



CENTRO DE ESTUDOS SUPERIORES FACULDADE DE ITAITUBA - LTDA

FACULDADE DE ITAITUBA – FAI

CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

MARIA ANÁLIA SOUSA SALES

**O PERFIL EMPREENDEDOR DOS ACADÊMICOS DO CURSO DE
ADMINISTRAÇÃO DA FACULDADE DE ITAITUBA – FAI: Olhares de
concluintes**

Itaituba - PA

2018

MARIA ANÁLIA SOUSA SALES

**O PERFIL EMPREENDEDOR DOS ACADÊMICOS DO CURSO DE
ADMINISTRAÇÃO DA FACULDADE DE ITAITUBA – FAI: Olhares de
concluintes**

Trabalho apresentado como requisito de conclusão de curso à Faculdade de Itaituba – FAI, para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientadora: Profª. Me. Elisete Batista da Silva Medeiros.

Itaituba - PA

2018

SALES, Maria Anália Sousa.

O Perfil Empreendedor dos acadêmicos do curso de Administração da Faculdade de Itaituba – FAI: Olhares de concluintes/ Maria Anália Sousa Sales. Itaituba: FAI, 2018.

95 Folhas.

Orientadora: Elisete Batista da Silva Medeiros, Me.

Trabalho de Conclusão de Curso do Curso de Bacharel em Administração,
- Faculdade de Itaituba - FAI, 2018.

1. Empreendedorismo. 2. Perfil Empreendedor. I. Medeiros, Elisete Batista da Silva. II. Faculdade de Itaituba. Itaituba, BR-PA, 2018.

MARIA ANÁLIA SOUSA SALES

**O PERFIL EMPREENDEDOR DOS ACADÊMICOS DO CURSO DE
ADMINISTRAÇÃO DA FACULDADE DE ITAITUBA – FAI: Olhares de
concluintes**

Trabalho apresentado como requisito de
conclusão de curso à Faculdade de Itaituba –
FAI, para obtenção do título de Bacharel em
Administração.

Orientadora: Prof^a. Me. Elisete Batista da Silva
Medeiros.

BANCA EXAMINADORA

Presidente: _____ Nota: _____

Prof.º Francisco Cláudio de Sousa Silva, Dr.

Orientadora: _____ Nota: _____

Prof.^a Elisete Batista da Silva Medeiros, Me.

Avaliador (a): _____ Nota: _____

Profº Zenilton Medeiros, Esp.

Resultado: _____ Média: _____

Itaituba-PA, 29 de Março de 2018.

Dedico este trabalho primeiramente a Deus, por todo o apoio e força durante esta longa jornada, a minha mãe Maria do Amparo e aos meus tios Maria do Socorro e Raimundo Nonato, os quais sempre estiveram ao meu lado me oferecendo incentivos para continuar.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, que me deu forças, saúde, sabedoria e auxílio para conquistar o nível superior em Bacharelado em Administração.

À minha família que contribuíram para que eu conquistasse a tão sonhada conclusão de mais esta etapa em minha vida.

Aos meus companheiros de estudo Aníbal, Andrielly, Derdson, Flávio e Talvane, pois sempre nos ajudamos para que terminássemos esta graduação com êxito, assim também agradeço a todos os professores que serviram de base para o cumprimento desta etapa.

À minha orientadora, Elisete Batista da Silva Medeiros, Me., por sua paciência, dedicação, carinho e disponibilidade que prestou como orientadora e parceira durante a construção deste Trabalho de Conclusão de Curso, contribuindo de forma excepcional para minha formação profissional.

E à Faculdade de Itaituba pela oportunidade ofertada, em especial agradeço a Karen, secretária e professora na Faculdade de Itaituba, a mesma sempre foi muito carinhosa e atenciosa como pessoa e excelente profissional, oferecendo apoio durante a trajetória do curso, e ao Diretor da Instituição, o Professor Abel Huyapuan de Sá Almeida, o qual sempre foi muito atencioso e prestativo possibilitando meu ingresso no curso e oferecendo apoio para continuar mesmo diante das adversidades.

“A verdadeira medida de um homem não é como ele se comporta em momentos de conforto e de conveniência, mas como ele se mantém em tempos de controvérsia e desafio (Martin Luther King Jr.)”.

RESUMO

O empreendedorismo vem sendo bastante enfatizado nos dias atuais, por estar profundamente relacionado ao desenvolvimento econômico e social da sociedade, é uma área que vem crescendo e abrindo um leque de oportunidades para que as pessoas possam empreender. O conhecimento é a base do empreendedorismo, portanto, para que ser um empreendedor é preciso bem mais do que a vontade e um ambiente propício, é necessário ter um comportamento único, com características capazes de formar um perfil empreendedor, e principalmente deve buscar sempre os conhecimentos necessários e qualificados para obter sucesso na prática. As instituições de Ensino Superior possuem um papel fundamental na formação profissional dos acadêmicos, e o curso de Administração oferece oportunidades de conhecimentos que possibilitam e motivam a prática empreendedora. O objetivo deste trabalho é analisar o perfil empreendedor dos acadêmicos concluintes do curso de Administração da Instituição de Ensino Superior Faculdade de Itaituba, à fim de demonstrar as características empreendedoras presentes nestes acadêmicos, se o curso pode contribuir para o desenvolvimento deles como empreendedores e de que forma. Para elaboração deste estudo, utilizou-se uma abordagem qualitativa e quantitativa, por meio de pesquisas bibliográficas e de campo, de caráter descritivo, visando a coleta e tratamento dos dados de forma adequada, bem como a descrição dos resultados obtidos de forma clara e objetiva. A pesquisa foi aplicada no ambiente da Faculdade de Itaituba, e os sujeitos da pesquisa foram os acadêmicos concluintes do curso de Bacharelado em Administração da Instituição no ano de 2017. Os resultados obtidos com relação aos objetivos desta pesquisa, foram de que os acadêmicos possuem um perfil empreendedor, com características relevantes para um desenvolvimento profissional de excelência, mas que algumas características podem ser trabalhadas para o aprimoramento desse perfil por meio da busca do conhecimento contínuo e de qualidade.

Palavras-Chaves: Empreendedorismo. Perfil Empreendedor. Conhecimento. Administração.

ABSTRACT

Entrepreneurship has been strongly emphasized nowadays, because it is deeply related to the economic and social development of society, it is an area that is growing and opening a range of opportunities for people to undertake. Knowledge is the basis of entrepreneurship, so that being an entrepreneur takes more than the will and a favorable environment, it is necessary to have a unique behavior, with characteristics capable of forming an entrepreneurial profile, and especially should always seek the knowledge necessary to succeed in practice. Higher education institutions have a fundamental role in the professional training of academics, and the Administration course offers opportunities of knowledge that enable and motivate the entrepreneurial practice. The objective of this work is to analyze the entrepreneurial profile of the graduating students of the Administration course of the Institution of Higher Education Faculty of Itaituba, in order to demonstrate the entrepreneurial characteristics present in these academics, if the course can contribute to their development as entrepreneurs and that form. For the preparation of this study, a qualitative and quantitative approach was used, through bibliographical and field research, of descriptive character, aiming at the collection and treatment of the data in an appropriate way, as well as the description of the results obtained in a clear and objective way. The research was applied in the environment of the Faculty of Itaituba, and the subjects of the research were the graduating students of the Bachelor's degree in Administration of the Institution in the year 2017. The results obtained in relation to the objectives of this research were that the academics have a entrepreneurial profile, with characteristics relevant to a professional development of excellence, but that some characteristics can be worked for the improvement of this profile through the search for continuous knowledge and quality.

Keywords: Entrepreneurship. Profile Entrepreneur. Knowledge. Administration.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Gênero dos acadêmicos.....	61
Gráfico 2 – Faixa etária dos Acadêmicos.....	62
Gráfico 3 – Percepção dos acadêmicos sobre a contribuição do curso de Administração para o desenvolvimento de um comportamento empreendedor.....	76
Gráfico 4 – Pontuação dos acadêmicos no teste de perfil relacionado a ambiente, atitudes e conhecimentos práticos.....	80
Gráfico 5 - Pontuação dos acadêmicos no teste de perfil relacionado as competências gerenciais.....	82

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Características dos empreendedores de sucesso.....	42
Quadro 2 - Áreas de Competências e Focos Comportamentais.....	44
Quadro 3 - Dimensões da Competência e Definições.....	45
Quadro 4 – Percepção dos acadêmicos sobre a contribuição do curso para o desenvolvimento de um perfil empreendedor.....	77

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Gênero dos acadêmicos.....	61
Tabela 2 - Faixa etária dos Acadêmicos.....	62
Tabela 3 – Autoavaliação dos acadêmicos sobre as características relacionadas ao Comprometimento e Determinação.....	64
Tabela 4 – Autoavaliação dos acadêmicos sobre as características relacionadas a obsessão pelas oportunidades.....	65
Tabela 5 – Autoavaliação sobre as características relacionadas a tolerância à riscos, ambiguidades e incertezas.....	67
Tabela 6 – Autoavaliação sobre as características relacionadas a Criatividade, autoconfiança e habilidade de adaptação.....	68
Tabela 7 – Autoavaliação sobre as características relacionadas a Motivação e Superação.....	69
Tabela 8 – Autoavaliação sobre competências gerenciais relacionadas ao Marketing.....	71
Tabela 9 – Autoavaliação sobre competências gerenciais relacionadas a Produção e Operação.....	72
Tabela 10 – Autoavaliação sobre competências gerenciais relacionadas a Finanças.....	73
Tabela 11 – Autoavaliação dos acadêmicos sobre competências gerenciais relacionadas a Administração.....	74
Tabela 12 – Autoavaliação sobre competências gerenciais relacionadas ao Relacionamento Interpessoal.....	75

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
1 EMPREENDEDORISMO	14
1.1 BREVE HISTÓRICO	14
1.2 CONCEITUAÇÃO	18
1.3 EMPREENDEDORISMO CORPORATIVO	23
1.4 PROCESSO EMPREENDEDOR	26
1.5 EMPREENDEDORISMO E ADMINISTRAÇÃO	29
2 PERFIL EMPREENDEDOR	33
2.1 CARACTERÍSTICAS, COMPETÊNCIAS E HABILIDADES DO EMPREENDEDOR	36
2.2 TIPOS DE EMPREENDEDORES	48
2.3 CONTEXTO PARA EMPREENDER	52
3 O PERFIL EMPREENDEDOR DOS ACADÊMICOS DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA FACULDADE DE ITAITUBA – FAI: Olhares de concluintes	59
3.1 METODOLOGIA	59
3.2 LEVANTAMENTO E ANÁLISE DA PESQUISA	60
3.2.1 Perfil dos entrevistados	61
3.2.2 Análise das características empreendedoras comuns dos acadêmicos	63
3.2.3 Análise das competências gerenciais com relação as habilidades empreendedoras	70
3.2.4 Análise do conceito dos Acadêmicos em relação a contribuição do curso para seu desenvolvimento empreendedor	76
3.2.5 Síntese do Perfil Empreendedor analisado	79
CONCLUSÃO	84
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	86
APÊNDICE	91

INTRODUÇÃO

O Empreendedorismo é uma área que vem se desenvolvendo e trazendo muitos resultados positivos ao Brasil, visto que o país tem incentivado a prática do empreendedorismo, muitos tem buscado desenvolver um perfil empreendedor com base em características que venham a garantir o sucesso do empreendimento ou futuro negócio. O ato de empreender têm garantido o sucesso para muitos, e o principal alicerce para desenvolvimento da prática empreendedora é o conhecimento educacional adquirido durante a formação profissional.

Neste contexto o presente estudo tem como objetivo analisar o perfil empreendedor dos acadêmicos concluintes do curso de Administração da Faculdade de Itaituba - FAI, com base nas possíveis características empreendedoras destes acadêmicos e em como o curso pode contribuir para a formação ou desenvolvimento destes.

A problemática analisada foi: Os acadêmicos concluintes do curso de Administração da Faculdade de Itaituba demonstram possuírem um perfil empreendedor? Quais avaliações os acadêmicos concluintes de Administração fazem sobre a formação que obtiveram voltadas ao empreendedorismo?

Considera-se este estudo de suma importância, pois após a conclusão de um curso de ensino superior, espera-se que o acadêmico tenha alcançado conhecimento satisfatório para o exercício de sua profissão. No caso do profissional de administração, é próprio de sua formação adquirir conhecimentos voltados ao empreendedorismo. Diante disso, tem-se o interesse de verificar junto aos acadêmicos de administração da Instituição citada, se os mesmos adquiriram conhecimentos satisfatórios capazes de impulsioná-los à prática do empreendedorismo.

Foi realizado um amplo estudo bibliográfico com diversos autores, entre estes, destacam-se: Dornelas (2015); Baron e Shane (2014); Chiavenato (2012); Drucker (2014); Leite (2012); Maximiano (2012); Hisrich *et al.* (2014); Peixoto Filho (2011), entre outros que abordam, com extrema clareza a área de Empreendedorismo.

O trabalho está estruturado em três capítulos: O primeiro faz uma abordagem histórica, descrevendo sobre as definições e evoluções do Empreendedorismo, além do passo-à-passo do Processo Empreendedor, Empreendedorismo Corporativo, e a relação de Empreendedorismo e Administração.

O segundo capítulo enfatiza o perfil empreendedor, as características, habilidades e competências do empreendedor comumente tratadas pela literatura, bem como, os tipos de empreendedores e o contexto para se empreender.

O terceiro capítulo demonstra a interpretação e análise dos dados investigados por meio de pesquisa de campo, através de questionários com questões objetivas e uma subjetiva, aplicados aos acadêmicos concluintes do curso de Administração da IES Faculdade de Itaituba - FAI.

E por fim a conclusão, que faz uma síntese dos resultados obtidos com a realização deste estudo. A mesma esclarece se os objetivos da pesquisa foram alcançados e se foi possível responder através deste estudo os questionamentos levantados durante a problemática e que serviram de base para a realização do presente trabalho.

1 EMPREENDEDORISMO

1.1 BREVE HISTÓRICO

O empreendedorismo é um tema em ênfase nos dias atuais, e que vem sendo muito incentivado, haja vista sua importância no cenário econômico e social. Empreendedores são tão antigos quanto ao que se imagina, de acordo com Morales (2008), eles existem desde o início da história da humanidade, entretanto o interesse em se buscar conhecer esses indivíduos ainda é muito recente.

Os primeiros relatos sobre o empreendedorismo surgiram a partir do século XVII, onde este estava relacionado estritamente ao desenvolvimento econômico, tanto que os primeiros estudiosos a conceituar o empreendedorismo eram economistas, que compreendiam o tema como fator fundamental para o progresso da economia. Segundo esses economistas, empreendedores eram capazes de causar impactos positivos ao desenvolvimento econômico, por serem pessoas ousadas e capazes de assumir riscos (MORALES, 2008; CARVALHO, 2010).

A palavra “empreendedor” teve origem do termo francês *entrepreneur*, que na Idade Média era utilizado apenas para definir aqueles que gerenciavam grandes projetos de produção e operação, mas que não se comprometiam com qualquer tipo de risco (CARVALHO, 2010).

A partir do XVI, o termo era utilizado para definir pessoas que coordenavam operações militares como Cunningham e Lischeron (1991, p. 50) *apud* Morales (2008, p.9) relatam:

No início do século XVI, os empreendedores eram definidos como franceses que se encarregavam de liderar expedições militares. O termo foi estendido por volta de 1700, incluindo contratistas que se encarregavam de construções para os militares: estradas, pontes, portos, fortificações e coisas pelo estilo. Na mesma época, economistas usaram a palavra para descrever pessoas que corriam riscos e suportavam incertezas a fim de realizar inovações.

Assim, de acordo com os autores, no início do século XVI, o empreendedor era visto como alguém capaz de liderar e posteriormente no início do século XVII tomou características também como realizador de grandes construções e por seguinte alguém capaz de correr riscos e atuar em situações de incertezas e ainda o realizador de inovações.

Segundo Carvalho (2010), a palavra “empreendedor” surgiu para identificar pessoas ousadas que se diferenciavam e estimulavam o desenvolvimento econômico, e que foi somente a partir do século XVII, que surgiram os primeiros indícios de relação entre o ato de assumir riscos e o empreendedorismo, onde o empreendedor era aquele que assumia os riscos de uma negociação, nesse caso, o empreendedor estabelecia uma relação comercial com o governo negociando a prestação de serviços ou o fornecimento de produtos.

De acordo com Chiavenato (2012), em 1725 o economista Richard Cantillon utilizou o termo empreendedor (derivado da palavra francesa *entrepreneur*) pela primeira vez, definindo-o como um indivíduo que assume riscos.

Carvalho (2010) afirma que Richard Cantillon foi o primeiro a diferenciar o indivíduo empreendedor do capitalista, pois segundo ele o empreendedor era aquele capaz de assumir riscos de uma negociação e o capitalista era somente aquele que fornecia o capital. Para chegar a essa conclusão Cantillon observava as relações de comércio da época, principalmente as negociações de compra e venda, onde se comprava por um preço pré-fixado e se vendia a um preço incerto. Segundo o economista, quem realizava esse tipo de operação era caracterizado como empreendedor, pois assumia os riscos do capital investido na operação.

Em 1814, outro economista, dessa vez o francês Jean-Baptiste Say (1767-1832) definiu o empreendedor como aquele capaz de transferir recursos econômicos de um setor de produtividade baixa para um outro com uma produtividade maior, enfatizava ainda a importância desse empreendedor para o bom funcionamento do sistema econômico (CHIAVENATO, 2012).

Peter Drucker (2014), afirma que esse empreendedor definido por Jean-Baptiste Say, seria aquele responsável por reunir todos os fatores relacionados a produção e descobrir no valor dos produtos a reorganização da totalidade do capital empregado por ele, o valor dos salários, juros, aluguel e os lucros obtidos. Já em 1871, o economista Carl Menger, definiu o empreendedor como aquele capaz de antecipar necessidades futuras.

Do final do século XIX ao início do século XX os empreendedores ainda eram muito confundidos com administradores, ou seja, analisados do ponto de vista econômico, esses indivíduos eram tidos como aqueles que organizam a empresa, realizam o pagamento dos salários, planejam, dirigem e controlam as ações dentro da

organização, mas sempre a serviço do capitalista, fato que ainda é muito confundido até hoje (DRUCKER, 2014).

Em 1949, o economista austríaco Ludwig Von Mises relacionava diretamente o empreendedorismo a tomada de decisão, já o economista Friedrich von Hayek (1959) afirmava que o empreendedorismo não envolvia tão somente o fato de ter que assumir riscos, mas que o mesmo conduz a um processo de descoberta das condições produtivas e das oportunidades de mercado por parte dos próprios fatores sociais, ou seja, aquele que tem ideias ou reconhece uma oportunidade em meio aos eventos externos (CHIAVENATO, 2012).

Chiavenato (2012), cita ainda Joseph Schumpeter, outro economista austríaco, que enfatizava que o empreendedor seria alguém que deseja e é capaz de transformar uma nova ideia ou invenção em algo novo e bem-sucedido, utilizando-se como fator principal a “destruição criativa”, ou seja, o ato de introduzir algo novo em substituição ao que já era utilizado. Segundo o autor, na visão de Schumpeter a destruição criativa poderia ser sintetizada na prática de criar novas organizações ou de revitalizar organizações maduras, particularmente novos negócios em resposta a oportunidades identificadas.

Entretanto, Schumpeter não utilizava especificamente o termo *empreendedor*, mas sim *empresário*, classificado como um dos fatores principais para o desenvolvimento econômico, associados a combinação dos meios de produção e crédito. O economista defendia uma diferenciação entre esse *empresário* e os capitalistas, onde o *empresário* seria o responsável pelas novas combinações produtivas e que os capitalistas seriam apenas os donos do capital (MORALES, 2008).

Para Carvalho (2010), o economista Joseph Schumpeter, defendia o empreendedor como alguém que fosse criativo e que conseguiria atingir o sucesso por meio de inovações, ou seja, associando assim o empreendedorismo ao ato de inovar. O autor afirma ainda que, essas primeiras percepções sobre a importância do empreendedorismo se deram a partir do interesse que esses economistas, Joseph Schumpeter, Richard Cantillon e Jean-Baptiste Say tinham em compreender o papel do empreendedor e seu impacto no progresso econômico.

Dessa forma, as origens do empreendedorismo se deram a partir das reflexões desses pensadores econômicos, que defendiam o liberalismo econômico, segundo eles as ações da economia eram refletidas pelas forças livres do mercado e da concorrência. O empreendedorismo tem sido visto como um fator importante capaz

direcionar a inovação e promover o desenvolvimento econômico (REYNOLDS, 1997; SCHUMPETER, 1934 *apud* CHIAVENATO, 2007).

Segundo Leite (2012, p.5), “indivíduos com visão, dispostos a arriscar seu próprio dinheiro e o de outros investidores em novos produtos, são o motor que combina capital humano e físico, estimulando o crescimento econômico e o progresso”.

Leite (2012), menciona ainda que, desde o início da teoria econômica de Adam Smith até pouco tempo, o desenvolvimento das nações era relacionado basicamente a mão de obra barata, matéria-prima e capital disponível. Atualmente, esse desenvolvimento é relacionado também aos recursos tecnológicos e ao empreendedorismo. O autor relaciona o desenvolvimento econômico ao progresso tecnológico e o empreendedorismo, onde o empreendedor acompanha esse avanço tecnológico desenvolvendo ideias e identificando oportunidades inovadoras a partir dele, causando assim um impacto positivo no desenvolvimento econômico.

Dornelas (2008), afirma que nos encontramos na era do empreendedorismo, onde são os empreendedores que estão eliminando as barreiras comerciais e culturais, atuando como agentes de transformação e impulsionadores econômicos, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando assim, novas relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riqueza para sociedade.

Entende-se desde as primeiras noções do termo empreender, que este esteve diretamente relacionado ao ato, realização, e o empreendedorismo de fato é isso, criar, realizar e pôr em prática algo inovador e diferente, e sobretudo, conduzir seu negócio ao sucesso.

O empreendedorismo vem sendo apresentado como uma área muito importante, de interesse econômico e social, baseado na ideia de que o fenômeno agrega valor à sociedade e desempenha um papel fundamental para o progresso econômico, muito se vem incentivando o desenvolvimento práticas voltadas ao mesmo (DORNELAS, 2008).

Todo o desenvolvimento desse fenômeno que é o empreendedorismo, de acordo com Carvalho (2010), tem motivado cada vez mais novos estudos relacionados ao tema, a fim de compreender esse processo e o comportamento desses indivíduos que promovem e desenvolvem o empreendedorismo.

1.2 CONCEITUAÇÃO

Baron e Shane (2014, p. 06), enfatizam que não existe atualmente um consenso sobre a definição exata do empreendedorismo como área de negócios ou como uma atividade em que as pessoas se envolvam, mas menciona a definição de Shane e Venkataraman (2000), como umas das mais aceitas:

O empreendedorismo como área de negócios busca entender como surgem as oportunidades para criar *algo novo* (novos produtos ou serviços, novos mercados, novos processos de produção ou matérias primas, novas formas de organizar as tecnologias existentes) como são *descobertas* ou criadas por *indivíduos específicos* que, a seguir, usam meios diversos para *explorar* ou *desenvolver* essas coisas novas, produzindo assim uma ampla gama de *efeitos*.

Baron e Shane (2014) *apud* Shane e Venkataraman (2000), tratam o empreendedorismo como uma atividade executada por indivíduos específicos e que envolvem ações essenciais como, saber identificar as oportunidades e as atividades envolvidas na exploração ou no desenvolvimento real destas. Os autores ainda citam que, a essência do empreendedorismo não está atrelada somente ao fato de identificar as oportunidades, criar ou desenvolver algo novo, mas também a capacidade de saber como guiar o seu negócio ao sucesso, torna-lo sustentável e fazê-lo prosperar, ou seja, saber como administra-lo.

O empreendedorismo está associado ao ato, de criar, inovar, reinventar, ter uma boa ideia ou reconhecer uma oportunidade, e ser capaz de assumir os riscos de colocá-la em prática. O indivíduo empreendedor estabelece para si metas, e é capaz de se pôr à frente dos obstáculos para alcançá-la, mas principalmente o empreendedor é potencialmente capaz de administrar a sua ideia, e torna-la um negócio lucrativo. O empreendedorismo é essencialmente necessário nas sociedades, considerando que através dele indivíduos ou grupo de indivíduos buscam a inovações e mudanças, preocupando-se em transformar conhecimentos em novos produtos (BARON; SHANE, 2014).

Para Hisrich *et al.* (2014), o empreendedorismo tem uma função importante na criação e no crescimento dos negócios assim como no crescimento e na prosperidade de nações e regiões. Segundo o autor as ações empreendedoras começam no ponto em que uma oportunidade lucrativa encontra o indivíduo empreendedor.

Pode-se compreender que o empreendedorismo está fortemente relacionado com a inovação, pois o direcionamento adequado deste pode gerar riquezas através de novos produtos, novos mercados, novos métodos de produção, novas formas de organização. As ações empreendedoras podem ser desenvolvidas tanto em um novo negócio, quanto em negócios já existentes, depende apenas do indivíduo identificar uma oportunidade dentro ou para aquele ambiente, e saber como desenvolvê-la de modo a tornar o negócio lucrativo. Sendo assim, o empreendedor tem um papel fundamental em fazer com que o empreendedorismo resulte em lucro para a organização e agregue valor para o cliente (HISRICH *et al.*, 2014).

Bruce (1976) *apud* Morales (2008), propõe que empreendedores são pessoas que tomam decisões capazes de determinar o futuro de uma empresa, dessa forma, o empreendedor também é aquele que desempenha ações transformadoras dentro de um ambiente organizacional do qual não necessariamente precisa ser proprietário.

Na conceituação de Dornelas (2015), o empreendedorismo seria o envolvimento de pessoas e processos, onde esse envolvimento resultaria na transformação de ideias em oportunidades, estas se bem implementadas pelo empreendedor levaria a criação de um negócio de sucesso. Já para Leite (2012), o empreendedorismo é o próprio espírito empreendedor, a qualidade ou atividade do empreendedor, ou seja, ele é caracterizado pelo comportamento e a prática de ações empreendedoras.

Liversay (1982) *apud* Morales (2008), afirma que por muito tempo o termo empreendedor esteve associado ao homem de negócios bem-sucedido, ou seja, empreendedor era aquele que obtinha sucesso no seu negócio e era motivado por questões financeiras, reconhecimento perante a sociedade e estima, salienta ainda que todas as definições do termo até então, eram relacionadas a propriedade do negócio e o empreendedorismo.

O empreendedorismo segundo Chiavenato (2012), se caracteriza pela prática de criar novos negócios ou revitalizar negócios já existentes. Baseado nessa definição o autor esclarece que seria essa a razão da atividade do empreendedor estar associada a incertezas, principalmente quando o seu empreendimento realmente é algo novo ou envolve um mercado ainda inexistente.

Assumir os riscos de um empreendimento é extremamente complicado, no entanto, o empreendedorismo exige que assim seja, afinal de contas empreender é identificar oportunidades e desenvolver meios de aproveitá-las, assumindo riscos e

desafios. Tanto em novos negócios, quanto em negócios já existentes, é necessário saber lidar com as incertezas e ser capaz de resolver problemas e atuar de maneira equilibrada em ambientes hostis.

O conceito de empreendedorismo tem se intensificado no Brasil desde a década de 1990. Desde então, há uma crescente preocupação com a criação de pequenas empresas e a durabilidade destas no mercado, por esse motivo o empreendedorismo tem recebido uma atenção especial por parte do governo e entidades de classe. Nos últimos anos, após várias tentativas de estabilização econômica e da imposição advinda da globalização, muitas empresas brasileiras de todos os tamanhos e setores tiveram de se modernizar, começando a se preocupar com a busca por alternativas para aumentar a competitividade, reduzir custos e manter-se no mercado. Evidência de que o empreendedorismo tem um importante papel no desenvolvimento econômico (DORNELAS, 2015; CHIAVENATO, 2012; CARVALHO, 2010).

Segundo Chiavenato (2012), o empreendedorismo de alguma forma exerce influência no desenvolvimento econômico, considerando que cada novo empreendedor está sempre trazendo mudanças e inovações. Dornelas (2015), explica que este é um grande aliado no desenvolvimento econômico pois oferece suporte à maioria das inovações que tem provido esse desenvolvimento. De acordo com o autor, as nações desenvolvidas têm focado esforços nas iniciativas empreendedoras oferecendo-lhes um apoio especial, justamente pelo fato desses empreendimentos servirem como base para o desenvolvimento econômico e a geração de emprego e renda.

Morales (2008, p. 8), conceitua o empreendedorismo como área de estudo da seguinte forma:

Empreendedorismo é um neologismo derivado da palavra empreendedor, sendo utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades e seu campo de atuação. Atualmente o empreendedorismo é visto como um ramo da Administração de empresas, e no Primeiro Mundo, as escolas de administração costumam ter um setor, grupo ou área de pesquisa em empreendedorismo.

Sendo assim, para Morales (2008), o empreendedorismo como área de estudos, busca estudar e compreender o processo e comportamento empreendedor, como se desenvolve esse processo, quem são esses indivíduos empreendedores, o

que realizam e de que forma. Baseado nisso esse campo tem se expandido e vem sendo desenvolvido a fim de melhor compreender esse processo através de pesquisas na área do empreendedorismo.

Segundo Peixoto Filho (2011), para que se possa compreender melhor o empreendedorismo é necessário que se veja ele como um processo, ou seja, uma cadeia de eventos e atividades, que se inicia com o surgimento de uma ideia para se desenvolver algo novo e finalizando com o empreendimento sólido e firme no mercado.

O empreendedorismo exige assumir riscos, essa é uma concepção que se tem desde o surgimento do tema, e com o decorrer do tempo muitos outros conceitos foram agregados a este, de modo que atualmente tornou-se um processo bem mais amplo com inúmeras definições e formas, onde ainda se busca entender quem de fato é o indivíduo empreendedor, pois quanto mais tenta-se compreender este, mais se descobre sobre o seu comportamento (DORNELAS, 2015).

O que se pode compreender segundo Peixoto Filho (2011), é que o empreendedor é um indivíduo em constante transformação, e que ele pode ser caracterizado como aquele que além de assumir riscos, se diferencia dos demais por ser ousado, realizador de mudanças, visionário, comprometido, que sonha, tem visão, encontra uma oportunidade onde ninguém mais vê, que é capaz de pôr em prática suas ideias, que luta, vai atrás, conquista e tem sucesso no que faz.

Segundo Chiavenato (2007), além da economia outras ciências têm se preocupado em compreender o empreendedorismo, como a Sociologia, a Psicologia e a Antropologia. O autor aponta ainda, três linhas principais de pensamento sobre o empreendedorismo, que seriam: a visão dos economistas; a visão comportamentalista (behavioristas); e a Escola dos Traços de Personalidade.

Swedberg (2000) *apud* Chiavenato (2007, p. 6), cita a ideia de Max Weber sobre empreendedorismo como uma das mais importantes dentro do campo da Ciências Sociais:

A visão de Weber sobre empreendedorismo é frequentemente identificada com a Teoria do Carisma e, de acordo com essa interpretação, sua principal contribuição é ter encontrado em sua análise um tipo especial de ser humano, que faz pessoas o seguirem simplesmente pela virtude de sua personalidade extraordinária. Em *A ética protestante e o espírito do capitalismo*, Weber aborda o empreendedor e faz duas contribuições para o entendimento do empreendedorismo: primeiro, ele observa a mudança decisiva ocorrida na atitude em direção ao empreendedorismo que toma lugar depois da Reforma

no mundo ocidental. Em segundo, Weber analisa como a orientação da religião ajudou a desenvolver uma atitude positiva em direção à forma de “ganhar dinheiro” e ao trabalho, o que facilitou a mudança geral de atitude em direção ao empreendedorismo.

Assim, Weber propõe que o empreendedorismo ocorria por meio de alguém com características de personalidade forte, capaz de conquistar e liderar pessoas, este empreendedor, seria movido por um sistema de valores. O sociólogo evidencia ainda, a influência da religião na formação de uma atitude positiva quanto a forma de ganhar dinheiro e/ou trabalho, ou seja, os princípios da religião de cada poderiam influenciar no direcionamento de qual carreira seguir e forma como se atingiriam os objetivos econômicos. Dessa forma, Weber demonstra como o sistema de valores e as ações econômicas desempenham um papel fundamental na prática do empreendedorismo. Para Morales (2008, p.13), essa linha de pensamento sociológica, “busca encontrar uma conexão entre desenvolvimento econômico, surgimento de empreendedores e sociedade”.

Os estudos voltados ao empreendedorismo no campo da Psicologia são divididos em dois grupos: um grupo voltado a ideia de que existe uma personalidade empreendedora própria e o outro grupo de natureza psicológico-social voltado a ideia de que a personalidade empreendedora é moldada a partir de fatores externos como a cultura ao qual o indivíduo é inserido, a forma como é socializado ou a influência dos pais no ensinamento do filho (CHIAVENATO, 2007).

Dentre os estudiosos do empreendedorismo nos termos teorias da Psicologia Chiavenato (2007) cita duas principais teorias, a teoria de David McClelland, em sua obra *The achieving society* (1961), que propõe a necessidade de realização como principal fator para o desenvolvimento do empreendedorismo; e a teoria de Everett E. Hagen em sua obra *On the theory of social change* (1962), em que propõe que indivíduos que crescem e vivem com certas minoridades desenvolvem características psicológicas propensas ao empreendedorismo, quando comparadas a pessoas que não pertencem a essas minorias.

Chiavenato (2007), explica que as posições desses pesquisadores do campo da Psicologia em relação ao empreendedorismo, apesar de terem sido questionadas por muitos, hoje ainda, é perceptível a relevância desses estudos para a compreensão do comportamento empreendedor, visto que, quanto mais estudos são realizados a

respeito da personalidade do empreendedor, mais se descobre e mais se motiva a realização de novas pesquisas.

1.3 EMPREENDEDORISMO CORPORATIVO

As pessoas são tidas como o principal ativo dentro das organizações, ante o fato de que são elas que fazem acontecer, que transformam e desenvolvem ações que comprometem o futuro de uma organização. Muitas grandes empresas têm se acomodado em continuar do jeito que estão, sempre as mesmas ações, os mesmos produtos e serviços, tentando viver com as glórias do passado. Enquanto que, pequenas empresas têm mostrado uma nova forma de agir através de um quesito chave hoje dentro das organizações, que é a inovação, essas empresas têm buscado inovar não só em seus produtos e serviços, mas também e principalmente no seu modelo de negócios, o que tem garantido a muitas delas grande sucesso e liderança frente à outras grandes organizações de nome no mercado (DORNELAS, 2008).

Pinchot e Pellman (2004) *apud* Garcia (2008), apontam que existe uma grande necessidade de que empresas de maior porte possam atuar com a agilidade das pequenas empresas, e para tanto é essencial que essas empresas possuam em seu corpo organizacional profissionais com práticas voltadas a inovação e que adotem um perfil intraempreendedor.

Novas empresas precisam buscar conhecimento sobre o mercado que pretende atingir e inovar não somente nos produtos e serviços ofertados, mas também na forma como serão produzidos e ofertados, para isso precisam estar atualizadas e atentas às oportunidades que o mercado pode oferecer. Assim como também, empresas já estabelecidas e de nome no mercado, podem e devem inovar, reinventar suas ações, buscar novas oportunidades, se reestruturar, incentivar seus funcionários a serem mais criativos e adotarem práticas inovadoras dentro da empresa que contribuam para que ela busque novas alternativas, que saia da mesmice e a reaja a essa era da inovação nos negócios (DORNELAS, 2008).

Há uma grande necessidade do comportamento empreendedor dentro das organizações, quando se fala nesse tipo de comportamento, segundo Dornelas (2008), logo nos vem em mente o papel dos líderes nas organizações, pessoas capazes de organizar, coordenar equipes, e usar de seu carisma e poder de persuasão para conquistar seus projetos empresariais. Entretanto, ao contrário que

muitos imaginam, isso não significa que esse comportamento empreendedor deve ocorrer somente nas mais altas escalas da hierarquia empresarial, esse tipo de comportamento deve ser motivado dentro das organizações, para que a empresa adote uma cultura empreendedora dentro de todos os níveis hierárquicos. Por isso defende-se que a liderança deve ser um fator presente dentro de cada um desses níveis, pois é uma importante característica empreendedora que leva as pessoas a buscarem desenvolver coisas novas, dessa forma, disseminar um comportamento empreendedor da empresa como um todo pode garantir o seu sucesso.

O empreendedorismo corporativo pode ser definido como sendo um processo de identificação, desenvolvimento, captura e implementação de novas oportunidades de negócios, dentro de uma empresa existente, que requer a realização de mudanças no gerenciamento dos recursos combinando-os de forma única e criativa, essas oportunidades podem vir a conduzir para a criação de novas competências empresariais, que poderão resultar em novas possibilidades de posicionamento no mercado, buscando um compromisso e criação de valor para as partes interessadas da organização. De forma sintetizada, esse tipo de empreendedorismo seria um processo onde um ou mais indivíduos associados a uma organização existente (empreendedores corporativos), criam uma nova organização ou instigam a renovação ou inovação dentro desta já existente (ANDREASSI *et al.*, 2011).

O desenvolvimento do empreendedorismo corporativo pode abrir um leque de oportunidades para organização que o adota, tendo em vista que este, além de envolver toda a organização e as atividades realizadas nesta, com vista para o seu sucesso, ainda permite estar sempre se reinventando através de práticas empreendedoras de sucesso, através da inovação e renovação de suas estratégias, e a empresa pode se expandir e gerar novos negócios (DORNELAS, 2008).

Os termos utilizados para diferenciar o empreendedorismo corporativo do intraempreendedorismo segundo Nassif *et al.* (2011), são repletos de controvérsias, considerando que as definições utilizadas para os termos acabam se sobrepondo, procurando explicar diferentes processos, mas sempre com a mesma proposição.

O Intraempreendedorismo na verdade, pode ser caracterizado como uma das formas de empreendedorismo corporativo, e designa o empreendedorismo desenvolvido em empresas já existentes, a partir de um processo no qual os funcionários perseguem oportunidades independente dos recursos que controlam. Empresas que adotam esse tipo de empreendedorismo, de acordo com Nassif *et al.*

(2011), se destacam, tornam-se competitivas e não decaem, pois estão sempre se reinventando e revitalizando seus métodos.

O empreendedorismo corporativo pode ser empregado de várias formas nas organizações de acordo com Dornelas (2008), e isto pode ocorrer segundo a estratégia de negócios adotada ou até mesmo, para promover uma renovação estratégica na empresa. Assim, seja qual for a forma que se apresente o empreendedorismo corporativo, sua realização é imprescindível, e para isso é necessário o comprometimento de todas as partes da organização, desde a parte gerencial, que deve incentivar a prática empreendedora de seus funcionários, e estes por si, devem buscar sempre desenvolver um perfil empreendedor, criando ideias novas, e claro, a organização deve possibilitar que isto seja possível, ou seja, deve abrir os caminhos para que novas oportunidades possam ser trabalhadas.

Schumpeter (1988) *apud* Garcia (2008) aponta que muitas empresas ainda são caracterizadas por possuírem profissionais com comportamentos atrelados ao dos “clássicos” gerentes, deixando a desejar quanto à presença de profissionais de cunho inovador, que assumam papéis de empreendedores. Sendo assim, é necessário desenvolver uma cultura empreendedora dentro das organizações, e que a atividade empreendedora não se restrinja somente aos gerentes ou proprietários, mas sim, que esteja presente em todos os níveis da organização.

Percebe-se então, a partir da concepção de Dornelas (2008), que o empreendedorismo é uma prática relacionada não somente a criação de novos negócios, que costuma ser comumente relacionado a pequenas empresas, mas também é uma prática que pode ser desenvolvida dentro de empresas já existentes, para aperfeiçoar seus processos internos, gerando assim, inovações dentro da esfera empresarial.

O processo empreendedor corporativo é determinado pelas oportunidades, pelos indivíduos empreendedores na organização, o contexto em que está inserida, os conceitos de negócios e valores praticados internamente, assim como os recursos disponíveis. Esse processo é geralmente influenciado tanto pelas características organizacionais, quanto as individuais e inicia-se a partir da decisão de se agir de forma empreendedora, em seguida parte-se para a identificação e avaliação das oportunidades, o planejamento do novo projeto ou negócio e a implementação de ações que o direcionem ao sucesso. Nada tão diferente do processo empreendedor em si, exceto que os empreendedores corporativos realizam suas ações empreendedoras

sempre limitados aos recursos e regras restritas da organização (DORNELAS, 2008; GARCIA *et al.*, 2008; ANDREASSI *et al.*, 2011).

1.4 PROCESSO EMPREENDEDOR

De acordo com Baron e Shane (2014, p.12), a visão do empreendedorismo como um processo não é algo novo, ao contrário, existe um crescente consenso na área quanto à utilidade e correção de se enxergar o empreendedorismo como um processo que se desenvolve ao longo do tempo e move por meio de fases distintas, mas intimamente relacionadas. Os autores afirmam ainda que, o primeiro passo desse processo é o reconhecimento da oportunidade, ou seja, esse processo inicia de fato, no instante em que é identificado nos indivíduos o potencial para o desenvolvimento de algo novo:

O processo empreendedor ocorre quando uma ou mais pessoas reconhecem uma oportunidade – o potencial para se criar algo novo (novos produtos ou serviços, novos mercados, novos processos de produção, novas matérias primas, novas formas de organizar as tecnologias existentes e etc.) que surgiu de um padrão complexo de condições em mudança – mudanças no conhecimento, na tecnologia ou nas condições econômicas, políticas, sociais e demográficas.

Hisrich *et al.* (2014), identifica o empreendedor como o indivíduo que sabe agir diante de uma oportunidade que pode ser trabalhada. Dessa forma o reconhecimento de uma oportunidade é essencial para o desenvolvimento do processo empreendedor

Desse modo, o primeiro passo para o processo empreendedor é a identificação de uma oportunidade, esse processo engloba todas as atividades, funções e ações associadas a criação de um novo negócio. Existem vários fatores que podem influenciar o indivíduo a tomar a decisão de criar um novo negócio. Essa decisão pode decorrer de fatores externos, ambientais e sociais, aptidões pessoais, ou a soma de todos esses elementos, decisivos para o reconhecimento de uma oportunidade, criação e desenvolvimento de um novo negócio (CHIAVENATO 2012; DORNELAS, 2015).

De acordo com Maximiano (2012), o empreendedor precisa estar sempre atento as fontes de oportunidades, buscar uma oportunidade que se adeque a sua ideia ou mesmo, pode ter uma ideia a partir de uma oportunidade identificada, de fato ele sempre deve estar preparado para reconhecer uma quando encontrar. O autor

afirma que existe uma longa distância entre ter uma boa ideia e criar um negócio de sucesso, segundo ele o empreendedor é aquele que consegue transformar ideias em oportunidades, e consequentemente um negócio de sucesso a partir dessas oportunidades. O passo inicial sempre é avaliar se de fato essa ideia tem futuro, se existe um mercado real ou potencial para esse negócio, se haverá concorrência e qual o comportamento dela, se terá um apoio para desenvolvê-lo, quanto pretende investir e qual o retorno esperado.

Baseado na definição do que esse empreendedor pretende criar, é o momento de desenvolver um plano de negócios, que pode ser um procedimento cansativo em sua construção, principalmente para iniciantes, pelo fato de envolver muito trabalho. O plano de negócios é um documento que precisa ser pensado e desenvolvido de forma estruturada por escrito, definindo de forma sintetizada as características da futura empresa, toda sua essência, estratégias de negócio, análise de mercado, planejamento financeiro e de marketing etc (DORNELAS, 2015).

Segundo Maximiano (2012), planejar o negócio é essencial para garantir o sucesso deste, o empreendedor deve planejar cada ação dentro do plano de negócios, deve estabelecer metas, estratégias e meios para alcançar os objetivos propostos. Assim, realizado o plano de negócios, já estarão, portanto, definidos os recursos necessários para a implementação do empreendimento, parte-se então para a fase de captação dos recursos, estes podem ser provindos tanto de financiamento através de terceiros (bancos e investidores) quanto de recursos do próprio empreendedor.

Após as fases iniciais de criação, planejamento e captação de recursos, é o momento de gerenciar esse empreendimento, onde, apesar de muitos pensarem nesta fase como a menos complicada, devido todas as outras já terem sido realizadas, esta pode ser ainda mais complicada, pois muitas vezes é onde ocorrem a maioria dos problemas, portanto é preciso que empreendedor desenvolva um estilo de gerencia adequado ao seu negócio, que busque conhecimento, recrute uma equipe amplamente qualificada para lhe auxiliar, e implemente ações que possam direcionar o seu negócio ao sucesso (HISRICH *et al.*, 2014; BARON; SHANE, 2014).

Compreende-se então que o empreendedorismo envolve o processo de criação de algo novo, que agregue e valor e seja valorizado no mercado, em seguida ele exige devoção, comprometimento e esforço para que o negócio aconteça e prospere, esse processo requer ainda ousadia, assunção de riscos calculados e decisões críticas,

além de tolerância a erros e insucessos. Todas essas atividades demandam tempo para serem realizadas, e não necessariamente precisam obedecer a todas as regras definidas, de início, meio e fim, o empreendedor pode voltar atrás quando necessário, e buscar novos caminhos para o seu negócio se assim achar viável (CHIAVENATO, 2012).

Para Baron e Shane (2014), não é um fato, que esse processo esteja dividido em fases claras e facilmente distinguíveis, pois trata-se de um processo bastante complexo. No entanto, essas atividades tendem a se desenvolver ao longo do tempo em uma sequência organizada, onde o início é o momento em que a ideia surge ou uma oportunidade é reconhecida, em seguida a decisão de continuar e assim por diante. Os autores ainda salientam que todas as fases do processo empreendedor sofrem influência de três níveis de variáveis: as variáveis de nível individual (técnicas, motivações, características dos empreendedores); variáveis de nível grupal (ideias, informações de terceiros, eficácia nas interações com capitalistas de risco, clientes potenciais funcionários); e variáveis de nível social (políticas governamentais, condições econômicas, tecnologia).

Não há, portanto, de acordo com Chiavenato (2012), a necessidade de uma cronologia exata para o processo empreendedor, no entanto, podemos ter como uma lógica para o negócio, em que o primeiro passo é sempre identificado com o surgimento da ideia ou o reconhecimento de uma oportunidade, os passos seguintes serão sempre relacionados a viabilidade desta e os meios de colocá-la em prática. Cabe ao empreendedor analisar os procedimentos que irão compor esse processo e os fatores que influenciarão cada fase.

Essa visão de processo nos permite compreender que é necessário bem mais do que ter uma boa ideia ou identificar uma oportunidade, para se garantir o sucesso de um negócio. Viabilizar essa ideia ou oportunidade e planejar cada passo seguinte são etapas imprescindíveis, percebe-se que esse processo só se torna possível através do indivíduo realizador, que é o empreendedor. Baron e Shane (2014) contribuem dizendo que o empreendedorismo visto como um processo em andamento atrai olhares para as principais atividades executadas pelos empreendedores na medida em que realizam seus esforços para transformar ideias de novos produtos ou serviços em negócios de sucesso. Esse desempenho do empreendedor vem sendo reconhecido e é considerado mais importante para o seu sucesso do que sua formação ou características pessoais.

1.5 EMPREENDEDORISMO E ADMINISTRAÇÃO

Carvalho (2010), enfatiza que atualmente o empreendedorismo é tido somente como objeto de estudo, não chegando a ser uma ciência ainda. Segundo o autor essa área vem sendo bastante explorada por economistas, principalmente, que têm realizado vários estudos, e através da observação e análise do comportamento empreendedor viram a possibilidade de delinear fatores que possam levar empreendimentos ao sucesso e os fatores que poderiam destiná-los ao fracasso.

Apesar de ser discutido a bastante tempo, o empreendedorismo como disciplina formal de estudo ainda é muito recente. Livesay (1982) *apud* Morales (2008), afirma que o empreendedorismo só foi de fato estabelecido como disciplina formal a partir do final da década de 1920, através das pesquisas de Norman Gras afim de analisar a história dos negócios da Universidade de Harvard, e que o primeiro curso voltado a área de empreendedorismo foi criado em 1947, pela Harvard Business School, e em 1953, Peter Drucker criou um curso sobre o empreendedorismo e inovação na Universidade de Nova Iorque.

De acordo com Morales (2008), o primeiro curso sobre empreendedorismo no Brasil só foi criado em 1981, pela Escola de Administração da Fundação Getúlio Vargas, e em 1984 o ensino sobre a área foi introduzido na Faculdade de Economia, Administração e contabilidade da Universidade de São Paulo. Em 1992, foi criada a Escola de Novos Empreendedores na Universidade de Santa Catarina, que se tornou uma referência nacional e passou a incentivar e apoiar a criação de projetos do tipo em outros Centros Universitários pelo Brasil.

Existe uma concepção formulada por vários autores, de que na maioria das vezes o interesse dos acadêmicos pelo curso de Administração está relacionada a intenção de desenvolver-se como um empreendedor e não apenas como administrador. Sendo assim pode-se entender que a disciplina de empreendedorismo não necessariamente inibe ou incentiva a prática do empreendedorismo, mas pode criar oportunidades capazes de estimular o acadêmico a se descobrir e desenvolver as capacidades e habilidades empreendedoras (SOARES; BOTTON, 2012 *apud* ALMEIDA *et al.*, 2012).

Lavieri (2010) *apud* Bastos e Hernández (2016) afirmam que a origem do ensino de empreendedorismo está associada aos cursos de Administração como uma necessidade prática. O enfoque utilizado pelas Instituições nos cursos de

Administração quanto à formação de empreendedores é voltado, em sua maior parte, à orientação dos alunos para a formação de executivos e gerentes de empresas, em detrimento do estímulo à abertura de novos negócios para o atendimento das necessidades da realidade social e econômica do país. Entretanto, de acordo com Rocha (2012) *apud* Bastos e Hernández (2016) surge outra visão, diferente da visão única da formação de administradores para grandes corporações a partir das novas Diretrizes Curriculares Nacionais (DCN), promulgada em 2005, onde habilidades e competências como determinação, criatividade e disposição para mudanças foram inseridas no perfil dos administradores.

No Brasil, o ensino de empreendedorismo faz parte de muitas escolas técnicas e universidades, as quais muitas possuem centros de empreendedorismo e incubadoras tecnológicas voltadas para atrair, motivar e treinar alunos para empreender, conforme cita Degen (2009) *apud* Almeida *et al.* (2012).

Lima e Maurício (2016), defendem que o objetivo principal dos cursos de Administração é formar profissionais capazes de pensar e refletir criticamente, agindo de forma estratégica e sustentável na gestão das organizações em uma realidade diversificada e em constante transformação, desenvolvendo nos futuros profissionais competências e habilidades compatíveis com o perfil desejado nos diversos segmentos do mercado. Entretanto o sistema de ensino adotado pelas Instituições Superiores, conforme enfatizam Scabeni e Crisóstimo (2012, p. 5) *apud* Almeida *et al.* (2012), apesar do foco principal em gerar o conhecimento não têm frisado o desenvolvimento das habilidades para o uso prático deste, o que acontece principalmente na disciplina de empreendedorismo. Segundo os autores, a formação para empreendedores deveria fornecer dados para a compreensão e a construção de uma consciência crítica e os mesmos deveriam ser equipados para que pudessem transformar sua realidade e encontrar seu talento.

A disciplina de Empreendedorismo tem por objetivo estimular as características tipicamente empreendedoras ao acadêmico, fazendo com que sejam preparados profissionais com criatividade, com perfil de liderança, com visão e capacidade de desenvolver relacionamentos duradouros. Percebe-se então que educar na área de empreendedorismo ou disseminar uma cultura empreendedora é capacitar e preparar pessoas para criarem empresas, desenvolver negócios, identificar oportunidades permanentes, inovar e buscar mudanças significativas, e neste contexto também são

trabalhados diversos aspectos relacionados às diferentes características do empreendedor (DOLABELA, 2008 *apud* Almeida *et al.* 2012).

A universidade é fundamental no desenvolvimento de uma cultura empreendedora, pois ela é, tradicionalmente, uma fonte formadora de opinião e do saber. Ela possui o dever de propiciar que os acadêmicos adquiram diversas experiências e vivências que possibilitem não só aprendizado da teoria, mas também que saiba colocá-la em prática no contexto organizacional no qual estará inserido (LIMA e MAURÍCIO, 2016).

Para Jora (2006) *apud* Lima e Maurício (2016), a vontade de encarar o desafio e abrir seu próprio negócio deve estar somada a capacitação e a disposição para adquirir novos conhecimentos. Isto é, estar apto a realizar um plano de negócios, tendo em vista que esta é uma ferramenta da gestão empresarial importante, considerando que projeta o caminho a ser traçado pela empresa no cumprimento de seus objetivos e metas. As disciplinas de que tratam o empreendedorismo nos cursos de Administração ensinam e estimulam o acadêmico a desenvolver um plano de negócios. Além do mais, segundo o autor, objetivam ensinar conceitos como o de empreender comercialmente; a iniciação de uma atividade empresarial; a importância, as práticas administrativas e as políticas e programas de apoio na criação da pequena e média empresa; as habilidades, perfil e comportamento de um dirigente de empresa e etc.

Dentre inúmeras razões para se ensinar o empreendedorismo, Dolabela (2008) *apud* Almeida *et al.* (2012) cita os seguintes relacionados à baixo:

- ✓ A cada três empresas criadas, apenas uma permanece no mercado;
- ✓ As empresas buscam por profissionais com conhecimento amplo e que tenham um perfil empreendedor desenvolvido;
- ✓ O ensino adotado atualmente não é capacitado para formar empreendedores;
- ✓ As relações entre universidades e empresas ainda são insuficientes;
- ✓ Os valores do ensino brasileiro pouco sinalizam para o empreendedorismo;
- ✓ A maior parte dos cursos de Administração abordam com mais ênfase o gerenciamento de grandes empresas, deixando a desejar o desenvolvimento do negócio próprio ou o desenvolvimento de uma postura empreendedora;

- ✓ Os futuros empreendedores devem ser guiados por princípios éticos e de valores nobres;
- ✓ A sala de aula é um ambiente propício para estimular temas como comprometimento com o meio ambiente.

Dessa forma, para que empresas sejam criadas e/ou gerenciadas é essencial a existência de um empreendedor capacitado, que possua uma visão de mercado e perfil precursor, que possa iniciar e manter o negócio em continuidade de acordo com os objetivos pré-estabelecidos. Com base nisto, os acadêmicos dos cursos de administração, como futuros profissionais da área, necessitam dessas características empreendedoras para a abertura de novos negócios, para gestão destes e continuidade daqueles já existentes (STEVENSON, 2001; ECKERT *et al.*, 2013 *apud* SANTOS *et al.*, 2017).

2 PERFIL EMPREENDEDOR

O papel do empreendedor é considerado de fundamental importância na sociedade, e este tem se intensificado nas últimas décadas em decorrência do avanço tecnológico, o qual requer um número cada vez maior de empreendedores. Assim é importante que se compreenda o comportamento e as características desses indivíduos (CIELO, 2001).

Um perfil pode ser definido pela descrição de uma pessoa em traços mais ou menos rápidos. Silva (2000) *apud* Cielo (2001), explica que esse perfil pode ser caracterizado em dois modelos: o perfil ideal, que é uma abstração formada a partir das exigências de novas interpretações das abordagens administrativas já existentes e também da necessidade de compreensão dos novos campos do conhecimento humano; e o perfil real, que engloba o perfil ideal, juntamente com as características pessoais e a influência do meio.

Segundo Leite (1999) *apud* Alves *et al.* (2016), a formação de um perfil profissional empreendedor se destaca por meio de algumas características peculiares e multifuncionais como o domínio de informática, conhecimento das diretrizes e princípios básicos de administração para desenvolver habilidades específicas à gestão de negócios e resultados, competência para trabalhar em equipe e prazer pelo que faz. Cunha e Ferla (1997) *apud* Alves *et al.* (2016) afirmam que esse perfil profissional pode ser definido através de metas próprias e características que podem ser apreendidas à medida que o empreendedor é moldado pelo mercado de trabalho.

Nos estudos realizados sobre empreendedorismo, conforme explica Cielo (2001 p. 28), “estabelecer um perfil é uma prática valorizada e disseminada, na qual geralmente os perfis são positivamente associados ao êxito dos empreendedores”. No entanto, as características que formam um perfil empreendedor variam muito, conforme o ambiente, tipo de empreendimento e comportamento, e segundo o autor existe muita concordância entre os cientistas no que diz respeito às características dos empreendedores de sucesso relacionadas aos traços de personalidade e as atitudes e comportamentos que contribuem para alcançar o êxito nos negócios.

Compreender o perfil empreendedor não é uma tarefa considerada fácil de acordo com os estudos realizados sobre o comportamento empreendedor, pois quanto mais se busca essa compreensão, mais difícil fica formular uma teoria exata do tema devido a infinidade de características comportamentais do empreendedor, o

qual pode se desenvolver de várias formas, em vários ambientes e com comportamentos singulares a cada variedade.

Para Lezana e Tonelli (1998) *apud* Cielo (2001), existem uma infinidade de aspectos envolvendo a figura do empreendedor e sua relação com a empresa, não havendo, portanto, um padrão de empreendedor ou mesmo de personalidade empreendedora. Entretanto, uma forma bastante usada de focar as características ou traços de personalidade esperados dos empreendedores pode ser através do estabelecimento de um perfil empreendedor.

Paulino e Rosse (2003), destacam que é inegável o valor que o empreendedor possui na sociedade, e muito se tem buscado estudar os atributos mais importantes do perfil deste, entretanto, as pesquisas e estudos realizados com base no entendimento de atributos de personalidade como sendo os fatores determinantes do sucesso empresarial são alvos de muitas críticas. Muitas delas relacionadas ao fato de estas pesquisas estarem centradas somente nos atributos de personalidade deixando a parte a formação dos processos que levam ao entendimento de tais características na formação dos empreendedores.

As tentativas de se compreender o perfil empreendedor não são recentes, Dornelas (2015), menciona o estudioso Willian Gartner, conhecido pelo seu clássico artigo publicado em 1989, “*Quem é o empreendedor? é a pergunta errada*”, onde o autor faz críticas a forma como os estudos sobre o comportamento empreendedor era realizada visando apenas o perfil psicológico. Segundo Dornelas (2015), a tese de Gartner era de que o empreendedor criava organizações e as levava ao sucesso e por isso seu perfil era pouco relacionado as características psicológicas, mas sim com o ato de agir na gestão de uma empresa e seu envolvimento com o ambiente corporativo.

Para Paulino e Rosse (2003), os estudos centrados em atributos de personalidade como sendo definitivos não se atentam ao conjunto de habilidades, conhecimentos e experiências do indivíduo. Esses estudos tendem a associá-los como fatores determinantes do sucesso do empreendimento. Muitos dos traços comumente citados como responsáveis pelo sucesso do empreendimento, poderiam ser facilmente aplicados e relacionados a muitos gerentes. O ideal seria que esses estudos e pesquisas focassem mais no empreendedor como fator de desenvolvimento organizacional, o qual pode assumir várias faces a partir de uma necessidade.

Para Leite (2012), sobre a ótica de muitos autores, qualquer indivíduo que se proponha e possua as ferramentas adequadas, pode aprender a ser um empreendedor, considerando que o empreendedorismo pode ser desenvolvido e ensinado, tratando-se não somente de questões psicológicas. Alguns empreendedores podem até possuírem características próprias de empreendedor, mas aquelas mais importantes que são capazes de garantir o sucesso do empreendimento geralmente em sua maioria são desenvolvidas através da busca pelo conhecimento do que se propõe o empreendedor.

Conforme afirmam Dias e Pereira (1999) *apud* Cielo (2001), o espírito empreendedor está diretamente relacionado com a satisfação de necessidades, a disposição em assumir riscos, a busca por explorar novas oportunidades, mas independente da causa, tem como instrumento específico e integrado ao espírito empreendedor, a capacidade de inovar.

Empreendedores não nascem feitos, não são fabricados e nem são pequenos gênios. Eles acontecem em função das circunstâncias. Seu objetivo final não é tornar-se milionário, as realizações são suas metas. Não possuem um caráter indefinido, não estão prontos a passar por cima das leis, nem estão à espreita de um trouxa para tirar vantagem. Sua análise de risco é relativa; eles consideram mais arriscado deixar seu futuro nas mãos de outras pessoas. Ser empreendedor não significa abrir um negócio, mas se tornar competitivo (FARREL, 1993 p. 166 *apud* CIELO, 2001 p.21).

Sendo assim, o empreendedor, “pode ser estudado sob uma multiplicidade de enfoques e por uma variedade de áreas de conhecimento”, tendo com característica primordial a inovação, sua capacidade de criar e se reinventar quando necessário e sempre assumindo os riscos de sua tomada de decisão, sempre baseado em análises de riscos e viabilidade (CIELO, 2001 p.21).

Maximiano (2012), ressalta a relação entre empreendedor e empresário, onde apesar de alguns enxergarem os dois como a mesma pessoa o autor esclarece que um é diferente do outro. Segundo ele, o empresário é representado por um lado mais formal, onde estabelece um negócio e o conduz no dia a dia assumindo uma figura de administrador. Enquanto que o empreendedor assume características mais desafiadoras e é considerado criativo e inovador o que contribui para a evolução e atualização competitiva da empresa, além de que este está sempre apto a assumir riscos.

Desenvolver um perfil empreendedor de acordo com Alves *et al.* (2016), está diretamente relacionado ao comportamento do mercado atual, onde este, não oferece uma gama suficiente de emprego, obrigando as pessoas a desenvolverem seu próprio negócio. Entretanto, o autor destaca que criar empreendimentos requer medidas que vão além da existência de perfil empreendedor. Considerando o fracasso de muitos empreendimentos logo em seu primeiro ano de funcionamento, o autor explica que há uma dificuldade burocrática e financeira na manutenção de novos negócios. No entanto, as características das pessoas que o conduzem são essenciais para o buscar o sucesso. A ocorrência de muitos empreendimentos não darem certo, talvez esteja relacionada ao fato de que estes não possuíam o perfil necessário para empreender com sucesso.

Partindo da ideia de que o empreendedor é um ser diferenciado de características próprias e singulares, torna-se necessário compreender um pouco mais sobre as faces que este pode assumir e as características que o tornam tão diferenciado.

2.1 CARACTERÍSTICAS, COMPETÊNCIAS E HABILIDADES DO EMPREENDEDOR

Apesar de muito se criticar a ênfase nos atributos psicológicos dos empreendedores, Maximiano (2012), defende que para uma melhor compreensão do comportamento empreendedor é necessário um estudo voltado para a identificação dos traços de personalidade relacionados ao espírito empreendedor.

É certo que indivíduos tidos como empreendedores têm um comportamento diferenciado de cidadãos comuns, conforme verificado nas próprias definições de empreendedorismo. Sendo assim, para entender o comportamento dos empreendedores é preciso, primeiramente recorrer a Psicologia, onde segundo esta, o primeiro aspecto a ser abordado é a formação da personalidade, que de acordo com Lezana e Tonelli (1998, p. 15) *apud* Cielo (2001, p. 24), "é o conjunto de características psicológicas relativamente estáveis que influenciam a maneira pela qual o indivíduo interage com seu ambiente."

Peixoto Filho (2011), destaca que até então, não há uma formação exata de um perfil psicológico absolutamente científico para o empreendedor, dentre os motivos para esse fato estão as diferenças nas amostragens e discrepâncias nas definições apontadas pelos estudos realizados. O autor identifica que entre as várias

características da personalidade empreendedora destacam-se a forte necessidade de controle, de independência e de realização, ressentimento em relação à autoridade e tendência a aceitar riscos moderados.

Empreendedores são pessoas criativas, com alta consciência do ambiente, capazes de detectar oportunidades de negócios, estabelecer objetivos para a exploração dessas oportunidades e atingir seus objetivos. Resumindo são indivíduos capazes de imaginar, desenvolver e realizar (Filion, 1999).

Para ser considerado um empreendedor é necessário ser persistente, ter atratividade pela competição, buscar a realização de suas ideias, ter autoconfiança, aprender com os próprios erros e com os erros dos outros. Deve principalmente fazer um planejamento de suas ações, ser otimista, ser interativo e participar de grupos que compartilham de interesses semelhantes aos seus, arriscar-se por um desafio, e ainda este deve estar sempre bem informado e em busca de aprendizado, pois as mudanças acontecem cada vez mais rápido e as decisões de ontem não servem para o hoje (GREATTI e SENHORINI, 2000).

A necessidade do indivíduo empreendedor de auto realização, consiste na necessidade de maximizar seu potencial. O empreendedor visualiza a empresa como um local onde suas capacidades podem ser aperfeiçoadas e utilizadas e, em consequência pode obter a realização pessoal. A reflexão e análise dessas realizações fazem com que o empreendedor aumente sua autoconfiança e suas habilidades (LEZANA e TONÍELLI, 1998 *apud* CIELO, 2001).

Segundo Brancher *et al.* (2012), muitos estudos e pesquisas foram realizados em relação ao comportamento e à personalidade do empreendedor, ambos fundamentados na crença de que o sucesso de um novo empreendimento dependerá principalmente do comportamento deste indivíduo. Para garantir o sucesso do novo negócio, é necessário que o indivíduo possua uma série de habilidades e conhecimentos para direcioná-lo. E para identificar e compreender esse tipo de comportamento de sucesso, algumas características e aptidões empreendedoras têm sido objeto de importantes pesquisas, um dos trabalhos mais conhecidos e citados que busca essa compreensão é o de David McClelland, em 1961, onde segundo ele as pessoas são motivadas devido à necessidade de realização, poder e afiliação.

McClelland (1961) *apud* Greatti e Senhorini (2000), classifica dez características comportamentais principais dos empreendedores, subdivididas em três grupos distintos:

- ✓ Características relacionadas a realização: *busca de oportunidades e iniciativa*, onde, o empreendedor está sempre em busca de novas oportunidades e as melhores formas de aproveitá-las; *persistência*, pois, atuam com perseverança e insistência sempre dentro das possibilidades e responsabilizam-se por suas decisões; *correm riscos calculados*, analisam e procuram minimizar dentro do possível os riscos para conquistar o sucesso do empreendimento; *exigência de qualidade e eficiência*, executam suas atividades com qualidade e agilidade, buscando sempre o menor custo, dentro dos padrões de qualidade; e *comprometimento*, empregando sacrifício e dedicação buscando a realização do empreendimento.
- ✓ Características relacionadas ao planejamento: *busca de informações*, pois, é necessário estar sempre atualizados e ciente das informações pertinentes ao empreendimento; *estabelecimento de metas*, sendo preciso fixar objetivos que lhe proporcionem desafios e que tenham significado pessoal; e *planejamento e monitoramento sistemáticos*, planejar cada etapa do empreendimento de forma sistemática e monitorar os resultados.
- ✓ Características relacionadas ao poder: *independência e autoconfiança*, inclui, buscar autonomia em relação a normas e controles de outros, manter sua opinião diante das diversidades e mostrar-se confiante; e *persuasão e redes de contatos*, estes utilizam de estratégias para influenciar ou persuadir os outros.

No entanto para Filion (1999), o estudo de McClelland focava somente os gerentes de grandes empresas, mas não interligava claramente a necessidade de auto realização com a decisão de iniciar um empreendimento e o sucesso dessa possível ligação. Enquanto que, na linha de pensamento da escola dos traços de personalidade, ainda que pesquisas não tenham sido capazes de delimitar o conjunto de empreendedores e atribuir características certas a este, tem-se propiciado uma série de linhas mestras para futuros empreendedores, auxiliando-os na busca por aperfeiçoar aspectos específicos para obterem sucesso. Dado o sucesso limitado e as dificuldades metodológicas inerentes à abordagem dos traços de personalidade, constata-se maior ênfase na orientação comportamental ou de processos.

Chiavenato (2012), enfatiza que, os dados literários com relação a personalidade empreendedora quase sempre relatam os mesmos traços comuns

associados ao empreendedorismo, e toda essa literatura não é definitiva na formação do perfil empreendedor, pois, o que existem são resultados de pesquisas sem validade científica.

O empreendedor é capaz de fazer acontecer, pois este possui sensibilidade para os negócios, tino financeiro e capacidade de identificar e aproveitar as oportunidades, as quais nem sempre estão claras e definidas, esse indivíduo consegue transformar ideias simples em algo que produza resultados concretos e positivos para benefício próprio, da sociedade e da comunidade (DORNELAS, 2015; CHIAVENATO, 2012).

Baseado em pesquisas direcionadas ao estudo do perfil empreendedor, Chiavenato (2012), cita ainda outras características comumente citadas nessas pesquisas, ambas relacionadas a visão do empreendedor, dentre elas destacam-se as seguintes: a visão do empreendedor é geralmente apoiada por ideias próprias e específicas; sua abordagem para realizar essa visão é sempre clara, embora alguns elementos sejam atribuídos com a prática; essa visão é promovida com paixão e entusiasmo, o qual constitui a força impulsionadora da empresa; o empreendedor desenvolve estratégias com persistência e determinação para transformar sua visão em realidade; assumem a responsabilidade inicial do negócio, permitindo que sua visão se torne um sucesso; assumem os riscos com prudência, avaliam custos, necessidades e influenciam outras pessoas a colaborarem com o sucesso do empreendimento; e além de ser positivo e tomador de decisões, a ele são necessárias inspiração, motivação e sensibilidade.

Para Nascimento Jr. (2005) *apud* Brancher *et al.* (2012), considera como características do comportamento empreendedor: a iniciativa, tenacidade, capacidade de planejamento, autoconfiança, capacidade de decisão e criatividade. Já para Pereira e Costa (2006) *apud* Brancher *et al.* (2012), o comportamento empreendedor está relacionado a outros fatores como: o nível de escolaridade, à religião, à cultura familiar, à experiência profissional, entre outros.

De um modo geral, segundo Cielo (2001), as principais características dos empreendedores podem ser agrupadas em: necessidades, conhecimentos, habilidades, valores e atitudes, contexto social e história familiar. A diferença está na forma como se desenvolvem e se complementam, as características de um empreendedor podem variar muito, pois se adaptam ao tipo de negócio que pretende ingressar.

Greatti (2005, p. 68), faz uma síntese das principais características que dão forma ao perfil empreendedor:

Os principais traços que caracterizam o empreendedor são a iniciativa, independência, autoconhecimento, autoconfiança, automotivação, criatividade, flexibilidade, energia, integridade, perseverança, otimismo, convencimento, planejamento, sensibilidade, resistência à frustração, relacionamento interpessoal, comunicação, organização, conhecimento de mercado, capacidade de identificar oportunidades e disposição para assumir riscos, aptidões empresariais, liderança, capacidade de negociação, entre inúmeras outras, que em conjunto formam o perfil do empreendedor, determinando sua maneira de pensar e agir no propósito de criação de algo inesperado.

Greatti e Senhorini (2000), defendem que conforme a formação recebida pela sociedade, um indivíduo pode desenvolver tanto características gerenciais como empreendedoras. Sendo necessário que ele trabalhe mais o seu lado empreendedor, buscando sempre inovar e criar novos caminhos para realizar as tarefas do seu dia-a-dia. Com esta formação que o mesmo recebe da sociedade, este poderá adquirir um perfil que vai desde o gerente tradicional a um perfil do empreendedor.

Cada empreendimento exigem determinadas atitudes e comportamentos diferenciados do empreendedor, o qual deve buscar o conhecimento adequado para desenvolvê-los, conforme explica Greatti e Senhorini (2000, p. 32):

Atualmente, as empresas procuram por profissionais com perfil e espírito empreendedor, já que o empreendedorismo é um dos fatores essenciais para aumentar a riqueza do país e melhorar a condição de vida dos seus cidadãos. Para manter-se no mercado competitivo, nada mais importante do que atrair profissionais com o perfil do empreendedor. Existem associações que qualificam o perfil de um empreendedor. O tipo de negócio (ou produto), a capacidade empregatícia da empresa, o desempenho apresentado pela empresa e a sobrevivência operacional da empresa estão associados ao perfil do empreendedor, pois este coloca na administração do seu negócio suas características próprias.

Entende-se que os indivíduos podem possuir características empreendedoras, ou simplesmente podem desenvolver conforme experiências e conhecimentos ofertados pela sociedade, tais características vão estabelecer o comportamento desse indivíduo, assim como existem uma infinidade de características, também por consequência existe a formação de vários tipos de empreendedores.

Segundo Filion (1999), não existe ainda um perfil exato ainda que garanta se um empreendedor terá sucesso ou não, existem muitas características identificadas

em estudos, que são comumente encontradas em empreendedores que obtiveram sucesso:

Embora nenhum perfil científico tenha sido traçado, as pesquisas têm sido fonte de várias linhas mestras para futuros empreendedores, ajudando-os a situarem-se melhor. A pesquisa sobre empreendedores bem sucedidos... permite aos empreendedores em potencial e aos empreendedores de fato identificarem as características que devem ser aperfeiçoadas para obtenção de sucesso (FILION, 1999, p.10).

De acordo com Filion (1999), para ser empreendedor é necessário ter criatividade, capacidade de estabelecer objetivos e conquista-los, ter um alto nível de consciência do ambiente em que está inserido, utilizando-se desta para detectar as oportunidades de negócios. Para o autor, um empreendedor continua a aprender com relação as possíveis oportunidades de negócios, toma decisões moderadamente arriscadas, objetiva a inovação e continua a desempenhar um papel empreendedor. Assim, é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões. O autor acredita que, de alguma forma, os empreendedores são detectores de espaços de mercado e criadores de contextos. Esses indivíduos primeiramente detectam a oportunidade e, assim, a visão empreendedora fornece diretrizes para a implantação do plano mestre a ser executado. Mas para detectar oportunidades de negócios é necessário ter intuição, o que requer entendimento, e esse entendimento requer um nível mínimo de conhecimento.

Dornelas (2015), apresenta um conjunto de características consideradas mais comuns em relação ao perfil dos empreendedores de sucesso, conforme o Quadro 1, que foram identificadas a partir de muitos estudos realizados por autores relacionados ao tema:

Quadro 1 - Características dos empreendedores de sucesso

Características	Definição
Visionários	Além de programarem sonhos, preveem o futuro para o seu negócio e sua vida.
Tomam decisões	Sentem-se seguros e tomam decisões certas, principalmente em momentos de crise, além de programarem ações com muita destreza.
Exploram oportunidades	Identificam oportunidades e são indivíduos curiosos, atentos a informações como arma para ampliação de suas chances.
Determinados e dinâmicos	Programam ações com comprometimento. Mantêm-se sempre dinâmicos e não se acomodam com a rotina.
Dedicados	Dedicam-se em tempo integral ao seu negócio. Não desanimam mesmo quando os problemas surgem.
Otimistas e apaixonados	Realizam o seu trabalho com paixão, por isso são os melhores vendedores de seus produtos ou serviços. Enxergam sempre o sucesso, nunca o fracasso.
Independentes	Ambicionam serem donos do próprio negócio, modificar a realidade e gerar empregos.
Enriquecem	Acreditam que o dinheiro é consequência do sucesso dos negócios, no entanto, esse não é seu principal objetivo.
Líderes e formadores de equipes	Têm capacidade de liderança. Respeitam, valorizam, estimulam e recompensam seus funcionários, pois sabem que depende de sua equipe para obter sucesso. Além disso, captam os melhores profissionais para dar auxílio em áreas que não domina.
Realizam <i>networking</i>	Possuem contatos externos que o auxiliam junto a clientes e fornecedores.
Organizados	Captam e alocam os recursos materiais, humanos, tecnológicos e financeiros de forma racional, procurando o melhor desempenho para o negócio.
Planejam	Planejam desde o plano de negócios até a definição de estratégias de <i>marketing</i> do negócio e o seu desenvolvimento.
Conhecem	Pesquisam, buscam informações em experiências práticas ou publicações sobre o negócio em que atuam, pois quanto maior o conhecimento, maiores as chances de êxito.
Assumem riscos calculados	Assumem riscos fazendo seu gerenciamento, de modo a não comprometer sua segurança.
Criam valor para a sociedade	Fazem uso de seu conhecimento para criar valor para a sociedade, com geração de empregos, dinamizando a economia e inovando a fim de facilitar a vida das pessoas.

Fonte: Adaptado de Dornelas (2015)

O empreendedor conforme explica Brancher *et al.* (2012), deve ter um vasto conhecimento do ambiente em que vive, e forte ideário de realização de suas ideias inovadoras. Estas características empreendedoras não são comumente encontradas nas pessoas, e aquele que possui as peculiaridades de um empreendedor cria algo

novo, dedicando seus esforços de ordem financeira, psíquica e social para abrir um negócio assumindo todos os riscos pertinentes a ele, além de buscar satisfação pessoal e retornos econômicos.

As pessoas que possuem a personalidade empreendedora, segundo Greatti e Senhorini (2000), possuem uma grande necessidade de exercer controle para concentrar-se em seus sonhos e atingir os seus objetivos, os quais geralmente são traçados no sentido de satisfazer a necessidade de realização e êxito pessoal. Os autores ressaltam que é necessário conquistar e aprender as competências e habilidades do empreendedor, para que se possa na prática profissional, realizar atitudes empreendedoras.

Algumas competências são essenciais ao empreendedor para que ele obtenha sucesso em sua jornada, considerando que estas competências estão intimamente relacionadas ao ato de conseguir mobilizar recursos (humanos, tecnológicos, intelectuais financeiros, etc). Com base nisto, Fleury e Fleury (2000) *apud* Eufrasio e Gomes (2012, p. 26), propõem a seguinte conceituação de competência relacionada ao ato de empreender:

Competência é um saber agir responsável, implica saber mobilizar recursos de pessoas, financeiros, materiais, criando sinergia entre eles; integrar e transferir os conhecimentos, recursos e habilidades, num contexto profissional determinado; comunicar-se; aprender; engajar-se, e assumir responsabilidades, riscos e consequências de suas ações [...] competência significa ter visão estratégica, ou seja, conhecer e entender o negócio da organização, seu ambiente, identificando oportunidades e alternativas, de forma agregar valor social para o indivíduo e valor econômico para a organização, enfatizam que as competências devem agregar valor econômico para a organização e valor social para o indivíduo.

No entanto, as competências não estão atreladas somente ao grau de qualificação do empreendedor informal ou formal, mas também, à capacidade de decisão acertada dos mesmos para resolver problemas. De acordo com Santos (2011) *apud* Costa e Furtado (2016) essas competências podem ser definidas em três diferentes tipos principais:

- ✓ Competências técnicas - são aquelas obtidas através de educação formal, treinamentos e experiência profissional, as quais estão limitadas ao nível da tomada de conhecimento da existência de princípios técnicos subjacentes à realização de tarefas relativamente simples e repetitivas;

- ✓ Competências comportamentais - são aquelas que possibilitam maior probabilidade de sucesso na execução de atividades pelo fato da pessoa saber colocar em prática as habilidades aprendidas e desenvolvidas, independentemente de como foram adquiridas, dentre elas estão as intelectuais que possibilitam pensar estrategicamente para reconhecer e definir problemas e buscar alternativas de soluções, para prevenir riscos e trabalhar em cima das mudanças, e ainda a capacidade de comunicação flexibilidade para negociação e administração de conflitos, relacionamento interpessoal e trabalho em equipe e feedback;
- ✓ Competências organizacionais - estão relacionadas a capacidade de compreensão mais ampla do negócio com foco em objetivos quantitativos e qualitativos, tendo a capacidade de influenciar o comportamento de seus liderados no sentido de conquistar o comprometimento e o apoio de todos os membros da organização pela credibilidade que o mesmo repassa, e ainda permite o gerenciamento do tempo, de recursos, a capacidade para planejamento, organização e administração de equipe com eficácia, através de comportamento empreendedor, ousado, criativo e inovador.

Man e Lau (2000) *apud* Dias *et al.* (2010), defendem que as competências podem ser categorizadas em seis áreas distintas de comportamento, conforme se descreve no quadro a seguir:

Quadro 2 - Áreas de Competências e Focos Comportamentais

Área de competências	Foco Comportamental
Competências de Oportunidades	Competências relacionadas a reconhecimento de oportunidades de mercados em suas diferentes formas.
Competências de Relacionamento	Competências relacionadas as interações baseadas nos relacionamentos entre indivíduos e indivíduos e grupos.
Competências Conceituais	Competências inerentes a diferentes habilidades, que estão refletidas no comportamento do empreendedor.
Competências Administrativas	Competências relacionadas a organização de diferentes recursos humanos internos e externos, recursos físicos, financeiros e tecnológicos.
Competências Estratégicas	Competências relacionadas a escolha, avaliação e implementação das estratégias das empresas.
Competências de Comprometimento	Competências que demandam habilidade de manter a dedicação do dirigente ao negócio.

Fonte: Man e Lau (2000)

Na busca por compreender os aspectos do comportamento empreendedor, Mello *et al.* (2006) apresentam as principais competências e definições de comportamentos dentro das áreas de competências defendidas por Man e Lau (2000), conforme o Quadro 3:

Quadro 3 - Dimensões da Competência e Definições

Dimensões da Competência	Definições
Oportunidade	
Identificar as oportunidades de negócios a partir de experiências prévias.	Identificar lacunas de mercado não atendidas, por meio de relacionamentos, operações de negócios e mudanças ambientais.
Avaliar os espaços de mercado não atendidos.	Avaliar tendências e mudanças de mercado e da concorrência.
Pesquisar oportunidades por meio dos esforços de marketing.	Desenvolver pesquisas de mercado e sistemas de inteligência de marketing para detectar oportunidades.
Identificar sinergia com os parceiros.	Identificar otimização de esforços de parceiros.
Relacionamento	
Construir e manter redes de relacionamento com <i>stakeholders</i> .	Construir e manter relacionamentos de confiança e credibilidade junto aos clientes, fornecedores, intermediários, colaboradores internos e acionistas.
Utilizar-se das redes de relacionamentos construídas com <i>stakeholders</i> .	Utilizar-se das redes para adquirir e fortalecer as oportunidades e para obter recursos e capacidades.
Negociar com os parceiros de negócios.	Jogar de forma “ganha-ganha” para fortalecer as oportunidades e para obter recursos e capacidades.
Recorrer às relações pessoais.	Recorrer a pessoas e grupos de referência oriundos do cotidiano secular a favor da prática profissional.
Competências conceituais	
Relacionar de forma criativa	
Pensar intuitivamente	Observar, analisar e avaliar de forma subjetiva.
Ver por um ângulo diferente	Analisar os caminhos alternativos e alcançar as melhores soluções.
Inovar	Diferenciar-se em mercados, produtos e tecnologias.
Lidar com os riscos	
Avaliar riscos	Avaliar as situações
Assumir riscos	Tomar decisão em situação de incertezas
Ter vocação	Demonstrar talento empreendedor
Competências estratégicas	
Orçar a implementação da estratégia	Estimar a viabilidade financeira da implementação da estratégia.
Controlar os resultados das estratégias	Monitorar os resultados da implementação da estratégia.
Competências de comprometimento	
Comprometimento do negócio	
Manter o posicionamento em relação ao negócio	Manter o compromisso com o negócio mesmo em situações de crise.
Comprometer-se com os objetivos de longo prazo	Manter o compromisso com os objetivos de longo prazo mais que com os de curto prazo.
Comprometer-se com a equipe	Ser responsável pela atuação dos empregados.

Continua

Comprometimento com o pessoal	
Comprometer-se com suas crenças e valores	Comprometer-se com o cumprimento de ações compatíveis com as crenças e valores pessoais.
Comprometer-se com objetivos pessoais	Comprometer-se com os próprios interesses em termos de vida pessoal.
Recomeçar após fracassos	Disposição para reiniciar a atividade mesmo após situações de insucesso.
Competências de equilíbrio trabalho/vida pessoal	
Dar vazão ao estresse	Desenvolver atividades alheias ao cotidiano da empresa.

Fonte: Mello *et al.*, (2006). Competências Empreendedoras.

Para Eufrasio e Gomes (2012), o empreendedor consegue mobilizar seus conhecimentos (saberes), habilidades (saber-fazer) e atitudes (saber ser) no seu cotidiano, os autores ainda esclarecem que a competência é uma ferramenta essencial para redefinir o processo de identificação das características primordiais ao seu sucesso. Contribuem ainda dizendo que o desenvolvimento oportuno deste conjunto de competências aqui tratado, é desejável à qualquer indivíduo, e no caso do empreendedor se torna decisivo para se obter sucesso, e a condição prévia para o melhor desenvolvimento destas características está em um conhecimento intenso sobre sua personalidade.

Entretanto, de acordo com Brito *et al.* (2013), para que um indivíduo possa ser considerado um empreendedor de sucesso, além de apresentar as características importantes já citadas anteriormente, algumas habilidades lhe são necessárias também para que ele possa empreender de fato, tornando seu empreendimento competitivo e sólido no mercado.

Nesse sentido, Hisrich e Peters (2009) *apud* Brito *et al.* (2013) às classificam em habilidades técnicas, habilidades administrativas e habilidades pessoais. Conforme apresenta a Figura 1:

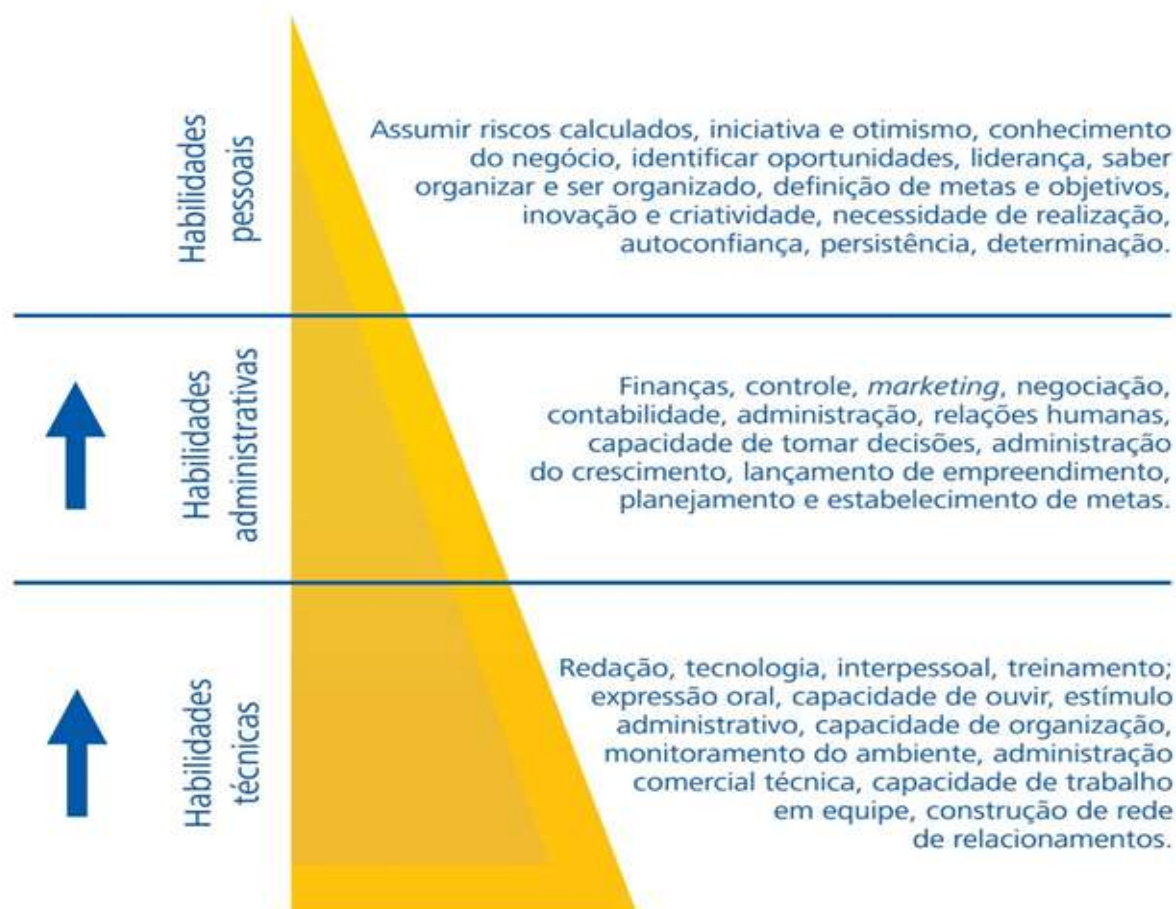


Figura 1: Tipos de habilidades empreendedoras. Fonte: Hisrich e Peters (2009).

Para Kuratko e Hodgetts (1998) *apud* Santos (2005, p. 30), “o empreendedorismo é a habilidade para criar e construir visões, ou seja, aplicar energia para iniciar e desenvolver um negócio ou organização”. Dentre as características expressas no comportamento do empreendedor também está inclusa a habilidade em construir e liderar uma equipe empreendedora para complementar as competências e talentos do empreendedor. Sendo que, para construir um perfil empreendedor sólido é necessário ter conhecimento para encontrar, organizar e controlar recursos, geralmente de terceiros.

Bordoni (2008) *apud* Costa e Furtado (2016), explica que as habilidades estão relacionadas à ação e dependem dos conhecimentos que o indivíduo busca, enquanto que as competências implicam na aplicação das habilidades por meio de operações mentais e de se manter atitudes adequadas à realização de tarefas e à busca por conhecimentos. Dessa forma, as habilidades estão relacionadas ao “saber fazer” e competências ao “saber em ação”.

A promoção do desenvolvimento das habilidades e competências dos indivíduos é uma característica da era da gestão do conhecimento, onde a mesma pode ser identificada como um conjunto de atividades voltadas para a promoção do conhecimento organizacional, fazendo com que as organizações e os empreendedores possam em qualquer circunstância desfrutar de um conhecimento rico em informações sólidas e objetivas, com vistas ao alcance dos objetivos organizacionais e maximização da competitividade. Dessa forma é importante que os gestores consigam identificar e disseminar o conhecimento já existente na organização, estimulando a produção de novos conhecimentos (FURTADO, 2016).

Segundo Peixoto Filho (2011), existem muitos questionamentos com relação ao fato de que o indivíduo pode desenvolver atitudes empreendedoras através da aprendizagem, ou o que os tornam empreendedores são características que já nascem com ele. Na verdade, segundo o autor determinadas características psicológicas são importantes, como a iniciativa, disposição à riscos e perseverança, mas muitas habilidades e conhecimentos uteis podem ser adquiridos e desenvolvidos através do ensino, como por exemplo a capacidade de negociar, característica esta, muito utilizada durante todo o processo empreendedor, e ainda o ato de desenvolver equipes, ato que faz a diferença na ampliação do negócio.

Empreendedores são considerados pessoas com muita garra, que não desistem diante de grandes obstáculos. Podem ser natos sim, mas também podem se desenvolver mediante estudo e preparo, o que o enriquece quanto empreendedor. Vale ressaltar que, mesmo que o indivíduo possua a coragem e todos as características para ser empreendedor, e mesmo que o ambiente seja propício, se ele não tiver preparo algum, as chances de o negócio fracassar são enormes (DORNELAS, 2015).

2.2 TIPOS DE EMPREENDEDORES

A partir das inúmeras características identificadas ao longo de muitos estudos é possível afirmar que diante de tanta diversidade e formas de comportamento, o empreendedor pode se diferenciar de várias formas quanto a sua tipologia. Conforme afirma Dornelas (2015), o empreendedorismo pode ocorrer a qualquer um, dependendo do ambiente em que está inserido, das condições e características que possam influenciar o seu comportamento e de que forma. Assim, existem vários tipos de

empreendedores, e é possível, segundo o autor, que surjam ainda mais denominações, considerando o fato de que o empreendedorismo é um tema em constante expansão e disseminação.

Segundo a Revista PEGN (2015), existem basicamente cinco principais tipos de empreendedores:

- ✓ Os céticos, que possuem o hábito de questionar o sucesso dos outros, os mesmos passam muito tempo examinando negócios alheios e procurando que tipo de “sorte” os fez crescer. Esses não acreditam que as pessoas possam ser sucedidas sem terem tido o universo conspirando a seu favor;
- ✓ Os imitadores veem o sucesso dos outros e sempre tentam fazer uma cópia exata da ideia alheia. Eles adotam uma série de atitudes iguais e se tornam clones de empresas e empreendedores de sucesso;
- ✓ Os pesquisadores, que estão pesquisando a todo o momento novas possibilidades e estratégias para começar uma nova ideia ou ajudar o seu negócio a crescer. Entretanto, toda pesquisa deve vir seguida de uma ação. A chave para o sucesso é sempre adicionar na sua empresa aquilo que você aprende;
- ✓ Os determinados, estes sempre fazem o possível e o impossível para seguirem seus sonhos. Eles veem importância em abrir um negócio e enxergam possibilidades de sucesso sem ter de copiar ninguém;
- ✓ Os experientes, os quais estão sempre focados em dar escala aos seus negócios e criar um legado para toda a vida, esses empreendedores tem uma carreira longa. Eles passaram por todos os estágios possíveis de desenvolvimento de uma empresa e têm experiência quando o assunto é negócios.

O empreendedor do negócio próprio, segundo afirma Dornelas (2015), é um dos tipos mais comuns, o qual durante muito tempo foi rotulado como o empresário e vice-versa. Entretanto o autor defende que empreender vai muito além da criação e gestão da própria empresa. De acordo com Baggio e Baggio (2015), o empreendedor *start-up* ou empreendedor do negócio próprio, tem como objetivo originar um novo negócio, este analisa o cenário e diante de uma oportunidade apresenta um novo empreendimento. Encara desafios como o de suprir uma demanda existente que não vem sendo dada devida atenção, buscar e apresentar diferenciais competitivos em

um mercado já existente, vencer a concorrência, conquistar clientes e alcançar a lucratividade e a produtividade necessárias à manutenção do empreendimento.

Ainda assim, segundo Dornelas (2015), convém relacionar alguns dos subtipos ou perfis dos empreendedores que constituem ou gerem seu próprio negócio:

- ✓ O empreendedor informal – conhecido na literatura como o empreendedor por necessidade, pois cria seu próprio negócio por não ter alternativa. Envolvem-se em negócios informais desenvolvendo tarefas simples, prestando serviços e conseguindo pouco retorno;
- ✓ O empreendedor cooperado – aquele que cria para as cooperativas, são basicamente os artesãos que trabalham em equipe, mas sonha em ter seu próprio negócio. Atuam em cooperativas no intuito de crescer até que se torne independente. Costuma dispor de poucos recursos e não tem alto risco.
- ✓ O empreendedor individual - antigo empreendedor informal que agora legalizado começa a ter uma empresa de fato, mas não pensa em crescer muito, pois está mais ligado a suprir suas necessidades. Geralmente trabalha sozinho.
- ✓ O empreendedor franqueado - aquele que inicia uma empresa a partir de uma marca já desenvolvida por um franqueador; sua atuação é local/regional e alguns dos setores que mais se destacam são alimentação, vestuário e educação/treinamento;
- ✓ O empreendedor público - pessoas comprometidas com o coletivo, que não se deixam cair na monotonia por ter estabilidade no emprego; pelo contrário, querem melhorar os serviços à população e propõem maneiras de utilizar os recursos públicos com mais eficiência;
- ✓ O empreendedor do conhecimento - utiliza seu profundo conhecimento numa área para gerar lucro. Tem por objetivo a realização e o reconhecimento profissional. Escritores e artistas são bons exemplos de empreendedores desse tipo.

Empreendedores podem ser natos, os quais geralmente são mais conhecidos por suas histórias grandiosas e por estabelecerem grandes negócios muitas vezes iniciados do zero, começaram a trabalhar desde muito cedo, com condições mínimas, e acabaram construindo grandes empresas por terem uma visão ampla para o negócio, otimismo para continuar com os objetivos estabelecidos, estão sempre à

frente do seu tempo e comprometem-se por inteiro para realizar seu sonho (DORNELAS, 2008).

O empreendedor também pode ser classificado como aquele que aprende, o mesmo pode ser caracterizado por buscar conhecimentos e aprendizagem para aproveitar uma oportunidade quando identificada a fim gerir seu próprio empreendimento. Há ainda o empreendedor serial, que é aquele que cria negócios para vender, assim, o capital adquirido com sua ideia inicial pode financiar a criação de outro negócio, e vender este novamente e assim sempre produzindo algo novo, tornando-se uma atividade recorrente. E além dos já citados o empreendedor também pode ser social, que é classificado como aquele que vem de qualquer setor que seja sem fins lucrativo, que possui características dos empreendedores tradicionais como a criatividade, visão e determinação, busca por inovação social ao invés de lucro por meio do emprego e da focalização na inovação, visando sempre o benefício social que essa inovação pode proporcionar, além de utilizarem de sua experiência organizacional para ajudar o próximo (DORNELAS, 2008; LIMA, 2017; SILVA, 2014).

Dornelas (2015), relaciona ainda, mais dois subtipos de empreendedores que são os: herdeiros, os quais cresceram muito próximo a um modelo empreendedor e foram incentivados a seguir esses caminhos, alguns de fato herdaram o negócio dos familiares e experiências anteriores, tanto positivas quanto negativas, são a motivação principal para guiar o negócio; e os “normais”, aqueles que realmente “fazem a lição de casa”, que buscam minimizar riscos, que se preocupam com os próximos passos do negócio, que possuem uma visão de futuro clara e que trabalham em função de metas.

Segundo Dornelas (2008), existem ainda os empreendedores corporativos, que são indivíduos inovadores e criativos, capazes de impulsionar o desenvolvimento interno, ampliando a atuação da empresa em outras áreas, estes conseguem empreender ainda que não sejam donos do próprio negócio, e se destacam através do seu perfil de liderança. São funcionários conscientes de seu papel na organização onde trabalham e que trazem ideias e executam projetos que visem ao crescimento da empresa no longo prazo, pessoas que inovam na empresa estabelecida, em todos os níveis hierárquicos.

Chiavenato (2012), classifica dois tipos de empreendedores, quanto ao estilo de fazer negócios, que são: os executores, o indivíduo que inicia basicamente seu negócio a partir de suas habilidades técnicas e algum conhecimento de gestão de

negócios, possui conhecimento técnico na sua área, mas não dispõe de um conhecimento suficiente sobre gestão, nem preparo para comunicação, análise de mercado, tomada de decisão e gerenciamento do próprio negócio; e o administrador, que possui uma formação com conhecimentos mais amplos e dedicados, como administração e comportamento organizacional. Ambos constituem dois extremos de abordagem gerencial, o primeiro se dá asas à imaginação, conhece o produto/serviço e a técnica para produzi-lo, e o segundo é experiente, utiliza de procedimentos gerenciais sistemáticos aproximando-se de uma abordagem científica na gestão do negócio.

2.3 CONTEXTO PARA EMPREENDER

O homem é capaz de criar e moldar a si mesmo, pois é ao mesmo tempo o criador e a criação, o mesmo possui a capacidade de alterar o seu comportamento quando é necessário, bem como de construir e lapidar as características fundamentais na formação do perfil empreendedor. Entretanto esse perfil bem-sucedido não pode ser tomado como um padrão de exigências, deve ser usados exclusivamente para descobrir para onde direcionar o processo de desenvolvimento, detectando o que precisa ser aperfeiçoado e trabalhado para ser o empreendedor que espera ser. O empreendedor bem sucedido é uma pessoa como qualquer outra, onde suas características de personalidade, talentos e habilidades o direciona ao sucesso, fazendo com que este realize sonhos, alcançando seus objetivos e atingindo sua realização pessoal (GREATTI,2005).

O comportamento de um indivíduo é resultado da interação de suas características de personalidade com o ambiente externo, conforme afirma Bringham *et al.* (2001), e este comportamento é influenciado por aspectos psicológicos, biológicos, sociológicos, antropológicos, econômicos e políticos. Assim, é evidente a natureza complexa do comportamento humano, o qual deve sempre ser avaliado de acordo com a situação.

Os valores que podem influenciar uma pessoa a ser empreendedora estão relacionados com a convivência, a qual se revela basicamente em três níveis de ligação: o primário, que são os familiares e conhecidos, ligações em torno de mais atitude; o secundário, referente as ligações em torno de determinada atitude, rede de ligações (Network) e; o terciário, que são os conhecimentos adquiridos através de

cursos, livros, viagens, feiras e congressos (DINIZ e GOMES, 2010). Esses níveis, segundo Dolabela (1999) *apud* Diniz e Gomes (2010), fazem que se perceba que o empreendedorismo pode estar em qualquer lugar e que pode ser descoberto de qualquer forma, mesmo que no meio familiar este seja mais frequente.

Há um mito de que não é possível desenvolver o empreendedorismo e que o indivíduo já nasce empreendedor, entretanto de acordo com Bernardi (2012), existem várias circunstâncias que dão origem a um empreendimento e ao surgimento do empreendedor, e que podem ser ou não relacionadas aos traços de personalidade. Partindo dessa ideia, o indivíduo pode adquirir características empreendedoras através da convivência familiar ou do ambiente em que está inserido, assim como também pode desenvolver características através do ensino e das circunstâncias.

O indivíduo pode sim, desenvolver uma personalidade empreendedora, e ainda, aprimorá-la e maximizá-la através de fatores internos e externos, conforme esclarece Greatti e Senhorini (2000, p. 26):

A personalidade empreendedora não nasce pronta, muito pelo contrário, ela é fruto do meio ambiente em que a pessoa vive, o tipo de educação recebida pelos pais, o jeito de ser e agir da família e as experiências vividas tanto na infância quanto na adolescência. Tal personalidade se desenvolve de diferentes maneiras devido ao ambiente social e cultural no qual o indivíduo está inserido, sendo que as condições ambientais, políticas e econômicas favorecem ou não o surgimento e o crescimento das empresas. A personalidade empreendedora pode ser ainda desenvolvida e maximizada, desde que a pessoa já apresente tendências empreendedoras, através de experiências de vida ou ainda por influência de um processo sistemático de treinamento.

Assim, Bringhenti *et al.* (2010), também defende que, para que o comportamento empreendedor possa se gerar é importante que a personalidade empreendedora esteja aliada a um ambiente apoiador, que inclua uma cultura que valorize o alcance do sucesso pessoal e que possua uma tolerância maior ao fracasso, proporciona à pessoa que possui uma personalidade empreendedora uma maior possibilidade de colocar em prática suas ideias. É necessário combinar os recursos materiais e humanos para alcançar objetivos e manter-se competitivo. A combinação dos recursos materiais e financeiros não revela grandes mudanças, ao passo que, para os recursos humanos, a novidade é o conhecimento nas mais diferentes formas, principalmente no que se refere a atitudes e habilidades as quais dão origem a um novo profissional, o empreendedor interno.

Diniz e Gomes (2010), enfatizam que o empreendedorismo pode se revelar também como uma opção profissional, ou seja, muitas pessoas se realizam acreditando no seu potencial empreendedor e assim deixam de fazer parte do mundo dos desempregados, passando a viver uma nova realidade. Dolabela (1999) *apud* Diniz e Gomes (2010), afirma que é de fundamental importância o estímulo ao empreendedorismo diante do decréscimo contínuo de postos de trabalhos na esfera global.

Existem questionamentos sobre a real possibilidade de ensinar alguém a ser empreendedor, conforme explica Lima (2000) *apud* Bringhenti *et al.* (2010 p. 5):

O que se questiona é a possibilidade de ensinar alguém a ser empreendedor, ou então, seria ensinar no sentido de encorajar e estimular o desenvolvimento de habilidades através da alteração da postura docente, da apresentação de novas formas de trabalhar conteúdos, criando ambientes favoráveis para pensar e criar o futuro e, ao mesmo tempo, comprometidos com soluções de problemas presentes, ou seja, verdadeiros visionários focados no gerenciamento, execução de processos, observação tecnológica, com postura proativa, ousados e com velocidade de implementação.

O ensino do empreendedorismo deve priorizar o comportamento do indivíduo em relação ao saber. O objetivo fim, não é a transmissão de conhecimentos, mas sim o esforço no desenvolvimento de características pessoais necessárias ao empreendedor de sucesso. A criação de empresas não deve ser o fator principal, mas sim, a formação desses empreendedores de sucesso (DOLABELA, 2001 *apud* BRINGHENTI *et al.*, 2010).

Todos possuem a capacidade e um potencial empreendedor, que podem ser desenvolvidas e aprimoradas, e alguns fatores auxiliar esses futuros empreendedores a mudar o modo de pensar e agir, e assim dominar com mais facilidade suas técnicas. O caminho é investir no espírito empreendedor. Entretanto, o desafio é conseguir desenvolver os comportamentos empreendedores para que os participantes possam atuar como agentes de mudanças em suas organizações, melhorando processos e criando novas oportunidades de negócio (DINIZ e GOMES, 2010).

Uma das soluções encontradas no sistema educacional para estimular o aprendizado ao empreendedorismo, é a oferta de cursos e materiais sobre o assunto, como alternativa principalmente aos jovens profissionais, conforme afirma Dornelas (2001) *apud* Diniz e Gomes (2010). O empreendedorismo atingiu o âmbito social em função das mudanças nas relações de trabalho, na economia e na sofisticação dos

meios de produção, exigindo assim, uma maior necessidade de conhecimento. Atualmente a prática do empreendedorismo é tida como um importante instrumento de desenvolvimento econômico de um país, tido como forma de geração de emprego.

De acordo com Bernardi (2012), a ideia de um empreendimento pode surgir da observação, da percepção e análise de atividades, tendências e desenvolvimentos, na cultura, na sociedade, nos hábitos sociais e de consumo. Enfim, as oportunidades podem ser detectadas ou visualizadas, racional ou intuitivamente, das necessidades e das demandas prováveis, atuais e futuras, e as não atendidas definem a ideia do empreendimento. Assim a ideia do empreendimento pode surgir de várias maneiras, e a concepção deste, pode ser fruto de habilidades, gostos e outras características pessoais, pode até acontecer por meio de pessoas que não tiveram experiência alguma com o ramo, inovando ou criando novas formas de negócio.

Entre muitas motivações e razões objetivas e subjetivas para se empreender encontram-se algumas que são constantemente relacionadas pela literatura, como: necessidade de realização, implementação de ideias, independência, fuga da rotina profissional, maiores responsabilidades e risco, prova de capacidade, auto realização; maior ganho, *status* e controle da qualidade de vida (BERNARDI, 2012).

A existência de indivíduos reconhecidos como empreendedores é a condição básica para o surgimento de novos empreendimentos. De acordo com Paulino e Rossi (2003), empreendedores são os agentes responsáveis pelo desencadeamento e condução do processo de criação de unidades produtivas. Através de suas ações e atitudes esses indivíduos inovam e desenvolvem o universo empresarial, permitindo que o fluxo e desenvolvimento da economia sejam catalisados.

Para que se possa iniciar um empreendimento, é necessária uma forte aproximação do perfil empreendedor, devido à complexidade da decisão, pelos problemas e riscos característicos da atividade. Atuar como empreendedor inclui encarar os mais diversos problemas vindos dos lugares mais inesperados e inusitados, este é surpreendido frequentemente, e muitas vezes dependendo da origem pode até encontrar-se despreparado para reagir a determinadas situações (BERNARDI, 2012).

Bernardi (2012), ainda ressalta que são as motivações de caráter econômico e psicológico, que levam uma pessoa a empreender e têm como contrapartida custos econômicos e emocionais que se não forem tratados de forma adequada, findam em situações paradoxais e delicadas. Além dos custos econômicos, próprios da atividade

empresarial, podem surgir custos emocionais que podem variar de peso conforme a escala emocional de cada indivíduo.

O sucesso de um empreendimento é sempre caracterizado por uma boa ideia e alguém com talento e disposição suficientes para transformá-la em realidade. Além das características frequentemente relacionadas ao empreendedor, este é capaz de identificar uma boa oportunidade, correr riscos, enfrentar adversidades e, principalmente, conduzir seu negócio ao sucesso (BRINGHENTI *et al.*, 2010).

Frequentemente são relacionados de forma direta o sucesso de um empreendimento e os atributos e comportamentos do empreendedor. A personalidade deste, portanto, configurará a imagem desse empreendimento, os valores e o comportamento social do mesmo. O autor destaca ainda o importante apoio do SEBRAE (Sistema Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) no desenvolvimento de novos empreendimentos, o qual, segundo ele mediante todos os requisitos citados anteriormente relacionados ao sucesso do empreendimento é de suma importância a compreensão do perfil empreendedor visando possibilitar a ampliação e melhoramento das formas para seu desenvolvimento não somente restrito aos aspectos econômicos mas, principalmente, dos seus aspectos psicológicos, formação e desenvolvimento (PAULINO e ROSSI, 2003).

Conforme Greatti (2005), existe uma grande demanda com relação a mudança do perfil dos gestores organizacionais que, atendendo às necessidades de uma sociedade em constantes e rápidas transformações, são obrigadas a buscar competências e condições para que suas organizações, não só sobrevivam, como sejam sustentáveis. Diante desse cenário cada vez mais competitivo e igualitário, o empreendedor deve possuir certas aptidões que possam auxiliá-lo para que se sobressaia diante artimanhas do mercado.

“Os traços de personalidade e boas ideias são insuficientes para o sucesso, porquanto há que se sedimentar todos os ingredientes, num todo coeso, encadeado e harmônico” (BERNARDI, 2012, p.32). Assim, Greatti (2005 p. 75), explica então o que é necessário além desses atributos já citados:

O empreendedor, antes de iniciar um negócio, precisa ser estimulado a refletir sobre suas características pessoais, e impulsionado a desenvolvê-las na direção do perfil ideal para tornar-se bem-sucedido, pois o empreendedor em si é o maior e melhor recurso que se tem para o sucesso. Ele deve avaliar as próprias características da forma mais objetiva possível, encarar suas

limitações em vez de escondê-las e trabalhar seriamente no sentido de desenvolver ou aperfeiçoar aquelas características das quais necessita.

Vres (2001) *apud* Greatti (2005), o empreendedor deve estar capacitado para criar e assim também conduzir a implementação do processo criativo, elaborando estratégias que permitam o desenvolvimento da sua organização, pois o mesmo possui altos níveis de energia e altos graus de perseverança e imaginação que, combinados com a disposição para correr riscos, o capacitam a transformar o que normalmente começa como uma simples ideia em resultados concretos.

Greatti (2005, p. 68), enfatiza que o sucesso do empreendimento encontra-se intimamente relacionado as ações do indivíduo que o direciona:

No atual contexto de desafios e incertezas, o desenvolvimento das organizações e até mesmo sua sobrevivência depende, em grande parte, de indivíduos que conseguem identificar novas oportunidades de negócio através de um processo visionário, combinar recursos e habilidades de forma inovadora para a concretização da ideia e conduzir de forma eficaz o empreendimento, objetivando o relacionamento amistoso entre a empresa, seus membros e os mercado, altamente competitivo. O empreendedor precisa ter competências que possibilitem, não só inserir uma empresa no mundo dos negócios, como, também, manter sua sobrevivência.

Empreendedores bem-sucedidos não esperam que as oportunidades venham ao seu encontro, eles se propõem a busca-las. Para Drucker (2014), empreendedores que já começam com a ideia de que irão conseguir grandes realizações, estes provavelmente estão destinados ao fracasso, analisar o contexto e estabelecer critérios é essencial. Para que sejam bem sucedidos, qualquer que seja sua motivação pessoal, empreendedores devem criar valor para seu negócio e fazer uma contribuição. Entretanto eles querem mais, não se contentam em simplesmente melhorar o que já existe ou modifica-lo, eles buscam criar valores novos e diferentes, satisfações novas e diferentes, convertendo um material em recurso, ou combinar recursos existentes em uma nova e mais produtiva configuração.

Um empreendedor potencial tem habilidades para reconquistar clientes, tem criatividade suficiente para superar os concorrentes, tem influência para conseguir financiamentos e comprometimento para pagá-los no prazo. Com a ajuda de profissionais, ele consegue estudar, previamente, a melhor estrutura legal a ser montada para a sua empresa, de forma a conseguir arcar com a carga tributária correspondente. Ele pode até fracassar em todas essas atividades, mas sua característica marcante de aprender com os erros e ser persistente não deixa o seu empreendimento morrer. O que ocorre, muitas vezes, é que o desemprego e até mesmo a vontade de deixar de ser empregado, leva o indivíduo a montar seu próprio negócio. A ambição e a

necessidade de “subir na vida” são variáveis que contribuem para isso (Greatti, 2005, p. 74).

Assim, Greatti (2005), esclarece que além da vontade de criar o próprio negócio ou desenvolver novas ideias dentro de uma organização, são necessários alguns requisitos importantes para quem pretende empreender, como o conhecimento do ramo do negócio que pretende assumir, aptidões empresariais e sensibilidade administrativa, capacidade de planejamento, capacidade de identificar e conviver com os riscos, entre outras características que, em conjunto, formam o perfil do empreendedor. O autor enfatiza ainda que o fato de muitos empreendimentos não prosseguirem, não necessariamente está relacionado a falta de características empreendedoras do empresário.

A mudança proporciona a oportunidade para o novo e diferente. Empreendedores, portanto, devem apostar na busca deliberada e organizada de mudanças, e na análise sistemática das oportunidades que essas mudanças são capazes de oferecer para a inovação econômica e social (DRUCKER, 2014).

Todas as características da personalidade empreendedora, uma modelagem adequada do negócio e um bom planejamento elevam as chances de sucesso de um empreendimento, mas não garante. Para tal compreensão é necessário entender o que realmente diferencia um empreendedor bem-sucedido. Comumente encontramos nos empreendedores de sucesso características como tino para o negócio, visão para o empreendimento, são visionários e líderes, além de possuírem uma conotação de realizadores, energia e persistência. Entretanto, não basta apenas ter uma visão para o negócio, é necessário haver um equilíbrio entre visionar e realizar, e para tanto, é preciso que todo o processo esteja amparado em pilares sólidos, desde a criação até a realização (GREATTI, 2005).

3 O PERFIL EMPREENDEDOR DOS ACADÊMICOS DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA FACULDADE DE ITAITUBA – FAI: Olhares de concluintes

3.1 METODOLOGIA

A presente pesquisa caracterizou-se como bibliográfica de caráter descritivo, pois a mesma foi construída a partir de referenciais teóricos consolidados, e se propôs a analisar e descrever uma realidade específica, no caso o perfil empreendedor dos pesquisados. A pesquisa bibliográfica é caracterizada conforme como aquela realizada a partir de registros disponíveis, decorrentes de pesquisas anteriores, em documentos como livros, artigos, teses e outros, utilizando-se de dados já trabalhados por outros pesquisadores e devidamente registrados (Severino, 2007).

Visando atender os objetivos desta pesquisa, realizou-se um estudo descritivo - que tem como finalidade principal a descrição das características de determinada população ou fenômeno, ou o estabelecimento de relações entre variáveis - de abordagem quantitativa e qualitativa. As pesquisas que aplicam métodos quantitativos são aquelas que empregam a estatística e a matemática como recursos principais para a análise das informações, dessa forma, sistematizam essas informações em termos numéricos fazendo os devidos tratamentos dos dados de forma quantitativa. A abordagem qualitativa envolve a obtenção de dados descritivos, obtidos no contato direto do pesquisador com a situação estudada, enfatiza mais o processo do que o produto e se preocupa em retratar a perspectiva dos participantes. É importante salientar que os métodos qualitativos são auxiliares dos quantitativos e vice-versa (OLIVEIRA, 2011; LEITE, 2008).

A pesquisa tem as referidas abordagens metodológicas, pois, visa quantificar e descrever o percentual de acadêmicos que possuem determinadas características consideradas essenciais ao perfil empreendedor, conforme estudos bibliográficos realizados, o grau com que as desenvolvem, quantos acreditam que o curso de Administração ofertado pela IES FAI foi capaz de contribuir para o desenvolvimento destes como empreendedores e quais as justificativas dadas pelos acadêmicos com relação a esse entendimento.

O universo da pesquisa de campo serão os acadêmicos do oitavo período do Curso de Bacharelado em Administração da Instituição de Ensino Superior Faculdade de Itaituba FAI do ano de 2017. A amostra será constituída por 20 (vinte) acadêmicos

da referida população, a parcela compreende aproximadamente 50% (por cento) da turma, considerando que a mesma é composta por 42 (quarenta e dois) acadêmicos. A amostragem é do tipo não probabilística aleatória simples, de acordo com Vergara (2014), nesse tipo de amostragem cada elemento da população (universo da pesquisa) tem uma chance determinada de ser selecionado, sendo a seleção aleatória e casual.

O instrumento para coleta de dados adotado neste trabalho, foi um questionário compreendendo dois testes de perfil empreendedor, contendo questões fechadas, relacionadas às características comuns aos empreendedores e características relacionadas às competências gerenciais, o questionário conta ainda com uma questão subjetiva, relacionada à compreensão dos acadêmicos em relação ao aprendizado do curso, se este foi capaz de contribuir para o desenvolvimento de características empreendedoras.

A finalidade da pesquisa, portanto, é identificar a presença de características empreendedoras nos acadêmicos concluintes do curso de Administração (2014/2017) da Faculdade de Itaituba- FAI capazes de moldar um perfil empreendedor e se o curso contribuiu de forma positiva para que se tornassem e/ou desenvolvessem como empreendedores.

3.2 LEVANTAMENTO E ANÁLISE DA PESQUISA

Para a realização do presente trabalho, utilizou-se informações adquiridas através de um questionário escrito com perguntas fechadas e uma aberta. As questões fechadas foram adaptadas de dois testes de perfil relacionados às características empreendedoras pessoais e gerenciais, os testes foram extraídos do livro de José Assis Dornelas – “Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso” - o autor é referência na área do empreendedorismo. Foi utilizada ainda no questionário, uma questão para conceito dos acadêmicos a respeito da contribuição dos conhecimentos adquiridos no curso para o desenvolvimento de um comportamento empreendedor. Os questionários foram preenchidos por 20 (vinte) acadêmicos do oitavo período do curso de Bacharelado em Administração da IES Faculdade de Itaituba-FAI, o preenchimento do questionário ocorreu entre os dias 07 e 08 de dezembro de 2017.

3.2.1 Perfil dos entrevistados

Os sujeitos da pesquisa são acadêmicos do oitavo período do curso de Bacharelado em Administração (2014/2017) da Instituição de Ensino Superior Faculdade de Itaituba – FAI. Através do questionário aplicado aos acadêmicos foi possível traçar um perfil relacionado à gênero e faixa etária.

✓ Gênero

A tabela 1 apresenta o gênero dos acadêmicos participantes da pesquisa, observa-se que a porcentagem de entrevistados do sexo masculino é de 55% do total envolvido, e a parcela de entrevistados do sexo feminino é de 45%, assim como demonstrado no Gráfico 1, nota-se então que há quase que uma equiparação entre os gêneros da amostra, o motivo pode estar relacionado ao fato de que a turma possui um certo equilíbrio em seu quadro de acadêmicos com relação aos gêneros masculino e feminino, considerando que os questionários foram aplicados à turma de forma aleatória.

Tabela 1 - Gênero dos acadêmicos

Gênero	Frequência	Porcentagem (%)
Masculino	11	55%
Feminino	09	45%

Fonte: Pesquisa realizada pela autora, 2017.

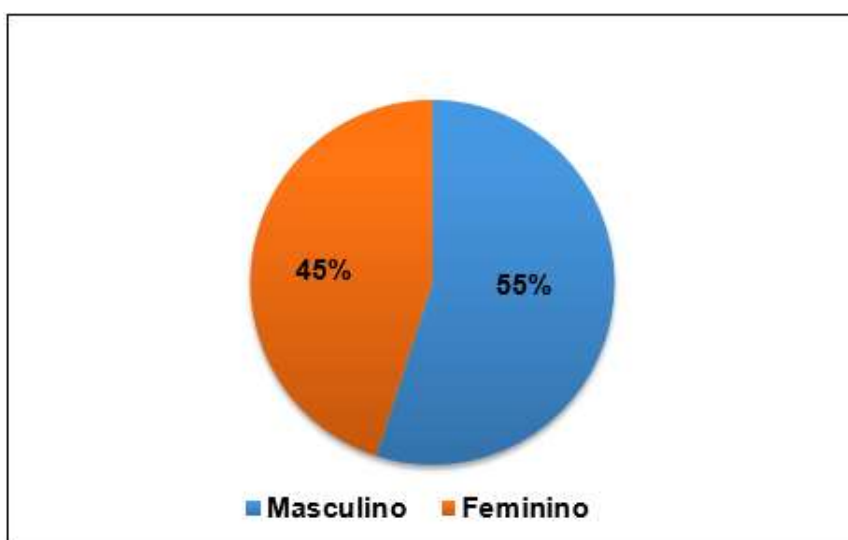


Gráfico 1 – Gênero dos acadêmicos. Fonte: Pesquisa realizada pela autora, 2017.

✓ Faixa etária

Em relação a idade dos acadêmicos pode-se observar na Tabela 2 que houve uma maior concentração na faixa etária de 20 a 27 anos, equivalendo à 55% e entre 28 e 35 anos, equivalendo à 35%, conforme representado no Gráfico 2. Isso pode se justificar devido a maioria dos acadêmicos do curso de Administração ser composta por acadêmicos que ingressaram logo após a formação do 2º grau, e que estão em busca de desenvolver um perfil profissional para ingressar no mercado de trabalho ou administrar o negócio da família.

Tabela 2 – Faixa etária dos acadêmicos

Faixa etária	Número de acadêmicos	Porcentagem (%)
20 a 27 anos	11	55%
28 a 35 anos	07	35%
36 anos ou mais	02	10%

Fonte: Pesquisa realizada pela autora, 2017.

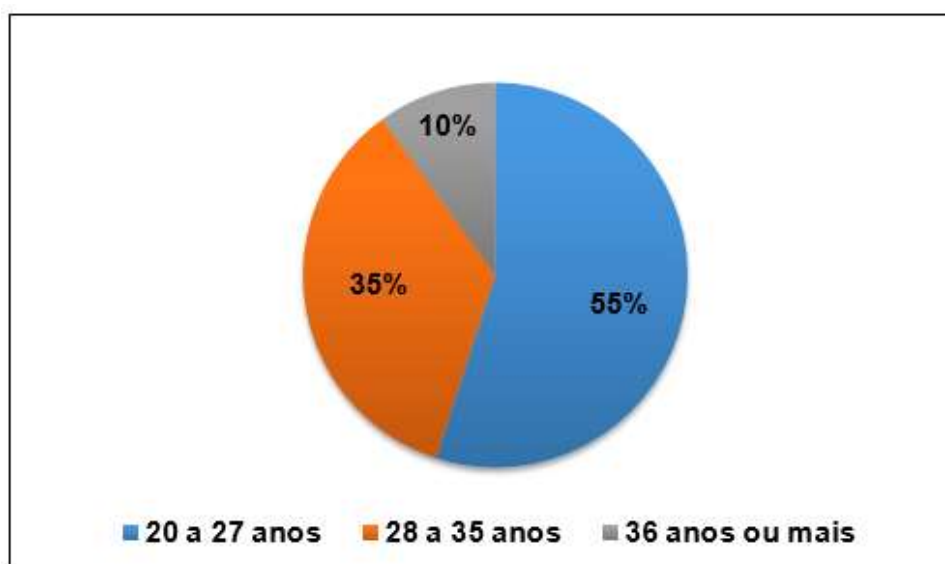


Gráfico 2 – Faixa etária dos Acadêmicos. Fonte: Pesquisa realizada pela autora, 2017.

3.2.2 Análise das características empreendedoras comuns dos acadêmicos

Primeiramente foi aplicado um teste de perfil, autoavaliativo, relacionado às características comuns aos empreendedores, o qual, contém uma relação de 30 (trinta) características básicas dos empreendedores de sucesso, consideradas por Dornelas (2015) como essenciais. As características foram subdividas em: comprometimento e determinação; obsessão pelas oportunidades; tolerância a riscos, ambiguidade e incertezas; criatividade, autoconfiança e habilidade de adaptação; motivação e superação. O teste consiste em uma autoavaliação dos entrevistados com relação às características apresentadas, onde os entrevistados devem atribuir à cada uma delas, uma nota de 01 a 05, onde: 01 é Insuficiente; 02 é fraco; 03 é regular; 04 é bom e 05 é excelente. O objetivo primeiramente é compreender as características que os acadêmicos acreditam possuir com excelência, e por seguinte, calcular através das notas atribuídas, o nível empreendedor dos acadêmicos.

Dos níveis de autoavaliação, 100% dos acadêmicos optaram apenas por três das opções oferecidas para cada característica, ou seja, todos os acadêmicos entrevistados acreditam que desenvolvem as características descritas, de forma: 05 – Excelente; 04 – Boa ou 03 – Regular.

As tabelas de 3 a 7 apresentam a autoavaliação dos acadêmicos referente as características empreendedoras relacionadas ao ambiente, atitudes e *know-how*; comprometimento e determinação; obsessão pelas oportunidades; tolerância ao risco, ambiguidade e incertezas; criatividade, autoconfiança e habilidade de adaptação; e motivação e superação. Estão discriminadas nas tabelas a porcentagem de acadêmicos que se autoavaliariam no desenvolvimento das características descritas nas mesmas. A autoavaliação para cada característica variou entre: Excelente; Bom e Regular.

✓ Comprometimento e determinação

De acordo com o teste de perfil aplicado aos acadêmicos do oitavo período de Administração da Faculdade de Itaituba, os mesmos acreditam ser, em sua maioria, bons ou excelentes com relação as características voltadas ao comprometimento e determinação. Conforme demonstra a Tabela 3, uma parcela de 65% dos acadêmicos se autoavaliaram bons em relação a proatividade na tomada de decisão, e 35%

consideraram-se excelentes. Quanto a tenacidade e obstinação, 50% consideraram-se bons, 35% excelentes e 15% regulares. Dos entrevistados 50% acreditam também desenvolver com excelência a disciplina e dedicação, 35% consideraram-se bons e 15% regulares. Com relação a persistência em resolver problemas 55% avaliaram-se excelentes, 40% bons e 5% regulares. E quanto a característica de imersão total nas atividades que desenvolvem, 65% acreditam que são bons e 35% excelentes. Apesar da maioria dos acadêmicos acreditar desenvolver estas características de forma boa ou excelente, o que pode estar justificado a necessidade de progredir no âmbito profissional ou de fazer o seu negócio prosperar, muitos ainda precisam melhorar algumas delas, essa deficiência no desenvolvimento dessas características pode estar relacionada ao comodismo que muitos tem com a situação atual em que está, sem muitas perspectivas para se comprometer com o negócio que atua ou buscar novos horizontes.

Tabela 3 – Autoavaliação dos acadêmicos sobre as características relacionadas ao Comprometimento e Determinação.

Características	Excelente (%)	Bom (%)	Regular (%)	Total de Acadêmicos (%)
Pro-atividade na tomada de decisão	35%	65%	-	100%
Tenacidade, obstinação	35%	50%	15%	100%
Disciplina, dedicação	50%	35%	15%	100%
Persistência em resolver problemas	55%	40%	5%	100%
Disposição ao sacrifício para atingir metas	40%	50%	10%	100%
Imersão total nas atividades que desenvolve	35%	65%	-	100%

Fonte: Pesquisa realizada pela autora, 2017.

De acordo com Dornelas (2015), empreendedores de sucesso programam suas ações com comprometimento e não se acomodam com a rotina. Comprometimento, é a ação de comprometer-se a tal ato, definir e elaborar metas e objetivos, enquanto a determinação é a persistência para conquistar tais metas e objetivos. Greatti e Senhorini (2000), explicam que as características voltadas ao comprometimento e determinação estão relacionadas a necessidade de realização do empreendedor, conforme explana o estudo de McClelland (1961) sobre as características

comportamentais dos empreendedores, onde o comprometimento e determinação são tidos como o sacrifício e empenho do empreendedor em conquistar o seu negócio e garantir o sucesso deste.

Dessa forma, comprometimento e determinação são essenciais ao empreendedor, pois envolvem o seu compromisso com o negócio, mesmo em situações difíceis, o trabalho árduo e a responsabilidade com a organização, e implica estabelecer metas e objetivos e esforçar-se ao máximo para conquista-los com êxito.

✓ **Obsessão pelas oportunidades**

O teste aplicado aos acadêmicos demonstra que poucos consideram-se excelentes no desenvolvimento das características voltadas à busca por oportunidades. A Tabela 4 apresenta os resultados da autoavaliação dos acadêmicos em relação as características voltadas a obsessão por oportunidades. Sobre a busca pelo conhecimento profundo das necessidades dos clientes, 50% serem excelentes no desempenho desta característica, 30% são bons e 20% regulares. Se são dirigidos pelo mercado (acompanham), 45% acreditam que são bons no desenvolvimento desta atividade, 30% são regulares e apenas 25% são excelentes. Em relação a obsessão por criar valor e satisfazer os clientes, 75% avaliam-se como bons, 20% como excelentes e 5% regulares. Nota-se que a maioria acredita desenvolver de forma Boa ou Excelente as características empreendedoras voltadas a obsessão pelas oportunidades, o que é bom, considerando que é essencial estar atento ao mercado e aos clientes visando identificar novas oportunidades para empreender, entretanto, percebe-se ainda que alguns necessitam aprimorar essas características.

Tabela 4 – Autoavaliação dos acadêmicos sobre as características relacionadas a obsessão pelas oportunidades.

Características	Excelente (%)	Bom (%)	Regular (%)	Total de Acadêmicos (%)
Busca o conhecimento profundo das necessidades dos clientes.	50%	30%	20%	100%
É dirigido pelo mercado.	25%	45%	30%	100%
Obsessão em criar valor e satisfazer os clientes.	20%	75%	5%	100%

Fonte: Pesquisa realizada pela autora, 2017.

A obsessão por oportunidades é fator fundamental no desenvolvimento do processo empreendedor. Ao empreendedor é necessário observar os fatos com atenção, interpretá-los e desenvolver ideias a partir da observação dos acontecimentos, refletir sobre suas ações e analisar novas possibilidades para criar algo novo e diferenciado, estar sempre atento ao mercado e as melhores possibilidades de crescimento, além de que é primordial a busca pelo conhecimento profundo do que o seu público alvo necessita, para então buscar as melhores soluções. Empreendedores, portanto, possuem um conhecimento íntimo das necessidades dos consumidores, são orientados pelo mercado e obcecados por criar de valor e aperfeiçoamento para o seu negócio (CHIAVENATO, 2012; DORNELAS, 2015).

✓ **Tolerância à riscos, ambiguidades e incertezas**

A Tabela 5 demonstra os resultados obtidos com o teste em relação à tolerância à riscos, ambiguidades e incertezas, a maioria dos acadêmicos acredita desenvolver de forma boa ou excelente as características voltadas a este item. Sobre tomar riscos calculados, 60% acreditam serem bons, 30% excelentes e 10% regulares. Dos questionados, 75% procuram minimizar os riscos de forma excelente e 30% de forma boa. Quanto a tolerância às incertezas e falta de estrutura, 55% acreditam desenvolver com excelência esta característica, 30% são regulares e 15% bons. Tolerância ao estresse e conflitos, dos entrevistados 40% consideram-se bons, 35 excelentes e 25% regulares. E quanto a habilidade em resolver problemas e integrar soluções, 45 acreditam que são bons, 35% excelentes e 20% regulares. Nota-se que poucos acreditam serem excelentes no desenvolvimento das características voltadas ao item, mas que uma maioria já se destaca com um bom desempenho, principalmente em calcular e minimizar riscos, resta trabalhá-las um pouco mais para que possam desenvolver com sucesso. As características voltadas a tolerância demonstram um pouco de deficiência. A justificativa para esta situação pode estar associada à busca pela rapidez em resolver as situações ou mesmo ao clima organizacional.

Tabela 5 – Autoavaliação sobre as características relacionadas a tolerância à riscos, ambiguidades e incertezas.

Características	Excelente (%)	Bom (%)	Regular (%)	Total de Acadêmicos (%)
Toma riscos calculados (analisa tudo antes de agir).	30%	60%	10%	100%
Procura minimizar os riscos	30%	70%	-	100%
Tolerância às incertezas e falta de estrutura.	15%	55%	30%	100%
Tolerância ao estresse e conflitos.	35%	40%	25%	100%
Hábil em resolver problemas e integrar soluções.	35%	45%	20%	100%

Fonte: Pesquisa realizada pela autora, 2017.

Tolerância ao risco e incertezas é a capacidade de risco em que o indivíduo se sente confortável em assumir quando está selecionando seus investimentos, ou seja, é o quanto alguém está disposto a perder para alcançar ganhos maiores. Empreendedores tendem a tomar riscos calculados, minimizando-os ao máximo, são tolerantes ao estresse e estão sempre dispostos a resolver problemas. Sempre que empreendedores se colocam em situações de risco, deve ser de forma consciente, a fim de criar oportunidades de aprendizagem e alcançar os objetivos do empreendimento (CARVALHO *et al.*, 2016).

✓ **Criatividade, autoconfiança e habilidade de adaptação**

No item criatividade, autoconfiança e habilidade de adaptação a maioria dos acadêmicos acredita ser bom ou excelente nas características relacionadas, conforme expõe a Tabela 6. Sobre não ser convencional, cabeça aberta e pensador 50% disseram que são excelentes e 50% bons. Dos entrevistados 50% acreditam que são bons em não se conformar como *status quo*, 35% são excelentes e 15% regulares. Sobre serem hábeis em adaptar-se a novas situações, 50% dizem ser excelentes, 40% bons e 10% regulares. Em relação a não ter medo de falhar, 55% acreditam que são bons, 25% excelentes e 20% regulares. E sobre a habilidade em definir conceitos e detalhar ideias, 55% são bons, 30% excelentes e 15% regulares. De acordo com a análise, uma maioria desenvolve com excelência ou bem essas características e

alguns acreditam que são regulares, havendo uma necessidade de melhorar esse desenvolvimento.

Tabela 6 – Autoavaliação sobre as características relacionadas a Criatividade, autoconfiança e habilidade de adaptação.

Características	Excelente (%)	Bom (%)	Regular (%)	Total de Acadêmicos (%)
Não-convencional, cabeça aberta, pensador.	50%	50%	-	100%
Não se conforma com o status quo.	35%	50%	15%	100%
Hábil em se adaptar a novas situações.	50%	40%	10%	100%
Não tem medo de falhar.	25%	55%	20%	100%
Hábil em definir conceitos e detalhar ideias.	30%	55%	15%	100%

Fonte: Pesquisa realizada pela autora, 2017.

Criatividade é um talento do empreendedor, aquele que é capaz de criar algo novo e diferenciado, inventar e inovar de forma criativa e extraordinária, tem a mente aberta e consegue transformar e reinventar aquilo que já existe. A autoconfiança é acreditar em si mesmo, ser seguro e capaz de realizar as coisas. Ter habilidade de adaptação é conhecer o seu ambiente e buscar as melhores formas de se adaptar a ele, ser flexível e atento as mudanças. Maximiano (2012), explica que um empreendedor conquista seu sucesso porque possui essas características de ser criativo, fugir do cotidiano e comodismo, buscar o novo e diferenciado, acredita em si mesmo, não tem medo de errar, é flexível, sabe o que quer e trabalho isso de forma planejada.

✓ **Motivação e Superação**

A Tabela 7 apresenta os resultados dos questionamentos sobre a avaliação relacionada às características voltadas à motivação e superação, a tabela demonstra que a maior parte dos acadêmicos acredita que são bons ou excelentes no desenvolvimento das mesmas. No que diz respeito a orientação para metas e resultados, 45% dizem que são excelentes, 45% são bons e 10% são regulares. Sobre

ser dirigido pela necessidade de crescer e atingir melhores resultados, 55% dizem que são bons e 45% excelentes. Em relação a não se preocuparem com status de poder, 60% acreditam que são bons, 25% excelentes e 15% regulares. Quando questionados sobre autoconfiança, 45% acreditam ser excelentes, 40% bons e 15% regulares. Ser ciente de suas fraquezas e forças, 60% acredita desenvolvem bem essa característica, 30% de forma excelente e 10% regular. Ter senso de humor e procurar estar animado, 60% também acreditam que são bons e da mesma forma 30% são excelentes e 10% regulares. Sobre ter iniciativa, 45% são excelentes, 40% são bons e 15% regulares. Em relação ao poder de autocontrole, 70% dizem que são bons, 25% excelentes e 5% são regulares. Ter integridade e confiabilidade, 50% desenvolvem de forma excelente, 45% bom e 5% regular. Sobre ser paciente e saber ouvir, 45% acredita ser excelente, 45% bom e 10% regular. E saber construir times e trabalhar em equipe, 55% dizem que são bons, 35% excelentes e 10% regulares.

Tabela 7 – Autoavaliação sobre as características relacionadas a Motivação e Superação.

Características	Excelente (%)	Bom (%)	Regular (%)	Total de Acadêmicos (%)
Orientação a metas e resultados.	45%	45%	10%	100%
Dirigido pela necessidade de crescer e atingir melhores resultados.	45%	55%	-	100%
Não se preocupa com status e poder.	25%	60%	15%	100%
Autoconfiança.	45%	40%	15%	100%
Ciente de suas fraquezas e forças.	30%	60%	10%	100%
Tem senso de humor e procura estar animado.	30%	60%	10%	100%
Tem iniciativa.	45%	40%	15%	100%
Poder de autocontrole.	25%	70%	5%	100%
Transmite integridade e confiabilidade.	50%	45%	5%	100%
É paciente e saber ouvir.	45%	45%	10%	100%
Sabe construir times e trabalhar em equipe.	35%	55%	10%	100%

Fonte: Pesquisa realizada pela autora, 2017.

Motivação é aquilo que move o indivíduo para que eles atinjam suas metas e objetivos, faz com que este se esforce e dê o melhor de si para realizar suas conquistas. Superação é a capacidade de enfrentar os problemas e adversidades,

saber lidar com o inesperado e aprender com os erros. Dornelas (2015), afirma que o empreendedor é um ser motivado para o sucesso e, portanto, é suficientemente capaz de motivar sua equipe a colaborar para a realização de suas metas, pois transmite confiança, iniciativa, autocontrole e consegue ouvir as pessoas. O empreendedor é altamente capaz de superar os obstáculos e adversidades, através de autoconfiança, autocontrole e uma equipe motivada que consegue ajudá-lo a superar suas próprias metas.

3.2.3 Análise das competências gerenciais com relação as habilidades empreendedoras

O segundo teste de perfil aplicado está relacionado às competências gerenciais com base nas habilidades empreendedoras. Este contém uma relação de 38 (trinta e oito) características subdivididas nas seguintes áreas gerenciais: Marketing; Produção e Operação; Finanças; Administração e Relacionamento Interpessoal. A metodologia adotada para a realização deste teste é a mesma utilizada no teste anterior, onde os acadêmicos se autoavaliaram, atribuindo uma nota de uma nota de 01 a 05 para cada característica apresentada, onde: 01 é insuficiente; 02 é fraco; 03 é regular; 04 é bom e 05 é excelente.

Durante a aplicação dos testes nenhum dos acadêmicos optaram pelas notas 01 e 02, dessa forma, com relação às características apresentadas, todos os acadêmicos acreditam que são excelentes, bons ou regulares no desenvolvimento destas características ficando excluídas da apresentação dos resultados as notas 01(insuficiente) e 02 (fraco), já que não foram optadas.

✓ Marketing

A Tabela 8 apresenta os resultados dos questionamentos realizados aos acadêmicos em relação às competências gerenciais voltadas à área de marketing. Sobre a avaliação e pesquisa de mercado, 50% disseram que são bons no desempenho da mesma, 30% são excelentes e 20% regulares. Quanto ao planejamento de marketing, 55% acreditam que são bons, 35% excelentes e 10% regulares. No gerenciamento de vendas, 55% são excelentes e 45% são bons. Na venda por catálogo, 45% dizem ser excelentes, 40% bons e 15% regulares. Em

relação ao telemarketing, 45% são excelentes, 40% bons e 15% regulares. Sobre a prestação de serviços ao consumidor, 60% acreditam ser excelentes, 35% bons e 5% regulares. No gerenciamento de distribuição, 50% são excelentes, 35% bons e 15% regulares. Em planejar novos produtos, 55% são bons, 45% excelentes e 5% regulares. E na venda direta 45% são excelentes, 45% bons e 10% regulares.

Tabela 8 – Autoavaliação sobre competências gerenciais relacionadas ao Marketing.

Competências gerenciais	Excelente (%)	Bom (%)	Regular (%)	Total de Acadêmicos (%)
Avaliação e pesquisa de mercado.	30%	50%	20%	100%
Planejamento de marketing.	35%	55%	10%	100%
Estabelecimento de preços dos produtos.	60%	30%	10%	100%
Gerenciamento de vendas.	55%	45%	-	100%
Venda por catálogo/mala direta.	45%	40%	15%	100%
Telemarketing.	45%	40%	15%	100%
Serviço ao consumidor.	60%	35%	5%	100%
Gerenciamento de distribuição.	50%	35%	15%	100%
Planejamento de novos produtos.	45%	55%	-	100%
Venda direta.	45%	45%	10%	100%

Fonte: Pesquisa realizada pela autora, 2017.

Marketing se refere ao estudo de mercado, as melhores formas de atrair e reter clientes e ao conceito destes em relação à imagem da organização. Maximiano (2012), explica que o marketing de uma empresa pesquisa as necessidade e desejos de seus mercados-alvo a fim de satisfazê-los de maneira mais eficaz que a concorrência.

De acordo com Mello *et al.* (2006), ao empreendedor é necessário pesquisar as melhores oportunidades através dos esforços do marketing, ou seja, desenvolver pesquisas de mercado para posicionar seu negócio e atrair clientes e utilizar dos recursos inteligentes do marketing para gerenciar seus recursos, criar uma imagem positiva da empresa e principalmente utilizar-se desses recursos para detectar oportunidades.

✓ Operação e Produção

A Tabela 9 apresenta a autoavaliação dos acadêmicos em relação as competências gerenciais voltadas a área de Produção e Operação. Sobre o gerenciamento da manufatura, 70% acreditam que são bons, 25% excelentes e 5% regulares. No controle de estoque 50% consideram-se excelentes, 40% bons e 10% regulares. Em relação ao controle e análise de custos, 50% são excelentes, 35% bons e 15% regulares. No controle da qualidade, 55% são bons, 35% excelentes e 10% regulares. No planejamento de produção, 50% são bons, 40% excelentes e 10% regulares. Assim também, nas compras de matérias-primas, 50% são bons, 40% excelentes e 10% regulares.

Tabela 9 – Autoavaliação sobre competências gerenciais relacionadas a Produção e Operação.

Competências gerenciais	Excelente (%)	Bom (%)	Regular (%)	Total de Acadêmicos (%)
Gerenciamento da manufatura.	25%	70%	5%	100%
Controle de estoques.	50%	40%	10%	100%
Controle e análise de custos.	50%	35%	15%	100%
Controle de qualidade.	35%	55%	10%	100%
Planejamento de produção.	40%	50%	10%	100%
Compras de matérias- prima.	40%	50%	10%	100%

Fonte: Pesquisa realizada pela autora, 2017.

A produção e as operações são as funções essenciais e que movem as organizações pois estas são responsáveis pelo alcance do objetivo principal da empresa que é produzir bens ou realizar serviços. De acordo com Baron e Shane (2014), o empreendedor precisa ter conhecimento e planejar o processo produtivo de seu negócio, do que ele necessita, quanto, período, custos, qualidade, fornecedores, quem vai participar da produção, quais equipamentos são necessários, que tipo de operações serão realizadas para o funcionamento efetivo do serviço/produto e principalmente de que forma serão realizadas para gerar os resultados esperados.

✓ Finanças

A Tabela 10 apresenta os resultados da autoavaliação dos acadêmicos sobre as competências gerenciais voltadas a área de Finanças. Sobre a contabilidade 45% consideram-se bons, 40% excelentes e 15% regulares. Na parte de orçamentos, 50% são excelentes, 40% bons e 10% regulares. No gerenciamento de caixa 60% acham que são excelentes, 30% bons e 10% regulares. No gerenciamento de contas a pagar e a receber, 70% se veem como excelentes e 30% como bons. No gerenciamento das relações com fontes de financiamento 60% acreditam que desempenham com excelência e 40% consideram-se bons. E nas negociações para obtenção de recursos financeiros 65% são excelentes e 40% bons.

Tabela 10 – Autoavaliação sobre competências gerenciais relacionadas a Finanças.

Competências gerenciais	Excelente (%)	Bom (%)	Regular (%)	Total de Acadêmicos (%)
Contabilidade.	40%	45%	15%	100%
Orçamentos	50%	40%	10%	100%
Gerenciamento de fluxo de caixa.	60%	30%	10%	100%
Gerenciamento de contas a pagar e receber	70%	30%	-	100%
Gerenciamento das relações com fontes de financiamento.	60%	40%	-	100%
Negociações para obtenção de recursos financeiros.	65%	35%	-	100%

Fonte: Pesquisa realizada pela autora, 2017.

Finanças é uma ciência e profissão voltada à gestão e controle financeiro, dentro das organizações é uma área que visa controlar e manter a saúde financeira da empresa. Finanças envolve administrar o caixa da empresa, realizar negociações para obter recursos, manter boas relações com fonte de financiamento e gerir de forma responsável os lucros obtidos. Todas essas ações são características que contribuem para que o empreendedor obtenha sucesso em seu empreendimento (MAXIMIANO, 2015).

✓ Administração

A Tabela 11 apresenta os resultados da autoavaliação dos acadêmicos com relação as competências gerenciais voltadas a área de Administração. Para a resolução de problemas 55% dos acadêmicos acreditam que são excelentes, 35% bons e 10% regulares. Na comunicação, 60% são excelentes 30% bons e 10% regulares. Sobre planejamento, 75% consideram-se excelentes e 25% bons. Na tomada de decisão, 65% são excelentes e 35% bons. No gerenciamento de projetos 60% acreditam que são excelentes e 40% bons. Em negociação, 60% também acreditam que são excelentes e 40% são bons. Em administração pessoal, 55% são bons e 45% excelentes. E sobre sistema de informação gerencial, 40% dizem que são excelentes, 40% bons e 20% regulares.

Tabela 11 – Autoavaliação dos acadêmicos sobre competências gerenciais relacionadas ao a Administração.

Competências gerenciais	Excelente (%)	Bom (%)	Regular (%)	Total de Acadêmicos (%)
Resolução de problemas	55%	35%	10%	100%
Comunicação	60%	30%	10%	100%
Planejamento	75%	25%	-	100%
Tomada de decisão	65%	35%	-	100%
Gerenciamento de projetos	60%	40%	-	100%
Negociação	60%	40%	-	100%
Administração de pessoal	45%	55%	-	100%
Sistema de Informação gerencial	40%	40%	20%	100%

Fonte: Pesquisa realizada pela autora, 2017.

Administração significa gerenciar negócios, recursos ou pessoas. É o ato de planejar, executar e direcionar processos e atividades de forma organizada para garantir o sucesso. De acordo com Chiavenato (2012), empreendedores devem adquirir conhecimentos e atitudes de administradores para que possam garantir o êxito do seu negócio, as habilidades e competências de um administrador são essenciais para a formação de um empreendedor de sucesso.

✓ Relacionamento Interpessoal

A Tabela 12 apresenta os resultados da autoavaliação dos acadêmicos em relação as competências gerenciais voltadas ao Relacionamento Interpessoal. 75% dos acadêmicos acreditam que são excelentes quanto a liderança, visão e influência, e 25% acreditam que são bons. Sobre o feedback 65% dizem que são excelentes, 35% são bons e 5% regulares. No gerenciamento de conflitos 50% acreditam que são bons, 40% excelentes e 10% regulares. No gerenciamento de pessoas 55% dizem que são bons, 40% excelentes e 5% regulares. Com relação a trabalho em equipe 70% consideram-se excelentes, 20% bons e 10% regulares. Na construção de equipes de trabalho 70% são excelentes e 30% bons. Nos conhecimentos e gestão de contratos 50% são excelentes, 35% bons e 15% regulares. E sobre o conhecimento e gestão de impostos 50% são excelentes, 40% bons e 20% regulares.

Tabela 12 – Autoavaliação sobre competências gerenciais relacionadas ao Relacionamento Interpessoal.

Competências gerenciais	Excelente (%)	Bom (%)	Regular (%)	Total de Acadêmicos (%)
Liderança, visão, influência.	75%	25%	-	100%
Feedback	65%	30%	5%	100%
Gerenciamento de conflitos	40%	50%	10%	100%
Gerenciamento de pessoas	40%	55%	5%	100%
Trabalho em equipe	70%	20%	10%	100%
Construção de equipes de trabalho	70%	30%	-	100%
Contratos	50%	35%	15%	100%
Impostos	50%	40%	20%	100%

Fonte: Pesquisa realizada pela autora, 2017.

Relacionamento interpessoal é a conexão realizada por duas ou mais pessoas de um mesmo ciclo. Mello *et al.* (2006), compreende que um empreendedor é aquele que consegue construir e manter relacionamentos de confiança e credibilidade junto aos *stakeholders* da organização e conseguem utilizar de suas redes de contato para adquirir e fortalecer as oportunidades e para obter recursos e capacidades jogando sempre de forma “ganha-ganha”, recorrem a pessoas e grupos de referência oriundos

do cotidiano secular a favor da prática profissional e estão sempre preparados e capacitados para discutir e negociar interesses.

3.2.4 Análise do conceito dos Acadêmicos em relação a contribuição do curso para seu desenvolvimento empreendedor

Além dos testes de perfil aplicados com as questões objetivas já discutidas, foi inserida ao questionário uma questão subjetiva, para que os acadêmicos do oitavo período do curso de Administração da Faculdade de Itaituba descrevessem sua percepção em relação aos conhecimentos adquiridos no decorrer do curso, se os mesmos foram relevantes para que pudessem se tornarem e/ou se desenvolverem como empreendedores.

Foi proposta aos Acadêmicos a seguinte questão: ***“Enquanto acadêmico do oitavo período do curso de Administração da Faculdade de Itaituba, você acredita que os conhecimentos adquiridos no decorrer deste curso propiciaram condições para tornar-se e/ou desenvolver-se como empreendedor.”***

Cada acadêmico entrevistado respondeu “Sim” ou “Não” para a questão subjetiva apresentada e justificou a resposta conforme solicitado pelo questionário. O Gráfico 3 apresenta a porcentagem de acadêmicos que acreditam que o curso contribuiu para se desenvolverem ou tornarem-se empreendedores. De acordo com o gráfico 95% acredita que “Sim” e 5% acredita que “Não”.

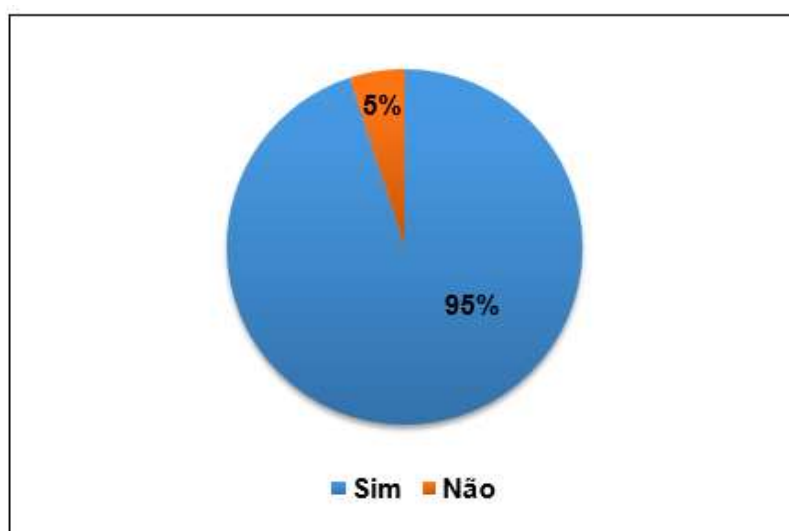


Gráfico 3 – Percepção dos acadêmicos sobre a contribuição do curso de Administração para o desenvolvimento de um comportamento empreendedor. Fonte: Pesquisa realizada pela autora, 2017.

O Quadro 4 apresenta as justificativas fornecidas pelos acadêmicos com relação a questão proposta. Nota-se que quase todos os pesquisados acreditam que os conhecimentos adquiridos no decorrer do curso foram satisfatórios e contribuíram para prepara-los para o mercado de trabalho e a prática empreendedora.

Quadro 4 – Percepção dos acadêmicos sobre a contribuição do curso para o desenvolvimento de um perfil empreendedor

Acadêmico	Resposta
01	<i>“Sim. Pois adquirimos conhecimentos sobre empreendedorismo que nos auxiliaram em uma possível abertura de negócio próprio, sendo possível fazer as avaliações e planejamentos necessários para o desenvolvimento de uma empresa.”</i>
02	<i>“Sim, várias aulas mesmo não sendo de empreendedorismo nos impulsionaram a isso, incentivando o desenvolvimento empreendedor em cada um. Várias foram as ferramentas dadas a nós, só precisamos usar.”</i>
03	<i>“Sim, pois no decorrer do curso tivemos disciplinas que foram de fundamental importância para o nosso desenvolvimento profissional. O qual nos preparou para o mercado de trabalho.”</i>
04	<i>“Sim, o curso estimulou meu conhecimento e ampliou minha visão acadêmica, mediante isto reforço que ser empreendedor fornece uma base de melhoramento profissional contínuo, em suma esse curso me preparou para o mercado.”</i>
05	<i>“Sim. Foi de grande valia os ensinamentos repassados em sala de aula.”</i>
06	<i>“Sim, porque nessa trajetória do curso obtive conhecimentos abrangentes e fez com que eu como acadêmica recebesse um aprendizado para a vida profissional e empreendendo em qualquer área da Administração.”</i>
07	<i>“Sim, pois durante todo esse tempo foi adquirido conhecimentos importantes, assim sinto-me preparado para desenvolver-me como empreendedor.”</i>
08	<i>“Como acadêmico e opinião própria pude obter conhecimentos e aplicabilidade ao meu cotidiano, algumas até o último período acredito que foi de importância pessoal e positiva.”</i>
09	<i>“Sim. Os temas, trabalhos e pesquisas desenvolvidas ao longo desta trajetória de 4 anos, me proporcionaram grandes aprendizados para minha carreira tanto profissional quanto pessoal.”</i>

Continua

Conclusão

10	<i>“Sim. Na verdade, o curso de Administração vem abrir as portas do conhecimento, para de fato se desenvolver como empreendedor tem que ter uma constante ideia de querer sair da comodidade e analisar a teoria com a prática. É um aprendizado constante, e nem todo acadêmico é um empreendedor nato.”</i>
11	<i>“Sim. Acredito que grande parte de todas as teorias repassadas serão de grande importância para a vida profissional.”</i>
12	<i>“Sim. Pois tudo que foi ensinado em sala de aula, contribuiu para meu desenvolvimento de forma positiva.”</i>
13	<i>“Sim! O conhecimento adquirido no ensino foi de suma importância para meu espírito empreendedor, de modo a abrir um grande leque de oportunidades sobre o tema, é importante ressaltar que todo conhecimento é bem-vindo.”</i>
14	<i>“Sim. Pois através do curso pude desenvolver processos mais aprofundados onde posso aplicar de forma mais adequada na empresa.”</i>
15	<i>“Acredito que sim. Toda fundamentação teórica é vista no mercado. Basta apenas trabalhar mais a prática do que a teoria.”</i>
16	<i>“Sim. Pois a partir do conhecimento adquirido através da teoria, podemos ter uma visão diferenciada de Mercado e então agir de forma inteligente.”</i>
17	<i>“Claro que sim. Todo aprendizado será útil na minha vida profissional.”</i>
18	<i>“Não! Considero o curso fraco, sem foco, mau desenvolvido, com problemas em seu método e muita liberdade em sala de aula. Obs: Assistir aula não é estudar...”</i>
19	<i>“Sim. O curso foi capaz de fornecer conhecimentos capazes de me motivar a prática empreendedora e hoje muito do que aprendi no curso aplico na empresa e tenho obtidos excelentes resultados. Isso é empreender, absorver conhecimentos e aplicar com sabedoria visando sempre o desenvolvimento.”</i>
20	<i>“Acredito que sim. Os conhecimentos adquiridos com o curso abriram novos caminhos no mercado de trabalho, e acredito que a partir desses conhecimentos posso empreender também como colaborador e quem sabe um dia criar meu próprio negócio.”</i>

Fonte: Pesquisa realizada pela autora, 2017.

Lima e Maurício (2016), acreditam que a universidade é fundamental no desenvolvimento de uma cultura empreendedora, pois ela é, tradicionalmente, uma fonte formadora de opinião e do saber. A mesma tem o dever de proporcionar aos

acadêmicos experiências e vivências diversas que possibilitem não só aprendizado da teoria, mas também o desenvolvimento da prática no contexto organizacional onde estarão inseridos. De acordo com os autores, as disciplinas que tratam o empreendedorismo nos cursos de Administração ensinam e estimulam o acadêmico a desenvolver um plano de negócios. Além de que, estas disciplinas objetivam ensinar conceitos como o de empreender comercialmente; a iniciação de uma atividade empresarial; a importância, as práticas administrativas e as políticas e programas de apoio na criação da pequena e média empresa; as habilidades, perfil e comportamento de um dirigente de empresa e etc.

Dessa forma, o curso de Administração, muitas vezes é iniciado por muitos acadêmicos com o objetivo de empreender, pois em sua maioria, buscam através dos conhecimentos proporcionados pelo curso, melhorar seu desempenho na empresa que atuam, oportunidades de inovar e criar, direcionar o negócio da família ao sucesso ou mesmo novas ideias e entendimentos para abrir o próprio negócio através do processo empreendedor (ALMEIDA *et al.*, 2012).

3.2.5 Síntese do Perfil Empreendedor analisado

Com base nas notas atribuídas pelos acadêmicos para cada uma das características propostas no primeiro teste, que corresponde as características relacionadas ao ambiente, atitudes e conhecimentos práticos dos empreendedores, foi realizada a soma de todas as notas dadas por cada acadêmico de forma individual.

De acordo com Dornelas (2015), análise de desempenho das características propostas deve se dar da seguinte forma:

120 a 150 pontos: o indivíduo provavelmente já é um empreendedor, possui as características comuns aos empreendedores e tem tudo para se diferenciar em sua organização.

90 a 119 pontos: Possui muitas características empreendedoras e às vezes se comporta como um, porém você pode melhorar ainda mais se equilibrar os pontos ainda fracos com os pontos já fortes.

60 a 89 pontos: Não é muito empreendedor e provavelmente se comporta, na maior parte do tempo, como um administrador e não um “fazedor”. Para se diferenciar e começar a praticar atitudes empreendedoras procure analisar os seus principais pontos fracos e definir estratégias pessoais para eliminá-los.

Menos de 59 pontos: Não é empreendedor e se continuar a agir como age dificilmente será um. Isto não significa que você não tem qualidades, apenas que prefere seguir a ser seguido. Se seu anseio é ser reconhecido como empreendedor, reavalie sua carreira e seus objetivos pessoais, bem como suas ações para concretizar tais objetivos.

Todos os acadêmicos tiveram pontuações entre 118 e 150. O Gráfico 4 apresenta o percentual de acadêmicos por pontuação no teste de perfil, onde ficou descrito que 85% dos acadêmicos pontuaram entre 120 e 150, e 15% pontuou entre 90 e 119.

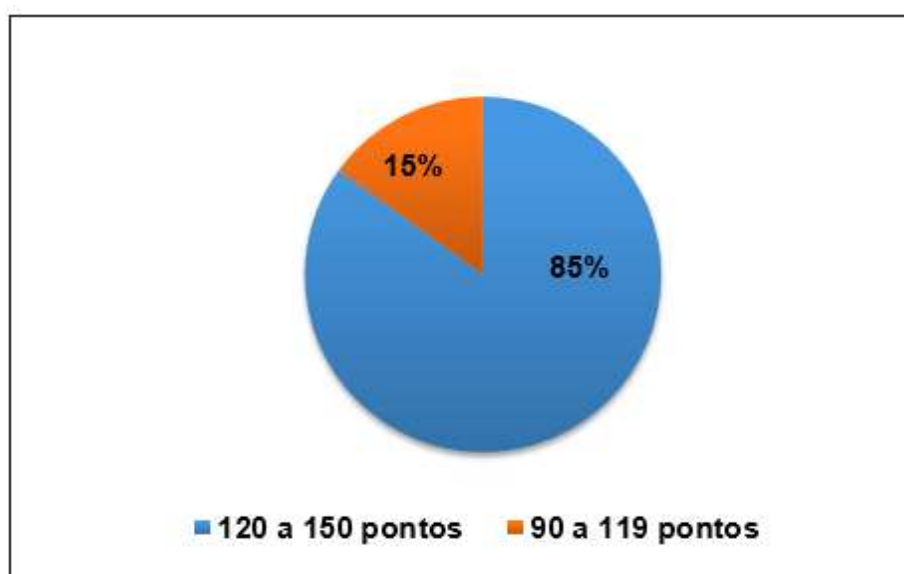


Gráfico 4 – Pontuação dos acadêmicos no teste de perfil relacionado a ambiente, atitudes e conhecimentos práticos. Fonte: Pesquisa da autora, 2017.

De acordo com o resultado do teste, quase todos os pesquisados provavelmente possuem um perfil com características comuns aos empreendedores e possivelmente podem fazer a diferença dentro de uma organização.

Santos (2005), explica que para se construir um perfil empreendedor sólido é necessário ter conhecimento para encontrar, organizar e controlar recursos, ter domínio de suas habilidades e buscar sempre o aperfeiçoamento. Dornelas (2015) ressalta que mesmo que o indivíduo possua a coragem e todas as características para ser empreendedor, e mesmo que o ambiente seja propício, se ele não tiver preparo algum, as chances de o negócio fracassar são enormes.

Para o segundo teste, referente as competências gerenciais e as habilidades empreendedoras, foi utilizada para análise de desempenho basicamente a mesma

metodologia do teste realizado para as características empreendedoras voltadas ao ambiente, atitudes e conhecimento prático. Foi realizada a soma de todas as notas dadas por cada acadêmico de forma individual, e a análise da pontuação se deu da seguinte forma:

152 a 190: Provavelmente é um empreendedor destinado ao sucesso, pois desempenha com êxito as competências e habilidades necessárias para gerenciar um empreendimento.

114 a 151: Desempenham as competências gerenciais com habilidades empreendedoras de forma mediana, sendo necessário, portanto, aprimorá-las para poder gerenciar um empreendimento e garantir o sucesso deste.

76 a 113: Suas habilidades empreendedoras precisam ser trabalhadas, buscar conhecimento e sair do comodismo são atitudes necessárias para a prática empreendedora. Portanto, aprimore seus conhecimentos e habilidades e procure buscar o melhor aprendizado para aplicar a sua organização.

Menos de 75: Não desempenhas as competências gerenciais com as habilidades necessárias para gerenciar um empreendimento como um empreendedor de sucesso. Isto não significa que não possua outras habilidades e competências, apenas não se enquadra como empreendedor ainda. Mas se deseja buscar reconhecimento como empreendedor e desenvolver essas habilidades, é possível, basta querer e persistir. O caminho mais viável para desenvolvê-las é busca por conhecimentos, seja por meio do ensino educacional, seja por meio de experiências pessoais e profissionais, é sempre necessário buscar o aprendizado.

Nenhum dos acadêmicos obteve pontuação total menor que 114. O Gráfico 5 apresenta o percentual de acadêmicos por pontuação obtida. Verificou-se conforme demonstra o gráfico que, 75% dos acadêmicos pontuaram de 152 a 190 e 25% pontuaram de 114 a 151.

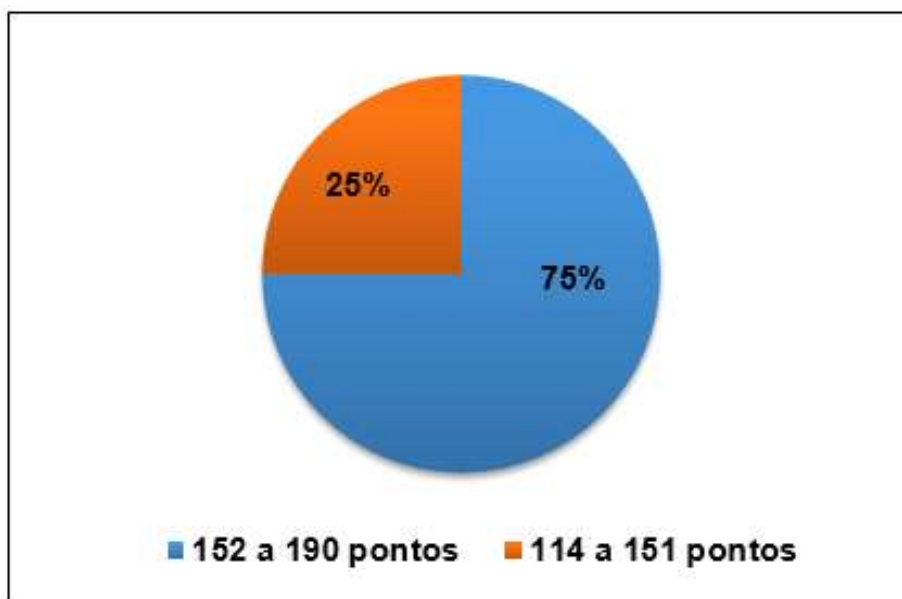


Gráfico 5 - Pontuação dos acadêmicos no teste de perfil relacionado as competências gerenciais.
Fonte: Pesquisa da autora, 2017.

O resultado obtido demonstra que os acadêmicos, em sua maioria, possuem competências e habilidades empreendedoras de forma memorável, tornando-se capazes de atuar dentro de organizações como empreendedores de sucesso.

De acordo com Dornelas (2015), além das características comuns relacionadas ao ambiente, as atitudes e conhecimentos práticos, empreendedores devem buscar desenvolver habilidades gerenciais, através de capacitação profissional, conhecimento de mercado, relacionamento interpessoal com quem atribua valor para o seu negócio, dentre outras ações. Dessa forma o empreendedor além de estar atento as oportunidades que o mercado oferece, ele deve estar capacitado para aproveitá-las.

Pode-se sintetizar o perfil empreendedor dos acadêmicos concluintes do curso de Administração da Faculdade de Itaituba, conforme análise realizada através dos testes de Perfil Empreendedor aplicados, da seguinte forma:

- ✓ **Das Características empreendedoras relacionadas ao ambiente, atitudes e *know-how*:** a maioria dos acadêmicos possuem características comuns aos empreendedores e acreditam desempenhá-las com sucesso, o que significa que possuem a capacidade de fazerem a diferença dentro de um ambiente organizacional.

- ✓ **Das competências gerenciais empreendedoras:** quase todos os entrevistados acreditam desempenhar com êxito as habilidades e competências gerenciais dos empreendedores.
- ✓ **Da percepção dos acadêmicos sobre a contribuição do curso para o desenvolvimento de um comportamento empreendedor:** a maioria dos acadêmicos entrevistados acreditam que os conhecimentos adquiridos no curso contribuíram de forma positiva para que se desenvolvessem e atuassem como empreendedores.

CONCLUSÃO

A prática do empreendedorismo é fundamental para garantir o sucesso de um negócio em um mercado altamente competitivo. Para tanto, é necessário compreender do que trata o empreendedorismo, como funciona o seu processo, de que forma é possível empreender e quais as características são importantes adquirir e desenvolver para a formação de um perfil empreendedor. Para cada uma das etapas do processo empreendedor é necessário conhecimento, empenho, dedicação e comprometimento para que ao final se possa colher recompensas positivas.

A base do empreendedorismo é o conhecimento, por isso, é importante que as pessoas que desejam empreender busquem as melhores fontes de conhecimento para o negócio desejado. O curso de Administração, pode fornecer ferramentas e fontes de conhecimento e oportunidades de grande valor para quem busca obter êxito no mercado de trabalho e no âmbito empresarial.

Neste presente Trabalho de Conclusão de Curso, foi analisado o perfil dos Acadêmicos concluintes do curso de Administração em 2017 na Faculdade de Itaituba, o objetivo além de verificar as características empreendedoras que moldam o perfil dos acadêmicos, foi compreender também a percepção destes com relação à contribuição dos conhecimentos adquiridos no decorrer deste curso para que pudessem se tornar ou desenvolver-se como empreendedores.

A problemática tratou do perfil empreendedor dos acadêmicos concluintes do curso de Administração da Faculdade de Itaituba com o interesse de verificar quais as características empreendedoras presentes nestes acadêmicos e ainda se o curso pode impulsioná-los à prática do empreendedorismo. Este trabalho direcionou-se à um norte que possibilitou obter os resultados esperados, tendo em vista que uma Instituição de Ensino Superior tem um papel fundamental na formação e preparação de seus acadêmicos para o mercado de trabalho e desenvolvimento de novos empreendimentos.

Obteve-se como resultado que os acadêmicos do curso de Administração da Faculdade de Itaituba possuem um perfil com características comuns aos empreendedores, necessárias para que se desenvolvam como excelentes profissionais no mercado de trabalho e empreendam com êxito em uma infinidade de negócios, mas compreende-se ainda que o aperfeiçoamento é necessário, no mundo

dos negócios, estar atualizado e a busca pelo conhecimento contínuo são atos imprescindíveis para a garantia do sucesso pessoal e profissional.

Dessa forma, a pesquisa realizada foi satisfatória, pois foi possível obter as respostas para os questionamentos levantados, fazendo com que a mesma chegasse ao entendimento de que os acadêmicos concluintes do curso de Administração da Faculdade de Itaituba no ano de 2017, possuem características relevantes para a formação de um perfil empreendedor, e que os mesmos acreditam que os conhecimentos adquiridos durante sua formação acadêmica neste curso, contribuíram positivamente para que possam atuar como empreendedores, tanto que, conforme as justificativas apresentadas pelos acadêmicos para esta questão, alguns argumentaram que o curso incentivou o espírito empreendedor, abriu novas possibilidades, motivou a prática empreendedora e preparou para que pudessem empreender.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Damiana Machado; ÁVILA, Gabrielle; MAGGIONI, Márcia Bandeira Landerdahl. **Perfil Empreendedor de acadêmicos do curso de Administração em uma Instituição de Ensino Superior Privada**. UNIFRA, 2012. Disponível em: <http://www.unifra.br/eventos/sepe2012/Trabalhos/5407.pdf>. Acesso em: 11/11/2017.

ALVES, Allan Carlos Letícia; GONÇALO, Maria Belarmino; NUNES, Vânia Vilma Teixeira; ALBUQUERQUE Lucia Silva. **O Perfil Empreendedor do Estudante do Curso de Ciências Contábeis da UEPB**. Polêm!ca, v. 16, n.2, p. 17 - 39, 2016. Disponível em: http://www.e-publicacoes_teste.uerj.br/ojs/index.php/polemica/article/view/22843/16378. Acesso em: 02/09/2017.

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. **Empreendedorismo: Conceitos e Definições**. Rev. de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia, 2015. Disponível em: <https://seer.imed.edu.br/index.php/revistas/article/viewFile/612/522>. Acesso em: 03/05/2017.

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

BASTOS, Marcellus Henrique Rodrigues; HERNÁNDEZ, Cecilia Toledo. **Análise do Perfil Empreendedor de estudantes de cursos de Administração de Instituições de Ensino Superior da cidade de Volta Redonda**. IX EGEPE, 2016. Disponível em: <http://www.egepe.org.br/2016/artigos-egepe/126.pdf>. Acesso em: 11/11/2017.

BERNARDI, Luiz Antônio. **Manual de Empreendedorismo e Gestão: Fundamentos, Estratégias e Dinâmicas**. São Paulo: Atlas, 2012.

BRANCHER, I. B.; OLIVEIRA, E. M.; RONCON, A. **Comportamento Empreendedor: estudo bibliométrico da produção nacional e a influência de referencial teórico internacional**. Internext – Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM, São Paulo, v. 7, n. 1, p. 166-193, jan./jun. 2012. Disponível em: internext.espm.br/index.php/internext/article/download/136/132. Acesso em: 01/09/2017.

BRINGHENTI, C.; LAPOLLI, E. M.; FRIEDLAENDER, M. S.. **Preparando-se para Empreender**. Santa Catarina: DAINF, 2010. Disponível em: <http://www.dainf.cefetpr.br/~gilda/Downloads%20%20Arquivos/Publicacoes/preparandoseparaempreender.pdf>. Acesso em: 28/08/2017.

BRITO, Andréia Matos; PEREIRA, Pedro Silvino; LINARD, Ângela Patrícia. **Empreendedorismo**. Juazeiro do Norte: Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará – IFCE, 2013. Disponível em: http://estudio01.proj.ufsm.br/cadernos/ifce/tecnico_edificacoes/empreendedorismo.pdf. Acesso em: 11/11/2017.

CARVALHO, Denilson Costa; CAVALCANTE, Rhaul Jardel Duarte; PESSOA, José Alef dos Santos; FEITOSA FILHO, José Ricarte; ESTRELA, Arthur Micael Abrantes. **Perfil dos Empreendedores que Atuam no Ramo de Confeções da Cidade de Sousa – PB.** ADMPG, 2016. Disponível em: www.admpg.com.br/2016/down.php?id=2220&q=1. Acesso em: 21/11/2017.

CARVALHO, Humberto Gonçalves de. **Manual do Empreendedor: Guia prático – conceitos, ideias e dicas.** Rio de Janeiro: Ed. Ferreira, 2012.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor.** 4ª ed. Barueri, SP: Manole, 2012.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor.** 2ª ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

CIELO, Ivanete Dago. **Perfil do empreendedor: uma investigação das características empreendedoras nas empresas de pequena dimensão.** Repositório Institucional – UFSC, 2001. Disponível em: <http://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/79812>. Acesso em: 03/05/2017.

COSTA, R.A.T; Furtado, C.B.R.A.. Empreendedorismo: **Características, Habilidades e Competências.** Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas V.1, Nº2, p. 20-40, Mar./Abr.2016. Disponível em: http://files.comunidades.net/robsontavares/2caracteristica_empreendedora_ou_habilidades_e_competencias_empreendedoras.pdf. Acesso em: 20/11/2017.

DIAS, Tânia Regina Frota Vasconcellos; SOUZA NETO, Silvestre Prado; BOAS, Ana Alice Vilas. **Características Comportamentais Empreendedoras Relevantes: Estudo de Caso dos Ganhadores do Prêmio TOP Empresarial 2007.** VI Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas. Recife, 2010. Disponível em: <http://www.anegepe.org.br/edicoesanteriores/recife/EMP103.pdf>. Acesso em: 20/11/2017.

DINIZ, Luciene Laranjeira; GOMES, Maria de Lourdes Barreto. **Análise do Potencial Empreendedor dos Alunos Do Curso De Administração da UFPB - Campus de Bananeiras.** São Carlos: XXX ENEGEP, 2010. Disponível em: http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep2010_TN_STO_113_739_15296.pdf. Acesso em: 05/09/2017.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo corporativo.** 2ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008 – 2ª reimpressão.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso.** 3ª ed. – Rio de Janeiro: LTC, 2015.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios.** 5º ed.-[Reimpr.]. Rio de Janeiro: Empreende/LTC, 2015.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Inovação e espírito empreendedor: práticas e princípios**. São Paulo: Cengage Learning, 2014.

Empreendedoras nas empresas de pequena dimensão. Santa Catarina: UFSC, 2001. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/79812>. Acesso em: 27/08/2017.

EUFRASIO, Camila Correa; GOMES, Fernanda da Silva. **As Competências e Características que influenciam no sucesso do Empreendedor**. Faculdade de Pindamonhangaba – FAP. Pindamonhangaba, 2012. I. Disponível em: <http://www.bibliotecadigital.funvicpinda.org.br:8080/jspui/bitstream/123456789/448/1/EufrasioGomes.pdf>. Acesso em: 20/11/2017.

FILION, Louis Jacques. **Empreendedorismo: empreendedores e proprietários gerentes de pequenos negócios**. São Paulo: Revista de Administração - V.34, N. 2. P. 05-08. abr/jun. 1999. Disponível em: <http://www.silvia.pro.br/documentos/texto643063.pdf>. Acesso em: 12/08/2017.

GARCIA, Uilson Leandro.; GIMENEZ, Fernando Antonio Prado ; TOLEDO, Adriano. **Ações e Comportamento Intra-Empreendedores: uma escala de mensuração**. São Paulo: V EGEPE, 2008. Disponível em: http://www.anegepe.org.br/edicoesanteriores/saopaulo/333_trabalho.pdf. Acesso em: 03/05/2017.

GREATTI, Ligia. **Perfis Empreendedores: Análise Comparativa das Trajetórias de Sucesso e do Fracasso Empresarial no Município de Maringá-PR**. Maringá: FACEF Pesquisa, 2005. Disponível em: legacy.unifacef.com.br/facefpesquisa/2005/nr1/6_greatti.pdf. Acesso em: 28/08/2017.

GREATTI, Ligia; SENHORINI, Vilma Meurer. **Empreendedorismo – Uma Visão Comportamentalista**. Maringá: Anuais do I EGEPE - UEM, 2000. Disponível em: www.anegepe.org.br/edicoesanteriores/maringa/EMP2000-01.pdf. Acesso em: 26/09/2017.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo**. 9ª ed. Porto Alegre: AMGH, 2014.

LEITE, Emanuel. **O Fenômeno do Empreendedorismo**. São Paulo: Saraiva, 2012.

LEITE, Francisco Tarciso. **Metodologia Científica: métodos e técnicas de pesquisa (monografias, dissertações, teses e livros)**. Aparecida: Ideias & Letras, 2008.

LIMA, Christian Beneduzi. **Tipos de empreendedores**. Administradores – portal da administração, 2017. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/artigos/empreendedorismo/tipos-de-empreendedores/105602/>. Acesso em: 05/09/2017.

LIMA, Thiago Carneiro; MAURICIO, Nathanni Marrelli Matos. **Tendência Empreendedora: Perfil dos Acadêmicos do curso de Administração de uma IES do Tocantins**. Araguaína: ITPAC, 2016. Disponível em: https://www.itpac.br/arquivos/Revista/77/Artigo_10.pdf. Acesso em: 11/11/2017.

MAXIMIANO, Antônio Cesar Amaru. **Empreendedorismo**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.

MELLO, Sérgio C. Benício; LEÃO, André L. Maranhão de Souza; JÚNIOR, Fernando Gomes de Paiva. **Competências Empreendedoras de Dirigentes de Empresas Brasileiras de Médio e Grande Porte que Atuam em Serviços da Nova Economia**. RAC, v. 10, n. 4, Out./Dez. 2006: 47-69. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rac/v10n4/a03v10n4.pdf>. Acesso em: 11/11/2017.

MORALES, Sandro Afonso. **Empreendedorismo**. Curitiba: Iesde Brasil S.A., 2008.

NASSIF, Vânia Maria Jorge; ANDREASSI, Tales; SIMÕES, Fabíola. **Competências empreendedoras: há diferenças entre empreendedores e intraempreendedores?** São Paulo: USP - Revista de Administração e Inovação, 2011. Disponível em: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1809203916304272>. Acesso em: 03/05/2017.

OLIVEIRA, Maxwell Ferreira. **Metodologia Científica: um manual para a realização de pesquisas em administração**. UFG-Catalão, 2011. Disponível em: https://adm.catalao.ufg.br/up/567/o/Manual_de_metodologia_cientifica_-_Prof_Maxwell.pdf. Acesso em: 08/12/2017.

PAULINO, Alice Dias e ROSSI, Sonia Maria Morro. **Um estudo de caso sobre Perfil Empreendedor – Características e traços de personalidade empreendedora**. Brasília: Anuais do EGEPE, 2003. Disponível em: www.dad.uem.br/adm/graduacao/download/2762-07.pdf. Acesso em: 05/09/2017.

PEGN (Pequenas Empresas Grandes Negócios). **Os 5 Tipos de Empreendedores que Existem no Mundo dos Negócios**. Revista PEGN. Disponível em: <http://revistapegn.globo.com/Dia-a-dia/noticia/2015/04/os-5-tipos-de-empreendedores-que-existem-no-mundo-dos-negocios.html>. Acesso em: 05/09/2017.

PEIXOTO FILHO, Heitor Mello. **Empreendedorismo de A a Z: casos de quem começou bem e terminou melhor ainda**. São Paulo: Saint Paul, 2011.

SANTOS, Ana Clarissa Matte Zanardo. **A relação entre Competências e Empreendedorismo em empresas de base tecnológica**. São Leopoldo: UNISINOS, 2005. Disponível em: <http://www.repositorio.jesuita.org.br/bitstream/handle/UNISINOS/2759/A+relacao+entre+competencias.pdf;jsessionid=6BF62EF1190A7689017F110ED29FE34E?sequence=1>. Acesso em: 20/11/2017.

SANTOS, Cleston Alexandre; DANI, Andréia Carpes; CECON, Bianca; SILVA, Thiago Bruno de Jesus; HEIN, Nelson. **Uma análise da tendência empreendedora nos acadêmicos dos cursos de Administração e Ciências Contábeis**. Ponta Grossa: ADMPG, 2017. Disponível em: www.admpg.com.br/2017/down.php?id=2789&q=1. Acesso em: 11/11/2017.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do Trabalho Científico**. 23ª Ed. São Paulo: Cortez, 2007.

SILVA, Anna Carolina Aguiar. **Perfil Empreendedor: as principais características e os tipos de um empreendedor de sucesso**. Brasília: UNICEUB – FATECS, 2014. Disponível em: <http://repositorio.uniceub.br/bitstream/235/5375/1/20650723.pdf>. Acesso em: 11/11/2017.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 15ª Ed. São Paulo: Atlas, 2014.

APÊNDICE



**CENTRO DE ESTUDOS SUPERIORES DE ITAITUBA - LTDA
FACULDADE DE ITAITUBA – FAI
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

**MONOGRAFIA: O PERFIL EMPREENDEDOR DOS ACADÊMICOS DO CURSO DE
ADMINISTRAÇÃO DA FACULDADE DE ITAITUBA – FAI: Olhares de concluintes.**

Acadêmica: Maria Anália Sousa Sales

Orientadora: Prof^a. Elisete Batista da Silva Medeiros

QUESTIONÁRIO

Prezado (a) Acadêmico (a):

Este questionário é parte integrante do Trabalho de Conclusão do Curso de Administração da Faculdade de Itaituba, e tem por finalidade analisar o perfil empreendedor dos acadêmicos concluintes do curso de Administração da Faculdade de Itaituba. Desde já, agradecemos por sua colaboração.

I – Dados Básicos

1) Nome: _____

2) Gênero: () M () F () Outros

3) Idade: () 20 à 27 anos () 28 à 35 anos () 36 anos ou mais

II – Teste de perfil empreendedor 01 – (ambiente, atitudes e *know-how*)

- 1) Atribua à sua pessoa uma nota de 1 a 5 para cada uma das características a seguir e escreva a nota na última coluna.

Características	Excelente	Bom	Regular	Fraco	Insuficiente	Nota
	5	4	3	2	1	
Comprometimento e determinação						
1. Proatividade na tomada de decisão.						
2. Tenacidade, obstinação.						
3. Disciplina, dedicação.						
4. Persistência em resolver problemas.						
5. Disposição ao sacrifício para atingir metas.						
6. Imersão total nas atividades que desenvolve.						
Obsessão pelas oportunidades						
7. Procura ter conhecimento profundo das necessidades dos clientes.						
8. É dirigido pelo mercado.						
9. Obsessão em criar valor e satisfazer aos clientes.						
Tolerância ao risco, ambiguidade e incertezas						
10. Toma riscos calculados (analisa tudo antes de agir).						
11. Procura minimizar os riscos.						
12. Tolerância às incertezas e falta de estrutura.						
13. Tolerância ao estresse e conflitos.						
14. Hável em resolver problemas e integrar soluções.						
Criatividade, autoconfiança e habilidade de adaptação						
15. Não-convencional, cabeça aberta, pensador.						
16. Não se conforma com o <i>status quo</i> .						
17. Hável em se adaptar a novas situações.						
18. Não tem medo de falhar.						
19. Hável em definir conceitos e detalhar ideias.						
Motivação e superação						
20. Orientação a metas e resultados.						
21. Dirigido pela necessidade de crescer e atingir melhores resultados.						
22. Não se preocupa com <i>status</i> e poder.						
23. Autoconfiança.						
24. Ciente de suas fraquezas e forças.						
25. Tem senso de humor e procura estar animado.						
26. Tem iniciativa.						
27. Poder de autocontrole.						
28. Transmite integridade e confiabilidade.						
29. É paciente e saber ouvir.						
30. Sabe construir times e trabalhar em equipe.						
TOTAL						

Fonte: Adaptado de Dornelas (2015).

III - Teste de perfil empreendedor 02 - (Habilidades Gerenciais)

- 1) Atribua à sua pessoa uma nota de 1 a 5 para cada uma das competências que você acredita possuir.

Competências Gerenciais	Excelente	Bom	Regular	Fraco	Insuficiente	Nota
	5	4	3	2	1	
Marketing						
1. Avaliação e pesquisa de mercado.						
2. Planejamento de marketing.						
3. Estabelecimento de preços dos produtos.						
4. Gerenciamento de vendas.						
5. Venda por catálogo/mala direta.						
6. Telemarketing.						
7. Serviço ao consumidor.						
8. Gerenciamento de distribuição.						
9. Planejamento de novos produtos.						
10. Venda direta.						
Produção e Operação						
11. Gerenciamento da manufatura.						
12. Controle de estoques.						
13. Controle e análise de custos.						
14. Controle de qualidade.						
15. Planejamento de produção.						
16. Compras de matérias- primas.						
Finanças						
17. Contabilidade.						
18. Orçamentos						
19. Gerenciamento de fluxo de caixa.						
20. Gerenciamento de contas a pagar e receber.						
21. Gerenciamento das relações com fontes de financiamento.						
22. Negociações para obtenção de recursos financeiros.						

Continua

Conclusão

Competências Gerenciais	Excelente	Bom	Regular	Fraco	Insuficiente	Nota
	5	4	3	2	1	
Administração						
23. Resolução de problemas						
24. Comunicação						
25. Planejamento						
26. Tomada de decisão						
27. Gerenciamento de projetos						
28. Negociação						
29. Administração de pessoal						
30. Sistema de Informação gerencial						
Relacionamento interpessoal/equipes						
31. Liderança, visão, influência.						
32. Feedback						
33. Gerenciamento de conflitos						
34. Gerenciamento de pessoas						
35. Trabalho em equipe						
36. Construção de equipes de trabalho						
37. Contratos						
38. Impostos						

Fonte: Adaptado de Dornelas (2015).

2) Enquanto acadêmico, do VIII período do curso de Administração da Faculdade de Itaituba, você acredita que os conhecimentos adquiridos no decorrer deste curso propiciaram condições para tornar-se e/ou desenvolver-se como empreendedor? Justifique.
