



RELISE

**A IDENTIFICAÇÃO DAS CARACTERÍSTICAS DO PERFIL  
EMPREENDEDOR DOS DISCENTES DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DE  
UMA INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR A PARTIR DE SUA  
AUTOAVALIAÇÃO<sup>1</sup>**

*Henrique Pereira da Silva<sup>2</sup>*

*Francisco Danrley da Silva Araújo<sup>3</sup>*

*Daniel Paiva Mendes<sup>4</sup>*

*Valter de Souza Pinho<sup>5</sup>*

**RESUMO**

O presente estudo objetivou identificar as características do comportamento empreendedor que compõem o perfil dos discentes do curso de Administração de Empresas de uma IES situada no Sertão Central do Estado do Ceará a partir de sua autoavaliação. A metodologia utilizada inclui uma pesquisa de campo com 178 discentes com a aplicação de questionário adaptado proposto por Dornelas (2009). A pesquisa tem caráter qualitativo e exploratório. Os resultados demonstraram um percentual significativo de discentes que possuem as características do comportamento empreendedor. Dentre as características elencadas, estão as mais dominantes: persistência em resolver problemas, necessidade de crescer, integridade e confiabilidade, entre outras. Com a análise do desempenho dos respondentes, pôde-se afirmar, entre outras coisas, que 62% possuem as características comuns aos empreendedores, não obstante aos 35% que possuem as mesmas características, mas que precisam melhorá-las com o equilíbrio de seus pontos fortes e fracos.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo; Perfil empreendedor; Comportamento.

**ABSTRACT**

This study aimed to identify the entrepreneurial behavior characteristics that make up the profile of the students in the course of Business Administration in a

<sup>1</sup> Recebido em 14/08/2018.

<sup>2</sup> Centro Universitário Católica de Quixadá. henriquesilva.adm@hotmail.com

<sup>3</sup> Centro Universitário Católica de Quixadá. danrley94@hotmail.com

<sup>4</sup> Centro Universitário Católica de Quixadá. daniel.pamendes@gmail.com

<sup>5</sup> Centro Universitário Católica de Quixadá. valterspinho@unicatolicaquixada.edu.br



RELISE

90

HEI located in the State of Ceará Central Hinterland from its self-assessment. The methodology includes a field research with 178 students with the application of adapted questionnaire proposed by Dornelas (2009). The research is qualitative and exploratory. The results showed a significant percentage of students who have the entrepreneurial behavior characteristics. Among the listed features, the most dominant are: persistence in solving problems, need to growup, integrity, and reliability, among others. With the analysis of the performance of the respondents could be argued, among other things, that 62% have the characteristics common to entrepreneurs, despite the 35% that have the same characteristics, but they need to improve them with the balance of their strong and weak points.

**Keywords:** Entrepreneurship; Entrepreneur profile; Behavior.

## INTRODUÇÃO

O presente estudo tem como principal objetivo identificar o perfil empreendedor dos discentes do curso de administração de uma IES com base na percepção de sua autoavaliação, tendo como embasamento teórico preambular o teste de perfil empreendedor de José Dornelas (2009). Em suma, o intuito deste trabalho consiste em apresentar um estudo que mostra algumas características comportamentais imprescindíveis que compõem o perfil empreendedor de um sujeito a partir da percepção de sua autoavaliação.

Bernardi (2012, p. 64) afirma que há um mito de que não é possível desenvolver o comportamento empreendedor; deve-se nascer empreendedor. E reitera afirmando que esses pressupostos não são verídicos, pois podemos tomar por base uma análise mais criteriosa dos vários empreendimentos existentes, independentemente de sua etapa evolutiva. Existem várias circunstâncias que dão fomento à criação de um empreendimento e conseqüentemente ao surgimento do empreendedor, que podem ou não estar relacionadas aos traços de personalidade.

Dornelas (2009, p. 19) define os empreendedores como “pessoas diferenciadas, que possuem motivação singular, apaixonados pelo que fazem não se contentam em ser mais um na multidão, querem ser reconhecidos e



RELISE

91

admirados, referenciadas e imitadas, querem deixar um legado”. Tachizawa e Faria (2004, p. 26) ratificam esse conceito ao mencionarem que “empreendedores são pessoas que fazem diferença, realizam, que fazem acontecer, que desenvolvem sua capacidade de superar limites”.

Em outro entendimento, Hisrich e Peters (2004, p. 29) reiteram que na maioria das definições de empreendedorismo, é bastante comum que o empreendedor reúna características comportamentais como, por exemplo, ter iniciativa, organizar e reorganizar procedimentos sociais e econômicos com o propósito de transformar os recursos e circunstâncias para seu provento, e conseqüentemente assumir os riscos e eventualidades do sucesso ou do insucesso.

Vale destacar que Dornelas (2005, 2009, 2012 p. 19-20) salienta que o papel do empreendedor sempre foi imprescindível perante a sociedade, sobretudo diante das mudanças verificadas no mundo a partir do século XX. O perfil empreendedor é bastante pleiteado nas empresas que enfrentam os desafios da competitividade organizacional no atual cenário globalizado (FARAH; CAVALCANTI; MARCONDES, 2008, p. 3).

Apresenta-se, na presente pesquisa, o objetivo principal de identificar quais são as características comportamentais que compõem o perfil empreendedor dos discentes do curso de Administração de uma instituição de ensino superior situada no interior do estado do Ceará, com vistas a identificar o comportamento empreendedor dos mesmos, a partir da percepção de sua autoavaliação, baseado no modelo proposto por Dornelas (2009).

O estudo tem como lacuna a identificação do conjunto de características comportamentais empreendedoras que constituem o perfil dos acadêmicos do curso de Administração de uma IES, caracterizando uma série de fatores condicionantes que possibilitam a partir da autoavaliação dos discentes, a identificação de seu perfil empreendedor. A partir dessa lacuna,



RELISE

92

centralizou-se o eixo deste estudo na identificação desses pressupostos necessários para a caracterização do comportamento empreendedor e a investigação dos atos que levam aos aspectos das características empreendedoras nos indivíduos pesquisados, assim como a confrontação entre os resultados obtidos com a aplicação dos questionários com os exigidos que condicionam se um sujeito é ou não um empreendedor, segundo a metodologia do autor. Diante do exposto tem-se que objetivo deste estudo consiste em identificar as características comportamentais empreendedoras dos discentes a partir de sua autoavaliação e posteriormente confrontá-las com o perfil empreendedor segundo Dornelas.

O presente estudo aborda inicialmente a revisão dos conceitos pertinentes ao empreendedorismo e das características comportamentais que compõem o perfil empreendedor de um sujeito. Está estruturado em cinco partes, incluindo esta introdução e o referencial teórico, seguindo dos procedimentos metodológicos, análise e discussão dos resultados e considerações finais.

## **REFERENCIAL TEÓRICO**

### *Empreendedorismo*

Na idade média, o termo empreendedor era empregado para definir “aquele que gerenciava grandes projetos de produção”, sob os quais não assumia grandes riscos, mas apenas a responsabilidade de administrar os projetos, fazendo o uso dos recursos disponíveis, que na maioria das vezes eram provenientes do governo do próprio país (DORNELAS, 2009, p. 29).

O grande precursor no tratamento dos conceitos em empreendedorismo foi o economista franco-irlandês Richard Cantillon (1755), seguido de Jean-Baptiste Say (1803) e mais adiante Vérin (1982) que explorou



RELISE

93

os primórdios e a evolução do termo *entrepreneur*, expondo que esta obteve suas definições atuais no século XVII (FARAH; CAVALCANTI; MARCONDES, 2008, p. 1).

De uma forma mais originária, o empreendedorismo pode ser definido como “uma livre tradução que se faz da palavra *entrepreneurship*” que em inglês significa empreendedorismo e que é empregado para constituir os estudos relacionados ao empreendedor, suas descrições, origens, comportamentos, perfil e seu universo de atuação (DOLABELA, 2008, p. 24); (MELO NETO; FROES, 2002, p. 6). Dentre as inúmeras definições do termo está “aquele que empreende, que organiza” (BOAVA, 2006, p. 33). Atualmente a expressão está relacionada às áreas de estudos pertinentes às manifestações associadas à ação empreendedora (RODRIGUES, 2007, p. 2).

O Empreendedorismo pode ser compreendido como sendo uma atividade executada por indivíduos específicos, se perfazendo através da identificação de oportunidades que sejam potencialmente valiosas no sentido de serem exploradas em termos práticos como um negócio, em suma, uma oportunidade que possa produzir lucros sustentáveis, observando as atividades envolvidas na exploração ou no desenvolvimento real dessa oportunidade (BARON, 2014, p. 06).

É definido como “o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades” (DORNELAS, 2012, p. 28) e também é compreendido como um campo de estudos que busca entender o surgimento das oportunidades para a criação de novos produtos ou serviços, nichos de mercado, processos de produção, formas de organização tecnológica existentes ou matérias-primas e como são descobertas por pessoas distintas, que usufruem dos mais diversos meios para explorá-las ou desenvolvê-las (BARON, 2014, p. 10).



RELISE

94

O Empreendedorismo exerce um papel fundamental no fomento dos negócios, assim como no crescimento e na prosperidade da economia das nações e regiões. Ele pode ser visto como uma política de intervencionismo do governo, da comunidade e das empresas, incentivando possibilidades de promoção do crescimento econômico e social locais (MELO NETO; FROES, 2002, p. 6) algo que influencia profundamente a economia (DRUCKER, 1984, 1986, p. 18-19) sendo o fator fundamental para o desenvolvimento econômico de um país (MALHEIROS; FERLA; CUNHA, 2005, p. 16) e uma das grandes bandeiras da sociedade pós-moderna (PAROLIN; VOLPATO, 2008, p. 213).

Os dados apresentados neste estudo fazem uma distribuição dos empreendedores segundo as suas características sociodemográficas, estimando que a proporção entre homens e mulheres seja praticamente a mesma: 51% e 49% entre os empreendedores iniciais (os nascentes e novos são considerados empreendedores iniciais) e os estabelecidos (proprietários de um negócio já consolidado e atuante por mais de 42 meses) os homens constituem quantidade maior do que as mulheres, sendo 56% e 44% respectivamente (GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, 2015, p. 14).

De uma forma geral, o estudo conclui que os brasileiros são propícios ao exercício da atividade empreendedora e têm uma perspectiva positiva acerca das pessoas que gerenciam negócios próprios, considerando o fato de que em 2015 entre 70% e 80% dos entrevistados acreditam que abrir um negócio seja uma alternativa almejável no âmbito da atividade empresarial, assim como ser dono de seu próprio negócio seja considerado como um dos maiores sonhos dos brasileiros (GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, 2015, p. 17).



RELISE

### *Perfil e comportamento empreendedor*

Existe nos conceitos bibliográficos concernentes ao empreendedorismo certa discordância entre os doutrinadores no que tange a delimitação exata do termo empreendedor, em função da amplitude de seu significado (FILION, 1999, p. 18). Nos dias de hoje, acredita-se que o empreendedor seja um “agente de mudanças”, “o motor da economia” (DOLABELA, 2008, p. 23) “alguém que imagina, desenvolve e realiza visões” (FILION, 2000).

Schumpeter (1959) aponta o empreendedor como um sujeito revolucionário que desempenha um papel transformador no dinamismo econômico. Desta forma, o autor incorpora o empreendedor ao “desenvolvimento econômico, à inovação e ao aproveitamento de oportunidades em negócios” (FARAH; CAVALCANTE; MARCONDES, 2008, p. 2) considerando que a “inovação é o instrumento específico dos empreendedores” (DRUCKER, 1984, 1986, p. 25) ao defini-los como os dirigentes do “processo de destruição criativa, sendo o impulso fundamental que aciona e mantém em marcha o motor capitalista”, que constrói constantemente novos produtos, métodos de produção, novos mercados, e que se sobrepõe de forma implacável aos antigos métodos (SCHUMPETER, 1959, 1984, p. 35).

David McClelland (1961, 1975) tratou das proposições comportamentalistas, onde pretendeu verificar os aspectos psicológicos que motivam o sujeito a ter estímulo para a realização de algo. Nesta perspectiva, o autor atribui ao sujeito empreendedor uma imposição de êxito, que o faz mover-se pelo desejo de poder e controle. Ao longo de seus estudos ressaltou a existência de uma série de características psicológicas e comportamentais que agem como grandes precursoras do comportamento empreendedor (MCCLELLAND 1961). O autor entende que as ações que derivam do comportamento do sujeito empreendedor podem ser originárias de um dos





RELISE

96

papéis que o indivíduo desempenha na sua vida social e reitera que o comportamento empreendedor teria de ser visto como “um dos motores do desenvolvimento econômico” (GIMENEZ; FERREIRA; RAMOS, 2008, p. 5).

Como destaque McClelland buscou ao longo de seus estudos a compreensão das características que compõem o perfil dos grandes empreendedores de sucesso, através da sua teoria das necessidades, sobretudo no que concerne aos aspectos relacionados à motivação para a realização de suas ações (MULLINS, 2008, p. 180). Em sua tese, McClelland afirma que a motivação concebe três necessidades imperantes: a necessidade de poder, de afiliação e a necessidade de realização (MCCLELLAND, 1972, p.201).

A necessidade de poder se perfaz através do desejo de impactar e controlar as outras pessoas, enquanto necessidade de afiliação consiste na vontade de estabelecer e condicionar relações interpessoais e a necessidade de realização representa a vontade de ser bem-sucedido (BARRACHO, 2007, p. 246).

Com base na proposição de que o êxito do sujeito empreendedor esteja diretamente relacionado ao desenvolvimento econômico em que o mesmo se insere, McClelland (1987, p. 32) afirma que não há maneira melhor de qualificar “a base para o rápido crescimento econômico do que incrementar dramaticamente o número de empreendedores ativos na sociedade”, e conclui afirmando que “eles representam um segmento pequeno da população, mas seu impacto é crucial, pois obtêm recursos para produzir bens e serviços, criar empregos e diminuir a dependência do governo” (MATIAS; MARTINS, 2000[...], p. 4 apud MCCLELLAND, 1961, 1975, 1987, p. 232).

Sendo assim, McClelland passou a ter uma percepção diferenciada dos empreendedores, com base nas premissas de suas particularidades comportamentais, com vistas a introduzir e contextualizar as suas





RELISE

97

características de forma mais aprofundada, possibilitando o desenvolvimento destas mesmas. Foram os seus estudos que impulsionaram o desenvolvimento de pesquisas relacionadas à identificação das principais características comportamentais presente nos empreendedores de maior sucesso (LENZI; VENTURA; DUTRA, 2005, p. 2).

Para tanto, McClelland (1961,1975) desenvolveu a teoria empreendedora em suas pesquisas, onde se observou os aspectos do comportamento empreendedor e os denominou de características do comportamento empreendedor (CCE). As características mais comuns encontradas nos respectivos empreendedores pesquisados foram: busca de informações, busca por oportunidades e iniciativa, comprometimento, correr riscos calculados, exigência de qualidade e eficiência, estabelecimento de metas, independência e autoconfiança, persuasão e rede de contatos, planejamento e monitoramento sistemático e persistência (SEBRAE NACIONAL, 2014).

Entende Dornelas (2009, p. 23-24) que o empreendedor de sucesso detém algumas características pessoais imprescindíveis que somadas aos aspectos sociológicos e ambientais podem resultar em idéias inovadoras. O empreendedor é um sujeito visionário, tomador de decisões que sabe explorar ao máximo as oportunidades; programa suas ações com total comprometimento, com determinação e dinamismo; é otimista, dedicado, tem senso de liderança e boa rede de contatos.

## **PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

O presente estudo tem uma abordagem qualitativa, pois tem como objetivo principal identificar o perfil empreendedor dos discentes através de questionário adaptado e estruturado no teste de perfil empreendedor proposto por Dornelas (2009) que permitiu apontar as características que compõem o



RELISE

98

comportamento empreendedor dos respondentes. Segundo Denzin e Lincoln (2006, p. 17) [...] a pesquisa qualitativa compreende o estudo do uso e a coleta de uma variedade de materiais empíricos, que envolvem o estudo de caso e entrevistas, “que descrevem momentos e significados rotineiros e problemáticos na vida dos indivíduos”.

O estudo tem natureza exploratória em função da coleta dos dados que se obteve por meio da aplicação de questionários com 178 discentes do curso de Administração de uma IES situada no interior do estado do Ceará. Os discentes foram abordados por ordem de classificação das turmas e seus respectivos períodos, sucessivamente, do primeiro até o oitavo e último semestre do curso, compreendendo assim toda a população alvo do presente estudo.

A aplicação das entrevistas com o auxílio dos questionários consistiu na principal forma de coleta dos dados. Thomas, Nelson e Silverman (2012, p. 292) afirmam que “o questionário e a entrevista são essencialmente a mesma coisa”, o que os diferencia é o método de questionamento, pois os questionários costumam ser respondidos de forma escrita, enquanto as entrevistas são conduzidas de forma oral.

Existem três principais razões para a prevalência do uso do questionário: “a possibilidade que ele oferece de abordar grande quantidade de assuntos e de variáveis e as facilidades de aplicação e de tabulação dos dados coletados” (ABBAD, et al, 2012, p. 32). Os dados foram analisados quantitativamente utilizando o método de análise do conteúdo. Vieira, et al, (2005, p. 99) entende que existem diversas formas de conceitualizar ou interpretar a análise de conteúdo, afirmando que “diversas definições acompanham perspectivas predominantemente qualitativas ou quantitativas de pesquisa”.



RELISE

99

## RESULTADOS E DISCUSSÕES

Os preceitos utilizados para a definição da amostra se constituíram com base na quantidade de discentes matriculados no curso de administração da IES cerne do presente trabalho. Os questionários foram aplicados na primeira quinzena do mês de maio do ano de 2016, todas durante o período da noite. A abordagem da pesquisa se deu pela classificação dos semestres do curso, que totalizam oito períodos.

O objetivo inicial era entrevistar o máximo de alunos possíveis. Inicialmente, a maior dificuldade encontrada em abranger toda a população pesquisada para realização das entrevistas foram os alunos faltosos, o que inevitavelmente acabou reduzindo um pouco a amostra, que foi composta de 178 alunos entrevistados, compreendendo todos os períodos do curso, sendo 94 respondentes do gênero feminino (53%) e 84 do gênero masculino (47%). A média da faixa etária é de 22 anos, com a idade do respondente mais novo sendo 17 anos e o mais velho 42 anos.

O instrumento utilizado para a coleta dos dados foi um questionário estruturado em duas partes, a primeira contendo 30 questões fechadas adaptadas do teste de perfil empreendedor de Dornelas (2009), e o segundo conteve perguntas pertinentes aos aspectos demográficos, como sexo, idade, empregabilidade, exercício de atividade empresarial, se o entrevistado pretende abrir um negócio, e por fim se o respondente se considera um sujeito empreendedor. As perguntas possibilitaram aos respondentes optarem por respostas que foram apresentadas por uma ordem de classificação, que segundo o pensamento de Thomas, Nelson e Silverman (2012, p. 296) a classificação das perguntas “força o entrevistado a situar as respostas em uma ordem de classificação de acordo com algum critério”.

Cada alternativa do questionário conteve cinco critérios de avaliação, acrescidos de uma nota individual, que permitiu uma nota final e a respectiva



RELISE

100

classificação dos respondentes com base na pontuação total obtida com o somatório das 30 perguntas, sendo (excelente = 5, bom = 4, regular = 3, fraco = 2 e insuficiente = 1) classificados por itens desenvolvidos em uma escala do tipo Likert, que segundo Thomas, Nelson e Silverman (2012, p. 296) “são um dos tipos mais comumente utilizados em questões fechadas”. Em meados de 1932, Likert apresentou uma escala de cinco pontos que contém um ponto médio para registrar a manifestação de uma situação intermediária, de desinteresse ou de invalidez (PEREIRA, 2004, p. 65).

Foram feitas algumas perguntas com vistas a identificar algumas características sociodemográficas da população pesquisada. No que concerne à empregabilidade, 102 respondentes afirmaram que trabalham atualmente, o que corresponde a 57% dos entrevistados contra (43%) que não trabalham, totalizando 76 respondentes. Foi indagado aos mesmos se eles exerciam atividade empresarial e obteve-se o seguinte resultado: 37% (67 respondentes) afirmaram que sim e 63% (111 respondentes) asseveraram que não exercem.

Posteriormente, interpelou-se aos entrevistados se os mesmos pretendem abrir um negócio e obteve-se o seguinte resultado: 135 (76%) afirmaram positivamente o desejo de empreender e 43 (24%) afirmaram que não pretendem abrir um negócio. Tal resultado corrobora com os dados quantitativos do GEM (2015) que afirmam que “entre 70% e 80% dos brasileiros concordam que abrir um negócio é uma opção desejável de carreira” (GEM, 2015, p. 17). Outro estudo realizado pela ENDEAVOR em parceria com o SEBRAE (2014) em mais de 70 universidades brasileiras com 5.000 discentes entrevistados afirmou que 57,9% dos pesquisados “podem ser considerados potenciais empreendedores” e que o interesse em empreender aumenta ao longo da vida acadêmica (ENDEAVOR, 2014, p. 12).

Por fim, foi questionado se os entrevistados se autodenominam sujeitos empreendedores, cujas respostas resultaram em um quantitativo significativo



RELISE

101

dos discentes que se autodenominam como empreendedores (121 respondentes) que diz respeito a 67% dos entrevistados, ao contrário dos 57 respondentes que não se consideraram empreendedores, que representam 33% do total de entrevistados.

Tabela 1 – Distribuição percentual dos discentes segundo características sociodemográficas

Item	Respondente	%
Feminino	94	53%
Masculino	84	47%
Quantos trabalham	101	57%
Não trabalham	77	43%
Exercem atividade empresarial	66	37%
Não exercem	112	63%
Pretende abrir um negócio	136	76%
Não pretende abrir um negócio	42	24%
Considera-se um empreendedor	120	67%
Não se considera um empreendedor	58	33%

Fonte: Dados da Pesquisa (2016).

Como resultados foram feitos julgamentos de valor baseados nos resultados obtidos com a aplicação dos questionários, permitindo que suas classificações fossem tomadas e analisadas quantitativamente. Com relação às características do comportamento empreendedor, podemos observar que as características mais predominantes entre os respondentes são: disciplina e dedicação; disposição ao sacrifício para atingir metas, persistência, minimizar os riscos, cabeça aberta, facilidade em se adaptar a novas situações, dirigido pela necessidade de crescer, iniciativa, transmite integridade e confiabilidade, é paciente e sabe ouvir.

Podemos observar que dentre as características mais dominantes, as que mais se destacam são a persistência em resolver problemas e dirigido pela necessidade de crescer, totalizando 155 de uma população de 178 respondentes, entre as alternativas excelente e bom, ambas representando 88% dos entrevistados. Transmite integridade e confiabilidades representaram 87% dos pesquisados.



RELISE

102

Disciplina/dedicação, cabeça aberta/pensador e ter iniciativa representaram 86% dos respondentes na escala excelente/bom. A característica é paciente e sabe ouvir alcançou o percentual de 85%, representando 150 discentes que afirmaram entre as escalas de excelente e bom. Disposição ao sacrifício em atingir metas alcançou o número de 143 respondentes entre as alternativas excelente e bom, constituindo o percentual de 81% dos declarados. E por fim as duas últimas características dentre as mais dominantes entre os pesquisados, ficaram as alternativas procura minimizar riscos e facilidade em se adaptar a novas situações, ambas com o percentual de 80% dos respondentes, no qual totalizou o número de 140 discentes optantes entre as alternativas excelente e bom.

Tabela 2 – As características mais predominantes do comportamento empreendedor dos entrevistados

<b>Características</b>	<b>Escala</b>	<b>Respondentes</b>	<b>%</b>
Disciplina e dedicação	Excelente/Bom	152	86%
Disposição ao sacrifício para atingir metas	Excelente/Bom	143	81%
Persistência em resolver problemas	Excelente/Bom	155	88%
Procura minimizar os riscos	Excelente/Bom	142	80%
Cabeça aberta, pensador	Excelente/Bom	153	86%
Facilidade em se adaptar a novas situações	Excelente/Bom	140	80%
Dirigido pela necessidade de crescer	Excelente/Bom	155	88%
Tem iniciativa	Excelente/Bom	152	86%
Transmite integridade e confiabilidade	Excelente/Bom	154	87%
É paciente e sabe ouvir	Excelente/Bom	150	85%

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Podemos associar os resultados obtidos com a pesquisa com as principais correntes que tratam das questões correlacionadas ao sujeito empreendedor, no caso dos economistas que associam o empreendedorismo a inovação e a necessidade de crescer; os comportamentalistas que abordam as concepções relacionadas à atitude, como ter iniciativa, paciência e facilidade na capacidade de adaptação às novas situações (LOPES, 2010, p. 68).

Posteriormente, foi feita uma análise de desempenho dos respondentes, com base na pontuação final obtida individualmente com as respostas do questionário, onde foi possível classificá-los em quatro categorias



RELISE

103

de pontuação. 120 a 150 pontos são as pessoas que detêm as características comuns aos empreendedores; 90 a 119 pontos são aqueles que possuem características empreendedoras, mas que precisam melhorá-las, equilibrando seus pontos fracos com seus pontos fortes.

Entre a pontuação que compreende 60 a 89 pontos estão as pessoas que ainda não são muito empreendedoras, e que na maioria das circunstâncias se comportam como um “fazedor” (DORNELAS, 2009). E por fim a pontuação mínima abaixo de 59 pontos, que consistem nos sujeitos que não são empreendedores e que dificilmente se tornarão em função da ausência de algumas características do comportamento empreendedor.

Por último temos os dados concernentes a classificação e pontuação final dos respondentes. Na alternativa que permite identificá-los como depositários das características do comportamento empreendedor, 110 discentes (o que corresponde a 62% dos entrevistados) obtiveram a pontuação máxima exigida para se encaixarem na categoria dos que possuem os atributos comuns aos empreendedores.

Em seguida temos a variável que classifica os entrevistados como detentores de muitas características empreendedoras, mas que precisam melhorá-las e contrabalanceá-las, com o percentual de (35%) que concerne ao total de 62 respondentes. E por fim temos os dois últimos enfoques que classificam os entrevistados entre os que ainda não são muito empreendedores (3%) do total, que diz respeito a apenas cinco entrevistados e por último e mais surpreendente, a classificação daqueles que não são empreendedores, que resultou em nenhum respondente (0%) de percentual dos entrevistados.

Lopes (2010, p. 69) entende que uma conduta empreendedora não deve ser compreendida isoladamente, visando uma única pessoa apenas, mas se faz imprescindível a abrangência do contexto cultural em que o mesmo esteja inserido. Neste mesmo raciocínio, Dolabela (2003, p. 24) conclui que “o





RELISE

104

espírito empreendedor é um potencial de qualquer ser humano e necessita de algumas condições indispensáveis para se materializar e produzir efeitos”.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A partir dos resultados até aqui apresentados, conclui-se que a maioria dos entrevistados possui algumas das características consideradas essenciais para o sujeito empreendedor, conforme proposto inicialmente por Dornelas (2009).

O objetivo do presente estudo foi identificar as principais características do comportamento empreendedor que compõem o perfil do público pesquisado. Os resultados obtidos com a pesquisa mostram quais são as características comportamentais mais dominantes que pautam as atitudes empreendedoras dos discentes, através da percepção da autoavaliação dos mesmos.

Tendo em vista o ambiente em que foram aplicados os questionários, sobretudo por tratar-se do âmbito acadêmico, a pesquisa dispõe de algumas limitações inerentes à aplicação da pesquisa empírica que foi realizada. Essas limitações giram em torno da diminuição da amostra, que se constatou através dos alunos que faltaram às aulas no dia em que foram aplicados os questionários junto ao público-alvo da pesquisa.

Com base nos resultados obtidos, podem ser feitas algumas considerações. Foi possível observar que 63% dos entrevistados já são donos do próprio negócio, e que dispõem de um perfil empreendedor expressivo, e quanto ao fato da maioria dos respondentes (67%) se autodenominarem empreendedores. Esses fatores explicam por si só a capacidade no potencial empreendedor dos pesquisados, demonstrando um nível de amadurecimento elevado em relação aos preceitos comportamentais empreendedores.



## RELISE

105

Por fim, sugere-se para pesquisas futuras a extensão de estudos relacionados ao perfil empreendedor dos discentes de outros cursos, tanto em instituições públicas quanto privadas, utilizando abordagens e métodos de pesquisa diferentes, através de combinações entre fontes de estudo e outros meios de pesquisa. Recomenda-se também que estudos deste gênero sejam direcionados para outros ângulos do meio acadêmico, envolvendo alunos ingressos e egressos nas instituições de ensino superior.

## REFERÊNCIAS

ABBAD, Gardênia da Silva, et al. **Medidas de Avaliação em Treinamento, Desenvolvimento e Educação**: Ferramentas para gestão de pessoas. Porto Alegre: Artmed, 2012.

BARON, Robert A. **Empreendedorismo**: uma visão do processo. São Paulo: Cengage Learning, 2014.

BARRACHO, C. J. B. S. **Estratégias de poder e autoridade em contextos sócio-políticos diferenciados**. 2007, 310 f. Tese (Doutorado) - Faculdade de Ciências Políticas e Sociais Santiago de Compostela, Universidade de Santiago de Compostela, Chile, 2016.

BERNARDI, Luiz Antonio. **Manual de Empreendedorismo e gestão**: Fundamentos, Estratégias e Dinâmicas. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

BOAVA, D. L. T. **Estudo sobre a dimensão ontológica do empreendedorismo**. Londrina, 2006, 203 f. Dissertação (Mestrado) - Universidade Estadual de Londrina, Londrina/PR, 2016.

DENZIN, Norman K.; LINCOLN, Yvonna S. **O planejamento da pesquisa qualitativa**: teorias e abordagens. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2006.

DOLABELA, F. **O segredo de Luísa**: Uma idéia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

\_\_\_\_\_. **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Ed Cultura, 1999.



RELISE

106

\_\_\_\_\_. **Pedagogia Empreendedora**. São Paulo: Editora de Cultura, 2003.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo corporativo**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

DRUCKER. P. F. **Inovação e espírito empreendedor(entrepreneurship)**: prática e princípios. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 1986.

\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios. 2° ed. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

ENDEAVOR BRASIL. **Empreendedorismo nas universidades brasileiras 2014**: Resultados Quantitativos. São Paulo: ENDEAVOR BRASIL; SEBRAE, 2014. Disponível em: . Acesso em: 29 mai. 2016.

FARAH, O. E.; CAVALCANTI, M.; MARCONDES, L. P. **Empreendedorismo Estratégico**: criação e gestão de pequenas empresas. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

FILION, L. J. Visão e relações: elementos para um metamodelo empreendedor. **Revista de Administração de Empresas Light**, vol. 7, n° 3, jul./set. 2000.

\_\_\_\_\_. Diferenças entre sistemas gerenciais de empreendedores e operadores de pequenos negócios. **RAE - Revista de Administração de Empresas**, vol. 39, n° 4. Out./Dez. São Paulo, 1999.

GIMENEZ, F. A. P.; FERREIRA, J. J.; RAMOS, S. C. **Configuração Empreendedora ou Configurações Empreendedoras? Indo um pouco além de Mintzberg**. Rio de Janeiro: EnANPAD, 2008.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil 2015**. Estados Unidos: GEM, 2015.

HISRICH, Robert D. **Empreendedorismo**. 9. ed. Porto Alegre: AMGH, 2014.

\_\_\_\_\_; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.



RELISE

107

LENZI, Fernando Cesar; VENTURI, James Luiz; DUTRA, Ivan de Souza. **Estudo comparativo das características e tipos de empreendedores em pequenas empresas.** Rio de Janeiro: Anpad, 2005. Disponível em: Acesso em 12 mai. 2016.

LOPES, Rose Mary A. **Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

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

MALHEIROS, R. C. C.; FERLA, L. A.; CUNHA, C. J. C. A. **Viagem ao mundo do empreendedorismo.** 2. ed. Florianópolis: IEA – Instituto de Estudos Avançados, 2005.

MELO NETO, F. P. de; GOES, C. **Empreendedorismo social: a transição para a sociedade sustentável.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

MATIAS, M. A.; MARTINS, G. A. **O legado de McClelland e a educação empreendedora em contabilidade.** In: CONGRESSO ANPCONT, 6., 2012, Florianópolis (SC). Anais... Florianópolis: ANPCONT, 2012.

MULLINS, L. J. **Gestão da Hospitalidade e Comportamento Organizacional.** 4. ed. São Paulo: Bookman, 2008.

PAIVA JR, F. G.; CORDEIRO, A. T. **Empreendedorismo e o espírito empreendedor: uma análise da evolução dos estudos na produção acadêmica brasileira.** Salvador: ENANPAD, 2002.

PAROLIN, H. R. S.; VOLPATO, M. **Faces do empreendedorismo inovador.** Curitiba: FIEP – Federação das Indústrias do Estado do Paraná, 2008.

PEREIRA, Júlio Cesar R. **Análise de dados qualitativos: Estratégias Metodológicas para as Ciências da Saúde, Humanas e Sociais.** 1. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2004.

RODRIGUES, M. T. **O Fenômeno do Empreendedorismo e as Teorias Organizacionais: Identificando a interseção Teórica dos Domínios.** Rio de Janeiro: EnANPAD, 2007.



RELISE

108

SEBRAE NACIONAL. **Conheça as características empreendedoras desenvolvidas no Empretec**. Brasília: SEBRAE, [20--?]. Disponível em: . Acesso em: 26 mai. 2016.

SCHUMPETER, J. **Managers and entrepreneurs: a usefull distinction**. Administrative Science Quaterly, 1959.

THOMAS, J. R.; Nelson, Jack K.; SILVERMAN, Sthepen J. **Métodos de pesquisa em atividade física**. 6. ed. Porto Alegre: Artmed, 2012.

TACHIZAWA, T.; FARIA, M. S. **Criação de novos negócios: gestão de micro e pequenas empresas**. 2. ed. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2004.

VIEIRA, Marcelo Milano Falcão, et al. **Pesquisa Qualitativa em Administração: teoria e prática**. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2005.