; SANTOS, 2014).

Com uma visão diferenciada dos autores citados anteriormente, Lizuka e Moraes (2014) buscaram colaborar com reflexões complementares aos estudos sobre

empreendedorismo realizado no Brasil. Dando ênfase à importância da mensuração do potencial e perfil empreendedor dos alunos para o aperfeiçoamento dos ambientes universitários, no âmbito do ensino, pesquisa e extensão, tendo em vista o empreendedorismo. Inicialmente, tentaram saber se o potencial anterior ao ensino universitário influenciava ou não o perfil empreendedor dos estudantes. Desse modo, procurou-se analisar, a partir dos diferentes potenciais e perfis empreendedores, possíveis relações com as expectativas dos alunos ingressantes e avaliação retrospectiva dos formandos sobre o ambiente empreendedor universitário (ensino, pesquisa e extensão).

A pesquisa foi realizada em três instituições de ensino superior de São Paulo, com uma amostra de 338 estudantes, utilizando-se uma análise multivariada de dados. Como resultado, percebeu-se que os indicadores atribuídos ao potencial empreendedor (atividades anteriores ao período universitário, parentes de primeiro grau com negócio próprio e papel da mãe) conseguiram explicar o construto, tanto para os alunos ingressantes quanto para alunos em fase de conclusão do curso.

Comprovaram também que a história pessoal do aluno, com suas convivências em diferentes redes, distintos ambientes sociais e culturais, experiências familiares e pessoais fazem parte da formação de seu potencial empreendedor e que, os alunos que já apresentam um potencial e perfil empreendedor tem uma expectativa maior em relação ao curso. Dessa forma, os alunos com potencial e perfil empreendedor são os que avaliaram de maneira positiva o ambiente universitário, ao contrário disso, os alunos com baixo potencial e perfil empreendedor atribuíram uma nota mais baixa para o ambiente universitário.

A partir da análise dos resultados, os autores ressaltam a importância de uma reflexão crítica acerca do ambiente universitário e o empreendedorismo. Afirmam, também, que um argumento frequente é que as instituições de ensino devem estimular o empreendedorismo entre os alunos. Contudo, poucos estudos buscaram entender quem são os alunos e quais são os seus interesses. Para eles, existe uma premissa implícita: os alunos não são empreendedores. Ou seja, a possibilidade de que o estudante já seja um empreendedor é quase nula e ignorada por diversas instituições de ensino. Além disso, existem alunos que não querem empreender e não podem ser ignorados.

Sendo assim, na visão de Lizuka e Moraes (2014), a instituição de ensino não pode adotar uma única estratégia de ensino, pesquisa e extensão. Pois, os interesses e necessidades dos discentes detectados nessa pesquisa demonstraram que os alunos com baixo potencial e perfil empreendedor não estão abertos ou não querem aprender assuntos relacionados ao empreendedorismo. Ainda que houvesse as melhores alternativas para estimular e concretizar

o empreendedorismo, esses alunos continuariam a avaliar negativamente o ambiente universitário. Os autores afirmam que o desafio para as instituições de ensino é propiciar um ambiente universitário plural e flexível, tanto quanto possível.

Em função dessa crítica, Lizuka e Moraes (2014), contrapondo-se aos estudos citados anteriormente, concluíram que o empreendedorismo não pode ser visto como algo necessário e útil a todos os alunos. Uma possível revisão da grade curricular e melhoria das disciplinas devem contemplar uma educação empreendedora, mas com parcimônia. As instituições de ensino não precisam estimular os estudantes que já são empreendedores. Ao contrário disso, devem orientar aos estudantes com características e perfil empreendedores que compartilhem as suas experiências com seus colegas, caso contrário, estarão subutilizando um potencial pré-existente (LIZUKA; MORAES, 2014).

Rodrigues (2015) conduziu um estudo, onde o objetivo central era traçar o perfil empreendedor, além de analisar a capacidade empreendedora dos acadêmicos do Curso de Ciências Contábeis, Ciências Econômicas e Administração da Universidade de Passo Fundo (UPF). Com um método descritivo e abordagem quantitativa, utilizou-se o levantamento de dados através da pesquisa aplicada com uma amostra de 265 alunos. O instrumento de coleta de dados usado pelo autor foi baseado no instrumento de medição do perfil empreendedor utilizado por Schmidt e Bohnenberger (2009). O instrumento de medição foi iniciado com a definição de oito constructos oriundos das características do perfil empreendedor, assim descritos pelos autores: (a) auto eficaz; (b) assume riscos calculados; (c) planejador; (d) detecta oportunidades; (e) persistente; (f) sociável; (g) inovador (h) líder.

O maior destaque, segundo o autor, foi para o perfil “Inovador”, que na opinião dele é uma habilidade importantíssima para o empreendedor, pois, sempre existe a probabilidade do acadêmico se tornar um empreendedor por oportunidade, uma vez que o mercado está cada vez mais competitivo. Rodrigues (2015) destaca, ainda, que os acadêmicos do Curso de Ciências Contábeis, Ciências Econômicas e Administração da UPF possuem capacidade empreendedora, mas precisam continuar buscando aperfeiçoamento na área, e praticar mais sobre o assunto, já que os resultados apontaram três características essenciais com médias inferiores ao esperado: “assumir riscos”, “detectar oportunidades” e “liderança”.

Os perfis com pior média foram o “líder” e o que “detecta oportunidades”, ambos com média um pouco acima de 3. Para o autor, essas duas características são essenciais ao empreendedor, que precisa estar sempre atento a novas tendências e conseguir influenciar seus clientes, colaboradores e fornecedores para trabalharem de forma conjunta em busca do objetivo. Além disso, “desenvolver um perfil empreendedor com essas características é muito

importante, visto que em tempos de crise ou recessão econômica é necessário buscar novas alternativas para alcançar o sucesso.” (RODRIGUES, 2015, p. 38).

Seguindo a mesma linha de pesquisa e utilizando o mesmo instrumento de medição do perfil empreendedor utilizado por Rodrigues (2015), Alves et al. (2016) realizaram um estudo sobre o perfil empreendedor dos estudantes do Curso de Ciências Contábeis da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB). Para tanto, os autores realizaram um *survey*, por meio da utilização da escala de medição do perfil empreendedor validada por Schmidt e Bohnenberger (2009). Num universo de 438 universitários, foi escolhida uma amostra de 301 alunos (68,72%). Para os autores, a participação de 68,72% dos estudantes pesquisados, pode ser considerada importante na aceitação do empreendedorismo na formação do estudante de Ciências Contábeis, que destaca o interesse no empreendedorismo no ensino superior, “sob o argumento do melhor aproveitamento da conexão entre inovação, oportunidade e gestão do negócio.” (ALVES et al., 2016, p. 28).

Segundo os autores, os estudantes que participaram de atividades educacionais de formação em empreendedorismo apresentaram alterações significativas no perfil empreendedor e que, as principais contribuições dessa pesquisa foram o crescimento nas dimensões “auto eficaz”, “planejador”, e “assumir riscos”.

Diferentemente do resultado encontrado por Rodrigues (2015), que obteve como resultado final um maior destaque para o perfil “Inovador”, Alves et al. (2016) relatam que em seus estudos, o perfil “Inovador” quase não pode ser identificado, e por isso foram descartadas do estudo. Alves et al. (2016) alegam que esse fato pode ser explicado, pois de acordo com os dados coletados, 85% dos alunos desejam ser servidores públicos e por isso, adquirem uma aversão a inovação.

Diante disso, Alves et al. (2016) concluíram que os estudantes do curso de Ciências Contábeis da UEPB, apresentam um perfil planejador, praticando a liderança de forma sociável, buscando assumir os riscos essenciais com objetivo de alcançar e cumprir os objetivos e metas planejados, fundamentados na participação e intervenção social, enquanto propulsores do desenvolvimento econômico e sustentável. Portanto, os autores afirmam que “Compete às universidades, enquanto mantenedoras e multiplicadoras do conhecimento, interessar-se pelo aprimoramento e pela qualificação do estudante que será inserido no novo ambiente de trabalho que se configura no Brasil.” (ALVES et al., 2016, p. 35).

Kruguer (2016) empreendeu uma pesquisa onde buscou analisar a relação de características e atitudes de Discentes e Docentes da Universidade Federal de Santa Maria, UFSM - campus de Frederico Westphalen, diante da perspectiva de educação empreendedora.

Como instrumento de coleta de dados foi usado o questionário de Característica Comportamental Empreendedora (CCE's) desenvolvido por McClelland (1987) juntamente com o Instrumento para Medida da Atitude Empreendedora (IMAE) desenvolvido por Souza e Lopez (2011). Participaram dessa pesquisa 410 alunos de graduação e 12 docentes. A pesquisadora concluiu que as Características Comportamentais Empreendedoras com menor média entre os alunos foram “correr riscos calculados” e “persistência”, já para os docentes as características com menor média foram "correr riscos calculados” e “persuasão e redes de contatos”.

Na visão da pesquisadora, os resultados desse estudo contribuíram para ampliar a fronteira do conhecimento do comportamento empreendedor, além de fornecer subsídios para as instituições de ensino superior refletir sobre a realização de atividades relacionadas à educação empreendedora (KRUGER, 2016).

Assim, diante do exposto em diversos estudos, admite-se que, os estudantes quando chegam às universidades, trazem consigo uma história pessoal que inclui suas convivências, ambientes culturais, políticos e sociais distintos. Ademais, experiências familiares e pessoais podem indicar, entre outros, o seu potencial empreendedor. Ferreira e Mattos (2004) corroboram com a ideia de que o potencial e perfil empreendedor dos estudantes são diretamente influenciados por fatores que vão além do ambiente acadêmico para se entender a formação empreendedora. Segundo o autor, as práticas da escola são importantes, tanto quanto o contexto histórico-social do estudante, a cultura familiar e os grupos sociais de diferentes redes.

3 METODOLOGIA

3.1 CONCEITOS METODOLÓGICOS

Quanto ao objetivo, a pesquisa é classificada como descritiva, que, segundo Vergara (2004, p. 47), “[...] expõe características de determinada população ou de determinado fenômeno. Pode também estabelecer correlações entre variáveis e definir sua natureza. Não tem compromisso em explicar os fenômenos que descreve, embora sirva de base para tal explicação”.

A presente pesquisa caracteriza-se por sua natureza predominantemente quantitativa, tendo uma perspectiva de corte transversal, na medida em que reflete a situação existente no momento da coleta dos dados. Isto significa que estudos subsequentes poderão identificar outros resultados. Silva, Lopes e Braga Júnior (2014) afirmam que a pesquisa de abordagem quantitativa deve ser uma opção quando se tem dados numéricos, há um problema definido, informação e teoria a respeito do objeto de conhecimento.

Os procedimentos na pesquisa científica referem-se à maneira pela qual se conduz o estudo e, portanto, obtêm-se os dados. Gil (2010, p. 50) ressalta que “[...] o elemento mais importante para a identificação de um delineamento é o procedimento adotado para a coleta de dados.” Nessas tipologias enquadram-se a) o estudo de caso, b) o levantamento (*survey*), c) a pesquisa bibliográfica, d) a pesquisa documental, e) a pesquisa participante e d) a pesquisa experimental.

As pesquisas de levantamento (*survey*) são aquelas que se caracterizam pela interrogação direta das pessoas cujo comportamento deseja conhecer. Como propriedades básicas do método de pesquisa *survey* podem-se citar: (a) o objetivo de produzir definições quantitativas de uma população e (b) faz uso de um instrumento pré-definido (GIL 2010, p. 28).

Em síntese, esta é uma pesquisa predominantemente quantitativa descritiva que procurará mensurar, por meio de um levantamento *survey*, qual o grau de intensidade das características comportamentais empreendedoras dos estudantes da UNIFAL–MG. Para isso foi empregada como técnica de coleta de dados, um questionário com duas partes, a primeira com dados socioeconômicos e demográficos e a segunda parte um questionário com 55 questões referentes às CCE’s fundamentada na Teoria das Necessidades de McClelland (1972).

3.2 DELINEAMENTO DA PESQUISA

3.2.1 Amostra da pesquisa

Segundo Gil (2010) não é necessário pesquisar toda a população que se procura estudar, antes de tudo é realizado uma seleção, recolhendo uma amostra significativa do universo de pesquisa. Collis e Hussey (2005) destacam que unidades de análise são os objetos, eventos, fenômenos ou casos estudados pelas pesquisas sociais sobre os quais se coletam ou analisam dados.

Nessa pesquisa, a população estudada foram os estudantes do curso BICE – ingressantes no período de 2012 a 2018 (1º ao 6º período). A escolha por agrupar os alunos por ano de ingresso foi em função da especificidade do curso, onde o aluno tem a flexibilidade de cursar disciplinas de outros períodos, não sendo possível, agrupá-los por períodos específicos. Foram excluídos da pesquisa os alunos com status: trancamento de matrícula, em processo de desligamento, transferidos para outros campi e /ou para outras universidades, em licença de saúde superior a 3 meses e os alunos com idade inferior a 18 anos.

A unidade de análise da pesquisa é o curso Bacharelado Interdisciplinar em Ciência e Economia (BICE) – UNIFAL–MG que possui 765 estudantes matriculados, considerando os dados atualizados até o mês de fevereiro de 2018. Dessa forma, os sujeitos da pesquisa são os estudantes devidamente matriculados e frequentes, com status cursando, que para Vergara (2004), são as pessoas que fornecerão os dados necessários à pesquisa.

A amostragem utilizada no levantamento empírico da pesquisa foi não probabilística por conveniência. Segundo Oliveira, Almeida e Barbosa (2012), esse tipo de amostra é normalmente utilizado em virtude da restrição operacional ao uso da amostragem probabilística como, por exemplo, por não se ter acesso a todos os elementos da população.

Procurou-se contatar todos os 765 (setecentos e sessenta e cinco) estudantes com status cursando, por meio de formulários enviados eletronicamente. Desse universo, obteve-se a devolutiva de 315 (trezentos e quinze) respondentes e que aceitaram participar voluntariamente da pesquisa. O instrumento de coleta de dados foi criado e enviado a partir do *Google Forms*, portanto, representam a amostra da pesquisa. Foram descartados da pesquisa 4 (quatro) formulários pelo fato de pertencerem a estudantes com idade inferior a 18 anos, pois, de acordo com o Comitê de Ética em Pesquisa da UNIFAL–MG para realizar pesquisas com estudantes menores de 18 anos é necessário autorização por escritos dos pais

ou responsáveis. Assim, chegou-se ao número definitivo de 311 (trezentos e onze) participantes.

3.2.2 Variáveis

As características socioeconômicas e comportamentais dos alunos são analisadas neste trabalho, utilizando variáveis que normalmente estão associadas na literatura ao comportamento empreendedor e predisposição para empreender. Essas variáveis podem ser definidas como a característica que é medida ou avaliada em cada elemento da amostra ou população (RUMSEY, 2009). Em suma, é aquilo que está sendo avaliado no seu experimento ou estudo. Como o próprio nome diz, seus valores variam de elemento para elemento.

As variáveis utilizadas nesse estudo são as 10 CCE's baseadas na Teoria das Necessidades (McClelland 1972). Além dessas, foram acrescentadas outras 6 variáveis complementares ao perfil empreendedor, conforme apresenta o Quadro 3.

Quadro 3 - Variáveis

(continua)

Variáveis	Referências
Idade (faixa etária)	Machado, H. P. V., & Gimenez, F. A. P. (2000).
Sexo	Kruger 2016; Balconi (2016)
Renda familiar	GEM 2016; GUESSS BRASIL 2013-2014, GOMES (208)
Ter cursado disciplina de empreendedorismo	GEM (2016); GUESSS BRASIL (2013-2014)
Possuir referências familiares como empreendedor	Machado et al. (2003); Schmidt, Bohnenberger, e Freitas (2010). Filion (1999); Teixeira et al (2011); Araújo et al (2012); Dolabella (1999); Matthew & Moser (1996); Scherer & Adams (1988)
Quais os planos na carreira profissional após a conclusão do curso	GEM (2016); GUESSS BRASIL (2013-2014)
Busca de oportunidades e iniciativa(BOI)	McClelland (1972); Kruger (2016); Balconi (2016)
Persistência (PER)	McClelland (1972); Kruger (2016); Balconi (2016)
Comprometimento (COM)	McClelland (1972); Kruger (2016); Balconi (2016)
Exigência de qualidade e eficiência (EQE)	McClelland (1972); Kruger (2016); Balconi (2016)
Correr riscos calculados (CRC)	McClelland (1972); Kruger (2016); Balconi (2016)
Estabelecimento de metas (EM)	McClelland (1972); Kruger (2016); Balconi (2016)
Busca de informações (BI)	McClelland (1972); Kruger (2016); Balconi (2016)
Planejamento e Monitoramento Sistemáticos (PMS)	McClelland (1972); Kruger (2016); Balconi (2016)

Quadro 4 - Variáveis

(conclusão)

Variáveis	Referências
Persuasão e redes de contato (PRC)	McClelland (1972); Kruger (2016); Balconi (2016)
Independência e autoconfiança (IA)	McClelland (1972); Kruger (2016); Balconi (2016)

Fonte: Elaborado pela autora.

3.2.3 Instrumento de coleta de dados

Martins e Theóphilo (2009) afirmam que os questionários são instrumentos de coleta de dados para pesquisas sociais contendo perguntas sobre variáveis/situações a serem compreendidas. Sua aplicação se dá, geralmente, em estudos onde o pesquisador não tem condições de obter os dados por si só. O objetivo desta ferramenta é obter informações dos respondentes por escrito e a técnica consiste em submeter os respondentes a uma série de perguntas ordenadas.

Para alcançar os objetivos pretendidos, foi utilizado como instrumento de coleta de dados um questionário (APÊNDICE C) dividido em duas partes, a primeira com questões sobre o perfil socioeconômico, e a segunda parte do questionário fundamentado nas dez CCE's a partir da Teoria das Necessidades desenvolvidas por McClelland (MANSFIELD et al., 1987) com o objetivo de identificar as características comportamentais empreendedoras dos estudantes do BICE. O Questionário CCE's é composto por 55 afirmações e será respondido de acordo com a escala Likert, com a seguinte gradação:

① = nunca, ② = raras vezes, ③ = às vezes, ④ = frequentemente e ⑤ = sempre.

A motivação pela escolha do questionário - CCE's de McClelland (1972) se deu pelo fato de tratar de um instrumento já devidamente validado em outros países e no Brasil pelo SEBRAE/EMPRETEC.

Vale ressaltar que foi realizada uma pesquisa piloto ou pré-teste para verificar a eficácia dos instrumentos de coleta de dados. Foi criado no Google Forms® e inicialmente testado pela própria pesquisadora, buscando verificar a adequação do formato (disposição, cor, formato, fonte) e facilidade de preenchimento.

Após esta primeira verificação foi feito os ajustes necessários no formato e no texto. Posteriormente foi configurado o pré-teste oficial do questionário, cujo convite para preenchimento foi enviado por e-mail pela própria ferramenta do Google Forms®. O questionário do pré-teste foi respondido em um período de 8 (oito) dias, contados a partir do envio do primeiro convite. Os convites foram enviados para funcionários da UNIFAL que

também são alunos de graduação e pós-graduação. Dos 10 formulários enviados houve uma devolutiva de 6 formulários, devidamente preenchido.

A dinâmica das CCE's utiliza três dimensões comportamentais, e a partir destas, dez características comportamentais. Na Tabela 2 são apresentadas essas dimensões e as 10 características, além das questões correspondentes no questionário:

Tabela 2 - Questões referentes a cada dimensão e subdimensão

Dimensões /Categorias	CCE's	Questões					
Realização	Busca de Oportunidade e Iniciativa	1	12	23	34	45	FC
	Persistência	2	13	24	35	46	FC
	Comprometimento	3	14	25	36	47*	FC
	Exigência de Qualidade e Eficiência	4	15	26	37	48	-
	Correr Riscos Calculados	5	16	27	38*	49	FC
Planejamento	Estabelecimento de Metas	6	17*	28	39	50	FC
	Busca de Informações	7	18	29*	40	51	FC
	Planejamento e Monitoramento Sist.	8	19	30	41*	52	FC
Poder	Persuasão e redes de Contato	9	20*	31	42	53	FC
	Independência e Autoconfiança	10	21*	32	43	54	FC
	Fator de correção	11	22	33	44	55	**

* Questões negativas.

** Fator de correção

Fonte: Adaptada de Krüger (2016).

O questionário CCE's foi desenvolvido de forma que não houvesse manipulação de resultados no perfil empreendedor e por isso possui alguns procedimentos específicos para a somatória das questões. Em função disso, separou algumas questões, denominadas “questões negativas” (MANSFIELD et al., 1987), e são identificadas por um (*) na Tabela 2.

Para descobrir o valor de cada Característica Comportamental Empreendedora somam-se as respectivas assertivas e diminuem-se as questões negativas (*). Nestas assertivas acrescenta-se 6 (seis) pontos ao final do somatório da respectiva CCE. Destaca-se que a CCE “Exigência de qualidade e eficiência” não possui nenhuma questão negativa (marcada com * na Tabela 2). A pontuação máxima será sempre de 25 (vinte e cinco) pontos para cada uma das características CCE's. Portanto, quando o somatório final de cada CCE for igual ou superior a 50% ($\cong 13$ pontos) já é considerado um nível aceitável para se determinar que o estudante possua a referida característica (KRUGER, 2016).

Além disso, as questões de número 11, 22, 33, 44 e 55 (última linha da Tabela 2) correspondem ao Fator de Correção (**) ou de desabilidade social que foi incluído para corrigir uma eventual tendência do respondente de apresentar uma visão de si que não corresponde à realidade, mas atende ao que é socialmente desejado. McClelland (1972) quando criou essas questões (11,22,33,44,55) teve como objetivo avaliar se o respondente

estava tentando mostrar uma imagem excessivamente favorável, não tendo seu resultado computado para nenhuma CCE.

Entretanto, se o somatório dessas questões (11, 22, 33, 44 e 55) for igual ou superior a 20 (vinte) pontos, significa que o respondente tentou apresentar uma visão distorcida de si ou que não respondeu às questões com a atenção desejada. Caso isso ocorra (somatório cima de 20 pontos), o resultado final das CCE's marcadas com "FC" (Fator de correção) na Tabela 2 deverão ser corrigidos com a subtração dos pontos correspondentes conforme o que dispõe a Tabela 3.

Tabela 3 - Fator de correção para as CCE's

Se a pontuação do Fator de Correção (última linha da tabela 2) for igual a:	Subtraia o seguinte número do somatório de cada característica marcada com FC na tabela 2
24 ou 25	7
22 ou 23	5
20 ou 21	3
19 ou menos	0

Fonte: KRÜGER (2016).

Do mesmo modo, para o presente estudo optou-se por adotar uma estratificação com o objetivo de melhor compreender o grau de intensidade de cada característica comportamental dos estudantes do curso BICE. Sendo assim, desenvolveu-se uma estratificação, dividindo-se a pontuação total em quatro partes. Essa escala transforma em percentual as médias, classificando-os em grau de intensidade em uma escala de razão de zero a 100%.

Apresenta-se na tabela 4 a classificação dos graus de intensidade de cada CCE's e que será usada nos gráficos e tabelas na análise dos dados da pesquisa.

Tabela 4 - Grau de intensidade das CCE's

Grau de intensidade	Soma	Percentual (\cong)
Característica Inexistente	0 a 12,9	0 a 50%
Muito Baixo	13 a 16,9	50,1% a 62,50%
Baixo	17 a 19,9	62,5% a 75%
Alto	20 a 22,9	75,1% a 87,5
Muito Alto	23 a 25	87,6% a 100%

Fonte: Adaptada de Miniello e Kruger (2016).

3.2.4 Análise dos dados

Os dados coletados foram organizados em quadros, tabelas e gráficos para permitir um melhor entendimento de interpretação e análise. Os mesmos foram tratados mediante estatística descritiva. Segundo Azevedo e Campos (1985), a estatística descritiva procura

somente descrever e analisar certo grupo, sem tirar quaisquer conclusões ou inferências sobre um grupo maior. Para a análise dos dados utilizou-se um recurso tecnológico, o Microsoft Office Excel[®] que é um editor de planilhas produzido pela Microsoft[®], de onde foram extraídos os dados estatísticos (LAPPONI, 2005).

Na análise dos dados para as características empreendedoras, os dados foram tratados de forma agrupada, considerando-se as médias e a escala de estratificação dos graus de intensidade (TABELA 4). Enquanto que, para a análise referente à Intensidade das Características Empreendedoras, os dados serão apresentados separadamente, por variáveis e por ano de ingresso para melhor compreensão dos níveis de características empreendedoras dos alunos do BICE/UNIFAL-MG.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1 PERFIL SOCIOECONÔMICO E DEMOGRÁFICO

Para atender ao primeiro objetivo específico deste estudo, optou-se por um questionário complementar com o intuito de fazer um levantamento socioeconômico e demográfico dos alunos. No instrumento utilizado para capturar comportamento empreendedor dos respondentes, o primeiro bloco de questões é específico para as variáveis sexo, faixa etária e renda familiar, conforme demonstra a Tabela 5:

Tabela 5 - Perfil dos estudantes do curso BICE

		Quantidade	%
Sexo	Masculino	148	47,6%
	Feminino	163	52,5%
Faixa etária	18 a 24 anos	225	72,3%
	25 a 34 anos	73	23,4%
	35 a 44 anos	11	3,6%
	45 a 54 anos	2	0,6%
Renda familiar	Até 3 salários mínimos	202	64,9%
	De 3 a 5 salários mínimos	68	21,9%
	Acima de 5 salários mínimos	41	13,2%

Fonte: Elaborada pela autora

As características socioeconômicas e demográficas dos estudantes respondentes revelam que a proporção entre homens e mulheres é próxima (47,6% e 52,5%), tendo a maioria dos estudantes na faixa etária até 24 anos (72,3%) e apenas 4,2% dos estudantes possuem idade entre 35 e 54 anos, demonstrando a jovialidade do grupo estudado. No que se refere à renda, 64,9% possuem renda familiar até 3 salários mínimos e apenas 13,2% possuem renda familiar acima de 5 salários mínimos.

Para complementar o perfil empreendedor, foram acrescentadas outras três variáveis. São elas: se o estudante cursou alguma disciplina sobre o tema empreendedorismo durante a sua vida acadêmica, se possui algum familiar (pais, irmãos, tios, avós) empreendedor e, por último, quais os planos para a carreira profissional após a conclusão do curso. Apresenta-se na

Tabela 6 o percentual de estudantes com relação a já ter cursado alguma disciplina sobre o empreendedorismo.

Tabela 6 - Distribuição de acordo com ter cursado ou não disciplina sobre empreendedorismo

Descriminação	Resposta	Frequência absoluta	Frequência relativa (%)
Já fez algum curso ou disciplina sobre empreendedorismo	Sim	105	33,6%
	Não	206	66,2%
Total		311	100

Fonte: Elaborada pela autora.

Pode-se observar que 206 (66,2%) dos estudantes não cursaram nenhuma disciplina sobre o tema em questão em toda a sua vida acadêmica. De acordo com os relatórios do GUESSS Brasil (2013-2014) citado no referencial teórico sobre os universitários brasileiros, 57,9% dos estudantes brasileiros também não tiveram experiência na área de empreendedorismo. Esses resultados podem ser um reflexo de quanto a educação para o empreendedorismo ainda precisa avançar para o pleno desenvolvimento do país.

Outro questionamento da presente pesquisa foi conhecer se o estudante possuía familiares empreendedores, esse resultado será apresentado na Tabela 7.

Tabela 7 - Distribuição de acordo com referências familiares na área de empreendedorismo

Descriminação	Resposta	Frequência absoluta	Frequência relativa (%)
Possui algum familiar empreendedor (pais, irmãos, tios ou avós)	Sim	210	67,6%
	Não	101	32,4%
Total		311	100

Fonte: Elaborada pela autora.

De acordo com a pesquisa, 210 (67,6%) dos estudantes possuem alguma referência familiar empreendedora. Um resultado positivo para os que pretendem criar seu próprio negócio, uma vez que, segundo Filion (1999), as pessoas apresentam mais chances de tornarem-se empreendedoras se houver um modelo na família ou no seu meio social. Teixeira et al. (2011) também relata que a influência dos pais é decisiva para a criação e desenvolvimento do negócio e que algumas características comportamentais de empreendedores de sucesso foram facilmente identificadas nos jovens empreendedores, a

exemplo de iniciativa, criatividade, desejo de independência, estabelecimento de metas, planejamento e utilização de redes de relacionamentos.

E por fim, os estudantes foram questionados sobre quais seriam seus planos para a carreira profissional após a conclusão do curso, os resultados estão elencados na Tabela 8.

Tabela 8 - Distribuição de acordo com os planos na carreira após a conclusão do curso

Descriminação	Resposta	Frequência absoluta	Frequência relativa (%)
Quais são os planos na carreira após a conclusão do curso?	Cursar pós-graduação (mestrado / doutorado)	116	37,9%
	Trabalhar em uma empresa privada	85	27,4%
	Ser servidor público	68	21,8%
	Montar seu próprio negócio	39	12,5%
	Sucessor em um negócio da família	2	0,9%
	Trabalhar em empresa sem fins lucrativos (voluntário)	1	0,3%

Fonte: Elaborada pela autora

Verifica-se que dos 311 estudantes entrevistados, 37,9% desejam seguir a carreira acadêmica, enquanto 49,2% pretendem ser empregados (empresas públicas ou privadas) e apenas 12,5% pretendem montar seu próprio negócio. Esse resultado é similar aos resultados encontrados nos relatórios do GUESSSS Brasil (2013, 2014), onde 62,5% dos universitários também pretendem ser empregados em empresas públicas ou privadas.

De acordo com aquela pesquisa, os jovens ainda possuem uma cultura de buscar um vínculo empregatício em busca de segurança e estabilidade e futuramente uma aposentadoria ao invés de montar seu próprio negócio. O resultado das intenções na carreira dos alunos do BICE reflete as opções dos universitários do país, resguardando as devidas proporções.

Em suma, os estudantes do BICE são predominantemente do sexo feminino, na faixa etária de 18 a 24 anos, com renda familiar até 3 (três) salários mínimos, onde 67,6% dos estudantes possuem alguma referência familiar empreendedora, mas quando questionados sobre a intenção em criar o seu próprio negócio, apenas 12,5% preferem ser empreendedores.

Após a análise do perfil socioeconômico e demográfico dos alunos, foi realizada a análise do grau de intensidade das CCE's de acordo com cada variável. Vale ressaltar que em todos os gráficos serão usadas as graus de intensidade de acordo com a Tabela 4 e no que se refere às CCE's serão usadas abreviaturas, conforme Quadro 4.

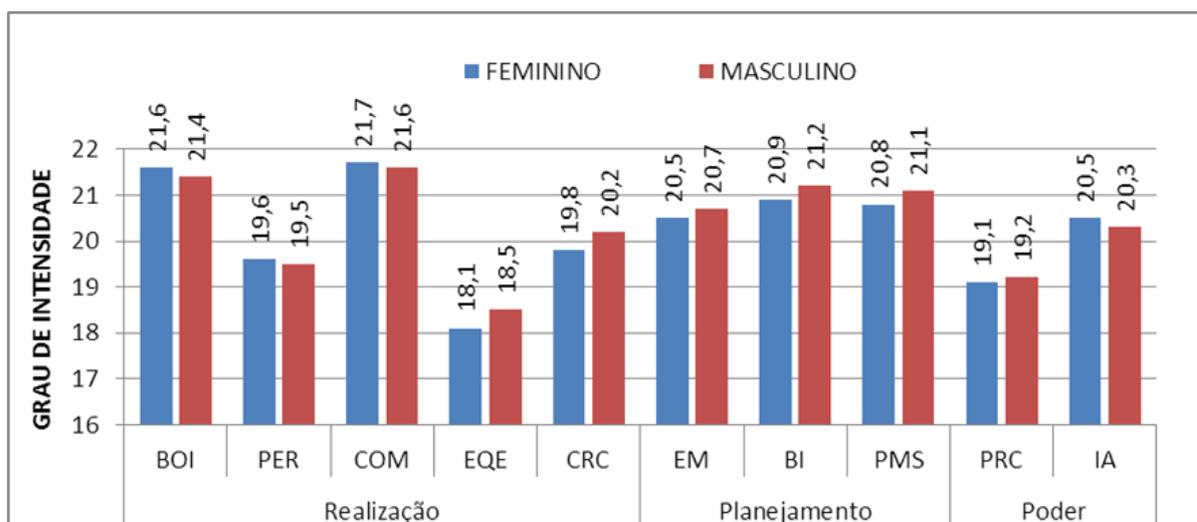
Quadro 5 - Abreviaturas das CCE's

Dimensões	CCE	Abreviatura
Realização	Busca de Oportunidade e Iniciativa	BOI
	Persistência	PER
	Comprometimento	COM
	Exigência de Qualidade e Eficiência	EQE
	Correr Riscos Calculados	CRC
Planejamento	Estabelecimento de Metas	EM
	Busca de Informações	BI
	Planejamento e Monitoramento Sist.	PMS
Poder	Persuasão e redes de Contato	PRC
	Independência e Autoconfiança	IA

Fonte: Adaptado de Kruger (2016)

Para melhor a compreensão sobre os graus de intensidade das CCE's (Tabela 4), os resultados obtidos serão apresentados em Gráficos e Tabelas separados de acordo com cada variável. O Gráfico 6 apresenta o grau das CCE's no que se refere ao sexo.

Gráfico 6 - Grau de intensidade das CCE's de acordo com o sexo



Legenda: Busca de oportunidade e iniciativa (BOI), Persistência (PER), Comprometimento (COM), Exigência de qualidade e eficiência (EQE), Correr riscos calculados (CRC), Estabelecimento de Metas (EM), Busca de Informações (BI), Planejamento e monitoramento sistemático (PMS), Persuasão e rede de contatos (PRC) e Independência e autoconfiança (IA).

Fonte: Elaborado pela autora.

Apesar das mulheres serem a maioria (52,5%), não houve muita discrepância nas médias das CCE's em ambos os sexos. As maiores medias foram para as características "Comprometimento" e "Busca de oportunidades e iniciativa" para ambos os sexos.

Os relatórios do estudo GEM (2016) relatam que as mulheres correspondem a 51,5 % dos empreendedores iniciais. Na visão dos autores, as mulheres tendem a buscar mais capacitação e têm mais acesso à informação do que os homens. As menores médias, em

ambos os sexos, foram para as características “Exigência de Qualidade e Eficiência” e “Persuasão e Redes de contatos” tanto para os estudantes do sexo feminino como para os do sexo masculino. Portanto, de acordo com o Gráfico 6, não há como afirmar que o sexo influencia no comportamento dos estudantes, mantendo médias bem similares.

Por meio da Tabela 9 é possível verificar os resultados dos graus de intensidade das CCE's, segundo a faixa etária.

Tabela 9 - Grau de intensidades das CCE's de acordo com a faixa etária

	CCEs	18 A 24	25 A 34	35 A 44	45 A 54
Realização	BOI	21,5	21,3	22,8	22
	PER	19,6	19,3	20,6	19
	COM	21,8	21	23,2	21
	EQE	18,4	17,8	18,3	15
	CRC	20,1	19,7	20,1	19
Planejamento	EM	20,5	20,7	20,6	18
	BI	21,3	20,9	21	18
	PMS	21,1	20,28	20,9	20
Poder	PRC	19,4	18,5	19,2	19
	IA	20,3	20,4	20,4	18

Legenda: Busca de oportunidade e iniciativa (BOI), Persistência (PER), Comprometimento (COM), Exigência de qualidade e eficiência (EQE), Correr riscos calculados (CRC), Estabelecimento de Metas (EM), Busca de Informações (BI), Planejamento e monitoramento sistemático (PMS), Persuasão e rede de contatos (PRC) e Independência e autoconfiança (IA).

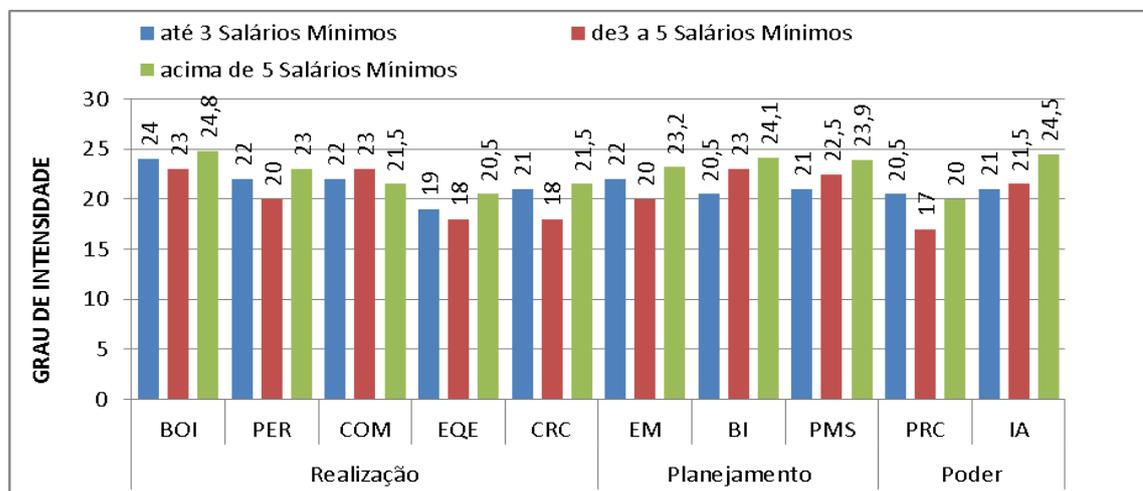
Fonte: Elaborada pela autora.

Assim como a análise do grau da CCE's com relação ao sexo, pode-se observar que o grau de intensidade das CCE's, com relação à faixa etária também possui médias similares. Observa-se as características “Busca de oportunidade e iniciativa” e “Comprometimento” obtiveram as maiores médias em todas as faixas etárias. Vale destacar que a característica “Comprometimento” obteve a maior média (23,2) na faixa etária (35 a 44 anos) dentre todas as outras características e em todas as faixas etárias. Esse resultado pode apontar que os estudantes nessa faixa etária (35 a 44 anos) são mais comprometidos por serem mais maduros ou até mesmo pela possibilidade de possuírem maior experiência, quer seja pessoal, acadêmica ou mesmo profissional.

Com relação às médias mais baixas, as características “Exigência de qualidade e eficiência” e “Persuasão e redes de contatos” alcançaram os níveis mais baixos (entre 15 e 19,4) em todas as faixas etárias. Há também uma pequena oscilação na faixa etária 45 a 54 anos, em todas as características, com destaque maior para a característica "Exigência de qualidade e eficiência" obteve média de 15 pontos, um grau muito baixo de intensidade (14 a

16 pontos), revelando uma pequena discrepância com média geral das outras faixas etárias. Isso se deve, provavelmente, em função de ser apenas 3 alunos nessa faixa etária. Portanto, de acordo com a tabela 6, fica constata-se que quase 95% dos estudantes estão em idade teoricamente adequada para o empreendedorismo, entre 18 a 34 anos. Os autores do GEM (2016), afirmam que a maioria dos empreendedores iniciais brasileiros encontra-se nessa faixa etária. No Brasil, tal constatação é avaliada de maneira muito positiva quanto à existência de oportunidades e a capacidade individual para a abertura de novos empreendimentos nessa faixa etária. O Gráfico 7 apresenta o grau de intensidade das CCE's com relação a renda familiar.

Gráfico 7 - Grau de intensidade das CCE's de acordo com a renda familiar



Legenda: Busca de oportunidade e iniciativa (BOI), Persistência (PER), Comprometimento (COM), Exigência de qualidade e eficiência (EQE), Correr riscos calculados (CRC), Estabelecimento de Metas (EM), Busca de Informações (BI), Planejamento e monitoramento sistemático (PMS), Persuasão e rede de contatos (PRC) e Independência e autoconfiança (IA).

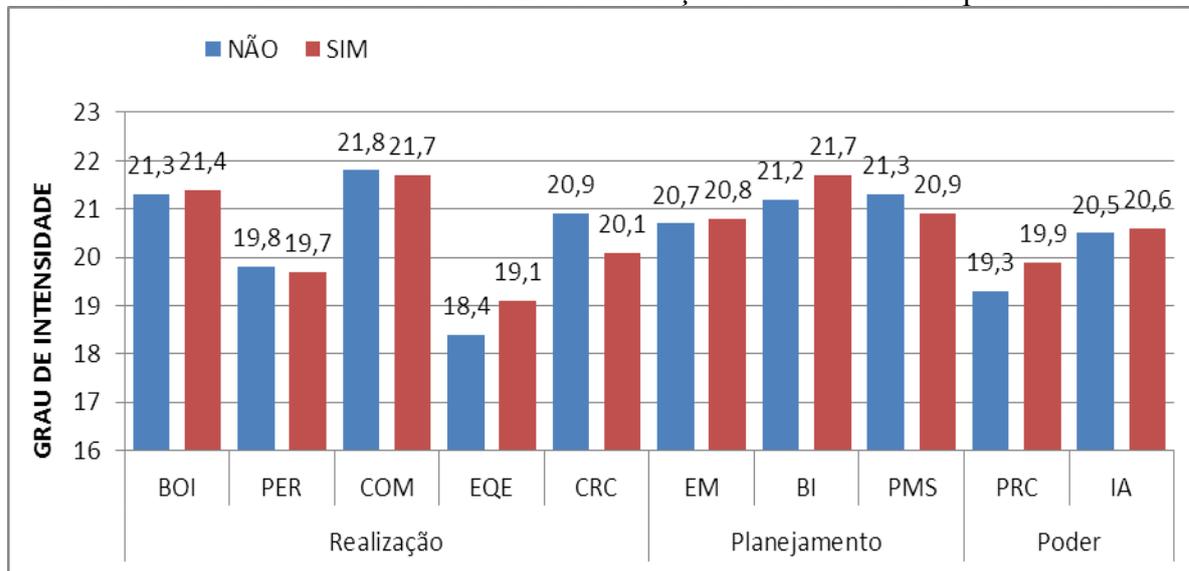
Fonte: Elaborado pela autora.

É possível observar que há diferença nos graus de intensidades das CCEs na faixa de renda acima de 5 (cinco) salários mínimos com destaque para as CCE's "Busca de oportunidades e Iniciativa" e "Independência e autoconfiança" com médias de 24,8 e 24,5 respectivamente. Outro fator interessante ocorreu nas características "Busca de informações", "Planejamento e monitoramento sistemático" e "Independência e autoconfiança" que demonstrou que quanto maior a renda maior as médias das características comportamentais. Esse resultado pode sugerir que a renda interfere nas características comportamentais empreendedoras. Já os graus de intensidades das CCE's mais baixos ficaram na faixa de renda de 3 a 5 salários mínimos nas CCE's "Exigência de qualidade e eficiência", "Correr riscos calculados" e "Persuasão e rede de contatos" 18, 18 e 17 respectivamente.

Segundo Gomes (2008), a renda per capita e índices de desenvolvimento e competitividade mais baixos faz com que haja maior probabilidade de os indivíduos serem mais empreendedores. Pois, nesses casos de renda baixa, maior é a propensão de indivíduos em busca de trabalho por conta própria, o caracterizado empreendedorismo por necessidade. O que não foi verificado nesse estudo, haja vista que os graus mais altos de características comportamentais empreendedoras foram encontrados na faixa acima de 5 salários mínimos.

Os estudantes também foram questionados se já cursaram ou cursa alguma disciplina relacionada ao tema empreendedorismo, o Gráfico 8, apresenta os resultados sobre essa questão.

Gráfico 8 - Grau de intensidade das CCE's com relação a ter cursado disciplina sobre tema



Legenda: Busca de oportunidade e iniciativa (BOI), Persistência (PER), Comprometimento (COM), Exigência de qualidade e eficiência (EQE), Correr riscos calculados (CRC), Estabelecimento de Metas (EM), Busca de Informações (BI), Planejamento e monitoramento sistemático (PMS), Persuasão e rede de contatos (PRC) e Independência e autoconfiança (IA).

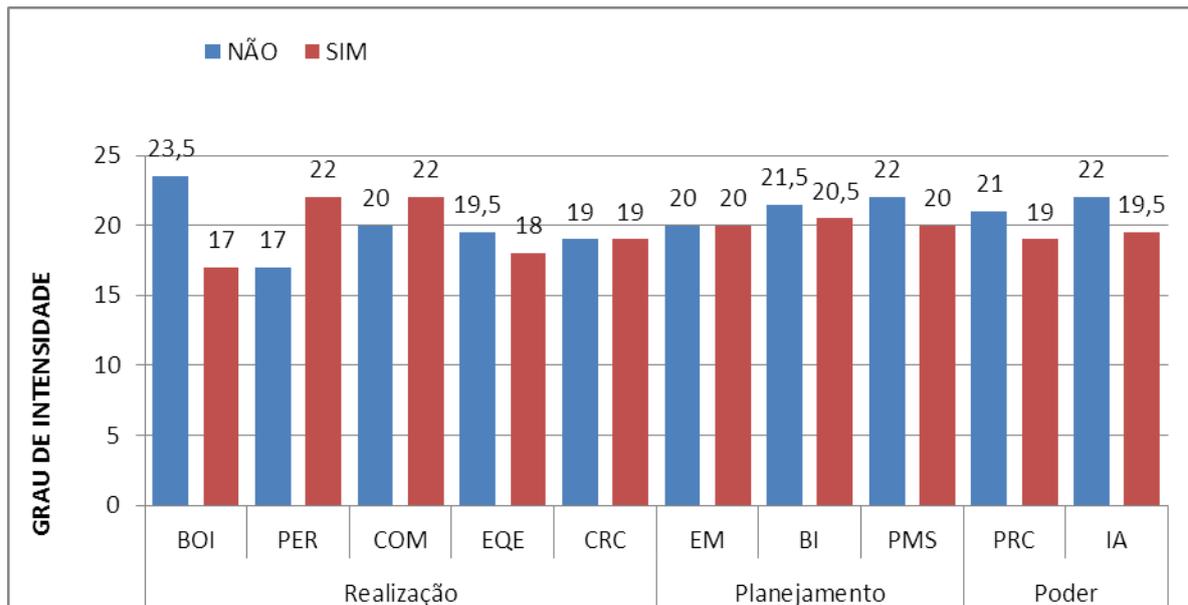
Fonte: Elaborado pela autora.

Como se pode verificar, as maiores médias tanto para quem cursou quanto para quem nunca cursou disciplinas sobre empreendedorismo foi a característica “Comprometimento” e as menores médias, para ambos, ficaram com a característica “Exigência de qualidade e eficiência”. Esses resultados podem indicar que o fato de ter cursado ou não disciplinas sobre empreendedorismo não influenciou no grau de intensidades das CCE's. Considerando que as diferenças das médias das CCE's foram quase insignificantes (diferença de alguns décimos), exceto na característica “Correr riscos calculados”, com diferença de 0,8 décimos entre aqueles que cursaram e os que não cursaram alguma disciplina sobre empreendedorismo (20,1

e 20,9), respectivamente, esse resultado pode dar a entender que o fato de ter cursado disciplina sobre o tema em questão pode ter feito uma tênue diferença na avaliação dos riscos.

Com relação ao questionamento complementar ao perfil empreendedor, os estudantes foram questionados sobre a presença de familiares empreendedores (pais, irmãos, tios e avós) como referências. No Gráfico 9 é evidenciado o resultado dessa análise.

Gráfico 9 - Grau de intensidade das CCE's com relação aos familiares empreendedores



Legenda: Busca de oportunidade e iniciativa (BOI), Persistência (PER), Comprometimento (COM), Exigência de qualidade e eficiência (EQE), Correr riscos calculados (CRC), Estabelecimento de Metas (EM), Busca de Informações (BI), Planejamento e monitoramento sistemático (PMS), Persuasão e rede de contatos (PRC) e Independência e autoconfiança (IA).

Fonte: Elaborado pela autora.

Por meio da análise do Gráfico 9, observa-se que a maior média para os que possuem referência familiar foram as características “Persistência” e “Comprometimento”, enquanto para os que não possuem familiar empreendedor a maior média foi a característica “Busca de oportunidade e iniciativa”. Esse resultado pode sugerir que a experiência da família na área de empreendedorismo pode influenciar no comportamento dos estudantes nas características de persistência e comprometimento, enquanto os que não possuem influências familiares precisam buscar mais oportunidades, já que não possuem o suporte empresarial da família.

Segundo Teixeira et al. (2011), a influência dos pais é decisiva para a criação e desenvolvimento do negócio e que, algumas características comportamentais de empreendedores encontradas em outros estudos foram facilmente identificadas nos jovens empreendedores, a exemplo de iniciativa, criatividade, desejo de independência, estabelecimento de metas, planejamento e utilização de redes de relacionamentos. Também

não ficou evidenciado que a influência dos familiares é determinante para o comportamento empreendedor dos estudantes do BICE.

Portanto, o resultado da pesquisa sugere que as características comportamentais dos estudantes são de nível mediano (17 a 23 pontos) quando a pontuação máxima é 25 pontos. E que as variáveis sexo, idade, renda, ter cursado disciplina sobre empreendedorismo, ter familiar empreendedor e os planos para a carreira ao final do curso, não contribuíram significativamente para aumentar ou diminuir o grau de intensidade das CCE's,

4.2 ANÁLISES DAS CARACTERÍSTICAS COMPORTAMENTAIS EMPREENDEDORAS

Neste capítulo serão apresentados e analisados os resultados alcançados durante o desenvolvimento deste estudo. Clemente e Almeida (2013) ao estudarem características comportamentais afirmam que McClelland estava convicto de sua teoria ao desenvolver e estimular características empreendedoras em indivíduos, por meio de programas específicos, no qual se dedicou, durante anos, ao entendimento dessas competências.

As características comportamentais empreendedoras são divididas em três dimensões: Realização, Afiliação e Poder, que poderá, segundo o autor, explicar as motivações dos trabalhadores por meio da satisfação de suas necessidades.

A importância em identificar essas características no perfil empreendedor dos alunos do BICE está baseada na convicção de Fillion (1999), quando afirma que no momento em que as características empreendedoras de um indivíduo são conhecidas, elas tornam-se passíveis de serem desenvolvidas e potencializadas.

Para atender ao objetivo geral deste estudo, identificar e analisar o grau de intensidade das características comportamentais empreendedoras dos estudantes do curso BICE da UNIFAL-MG, a análise dos resultados iniciou com o cálculo do Máximo, Mínimo, Média, Variância e Desvio padrão, além do grau de intensidade de cada CCE dos estudantes do curso BICE da UNIFAL-MG. Foi realizada a análise descritiva dos resultados de acordo com a Tabela 10.

Tabela 10 - Análise descritiva das CCE's

	DIMENSÃO / CARACTERÍSTICAS	Máximo	Mínimo	Média	Variância	Desvio Padrão	Grau de Intensidade
Realização	Busca de oportunidades e iniciativa (BOI)	25	13	21,5	5,6	2,4	ALTO
	Persistência (PER)	25	12	19,6	4,7	2,1	BAIXO
	Comprometimento (COM)	25	10	21,7	5,7	2,3	ALTO
	Exigência de qualidade e eficiência (EQE)	25	7	18,3	7	2,6	BAIXO
	Correr riscos Calculados (CRC)	25	13	20	5,7	2,4	ALTO
Planejamento	Estabelecimento de Metas (EM)	25	12	20,6	7	2,6	ALTO
	Busca de informações (BI)	25	12	21	6,4	2,5	ALTO
	Planejamento e monitoramento sistemáticos (PMS)	25	12	20,9	5,2	2,3	ALTO
Poder	Persuasão e redes de contato (PRC)	25	10	19,1	5,2	2,3	BAIXO
	Independência e autoconfiança (IA)	24	10	22	4	2,8	ALTO

Fonte: Elaborada pela autora.

Um aspecto importante no estudo descritivo de um conjunto de dados é o da determinação da variabilidade ou dispersão desses dados, relativamente à medida de localização do centro da amostra. Segundo Diaz e López (2007), as medidas de tendência central indicam onde os valores estão situados na distribuição. Já as medidas de dispersão indicam se esses valores estão próximos entre si ou se, pelo contrário, estão muito dispersos. Observando-se um conjunto de dados, com a média aritmética, quanto mais próximos da média estiverem, menor a sua dispersão. Assim, há um interesse em medir o quanto os valores obtidos se afastam da média, o que pode ser feito pela variância e pelo desvio padrão (DÍAZ; LOPEZ, 2007).

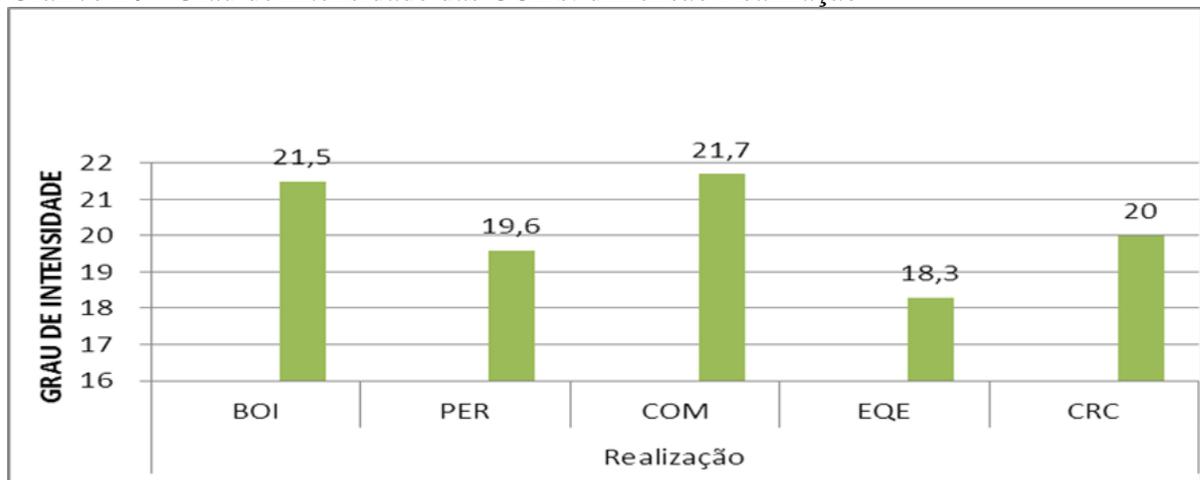
Diante dos resultados apresentados na Tabela 9, percebeu-se que a menor média foi para a característica “Exigência de qualidade e eficiência” com 18,3 que também obteve a

maior variância. Já o menor desvio padrão foi na característica “Persistência” com 2,1. Vale ressaltar que quanto mais próximo de zero for o desvio padrão, mais homogêneo é o grupo de pontuação.

Dentre as dez características comportamentais analisadas, verificou-se que todas as CCE's obtiveram médias superiores a 13 pontos (a pontuação máxima de cada CCE é 25 pontos). Sendo possível considerar que os estudantes do curso BICE da UNIFAL-MG possuem todas as características comportamentais empreendedoras, pois, de acordo com a Teoria das Necessidades (MCCLELLAND, 1972), médias acima de 13 pontos, já podem ser considerados níveis aceitáveis para futuros empreendedores. De acordo com os resultados, os estudantes possuem 7 (sete) características comportamentais empreendedoras com grau alto (média entre 20 e 23 pontos) e 3 (três) características com grau baixo (média entre 17 e 19 pontos).

Para melhor visualização, foi calculado o grau de intensidade das características comportamentais empreendedoras dos estudantes, agrupados de acordo com as três dimensões, ou seja, “Realização”, “Planejamento” e “Poder”, conforme elencados nos Gráficos 10, 11, 12:

Gráfico 10 - Grau de intensidade das CCE's: dimensão Realização



Legenda: Busca de oportunidade e iniciativa (BOI), Persistência (PER), Comprometimento (COM), Exigência de qualidade e eficiência (EQE), Correr riscos calculados (CRC).

Fonte: Elaborado pela autora.

Conforme Souza e Junior (2005), a Realização pode ser entendida como a motivação do indivíduo na execução de tarefas desafiadoras e atitudes referentes à oportunidade de novos empreendimentos, iniciativa, persistência, aceitação de riscos moderados e comprometimento. Na dimensão Realização, as características com maior grau de intensidade (TABELA 4) foram “Comprometimento” (21,7) e “Busca de Oportunidade e Iniciativa” (21,5). De acordo com McClelland (1972), a característica “Comprometimento” implica fazer

um sacrifício pessoal ou despende um esforço extraordinário para completar uma tarefa; colaborar com os outros membros da equipe, ou se colocar no lugar deles, se necessário, para terminar um trabalho e se esmerar em manter todos satisfeitos.

Já a característica “Busca de Oportunidade e Iniciativa” por sua vez, é a característica de coragem do empreendedor de sucesso. Coragem de encarar o desconhecido, agir antes de ser forçado por circunstâncias. Ser empreendedor é ter visão, criar alternativas emergenciais para solucionar possíveis problemas de futuro. Esse resultado pode sugerir que os estudantes são comprometidos e atribuem a si mesmos e a seu comportamento as causas de seus sucessos ou fracassos, assumindo a responsabilidade pessoal pelos resultados obtidos, pois, estão sempre em busca de oportunidades.

Já em relação às menores médias, observa-se que as características “Exigência de Qualidade e Eficiência” e “Persistência” se destacaram, apresentando 18,3 e 19,6 pontos de média, respectivamente. Esse resultado aponta que o estudante precisa aprender a agir de forma a executar melhor as coisas, para diminuir o tempo de trabalho, de modo a reduzir custos, mantendo a qualidade e eficiência, de maneira a atender aos padrões de qualidade previamente combinados. Considerando que o empreendedor geralmente se destaca pelo alto nível de qualidade de seus trabalhos, os estudantes devem sempre buscar uma forma de melhorar o que tem que ser feito.

De acordo com McClelland (1972) para desenvolver essa característica é necessário estar sempre insatisfeito, pois a insatisfação é a energia da mudança. Segundo o autor, essa característica “Exigência de qualidade e eficiência” é uma característica de processo contínuo.

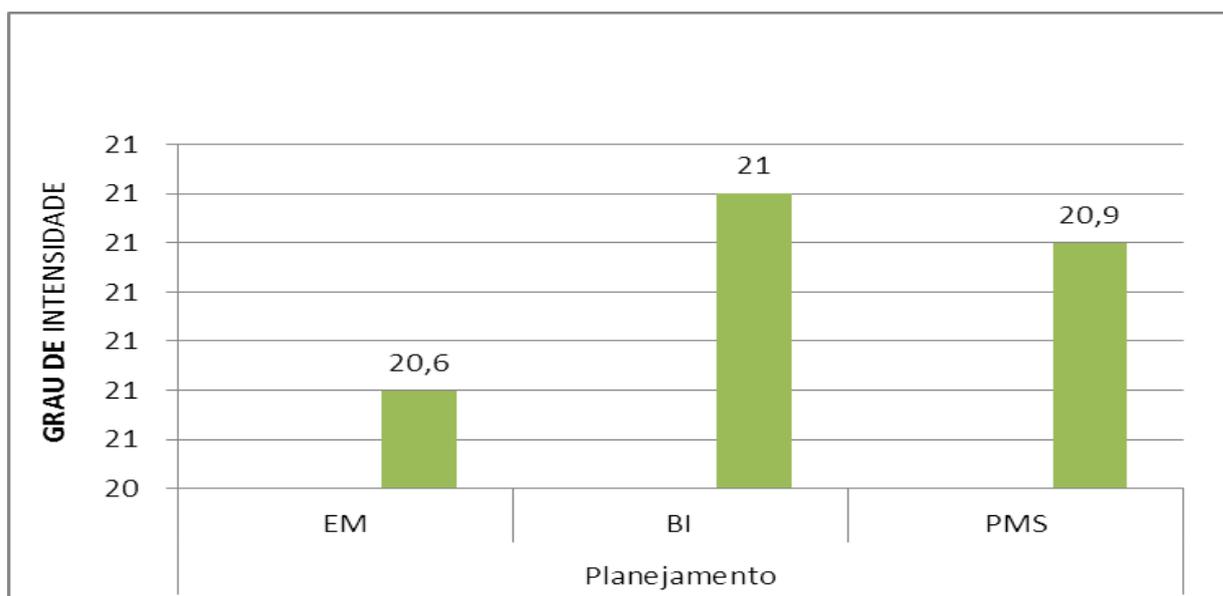
Por outro lado, na dimensão realização, a segunda característica que obteve média baixa foi a característica “Persistência” (19,6). Na visão de McClelland (1972), essa característica significa agir diante de um obstáculo significativo; agir repetidamente ou mudar de estratégia, a fim de enfrentar um desafio ou superar um obstáculo; e assumir responsabilidades pessoais pelo desempenho necessário ao atingimento de metas e objetivo (SEBRAE, 2011). Nesse sentido, isso pode sugerir que os estudantes do curso BICE possuem dificuldades de agir com persistência diante da possibilidade de superar desafios e obstáculos específicos. Esse resultado pode ser um fator preocupante, visto que, no mundo dos negócios, o ambiente em que irão se inserir os futuros profissionais empreendedores muitas vezes é caracterizado como hostil e repleto de desafios tanto organizacionais quanto pessoais.

Esses resultados com médias baixas, de acordo com McClelland (1972), podem indicar que os alunos ainda não possuem maturidade suficiente para agir de maneira que satisfaçam os padrões de qualidade e persistência para enfrentar adversidades, tanto na vida

pessoal ou profissional. Outro fator que pode ter influenciado nesse resultado seria a falta de experiência no mercado de trabalho em função da pouca idade.

Analisando a segunda dimensão, Planejamento, as médias ficaram estabelecidas como demonstrado no Gráfico 11.

Gráfico 11 - Grau de intensidade das CCE's: dimensão Planejamento



Legenda: Estabelecimento de Metas (EM), Busca de Informações (BI), Planejamento e monitoramento sistemático (PMS).

Fonte: Elaborado pela autora.

Todas as CCE's da dimensão Planejamento obtiveram grau alto de intensidade, acima de 20 pontos (TABELA 4). Destaca-se a característica “Busca de Informações”, com média 21,0, representando um alto grau na busca de informações possíveis sobre o ambiente em que estão inseridos, buscando auxílio de outras pessoas e até mesmo de profissionais de outras áreas na obtenção de informações para resolução de problemas.

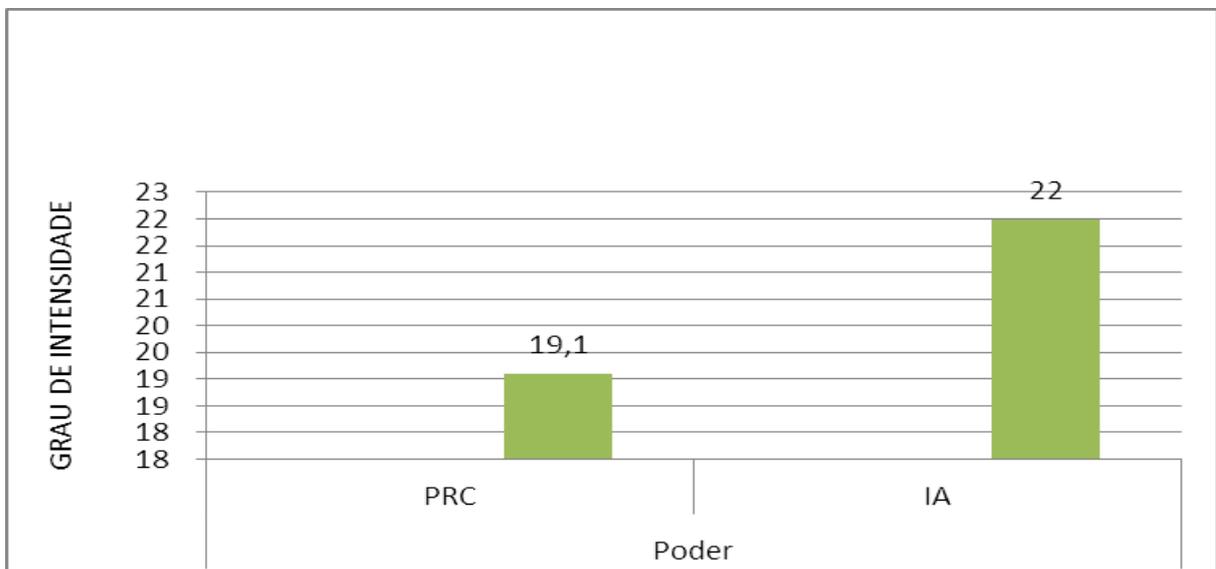
A segunda maior média foi a característica “Planejamento e Monitoramento Sistemático” (média de 20,9) e está atrelada ao comportamento de revisão dos planos, considerando as diversas variáveis que possam influenciar nas tomadas de decisões. O planejamento é imprescindível, pois possibilita uma visualização clara e objetiva de onde se quer chegar, quais os procedimentos necessários para alcançar os objetivos pretendidos. Um alto grau de intensidade nessa característica demonstra a capacidade de detectar com mais facilidade os erros e onde se devem efetuar mudanças para que se possa recuperar o equilíbrio e prosseguir.

A característica “Estabelecimento de Metas” foi a menor média dentro da dimensão Planejamento. Isso pode ser um indicador importante, pois, pode representar uma deficiência

na forma de definições claras dos objetivos e das atividades a serem realizadas para obtenção dos propósitos estabelecidos pelo indivíduo. Segundo McClelland (1972), Estabelecimento de Metas é o motor dos empreendedores e é considerada por ele uma das características mais importantes para o empreendedor de sucesso.

Para a dimensão Poder, que está relacionada à capacidade de se relacionar com as pessoas, apresentam-se as duas últimas características comportamentais empreendedoras: “Persuasão e Redes de Contato” e “Independência e Autoconfiança”. O resultado das CCE's da dimensão Poder é evidenciado no Gráfico 12.

Gráfico 12 - Grau de intensidade das CCE's: dimensão Poder



Legenda: Persuasão e rede de contatos (PRC) e Independência e autoconfiança (IA).

Fonte: Elaborado pela autora.

O alto grau de intensidade na característica “Independência e Autoconfiança” pode indicar que os estudantes do curso BICE estão assimilando bem os objetivos da proposta pedagógica do curso. Uma vez que o diferencial do curso Bacharelado interdisciplinar é a flexibilidade dos currículos e a possibilidade de decidir sobre quais disciplinas cursar. A proposta pedagógica do curso trabalha a autonomia dos estudantes desde os primeiros períodos. Portanto, o resultado da pesquisa sugere que esse aprendizado proporcionou a eles independência e confiança na sua própria capacidade de completar tarefas difíceis ou de enfrentar obstáculos e adversidades.

De acordo com a Teoria das Necessidades de McClelland (1972), a crença em si mesmo permite ao indivíduo ter a ousadia de se lançar, se oferecer para alcançar metas que se achavam impossíveis, proporcionando uma imensa sensação de satisfação e realização que aumenta a autoestima e o bem-estar geral. Para o autor, a característica “Independência e

autoconfiança” é a consequência de todas as outras características, pois, os empreendedores são otimistas e, quando as coisas não dão certo, mantêm a confiança, vão sempre em frente por acreditarem na sua própria capacidade de realizar aquilo a que se propõem.

A última característica comportamental da dimensão Poder “Persuasão e redes de contatos” apresentou um grau baixo de intensidade (19,1). De acordo com McClelland (1972), a eficiência de uma rede de contatos exige alguns critérios fundamentais, com destaque para a afinidade com pessoas e organizações que estão inseridas neste contexto, principalmente, a credibilidade.

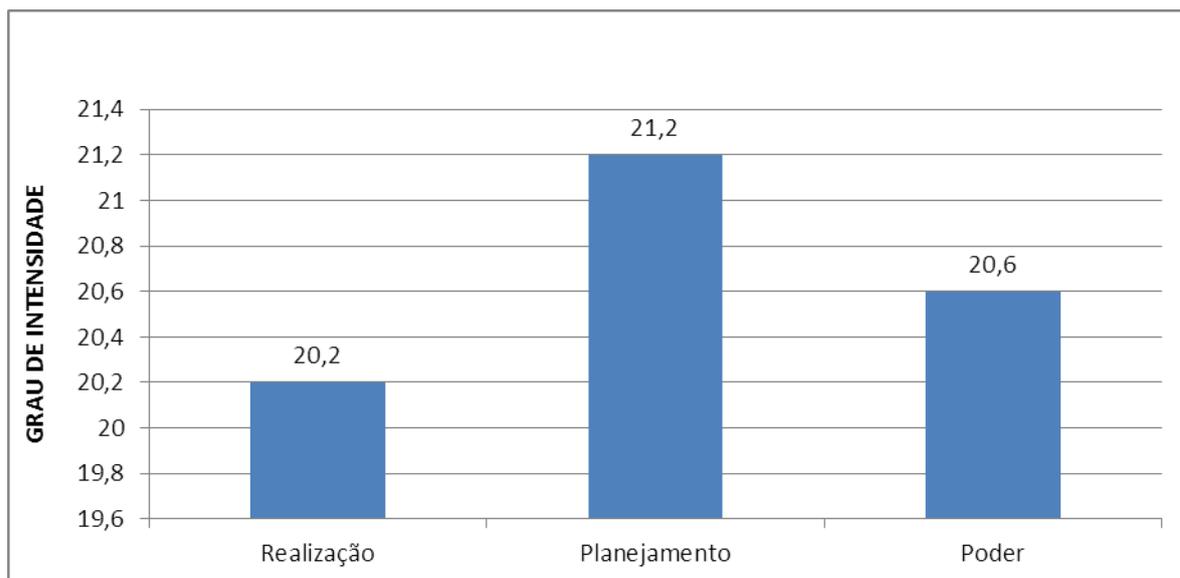
O indivíduo ou o empreendedor deve ter uma relação de confiança com a sua rede, pois qualquer empecilho ou deslize pode comprometer toda a rede de contatos. (CHIAVENATO, 2000). De acordo com o mesmo autor, rede de contatos é também denominada como “*network*”, considerada um instrumento essencial para a gestão de empresas. A prosperidade de um empreendimento, em partes, é influenciada pela rede de contatos, pois é por meio de seus integrantes que a empresa pode ganhar credibilidade no mercado.

McClelland (1972) afirma que a característica “Persuasão e Rede de Contatos” trata de uma relação entre pessoas, portanto, a utilização do capital social da empresa se torna relevante. Assim sendo, a participação de eventos de empreendedorismo vai permitir a evidência da empresa, bem como a obtenção de mais informações relevantes. A rede de contatos se torna mais ampla conforme os contatos, assim, pessoas ou instituições são integradas a ela. Também pode ser considerada como um instrumento de estratégia competitiva, pois, contribui para a decisão da empresa na busca de seus alcançar objetivos.

Consequentemente, uma boa rede de contatos permite um destaque em relação às concorrentes, pois ao obter informações e dados privilegiados, a empresa tem a possibilidade de sobressair às outras e ser mais dinâmica na área de atuação. Um baixo grau de intensidade nessa característica pode colocar em risco os futuros empreendimentos, precisando ser desenvolvida e potencializada.

Para finalizar, apresenta-se o Gráfico 13 onde foi feito um agrupamento por dimensões (Realização, Planejamento e Poder), visto que, de acordo com a Teoria das Necessidades McClelland (1972), mesmo que as pessoas possuam todas as 10 as características comportamentais empreendedoras, sempre haverá uma dimensão que se destacará (motivadores dominantes).

Gráfico 13 - Grau de Intensidade geral por dimensão



Fonte: Elaborado pela autora

De acordo com os resultados, observa-se que a dimensão hierarquicamente superior às outras foi na dimensão “Planejamento” com média 21,2. Os resultados encontrados podem sugerir que os estudantes do BICE têm facilidade para planejar o seu futuro, definir suas metas, usando as demais características para atingir seus objetivos. Segundo McClelland (1972), os estudantes que possuem maior pontuação nessa dimensão (Planejamento) são indivíduos que se dedicam pessoalmente a obter informações úteis, estabelecendo metas de longo prazo, claras e específicas, e, continuamente definem e revisam os objetivos de curto prazo. Planejam todo o processo, dividindo tarefas de grande porte em subtarefas. Constantemente revisam seus planos, levando em conta os resultados obtidos e mudanças circunstanciais, além de manterem seus registros financeiros atualizados e, se necessário utiliza-os nas tomadas de decisões.

McClelland (1972) declara em sua Teoria das Necessidades que todos os indivíduos são motivados por suas necessidades, e mesmo que possuam todas as 10 características, sempre haverá uma dimensão em destaque, que será o motivador dominante e vai sobressair em relação às outras. Na visão do autor, as 3 necessidades (realização, planejamento e poder) interferem nas ações das pessoas a nível pessoal e profissional. McClelland (1972) salienta, ainda, que essas necessidades são adquiridas ao longo da vida. Para cada pessoa, uma das necessidades motivadoras será sempre mais dominante do que as outras duas e dependerá do momento, das circunstâncias, da cultura e experiências de vida. Na teoria das Necessidades de McClelland, as pessoas não são colocadas em categorias, mas apresentam vários graus de cada uma das necessidades.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS, LIMITAÇÕES E RECOMENDAÇÕES

A breve revisão da literatura permitiu verificar, conceitualmente, o fenômeno empreendedorismo sob uma ótica comportamental, em busca de suas definições - quem é, como pensa e age o empreendedor. Possibilitou constatar também que o tema vem, gradativamente, atingindo definições diferentes daquela originalmente dada pelas escolas de pensamento econômico, a partir do século XVIII, sinalizando uma compreensão mais social, de possibilidades de realização pessoal e profissional. A necessidade de realização é destacada por McClelland (1972), que associa o desenvolvimento econômico das nações com a alta necessidade de realização dos empresários. Haja vista que “uma sociedade que tenha um nível geralmente elevado de realização, produzirá um maior número de empresários ativos, os quais, por sua vez, darão origem a um desenvolvimento econômico mais rápido” (MCCLELLAND 1972, p. 253).

A pergunta proposta para este estudo - qual o grau da intensidade das características comportamentais empreendedoras dos estudantes do curso Bacharelado Interdisciplinar em Ciência e Economia – BICE - da Universidade Federal de Alfenas? Foi respondida, pois, verificou-se a presença de todas as 10 características comportamentais empreendedoras – CCE’s no perfil empreendedor dos estudantes do BICE, todas as CCE’s atingiram médias acima de 13 pontos, que de acordo com a Teoria das Necessidades de McClelland (1972) são considerados índices aceitáveis para um perfil empreendedor.

A partir da análise das intensidades das características empreendedoras, por meio de uma estratificação, pode-se demonstrar com maior clareza e detalhamento as características dos sujeitos pesquisados, quando a média apresenta um panorama geral do grupo. E, a partir da análise de características empreendedoras dos discentes foi possível identificar quais as características e dimensões que merecem maior atenção. Entende-se que os resultados dessa dissertação podem contribuir para o desenvolvimento da reflexão sobre o potencial empreendedor dos discentes dentro das instituições de ensino superior.

Empreender pode significar, entre outras coisas, a não dependência de empregos formais e o sucesso na carreira dos estudantes que concluem um curso de graduação. Criar uma nova empresa também pode significar uma oportunidade de alavancar e contribuir no processo de crescimento da localidade onde atuarem esses empreendedores. Pois, além de não ficarem dependentes das oportunidades de emprego que, não conseguem absorver uma parcela significativa de profissionais dos formandos de diversas instituições, passam a atuar

como geradores de emprego. Baseado nos resultados observa-se que, provavelmente, parte dos estudantes entrevistados não compartilha dessa ideia, visto que apenas 12,5% pretendem criar seu próprio negócio. Isso pode ser resultado da jovialidade do grupo, onde 72,3% se encontram na faixa etária até 24 anos.

Linã e Chen (2009) afirmam que o impacto sobre a atividade empreendedora está diretamente relacionado com o ensino do empreendedorismo, uma vez que, a intenção empreendedora também deve ser incentivada entre os alunos dos cursos de nível superior, afim de que se estabeleça uma cultura empreendedora entre os estudantes. Nesse caso específico dos estudantes do curso BICE da UNIFAL-MG, encontrou-se evidências que os alunos possuem as características comportamentais empreendedoras, precisando apenas de gerenciamento, desenvolvimento e capacitação para potencializar essas características na carreira profissional, quer seja como empreendedores ou como colaboradores dentro das organizações públicas ou privadas.

Não houve a intenção de comparar a intensidade das características comportamentais empreendedoras entre os estudantes, de maneira a sobressaltar um deles em decorrência do outro, mas sim, mensurar o grau de intensidade das CCE's e se haviam diferenças significativas entre as características comportamentais dos estudantes. Portanto, os resultados encontrados sugerem que não há muita discrepância no grau de intensidade das características comportamentais entre eles. Entende-se que os resultados dessa dissertação podem contribuir para o desenvolvimento da reflexão sobre atividades empreendedoras nas instituições de ensino superior, preparando os jovens para o mercado de trabalho, quer seja como empreendedores ou com intraempreendedores em organizações públicas ou privadas. A partir da análise de características e atitudes empreendedoras dos estudantes pesquisados, foi possível identificar quais as características e dimensões que necessitam de maior atenção, por possuírem médias de intensidade baixas e quais se apresentam com maior intensidade.

Finalmente, é importante frisar as limitações deste trabalho. Em primeiro lugar, registre-se que a pesquisa se limitou a estudantes do curso BICE da UNIFAL - MG, em um corte transversal, não sendo recomendada a generalização dos resultados. Dentre as limitações da pesquisa, ressalta-se que a amostra foi “não probabilística por conveniência”. Portanto, não é possível fazer inferência a toda população, uma vez que os respondentes não foram escolhidos de forma aleatória. Em segundo lugar, o que se observa na literatura indica que o perfil empreendedor teve sua construção baseada em sujeitos empreendedores reais, e não em estudantes universitários.

Dessa forma, deve-se ressaltar que os resultados deste trabalho foram baseados nas percepções de estudantes, diferentes de outras pesquisas realizadas com universitários que abriram o próprio negócio. Assim sendo, recomenda-se a elaboração de outras pesquisas a serem realizadas com egressos que abriram negócio próprio, comparando o perfil desse grupo com o dos estudantes pesquisados neste trabalho. Sugere-se ainda que pesquisas futuras contemplem além das características comportamentais empreendedoras, o construto de intenção empreendedora, visando melhor compreender a conjuntura do comportamento empreendedor. Além disso, sugere que continuem suscitando questionamentos em busca de explicações de como alguém se torna empreendedor, quais as motivações que os levam a empreender e principalmente quais as razões pelas quais alguns indivíduos ainda preferem o emprego formal.

6 INTERVENÇÃO

Os resultados encontrados nesta pesquisa sugerem que algumas modificações possam ser necessárias. Primeiro, na reestruturação curricular do curso BICE, inserindo-se disciplinas que contemplem o desenvolvimento do potencial e intenção empreendedora dos estudantes. Desenvolver o potencial empreendedor dos estudantes pode contribuir para a independência de oportunidades geradas pelo mercado de trabalho dentro das instituições públicas ou privadas, além de contribuir para desenvolvimento da economia, na criação de novas empresas, uma vez que esses profissionais se tornam geradores de emprego. Fillion (1999) afirma que no momento em que as características empreendedoras de um indivíduo são conhecidas, elas tornam-se passíveis de serem desenvolvidas e potencializadas.

A melhoria da educação empreendedora guiada pela busca da alta qualidade e eficiência, com ênfase na prática e no contato com os empreendedores e seu mundo real, poderia gerar contribuições diretas para a formação profissional dos estudantes, e indiretas para o país. Lopes (2010) reconhece que a metodologia usada nas universidades precisa unir métodos tradicionais e modernos como a preparação de planos de negócios e a experimentação na criação de pequenas empresas, o assessoramento de empreendedores e o intercâmbio com a comunidade de negócios locais.

Do mesmo modo, Hisrich, Peters e Sheperd (2014) entendem que o empreendedor para ser bem-sucedido necessita de diversas habilidades, que podem ser divididas em habilidades técnicas, administrativas e empreendedoras, tanto na criação de um novo negócio, quanto dentro das organizações públicas ou privadas.

Deve-se também considerar que a educação empreendedora no Brasil é limitada pelo fato de suas disciplinas se restringirem essencialmente ao desenvolvimento de um plano de negócios. À luz dessa realidade, pode-se dizer que os estudantes carecem de diversificação, para além do plano de negócios, no conjunto das disciplinas e atividades empreendedoras. (DEGEM, 2009; GUERRA; GRAZZIOTIN, 2010).

Os estudantes do curso BICE possuem as características comportamentais empreendedoras necessárias para serem empreendedores ou intraempreendedores, como ficou comprovado no decorrer da pesquisa. Necessitando apenas de capacitação e preparação para colocarem em prática suas habilidades e seu potencial empreendedor. Para isso propõe-se um plano de ação para potencializarem suas características empreendedoras já internalizadas, e

principalmente desenvolver os pontos fracos a partir de uma educação continuada e práticas específicas, aproximando-os das intenções na carreira e das exigências mercado de trabalho.

Esse plano de ação pode se dar por meio de seminários, workshops ou minicursos de capacitação. De acordo com os resultados, as características comportamentais que mais precisam de desenvolvimento e capacitação é “Persistência”, “Exigência de Qualidade e Eficiência” e “Persuasão e rede de contatos”. No Quadro 5 são apresentadas as habilidades a ser desenvolvidas e potencializadas pelos estudantes do BICE.

Quadro 6 - Plano de ação - Habilidades e empreendedoras

Prática didática pedagógica	Aplicações
Sugestão de leituras	Prover ao estudante a prática de leitura sobre o tema empreendedorismo. Aumentar a conscientização das características comportamentais empreendedoras de um empreendedor de sucesso, dentro ou fora das organizações.
Construção de rede de relacionamento	Desenvolver habilidades de comunicação, persuasão e estratégia, desenvolvendo a capacidade de observação, percepção e aplicação de melhorias no padrão de qualidade e eficiência
Visitas e contatos com empresas	Estimular o <i>network</i> (rede de contatos) e incentivar os estudantes a sair dos limites da universidade para entender como funciona o mundo real, desenvolvendo assim a visão de mercado.
Seminários e palestras com empreendedores	Apresentar experiências vividas por empresários desde a percepção e criação do produto, abertura do negócio, sucessos e fracassos ocorridos na trajetória empreendedora.
Atendimento individualizado	Desenvolver a habilidade de comunicação, interpretação, iniciativa e resolubilidade, aproximando o estudante do cotidiano empresarial.
Jogos de empresas e simulações	Desenvolver a habilidade de criar estratégias de negócios, solucionar problemas, trabalhar e tomar decisões sob pressão, desenvolvendo a persistência, tolerância ao risco, pensamento analítico, comunicação intra e intergrupais.
Plano de negócios	Desenvolver as habilidades de planejamento, estratégia, marketing, contabilidade, recursos humanos, comercialização.
Trabalhos teóricos em grupo	Construção da habilidade de aprender coletivamente, pesquisar, dialogar, integrar e construir conhecimentos, buscando soluções e emitir juízos de valor na realização de um documento escrito.
Trabalhos práticos em grupo	Construção da habilidade de atuar em equipe, planejar, dividir e executar tarefas em grupo, de passar e receber críticas construtivas, ampliando a integração entre o saber e o fazer.
Grupos de discussão	Desenvolver a capacidade de avaliar mudanças e prospectá-las como fonte de oportunidades, além de desenvolver a habilidade de testar novas ideias,
Aulas expositivas	Transferir conhecimentos características pessoais do empreendedor, os processos de criação, fontes de recursos, financiamentos e aspectos legais de pequenas empresas.
Criação de incubadoras	Proporcionar ao estudante espaço de motivação e criação de uma nova empresa, desenvolvendo múltiplas competências, tais como habilidades de liderança, organizacionais, tomada de decisão e compreender as etapas do ciclo de vida das empresas. Estimular o fortalecimento da <i>network</i> (rede de contatos) com financiadores, fornecedores e clientes.
Filmes e vídeos	Desenvolver a habilidade do pensamento crítico e analítico, associando o contexto assistido com o conhecimento teórico. Estimular a discussão em grupo e o debate de ideias em mesa redonda.

Fonte: Adaptado de Schmidt, Bohnenberger e Freitas (2010).

REFERÊNCIAS

ALVES, Allan Carlos et al. O perfil empreendedor do estudante do curso de ciências contábeis da UEPB. **Polêmica**, v. 16, n. 2, p. 17-39, abr./jun. 2016.

ANDRADE, Renato Fonseca de. Contexto do empreendedorismo no Brasil. In: GRANDO, Nei (Org.). **Empreendedorismo inovador**: como criar startups de tecnologia no Brasil. São Paulo: Ed. Évora, 2012. p. 1-10.

ARAÚJO, Ana Cláudia Coutinho; DANTAS, Thais França. Tendência empreendedora dos estudantes de engenharia da UFCG através do modelo de Durham. **Qualitas Revista Eletrônica**, v. 8, n. 2, 2009.

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. Empreendedorismo: conceitos e definições. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, Passo Fundo, v. 1, n. 1, p. 25-38, jan. 2015.

BRONOSKI, Marilene. A intenção empreendedora no ambiente universitário: caso UNICENTRO. **Revista Capital Científico-Eletrônica**, v. 6, n.1, p. 223-238, jan./dez. 2008.

BARRETO, Luiz Pondé. **Educação para o Empreendedorismo**. Salvador: Escola de Administração de Empresas da Universidade Católica de Salvador, 1998

CARVALHO, Carlos Eduardo; ZUANAZZI, Jeancarlo. Análise das características comportamentais empreendedoras de alunos de graduação em administração e sua relação com as expectativas do ensino de empreendedorismo. In: ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS, 3., 2003, Brasília, DF. **Anais...** Brasília, DF: UEM/UEL/UnB, 2003.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

COLLIS, Jill; HUSSEY, Roger. **Pesquisa em administração**: um guia prático para estudantes de graduação e pós-graduação. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

COSTA, Danilo de Melo; BARBOSA, Francisco Vidal; SILVA, Cláudio Heleno Pinto da. Empreendedorismo e inovação: o papel da educação superior nas economias mundiais. In: COLÓQUIO INTERNACIONAL SOBRE GESTÃO UNIVERSITÁRIA NA AMÉRICA DO SUL, 11., 2011, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis, 2011.

DELORS, Jaques. **Educação: um tesouro a descobrir: relatório para Unesco da Comissão Internacional sobre Educação para o século XXI**. 2. ed. São Paulo: Cortez; Brasília, DF: MEC/UNESCO, 1999.

DOLABELA, Francisco; FILION, Louis Jacques. Fazendo revolução no Brasil: a introdução da pedagogia empreendedora nos estágios iniciais da educação. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 3, n. 2, p. 134-181, 2013.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Espírito empreendedor nas organizações: aumentando a competitividade através do intraempreendedorismo**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2013.

FERREIRA, Paulo Gitirana Gomes; MATTOS, Pedro Lincoln C. L. de. Empreendedorismo e práticas didáticas nos cursos de graduação em administração: os estudantes levantam o problema. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 27., 2003, Atibaia. **Anais...** Atibaia: ANPAD, 2003.

FILION, Louis Jacques. Diferenças entre sistemas gerenciais de empreendedores e operadores de pequenos negócios. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 39, n. 4, p. 6-20, out./dez. 1999.

FLORES, Alvaro Antônio Dal Molin; SANTOS, Lidiane Ferreira dos. O perfil empreendedor dos acadêmicos de Administração em uma cidade do Sul do país. **Revista Acadêmica São Marcos**, v. 4, n. 1, p. 71-88, jan./jun. 2014.

GOMES, Emanuela Sousa Ferreira et al. Preditores do perfil empreendedor dos discentes dos cursos de administração. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 32., 2008, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2008.

GAIÃO, Brunno Fernandes et al. Diagnóstico da tendência empreendedora através o modelo de durham: um estudo de caso no setor educacional. **Qualit@s Revista Eletrônica**, v. 8, n. 2, 2009.

GARCIA, Renato et al. Empreendedorismo acadêmico no Brasil: uma avaliação da propensão à criação de empresas por estudantes universitários. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 1, n. 3, p. 36-63, 2012.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **Relatório executivo: empreendedorismo no Brasil 2016**. Curitiba: IBPQ, 2016.

GOMES, Almiralva Ferraz; LIMA, Juvêncio Braga de; CAPPELLE, Mônica Carvalho Alves. Do empreendedorismo à noção de ações empreendedoras: reflexões teóricas. **Revista Alcance**, v. 20, n. 2, p. 203-220, abr./jun.2013.

GUERRA, Maria José; GRAZZIOTIN, Zilá Joselita. Educação empreendedora nas universidades brasileiras. In: LOPES, Rose Mary Almeida (Org.). **Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010. p. 67-91.

HASHIMOTO, Marcos. **Centro de empreendedorismo no Brasil**. São Paulo: Sebrae-SP, 2013. Disponível em: <http://www.sebraesp.com.br/arquivos_site/biblioteca/guias_cartilhas/ebook_centro_empreendedorismo>. Acesso em: 20 maio 2017.

HASHIMOTO, Marcos. **Espírito empreendedor nas organizações: aumentando a competitividade através do intra-empreendedorismo**. São Paulo: Saraiva, 2006.

HENRIQUE, Daniel Christian; CUNHA, Sieglinde Kindl da. Práticas didático-pedagógicas no ensino de empreendedorismo em cursos de graduação e pós-graduação nacionais e internacionais. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 9, n. 5, p. 112-136, 2008.

HISRICH, Roberto D. e PETERS, Michael P. **Empreendedorismo**. Tradução: Lene Belon Ribeiro. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

KRÜGER, Cristiane. **Educação empreendedora: características e atitudes de discentes e docentes**. 2016. 200 f. Dissertação (Mestrado em Administração)- Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS, 2016.

KRUEGER, Norris F.; BRAZEAL, Deborah V. Potencial empreendedor e empreendedores em potencial. 2018. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 7, n. 2, p. 201-226, 2018.

LIMA, Edmilson et al. **Educação superior em empreendedorismo e intenções empreendedoras dos estudantes: relatório do Estudo GUESSS Brasil 2013-2014**. São Paulo: Grupo APOE, 2014.

IIZUKA, Edson Sadao; MORAES, Gustavo H. Salati Marcondes de. Análise do potencial e perfil empreendedor do estudante de Administração e o ambiente universitário: reflexões para

instituições de ensino. **Administração: ensino & pesquisa**, Rio de Janeiro, v. 15, n. 3, p. 593-630, jul./set.2014.

LOPES, Rose Mary Almeida. Referenciais para a educação empreendedora. In: _____. (Org.). **Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010. p. 17-44.

MAQUIAVEL, Nicolau. **O príncipe**. Tradução Antonio Caruccio-Caporale. São Paulo: L&PM, 2011.

MCCLELLAND, David Clarence. **A sociedade competitiva: realização e progresso social**. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

MORALES, Sandro Afonso. **Relações entre competências e tipos psicológicos Junguianos nos empreendedores**. 2004. 199 f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção)- Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2004.

OLIVEIRA, Kenny Delmonte; ALMEIDA, Keylla Lopes de; BARBOSA, Thiago Leite. **Amostragens probabilística e não probabilística: técnicas e aplicações na determinação de amostras**. Jerônimo Monteiro: UFES, 2012.

RODRIGUES, Carlos Rafael Zart. **Análise do perfil empreendedor dos acadêmicos dos cursos bacharelados em Administração, Ciências Contábeis e Ciências Econômicas na Universidade de Passo Fundo**. 2015. 48 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração)- Universidade de Passo Fundo, Carazinho, 2015.

SANTIAGO, Eduardo Gerião. Vertentes teóricas sobre empreendedorismo em Schumpeter, Weber e McClelland: novas referências para a sociologia do trabalho. **Revista de Ciências Sociais**, v. 40, n. 2, p. 87-103, 2009.

SCHAEFER, Ricardo; MINELLO, Italo Fernando. Educação empreendedora: premissas, objetivos e metodologias. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 3, p. 60-81, jul./set. 2016.

SCHMIDT, Serje; BOHNENBERGER, Maria Cristina; FREITAS, Ernani Cesar de. Práticas didáticas na formação empreendedora: o caso do curso de Administração da FEEVALE. **Revista Gestão e Desenvolvimento**, v. 7, n. 2, 2010. Disponível em: <<http://periodicos.feevale.br/seer/index.php/revistagestaoedesenvolvimento/article/viewFile/969/1311>>. Acesso em: 23 jan. 2018.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Referenciais teóricos Empretec**. Brasília, DF: SEBRAE, 2011.

SILVA, Dirceu da; LOPES, Evandro Luiz; BRAGA JUNIOR, Sérgio Silva. Pesquisa quantitativa: elementos, paradigmas e definições. **Revista de Gestão e Secretariado**, São Paulo, v. 5, n. 1, p. 01-18, jan./abr. 2014.

SOUZA, Ângela Maria de; SARAIVA, Luiz Alex Silva. Práticas e desafios do ensino de empreendedorismo na graduação em uma instituição de ensino superior. **Gestão & Regionalidade**, v. 26, n. 78, p. 64-77, set./dez. 2010.

SOUZA, Eda Castro Lucas; LOPEZ JÚNIOR, Gumersindo Sueiro. Empreendedorismo e desenvolvimento: uma relação em aberto. **Revista de Administração e Inovação**, São Paulo, v. 8, n. 3, p. 120-140, jul./set. 2011.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E CULTURA(UNESCO). **A UNESCO e a educação na América Latina e Caribe 1987 – 1997**. Santiago do Chile, 1998. Disponível em: <<http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/ue000294.pdf>>. Acesso em: 15 ago. 2017.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

VIEIRA, Alboni Marisa Dudeque Pianovski; ROCHA, Clarissa. Práticas pedagógicas para o ensino de empreendedorismo no curso de Administração de Empresas no período 2007-2013. **Boletim Técnico do Senac**, Rio de Janeiro, v. 41, n. 2, p. 82-107, maio/ago. 2015.

ZAMPIER, Marcia Aparecida; TAKAHASHI, Adriana Roseli Wunsch. Competências empreendedoras e processos de aprendizagem empreendedora: modelo conceitual de pesquisa. **Cadernos Ebape. BR**, Rio de Janeiro, v. 9, ed. esp., p. 564-585, jul. 2011.

APÊNDICE A - Termo de Consentimento livre e Esclarecido

Pesquisador Responsável: Jussara de Lima – UNIFAL - MG

Você está sendo convidado (a) a participar, como voluntário(a), de uma pesquisa da UNIFAL - MG. Este projeto tem o objetivo principal identificar, mensurar e analisar o perfil empreendedor dos estudantes do curso Bacharelado Interdisciplinar em Ciência e Economia.

Para tanto, caso concorde em participar da pesquisa você deverá responder a um questionário.

Seu anonimato está garantido, de forma que não há riscos de que dados individuais sejam identificados como seus. A análise dos resultados será feita e divulgada de forma agregada. Além disso, sendo necessário notificar algum acontecimento ou para entrar em contato com o pesquisador responsável, basta fazê-lo por meio do telefone: (35) 99977-8254 ou e-mail: jussara.limamg@gmail.com.

Declaro estar ciente do exposto e desejar participar do projeto.

Varginha, ____ de _____ de _____.

Assinatura: _____

Eu, Jussara de Lima (telefone 35 99977-8254), declaro que forneci todas as informações referentes ao projeto ao participante.



Data: 12/11/2017.

APÊNDICE B – Apresentação da pesquisa

PESQUISA SOBRE O PERFIL EMPREENDEDOR DOS ESTUDANTES DO BACHARELADO INTERDISCIPLINAR – UNIFAL – MG – CAMPUS VARGINHA.

Prezado aluno (a),

Sou aluna do Programa de Mestrado em Administração Pública – Profiap – UNIFAL - MG, onde desenvolvo uma pesquisa que tem como objetivo principal identificar, mensurar e analisar o perfil empreendedor dos estudantes do Bacharelado Interdisciplinar em Ciência e Economia, sob orientação do professor Doutor João Estevão Barbosa Neto.

Peço sua colaboração, respondendo o questionário (tempo estimado de preenchimento é de até 15 minutos).

Ressalto que em nenhum momento você será identificado. Você é livre para deixar de participar dessa pesquisa a qualquer momento.

Muito obrigada!

Jussara de Lima
João Estevão Barbosa Neto

APÊNDICE C – Instrumento de coleta de dados

1. Qual o ano e semestre de ingresso? _____
2. Idade: _____
3. Sexo:
 Masculino Feminino
4. Renda Familiar:
 até 3 Salários Mínimos
 de 3 a 5 Salários Mínimos
 acima de 5 Salários Mínimos
5. Já cursou alguma disciplina sobre empreendedorismo?
 Sim Não
6. Possui algum familiar empreendedor (Pais, irmãos, tios, avós)?
 Sim Não
7. Quais os seus planos logo após a conclusão do curso?
 Montar seu próprio negócio
 Sucessor em um negócio da família
 Cursar pós-graduação (mestrado,doutorado)
 Ser servidor público
 Ser empregado em uma empresa privada
 Trabalhar em uma empresa sem fins lucrativos (voluntário)

8. Marque o seu grau de frequência para cada um dos seguintes itens. Assinale a alternativa que descreva você da melhor forma (considere como você é hoje, e não como gostaria de ser)

Características	(continua)				
	Nunca	Raras vezes	Às vezes	Frequentemente	Sempre
1º Bloco					
1. Esforço-me para realizar as coisas que devem ser feitas.	①	②	③	④	⑤
2. Quando me deparo com um problema difícil, levo muito tempo para encontrar a solução.	①	②	③	④	⑤
3. Termino meu trabalho ou atividade a tempo.	①	②	③	④	⑤
4. Aborreço-me quando as coisas não são feitas devidamente.	①	②	③	④	⑤
5. Prefiro situações em que posso controlar ao máximo o resultado final.	①	②	③	④	⑤
6. Gosto de pensar no futuro.	①	②	③	④	⑤
7. Quando começo uma tarefa ou projeto novo, colete todas as informações possíveis antes de dar prosseguimento a ele.	①	②	③	④	⑤
8. Planejo um projeto grande dividindo-o em tarefas mais simples.	①	②	③	④	⑤
9. Consigo que os outros me apoiem em minhas recomendações.	①	②	③	④	⑤

(continuação)

Características	Nunca	Raras vezes	Às vezes	Frequentemente	Sempre
10. Tenho confiança que posso estar bem sucedido em qualquer atividade que me proponha executar.	①	②	③	④	⑤
11. Não importa com quem fale, sempre escuto atentamente.	①	②	③	④	⑤
2º Bloco					
12. Faço as coisas que devem ser feitas sem que os outros tenham que me pedir.	①	②	③	④	⑤
13. Insisto várias vezes para conseguir que as outras pessoas façam o que desejo.	①	②	③	④	⑤
14. Sou fiel às promessas que faço.	①	②	③	④	⑤
15. Meu rendimento no trabalho / atividades é melhor do que o das outras pessoas com quem trabalho.	①	②	③	④	⑤
16. Envolver-me com algo novo só depois de ter feito o possível para assegurar seu êxito.	①	②	③	④	⑤
17. Acho uma perda de tempo me preocupar com o que farei da minha vida.	①	②	③	④	⑤
18. Procuro conselhos das pessoas que são especialistas no ramo em que estou atuando.	①	②	③	④	⑤
19. Considero cuidadosamente as vantagens e desvantagens de diferentes alternativas antes de realizar uma tarefa.	①	②	③	④	⑤
20. Não perco muito tempo pensando em como posso influenciar as outras pessoas.	①	②	③	④	⑤
21. Mudo a maneira de pensar se os outros discordam energicamente dos meus pontos de vista.	①	②	③	④	⑤
22. Aborreço-me quando não consigo o que quero.	①	②	③	④	⑤
3º Bloco					
23. Gosto de desafios e novas oportunidades.	①	②	③	④	⑤
24. Quando algo se interpõe entre o que eu estou tentando fazer, persisto em minha tarefa.	①	②	③	④	⑤
25. Se necessário não me importo de fazer o trabalho dos outros para cumprir um prazo de entrega.	①	②	③	④	⑤
26. Aborreço-me quando perco tempo.	①	②	③	④	⑤
27. Considero minhas possibilidades de êxito ou fracasso antes de começar a atuar.	①	②	③	④	⑤
28. Quanto mais específicas forem minhas expectativas em relação ao que quero obter na vida, maiores serão minhas possibilidades de êxito.	①	②	③	④	⑤
29. Tomo decisões sem perder tempo buscando informações.	①	②	③	④	⑤
30. Trato de levar em conta todos os problemas que podem se apresentar e antecipo o que eu faria caso sucedam.	①	②	③	④	⑤
31. Conto com pessoas influentes para alcançar minhas metas.	①	②	③	④	⑤
32. Quando estou executando algo difícil e desafiador, tenho confiança no sucesso.	①	②	③	④	⑤
33. Tive fracassos no passado.	①	②	③	④	⑤
4º Bloco					
34. Prefiro executar tarefas que domino perfeitamente e em que me sinto seguro	①	②	③	④	⑤
35. Quando me deparo com sérias dificuldades, rapidamente passo para outras atividades.	①	②	③	④	⑤
36. Quando estou fazendo um trabalho para outra pessoa, me esforço de forma especial para que fique satisfeita com o trabalho.	①	②	③	④	⑤

(conclusão)

Características					
	Nunca	Raras vezes	Às vezes	Frequentemente	Sempre
37. Nunca fico realmente satisfeito com a forma como são feitas as coisas; sempre considero que há uma maneira melhor de fazê-las.	①	②	③	④	⑤
38. Executo tarefas arriscadas.	①	②	③	④	⑤
39. Conto com um plano claro de vida.	①	②	③	④	⑤
40. Quando executo um projeto para alguém, faço muitas perguntas para assegurar-me de que entendi o que quer.	①	②	③	④	⑤
41. Enfrento os problemas na medida em que surgem, em vez de perder tempo antecipando-os.	①	②	③	④	⑤
42. Para alcançar minhas metas, procuro soluções que beneficiem todas as pessoas envolvidas em um problema.	①	②	③	④	⑤
43. O trabalho que realizo é excelente.	①	②	③	④	⑤
5º Bloco					
44. Em algumas ocasiões obtive vantagens de outras pessoas.	①	②	③	④	⑤
45. Aventuro-me a fazer coisas novas e diferentes das que fiz no passado.	①	②	③	④	⑤
46. Tenho diferentes maneiras de superar obstáculos que se apresentam para a obtenção de minhas metas.	①	②	③	④	⑤
47. Minha família e vida pessoal são mais importantes para mim do que as datas de entregas de trabalho determinadas por mim mesmo.	①	②	③	④	⑤
48. Encontro a maneira mais rápida de terminar os trabalhos, tanto em casa, quanto no trabalho ou faculdade.	①	②	③	④	⑤
49. Faço coisas que as outras pessoas consideram arriscadas.	①	②	③	④	⑤
50. Preocupo-me tanto em alcançar minhas metas semanais quanto minhas metas anuais.	①	②	③	④	⑤
51. Conto com várias fontes de informação ao procurar ajuda para a execução de tarefas e projetos.	①	②	③	④	⑤
52. Se determinado método para enfrentar um problema não der certo, recorro a outro.	①	②	③	④	⑤
53. Posso conseguir que pessoas com firmes convicções e opiniões mudem seu modo de pensar.	①	②	③	④	⑤
54. Mantenho-me firme em minhas decisões, mesmo quando as outras pessoas se opõem energicamente.	①	②	③	④	⑤
55. Quando desconheço algo, não hesito em admiti-lo.	①	②	③	④	⑤

Obrigada pela sua colaboração!

Jussara de Lima

APÊNDICE D – Percentual das respostas CCE's

Tabela 1 – Estatística descritiva das respostas

(continua)

Características Comportamentais Empreendedoras - CCEs	NUNCA (1)	RARAS VEZES (2)	AS VEZES (3)	FREQUEN- TAMENTE (4)	SEMPRE (5)
1. Esforço-me para realizar as coisas que devem ser feitas.	0,9%	1,3%	13,9%	52,1%	31,8%
2. Quando me deparo com um problema difícil, levo muito tempo para encontrar a solução.	1,9%	27,7%	51,4%	12,3%	6,7%
3. Termino meu trabalho a tempo.	0,3%	3,3%	14,4%	49,2%	32,8%
4. Aborreço-me quando as coisas não são feitas devidamente.	0,9%	5,9%	22,8%	33,7%	36,7%
5. Prefiro situações em que posso controlar ao máximo o resultado final.	0,7%	3,1%	17,1%	37,8%	41,3%
6. Gosto de pensar no futuro.	0,0%	3,6%	12,2%	33,7%	50,5%
7. Quando começo uma tarefa ou projeto novo, coletei todas as informações possíveis antes de dar prosseguimento a ele.	0,4%	6,5%	23,1%	46,6%	23,4%
8. Planejo um projeto grande dividindo-o em tarefas mais simples.	0,4%	7,7%	28,9%	41,1%	21,9%
9. Consigo que os outros me apoiem em minhas recomendações.	0,7%	5,5%	39,3%	44,6%	9,9%
10. Tenho confiança que posso estar bem sucedido em qualquer atividade que me proponha executar.	0,7%	9,1%	28,2%	39,2%	22,8%
11. Não importa com quem fale, sempre escuto atentamente.	0,0%	4,9%	23,5%	39,2%	32,4%
12. Faço as coisas que devem ser feitas sem que os outros tenham que me pedir.	0,0%	4,6%	21,5%	48,8%	25,1%
13. Insisto várias vezes para conseguir que as outras pessoas façam o que desejo.	2,5%	19,6%	38,5%	26,1%	13,3%
14. Sou fiel às promessas que faço.	0,0%	2,6%	19,3%	36,6%	41,5%
15. Meu rendimento no trabalho é melhor do que o das outras pessoas com quem trabalho.	5,3%	6,3%	38,9%	39,8%	9,7%
16. Envolver-me com algo novo só depois de ter feito o possível para assegurar seu êxito.	1,9%	11,6%	37,9%	40,2%	8,4%
17. Acho uma perda de tempo me preocupar com o que farei daminha vida.	71,3%	14,4%	9,2%	3,8%	1,3%
18. Procuo conselhos das pessoas que são especialistas no ramo em que estou atuando.	4,8%	7,1%	28,6%	36,1%	23,4%
19. Considero cuidadosamente as vantagens e desvantagens de diferentes alternativas antes de realizar uma tarefa.	0,3%	2,4%	26,2%	47,3%	23,8%
20. Não perco muito tempo pensando em como posso influenciar as outras pessoas.	7,4%	24,7%	38,9%	20,6%	8,4%
21. Mudo a maneira de pensar se os outros discordam energeticamente dos meus pontos de vista.	14,1%	32,8%	43,7%	8,1%	1,3%
22. Aborreço-me quando não consigo o que quero.	1,7%	11,9%	35,3%	30,5%	20,6%
23. Gosto de desafios e novas oportunidades.	0,0%	3,9%	13,3%	36,7%	46,1%
24. Quando algo se interpõe entre o que eu estou tentando fazer, persisto em minha tarefa.	0,0%	2,9%	19,6%	49,2%	28,3%
25. Se necessário não me importo de fazer o trabalho dos outros para cumprir um prazo de entrega.	4,7%	8,7%	27,9%	33,8%	24,9%
26. Aborreço-me quando perco tempo.	0,9%	8,3%	21,5%	36,5%	32,8%
27. Considero minhas possibilidades de êxito ou fracasso antes de começar a atuar.	3,5%	8,3%	31,6%	33,1%	23,5%

(conclusão)

Características Comportamentais Empreendedoras - CCEs	NUNCA (1)	RARAS VEZES (2)	AS VEZES (3)	FREQUE NTEMEN TE(4)	SEMPRE (5)
28. Quanto mais específicas forem minhas expectativas em relação ao que quero obter na vida, maiores serão minhas possibilidades de êxito.	0,3%	5,2%	28,6%	34,7%	31,2%
29. Tomo decisões sem perder tempo buscando informações.	11,3%	38,9%	27,6%	17,4%	4,8%
30. Trato de levar em conta todos os problemas que podem se apresentar e antecipo o que eu faria caso sucedam.	1,7%	13,4%	32,6%	41,4%	10,9%
31. Conto com pessoas influentes para alcançar minhas metas.	6,5%	20,5%	34,6%	28,5%	9,9%
32. Quando estou executando algo difícil e desafiador, tenho confiança em seu sucesso.	1,9%	9,7%	31,5%	39,5%	17,4%
33. Tive fracassos no passado.	1,6%	17,4%	57,5%	15,4%	8,1%
34. Prefiro executar tarefas que domino perfeitamente e em que me sinto seguro	0,3%	7,1%	19,7%	43,1%	29,8%
35. Quando me deparo com sérias dificuldades, rapidamente passo para outras atividades.	11,3%	32,1%	36,3%	14,5%	5,8%
36. Quando estou fazendo um trabalho para outra pessoa, me esforço de forma especial para que fique satisfeita com o trabalho.	0,9%	2,9%	15,2%	43,4%	37,6%
37. Nunca fico realmente satisfeito com a forma como são feitas as coisas; sempre considero que há uma maneira melhor de fazê-las.	1,3%	18,3%	22,5%	35,7%	22,2%
38. Executo tarefas arriscadas.	5,1%	19,3%	42,8%	22,6%	10,2%
39. Conto com um plano claro de vida.	6,7%	18,4%	31,3%	29,7%	13,9%
40. Quando executo um projeto para alguém, faço muitas perguntas para assegurar-me de que entendi o que quer.	1,9%	4,5%	14,7%	47,3%	31,6%
41. Enfrento os problemas na medida em que surgem, em vez de perder tempo, antecipando-os.	3,5%	17,4%	39,5%	30,5%	9,1%
42. Para alcançar minhas metas, procuro soluções que beneficiem todas as pessoas envolvidas em um problema.	0,6%	1,9%	24,4%	48,9%	24,2%
43. O trabalho que realizo é excelente.	0,9%	3,6%	32,8%	54,6%	8,1%
44. Em algumas ocasiões obtive vantagens de outras pessoas.	15,4%	33,8%	43,5%	5,4%	1,9%
45. Aventuro-me a fazer coisas novas e diferentes das que fiz no passado.	0,0%	5,5%	31,5%	50,4%	12,6%
46. Tenho diferentes maneiras de superar obstáculos que se apresentam para a obtenção de minhas metas.	0,3%	4,5%	38,6%	37,3%	19,3%
47. Minha família e vida pessoal são mais importantes para mim do que as datas de entregas de trabalho determinadas por mim mesmo.	5,1%	21,2%	35,7%	21,8%	16,2%
48. Encontro a maneira mais rápida de terminar os trabalhos, tanto em casa quanto no trabalho.	1,6%	10,6%	31,1%	34,2%	22,5%
49. Faço coisas que as outras pessoas consideram arriscadas.	5,7%	25,4%	33,4%	21,3%	14,2%
50. Preocupo-me tanto em alcançar minhas metas semanais quanto minhas metas anuais.	0,3%	16,7%	31,8%	33,4%	17,8%
51. Conto com várias fontes de informação ao procurar ajuda para a execução de tarefas e projetos.	0,0%	5,4%	28,3%	40,6%	25,7%
52. Se determinado método para enfrentar um problema não der certo, recorro a outro.	0,0%	1,9%	15,4%	46,9%	35,8%
53. Posso conseguir que pessoas com firmes convicções e opiniões mudem seu modo de pensar.	2,5%	16,7%	59,8%	18,1%	2,9%
54. Mantenho-me firme em minhas decisões, mesmo quando as outras pessoas se opõem energicamente.	1,3%	6,2%	33,4%	39,8%	19,3%
55. Quando desconheço algo, não hesito em admiti-lo.	3,8%	5,3%	28,9%	30,5%	31,5%

ANEXO A – Aprovação no Comitê de Ética

Título da Pesquisa: O PERFIL EMPREENDEDOR DOS DISCENTES DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALFENAS - UNIFAL - MG - CAMPUS AVANÇADO DE VARGINHA

Pesquisador Responsável: JUSSARA DE LIMA

Área
Temática:

Versão: 1

CAAE: 69728317.0.0000.5142

Submetido em: 13/06/2017

Instituição Proponente: UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALFENAS - UNIFAL-MG

Situação da Versão do Projeto: Aprovado

Localização atual da Versão do Projeto: Pesquisador Responsável

Patrocinador Principal:	Financiamento Próprio
-------------------------	-----------------------

Comprovante de Recepção:



PB_COMPROVANTE_RECEPCAO_942606



Apreciação	Pesquisador Responsável	Versão	Submissão	Modificação	Situação	Ações
PO	JUSSARA DE LIMA	1	13/06/2017	26/06/2017	Aprovado	

HISTÓRICO DE TRÂMITES

Apreciação	Data/Hora	Tipo Trâmite	Versão	Perfil	Origem	Destino
PO	26/06/2017 11:37:30	Parecer liberado	1	Coordenador	Universidade Federal de Alfenas	PESQUISADOR
PO	23/06/2017 14:39:39	Parecer do colegiado emitido	1	Coordenador	Universidade Federal de Alfenas	Universidade Federal de Alfenas
PO	23/06/2017 10:57:41	Parecer do relator emitido	1	Membro do CEP	Universidade Federal de Alfenas	Universidade Federal de Alfenas
PO	19/06/2017 15:40:34	Aceitação de Elaboração de Relatoria	1	Membro do CEP	Universidade Federal de Alfenas	Universidade Federal de Alfenas
PO	14/06/2017 09:57:21	Confirmação de Indicação de Relatoria	1	Coordenador	Universidade Federal de Alfenas	Universidade Federal de Alfenas
PO	14/06/2017 09:45:22	Indicação de Relatoria	1	Secretária	Universidade Federal de Alfenas	Universidade Federal de Alfenas
PO	14/06/2017 09:45:04	Aceitação do PP	1	Secretária	Universidade Federal de Alfenas	Universidade Federal de Alfenas
PO	13/06/2017 19:43:35	Submetido para avaliação do CEP	1	Pesquisador Principal	PESQUISADOR	Universidade Federal de Alfenas

LEGENDA:**(*) Apreciação**

PO = Projeto Original de Centro Coordenador	POp = Projeto Original de Centro Participante	POc = Projeto Original de Centro Coparticipante
E = Emenda de Centro Coordenador	Ep = Emenda de Centro Participante	Ec = Emenda de Centro Coparticipante
N = Notificação de Centro Coordenador	Np = Notificação de Centro Participante	Nc = Notificação de Centro Coparticipante

(*) Formação do CAAE