

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE MINAS  
GERAIS – CAMPI BAMBUÍ  
CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO LATO SENSU EM GESTÃO, COM ÊNFASE EM  
EMPREENDEDORISMO E NEGÓCIOS

Pedro João Gonçalves  
Stiffanny Alexa Saraiva Bezerra

**MOTIVAÇÃO PARA EMPREENDER: UM ESTUDO DE CASO COM JOVENS  
UNIVERSITÁRIOS DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DE UMA INSTITUIÇÃO DE  
ENSINO EM MANAUS-AM**

BambuÍ  
2024

PEDRO JOÃO GONÇALVES  
STIFFANNY ALEXA SARAIVA BEZERRA

**MOTIVAÇÃO PARA EMPREENDER: UM ESTUDO DE CASO COM JOVENS  
UNIVERSITÁRIOS DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DE UMA INSTITUIÇÃO DE  
ENSINO EM MANAUS-AM**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao  
Curso de Pós-graduação Lato Sensu em  
Gestão em Empreendedorismo e Negócios, do  
Instituto Federal de Minas Gerais - Campus  
Bambuí para obtenção do título de Especialista  
em Gestão em Empreendedorismo e Negócios.  
Orientadora: Prof.<sup>a</sup>. Dra. Paula Andréa de  
Oliveira e Silva Rezende

Bambuí  
2024

PEDRO JOÃO GONÇALVES  
STIFFANNY ALEXA SARAIVA BEZERRA

**MOTIVAÇÃO PARA EMPREENDER: UM ESTUDO DE CASO COM JOVENS  
UNIVERSITÁRIOS DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DE UMA INSTITUIÇÃO DE  
ENSINO EM MANAUS-AM**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao  
Curso de Pós-graduação Lato Sensu em  
Gestão em Empreendedorismo e Negócios, do  
Instituto Federal de Minas Gerais - Campus  
Bambuú para obtenção do título de Especialista  
em Gestão em Empreendedorismo e Negócios.  
Orientadora: Prof.<sup>a</sup>. Dra. Paula Andréa de  
Oliveira e Silva Rezende

Aprovado em: 15/04/2024 pela banca examinadora:

---

Prof.<sup>a</sup>. Dra. Paula Andréa de Oliveira e Silva Rezende

---

Prof. Msc. Marcos Arêas de Faria

---

Prof. Dr. Pedro Marinho Sizenando da Silva

## RESUMO

Empreender geralmente significa ter um negócio, expandir um empreendimento já existente ou criar algo e transformar em um negócio, constituindo um processo de geração de riqueza e criação de ocupações na economia. Nesse contexto, objetivou-se com este estudo identificar a motivação de uma pessoa para empreender. Deste modo, realizou-se um estudo básico, qualitativo e exploratório, por meio de um estudo de caso, onde foi aplicado um questionário com questões mistas, confeccionado no Google Formulários, aos alunos do curso de Administração de uma instituição de Ensino Superior no município de Manaus/AM, distribuídos entre os períodos 2º a 8º. No total, participaram 106 alunos e 23 egressos. A maioria dos participantes foram mulheres, entre 18 e 29 anos, solteiras e que exerciam alguma atividade remunerada. Os resultados demonstram inclinação dos participantes, ou no mínimo um grande interesse, em se tornarem empreendedores, considerando que 43 deles já desenvolveram alguma atividade empreendedora e atualmente 28 desenvolvem alguma atividade, que são na maioria do comércio, com a venda de algum produto, e de maneira informal. Os motivos preponderantes para empreender estão na busca da autonomia individual obtida pela renda, e na realização de um sonho pessoal. Logo, as motivações são múltiplas, indo além de uma necessidade ou de uma oportunidade. Nesse contexto, a realização de atividades que estimulem o espírito empreendedor no âmbito acadêmico é fundamental para a formação de profissionais inovadores e preparados para lidar com o constante dinamismo do cenário global atual.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo. Motivação. Universitários. Administração. Ensino.

## ABSTRACT

Entrepreneurship generally means having a business, expanding an existing enterprise or creating something and transforming it into a business, constituting a process of generating wealth and creating occupations in the economy. In this context, the aim of this study was to identify a person's motivation to undertake. In this way, a basic, qualitative and exploratory study was carried out, through a case study, where a questionnaire with mixed questions, created in Google Forms, was applied to students on the Administration course at a Higher Education institution in the city. from Manaus/AM, distributed between periods 2nd to 8th. In total, 106 students and 23 graduates participated. The majority of participants were women, between 18 and 29 years old, single and who carried out some paid activity. The results demonstrate the participants' inclination, or at least a great interest, in becoming entrepreneurs, considering that 43 of them have already developed some entrepreneurial activity and currently 28 carry out some activity, which are mostly in commerce, with the sale of some product, and in an informal way. The predominant reasons for entrepreneurship are the search for individual autonomy obtained through income, and the realization of a personal dream. Therefore, the motivations are multiple, going beyond a need or an opportunity. In this context, carrying out activities that stimulate the entrepreneurial spirit in the academic field is essential for the training of innovative professionals prepared to deal with the constant dynamism of the current global scenario.

**Keywords:** Entrepreneurship. Motivation. University students. Administration. Teaching.

## RESUMEN

Emprendimiento significa generalmente tener un negocio, ampliar una empresa existente o crear algo y transformarlo en un negocio, constituyendo un proceso de generación de riqueza y creación de ocupaciones en la economía. En este contexto, el objetivo de este estudio fue identificar la motivación de una persona para emprender. De esta manera, se realizó un estudio básico, cualitativo y exploratorio, a través de un estudio de caso, donde se aplicó un cuestionario con preguntas mixtas, creado en Google Forms, a estudiantes de la carrera de Administración de una institución de Educación Superior de la ciudad. Manaus/AM, distribuido entre los períodos 2° al 8°. En total participaron 106 estudiantes y 23 egresados. La mayoría de los participantes fueron mujeres, entre 18 y 29 años, solteras y que realizaban alguna actividad remunerada. Los resultados demuestran la inclinación de los participantes, o al menos un gran interés, por convertirse en emprendedores, considerando que 43 de ellos ya han desarrollado alguna actividad empresarial y actualmente 28 realizan alguna actividad, las cuales en su mayoría son de comercio, con la venta de algún producto, y de manera informal. Los motivos predominantes para emprender son la búsqueda de la autonomía individual obtenida a través de los ingresos y la realización de un sueño personal. Por tanto, las motivaciones son múltiples, yendo más allá de una necesidad o una oportunidad. En este contexto, la realización de actividades que estimulen el espíritu emprendedor en el ámbito académico es fundamental para la formación de profesionales innovadores y preparados para afrontar el dinamismo constante del escenario global actual.

**Palabras clave:** Emprendimiento. Motivación. Estudiantes universitarios. Administración. Enseñanza.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Gráfico 1 - Sexo dos participantes.....	22
Gráfico 2 - Faixa etária dos alunos.....	23
Gráfico 3 - Atuação profissional dos alunos.....	24
Tabela 1 - Conceitos de empreendedorismos com os quais os participantes se identificam....	25
Tabela 2 - Motivos para empreender.....	26
Tabela 3 - Justificativa para os alunos não se considerarem empreendedores.....	27
Tabela 4 - Atividades que foram anteriormente desenvolvidas pelos alunos.....	28
Tabela 5 - Tabela 5: Atividades atualmente desenvolvidas pelos alunos.....	30
Tabela 6 - Atividades atualmente desenvolvidas pelos alunos.....	30
Tabela 7 - Valores investidos para iniciar um negócio.....	31
Tabela 8 - Tempo de vida das atividades desenvolvidas pelos alunos.....	32
Tabela 9 - Quantidade de funcionários dos pequenos negócios desenvolvidos.....	33

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

GEM - Global Entrepreneurship Monitor

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IBQP - Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade

PNAD Contínua - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua,

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	10
<b>1.1 Problema da pesquisa</b> .....	12
<b>1.2 Hipóteses</b> .....	12
<b>1.3 Justificativa</b> .....	12
<b>1.4 Objetivos</b> .....	13
<i>1.4.1 Objetivo Geral:</i> .....	13
<i>1.4.2 Objetivos Específicos:</i> .....	13
<b>2. REVISÃO TEÓRICA</b> .....	14
<b>2.1. Empreendedorismo e empreendedor</b> .....	14
<b>2.2 Motivação para empreender</b> .....	15
<b>2.3 Perfil de alunos empreendedores</b> .....	18
<b>3. METODOLOGIA</b> .....	20
<b>3.1 Área de Estudo:</b> .....	20
<b>3.2 Classificação da Pesquisa:</b> .....	20
<b>3.3 Coleta e análise de dados:</b> .....	21
<b>4. RESULTADOS</b> .....	22
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	34
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	36
<b>ANEXOS</b> .....	37
Apêndice A: Questionário preliminar .....	40
Apêndice B: Questionário preliminar.....	43

## 1. INTRODUÇÃO

O fenômeno do empreendedorismo vem sendo objeto de crescente interesse, tanto no mundo acadêmico, como na sociedade. Nos últimos anos, os meios de comunicação têm divulgado cada vez mais as expressões empreendedorismo e empreendedor. A difusão desses conceitos pode ser explicada, em parte, pelo papel do empreendedorismo no processo de geração de riqueza na sociedade e na criação de ocupações na economia.

Mas, o que é o empreendedorismo? Um conceito que vem sendo muito difundido considera que “empreender significa ter um negócio, expandir um empreendimento já existente ou qualquer tentativa de criação (assim como a criação efetiva) de um novo negócio, quer seja uma atividade formal ou informal, individual, autônoma ou com uma empresa” (Global Entrepreneurship Monitor - GEM, 2020).

O empreendedorismo é o processo dinâmico de criar mais riqueza. A riqueza é criada por indivíduos que assumem os principais riscos em termos de patrimônio, tempo e/ou comprometimento com a carreira, ou que provêm valor para algum produto ou serviço que pode não ser novo ou único, mas com um valor infundido pelo empreendedor ao receber e localizar as habilidades e os recursos necessários (Ronstadt, 1984).

Dornelas (2010) define o empreendedorismo como o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades. Para o autor, empreendedorismo é o combustível para o crescimento econômico, criando empregos e prosperidade (Dornelas, 2001).

Segundo Sarkar (2010), o empreendedorismo está ligado à inovação e a outras características, como forte desejo de sucesso, capacidade para trabalhar arduamente, criatividade, capacidade para criar uma equipe de sucesso e pensamento próprio, englobando inteligência ou desejo de enriquecer.

Drucker (2005) afirma que o empreendedorismo é um fenômeno cultural, econômico e tecnológico. É a partir do empreendedorismo que ideias são aliadas a oportunidades, que pessoas realizam investimentos em um produto ou serviço que atenda às necessidades do consumidor. Ressalta-se que o produto ou serviço oferecido não precisa ser exclusivo, mas apresentar alguma inovação ou melhoria. Empreender é saber agregar valor, identificar oportunidades e transformá-las em um negócio lucrativo.

Considerando o conceito de empreendedorismo, a figura do empreendedor surge associada à introdução de inovações, gerando novos produtos e serviços, ou aperfeiçoando

produtos e serviços existentes. É uma pessoa que inova, cria, imagina, desenvolve e realiza seus sonhos.

De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE (2019), pode-se entender que empreendedor é aquele que inicia algo novo, que vê aquilo que ninguém vê, enfim, aquele que realiza antes, que sai da área do sonho, do desejo, e parte para a ação. Significa ser um autor, que produz novas ideias por meio da harmonia entre criatividade e imaginação.

Para Dolabela (2006), o empreendedor é um insatisfeito que transforma seu inconformismo em descobertas e propostas positivas para si mesmo e para os outros. É alguém que prefere seguir caminhos não percorridos, que acredita que pode alterar o mundo.

Diante de variados conceitos, questiona-se sobre o que leva o indivíduo a tornar-se empreendedor.

Conforme Nakamura (2005), a palavra motivação vem do latim *motivus*, relativo a movimento, coisa móvel. É o que motiva uma pessoa, isto é, quem lhe causa motivação, provoca nela um novo ânimo, e ela começa a agir em busca de novos horizontes, de novas conquistas.

A motivação é uma força que se encontra no interior de cada pessoa e que pode estar ligada a um desejo. Uma pessoa não consegue jamais motivar alguém, o que ela pode fazer é estimular a outra pessoa. A probabilidade de que uma pessoa siga uma orientação de ação desejável está diretamente ligada à força de um desejo (Bergamini, 1997).

De acordo com Chiavenato (2010), motivação significa motivo. Santos (2014) ressalta que motivo é qualquer coisa que leve uma pessoa a praticar uma ação. Neste sentido, pode-se afirmar que, motivar é proporcionar um motivo a uma pessoa, estimulando-a a agir de maneira desejada.

O projeto Global Entrepreneurship Monitor - GEM (2011) propõe-se a medir, entre outras variáveis, a parcela de indivíduos que, em cada país, se lança ao empreendedorismo, e a avaliar os motivos dos empreendedores. Historicamente o projeto GEM salienta que pessoas podem ser levadas ao empreendedorismo principalmente por dois motivos alternativos: necessidade ou oportunidade.

Os empreendedores por necessidade representariam uma “parcela da população envolvida com o empreendedorismo por não ter outra opção de trabalho”. Já os empreendedores por oportunidade formariam a parcela da população “envolvida com o empreendedorismo não por não ter outra opção de trabalho, e, sim, por ter identificado uma oportunidade de negócio que pretende perseguir” (GEM, 2011).

## 1.1 Problema da pesquisa

O que motiva um estudante do curso de Administração de uma instituição de ensino superior privada, no município de Manaus/Amazonas, a empreender?

## 1.2 Hipóteses

- Se eu empreendo, então sou próprio patrão;
- Se eu empreendo, então terei meu próprio negócio;
- Se eu empreendo, então terei renda própria;
- Se eu empreendo, então terei renda extra;
- Se eu empreendo, então não necessito mais trabalhar empregado;
- Se eu empreendo, então terei uma fonte de renda;
- Se eu empreendo, então obtenho realização pessoal;
- Se eu empreendo, então ajudo minha família;
- Se eu empreendo, então sigo uma tradição familiar;
- Se eu empreendo, então inovo, crio algo;
- Se eu empreendo, então faço a diferença no mundo.

## 1.3 Justificativa

Segundo projeções do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE o Brasil tinha 22,9 milhões de pessoas na faixa etária entre 18 e 24 anos (10,7% da população), aqui definidas como um grupo de pessoas jovens, no ano de 2022.

No mesmo ano, a taxa de desocupação (popularmente conhecida como taxa de desemprego) de pessoas com 14 anos ou mais, foi de 9,83% em maio de 2022 (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua, 2022). Trata-se de uma taxa de desocupação relativamente menor ante períodos recentes, uma vez que no 1º trimestre de 2022, a taxa de desocupação no Brasil foi estimada em 11,1%. Esta estimativa apresentou estabilidade em comparação com o 4º trimestre de 2021 (11,1%), e redução de 3,8 pontos percentuais frente ao 1º trimestre de 2021 (14,9%) (Pnad Contínua, 2022).

A população na faixa de 18 a 24 anos geralmente está diante da decisão de seguir uma carreira, estudar e trabalhar. Pode-se buscar um emprego no setor público ou privado, apenas estudar, e/ou tornar-se um empreendedor.

Conforme pesquisa do SEBRAE (2020), 60,4% da população brasileira de 18 a 34 anos tinha o sonho de “ter o próprio negócio”. Foi o quarto sonho desse grupo etário, após “comprar a casa própria”, “viajar pelo Brasil” e “viajar para o exterior”.

Dado esse contexto, pretende-se identificar as motivações para empreender dos jovens universitários do curso de Administração de uma instituição de ensino superior privada, no município de Manaus/Amazonas, caracterizando o perfil dos jovens entrevistados, os motivos que os levam a empreender, se por oportunidade ou necessidade, e quais as atividades empreendedoras eles desenvolveram ou desenvolvem.

## **1.4 Objetivos**

### ***1.4.1 Objetivo Geral:***

Identificar a motivação de jovens universitários do curso de Administração de uma instituição de ensino superior privada, no município de Manaus/Amazonas, para empreender.

### ***1.4.2 Objetivos Específicos:***

- a) definir o perfil dos jovens universitários participantes desta pesquisa;
- b) identificar os motivos para empreender e associá-los ao tipo de empreendedorismo (oportunidade ou necessidade);
- c) caracterizar os empreendimentos desenvolvidos pelos alunos empreendedores.

## 2. REVISÃO TEÓRICA

### 2.1. Empreendedorismo e empreendedor

A falta de precisão conceitual nas pesquisas leva a distorções que não permitem o estabelecimento de uma teoria sólida nesse tema. Muito se escreve, muito se fala, e pouco se sabe a respeito de empreendedorismo epistemologicamente (Tometch, 2020).

Um dos autores mais citados a respeito do tema é o austríaco Joseph Alois Schumpeter e sua obra “Teoria do Desenvolvimento Econômico” (1982). Ele não desenvolveu uma teoria específica sobre empreendedorismo, mas destacou o papel do empresário na movimentação do mercado, enfatizando que este se utiliza da técnica e da expertise, aliando-as à intuição e à estratégia. A identificação de oportunidades e a descoberta de novidades capazes de gerar vantagens econômicas requer capacidades não corriqueiras, um comportamento incomum. Dentro desta lógica, não é possível determinar um comportamento adequado, uma “receita de bolo”, pois as situações são desconhecidas. Portanto, o empreendedor precisa estar disposto a criar não apenas produtos ou formas mais lucrativas de produzir ou comercializar, mas novas formas de ação (Schumpeter, 1982).

Na visão do economista, o empreendedorismo é o processo dinâmico de criar mais riqueza, realizado por indivíduos que assumem os principais riscos em termos de patrimônio, tempo e/ou comprometimento com a carreira (Ronstadt, 1984).

Davidsson (2004) considera que há uma ausência de discussões teóricas sobre o empreendedorismo nas últimas décadas, o que fez com que alguns estudiosos elaborassem suas próprias definições, como, por exemplo, Filion (2000), que considera empreendedora a pessoa que imagina, desenvolve, e realiza visões criando um negócio ou organização, ou seja, pensando, planejando e agindo.

No campo da Administração de empresas, Peter Drucker (2005) afirma que o empreendedorismo é um fenômeno cultural, econômico e tecnológico. Ele relaciona empreendedorismo e inovação, considerando que nem todos os negócios são empreendedores, uma vez que para se tornar um, é preciso a criação de algo, mudança ou transformação de valores.

Outros estudiosos do empreendedorismo, como Bygrave e Zacharakis (2010), consideram empreendedora a pessoa que percebe uma oportunidade e cria uma organização para persegui-la. O empreendedorismo é a essência da livre iniciativa, pois o surgimento de novos negócios revitaliza a economia de mercado.

Hisrich, Peters e Shepherd (2009) definem empreendedor como alguém que toma iniciativa para organizar recursos de maneiras inovadoras, tendo inclinação a agir na incerteza (ou risco).

Para Dornelas (2010) empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades. E Sarkar (2010) considera que o empreendedorismo está ligado à inovação e a outras características, como forte desejo de sucesso, capacidade para trabalhar arduamente, criatividade, capacidade para criar uma equipe de sucesso e pensamento próprio (que engloba inteligência ou desejo de enriquecer).

Segundo Tajra (2019), o empreendedorismo está relacionado à atitude, postura pessoal e à maneira como o indivíduo se porta diante das situações do dia a dia. Ser empreendedor é ter entusiasmo e energia para desenvolver ideias e transformá-las em ação, mantendo uma atitude focada para resultados, inovações e realizações.

A pesquisa Global Entrepreneurship Monitor - GEM (2011) apresenta uma definição de empreendedorismo focada no indivíduo empreendedor, considerando o empreendedorismo como qualquer tentativa de criação de um novo empreendimento, como por exemplo: “uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente”. É um processo que envolve características do indivíduo, postura da sociedade e ambiente institucional.

Observa-se que diversos autores apresentam seus conceitos para empreendedorismo e empreendedor, e o que se pode perceber é que o empreendedorismo está relacionado a criar algo inédito ou a renovar algo existente, com base nas oportunidades de mercado, uma necessidade ou problema, e assumindo os riscos por isso. Empreendedor é essa pessoa que cria e arrisca, que tem a ideia criativa e a realiza.

## **2.2 Motivação para empreender**

Com a revolução industrial e a criação das empresas, no final do Século XX, surgiram dois interesses conflitantes: o dos proprietários e o dos empregados. Os proprietários estavam interessados no lucro que eles poderiam obter, os empregados vendiam o seu trabalho para realizar a produção e estavam interessados no rendimento que este trabalho poderia lhes proporcionar. A conciliação dos interesses se daria com o estabelecimento de um objetivo em comum: “aumentar a produtividade” (Ribas, 2011).

Frederick Taylor (1856 – 1915) preconizou o enfoque mecanicista, na Escola de Administração Científica, considerando que a motivação se dava por fatores extrínsecos que levavam o indivíduo a se interessar mais pelo seu trabalho e produzir melhores resultados. Para ele, maior produção correspondia necessariamente à maior remuneração por parte do trabalhador, e esta seria o seu principal fator de motivação.

Elton Mayo (1880 – 1949), com sua experiência de Hawthorne, concluiu que a motivação para produção não estava apenas no plano material, mas também no relacionamento das pessoas em grupos de trabalho e, na influência destes grupos sobre aspectos emocionais não planejados e irracionais do comportamento humano. Ele deu origem ao enfoque humanista, pelo qual a motivação se daria, também, no plano intrínseco de cada indivíduo, na medida que proporcionasse a possibilidade da sua realização pessoal (Ribas, 2011).

Neste contexto, surgiram as Teorias da Motivação aplicadas às organizações, tais como: a Teoria das Necessidades de Maslow - apresentando uma pirâmide com cinco necessidades humanas hierarquizadas pelo autor; a Teoria dos Dois Fatores de Herzberg - que aborda os fatores higiênicos, do ambiente de trabalho, e motivacionais, fatores internos do ser humano, que estão relacionados com a motivação interna do indivíduo para desempenhar suas atividades; a Teoria de ERG de Alderfer - onde a motivação humana é dividida em três categorias: Existência, Relacionamento e Crescimento; a Teoria X e Y de McGregor - que considera os comportamentos humanos antagônicos, onde na teoria X o homem detesta trabalhar, e na teoria Y o ser humano é esforçado e gosta de ter uma atividade; e a Teoria da Expectativa de Vroom - que defende que o ser humano realiza algo por meio de uma expectativa, visando a atingir um objetivo.

A maioria dos autores especialistas em empreendedorismo trata a motivação para empreender com base no comportamento do empreendedor frente à sua percepção da relação recompensa, risco e sucesso. Para isso, utilizam como metodologia as suas observações pessoais ou as informações obtidas em estudos estruturados com base na impressão destes empreendedores. Tais autores consideram que a percepção de sucesso para o empreendedor se dá em uma escala evolutiva da satisfação de suas necessidades de vida, que transcende aos seus objetivos meramente empresariais para alcançar até a sua realização pessoal.

Alguns autores consideram que as pessoas podem ser levadas ao empreendedorismo seja pelo motivo de oportunidade, seja pelo motivo necessidade, alternativamente. Outros, uma minoria, vêm sugerindo que as motivações não possuem uma

natureza dicotômica, que outros motivos poderiam intervir no processo e que poderia, eventualmente, ocorrer reforço ou interação entre diferentes motivos (Vale *et al.*, 2014).

Em 1999, duas renomadas instituições internacionais de ensino e pesquisa, a Babson College e a London Business School, deram início a um movimento denominado Global Entrepreneurship Monitor (GEM), do qual o Brasil participa desde o ano 2000. Este movimento monitora o empreendedorismo ao redor do mundo, buscando compreender os motivos pelos quais alguns países são mais “empreendedores” que outros.

O projeto Global Entrepreneurship Monitor (GEM) inclui, atualmente, cerca de 60 países. A GEM é a maior pesquisa de empreendedorismo do mundo. Nos seus 22 anos de existência, 110 países participaram desse mapeamento, que já promoveu mais de 10 milhões de entrevistas.

Em 2021, participaram 50 países do projeto GEM. No Brasil, foram realizadas duas mil entrevistas com pessoas entre 18 e 64 anos e com 46 especialistas no período de julho a outubro de 2021. A pesquisa foi conduzida, desde o ano 2000 até 2021, pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade - IBQP, contando com o apoio do Sebrae e de outras entidades.

Vale *et al.* (2014) realizou uma pesquisa qualitativa a partir de referências disponíveis acerca da motivação para empreender, onde se verificou a presença de motivações múltiplas – algumas, inclusive, não abordadas previamente na literatura, a exemplo do desejo de gerar ocupação para familiares e, também, de possíveis interações entre elas. A busca da autonomia individual e a identificação de uma oportunidade de negócios foram os motivos preponderantes encontrados na pesquisa quantitativa.

Os principais motivos apontados na pesquisa qualitativa foram: 1 Desejo de ter próprio negócio/tornar-se independente; 2 Identificação de uma oportunidade de negócio; 3 Aumento da renda; 4 Facilidade ou possibilidade de usar os conhecimentos/relacionamentos e contatos na área; 5 Presença de tempo disponível; 6 Continuidade/ Ampliação dos negócios da família; 7 Experiência/ influência/ relacionamentos familiares; 8 Convite para participar como sócio da empresa; 9 Presença de capital disponível; 10 Insatisfação com emprego; 11 Influência de outras pessoas; 12 Ocupação a membros da família; 13 Desemprego; 14 Demissão com FGTS; e 15 Aproveitamento programa de demissão voluntária.

Dentre as pesquisas mais recentes sobre motivações para empreender no Brasil, tem-se os estudos de Fialho, Wagner, Nunes e Gai (2018), Lopes Filho, Paiva e Lima (2020) e Raposo, Oliveira e Fonseca (2021). Além destes, o próprio Relatório da GEM é um dos mais importantes, pois é direcionado ao Brasil.

De acordo com o modelo conceitual do GEM (2022), iniciar um negócio é uma decisão pessoal, que reflete o impulso de um indivíduo, suas competências e motivações. Os novos empreendedores criam negócios dentro de um contexto de valores sociais e estruturas que podem ser favoráveis ou limitantes à mentalidade empreendedora.

No relatório da GEM 2020 foram apontados como principais motivos para se iniciar um negócio: Continuar uma tradição familiar; construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta; fazer diferença no mundo; ganhar a vida, porque os empregos são escassos.

### **2.3 Perfil de alunos empreendedores**

De acordo com a Global Entrepreneurship Monitor (2022), em parceria com o Sebrae e o Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade, o Brasil somava mais de 19 milhões de empresas até o ano de 2022.

Em 2021, conforme a pesquisa GEM Brasil, as taxas de atividade empreendedora foram maiores no grupo etário mais jovem (18 a 35 anos), embora as diferenças sejam geralmente pequenas.

Observe-se que os não-graduados (sem ensino superior) mostraram taxas mais altas de atividade empresarial do que os licenciados (com ensino superior) numa pequena minoria das economias avaliadas pelo GEM em 2021. Para a maioria das economias, isso sugere que encorajar e apoiar as pessoas no ensino superior poderia ser uma forma eficaz de aumentar o fluxo de novos negócios.

Empreendedores mais jovens (de 18 a 34 anos) são mais propensos a concordar com o motivo aspiracional “para fazer a diferença no mundo”, enquanto os empresários mais velhos empresários consideram “ganhar a vida porque empregos são escassos”. A diferença entre as motivações nas faixas etárias também pode desempenhar algum papel na explicação das diferenças nos níveis de atividade empresarial entre eles (GEM, 2022).

Sobre o perfil desses jovens empreendedores, tem-se pesquisas sobre o tema realizadas por Peñaloza e Bastos (2005), que estudaram o perfil empreendedor dos alunos do curso de administração de empresas em uma universidade do Ceará. Outras pesquisas sobre o perfil empreendedor entre alunos de cursos de graduação do ensino superior foram realizadas, como a de Oliveira *et al.* (2019) com alunos do curso de economia, e a de Jofre *et al.* (2021) que investigou o perfil empreendedor dos alunos de um curso de enfermagem.

Oliveira *et al.* (2019), ao analisar perfil empreendedor dos alunos do curso de Ciências Econômicas de uma universidade do Rio de Janeiro, constatou que certos alunos

ingressam na faculdade possuindo características empreendedoras e outros vão desenvolvendo traços empreendedores ao longo do curso, concluindo que os alunos podem ser incentivados com a realização de certas atividades propostas durante a graduação.

Muraro *et al.* (2017) realizou um estudo para identificar quais características empreendedoras podiam ser encontradas nos alunos formandos do curso de Comércio Internacional de uma universidade localizada na serra gaúcha. Como resultado, verificou-se que estimular o espírito empreendedor no âmbito acadêmico é fundamental para a formação de profissionais inovadores e preparados para lidar com o constante dinamismo do cenário global atual. Isso porque observou-se uma diferença entre os alunos que já cursaram a disciplina de empreendedorismo, e os alunos que ainda não cursaram. Os primeiros apresentaram graus de concordância mais elevados, em relação aos atributos avaliados, do que os segundos. Por consequência, o perfil empreendedor do grupo que já cursou a disciplina foi maior, ou seja, a passagem pela disciplina de Empreendedorismo em Comércio Internacional refletiu diretamente no aumento da presença de características empreendedoras em seus alunos.

Com isso, constata-se que é preciso que ocorram maiores incentivos nessa área/disciplina dentro das instituições de ensino, para estimular e fomentar a prática do empreendedorismo na vida profissional.

### **3. METODOLOGIA**

#### **3.1 Área de Estudo:**

Esta pesquisa foi realizada na Faculdade Salesiana Dom Bosco, instituição criada em 2000, de categoria administrativa e da rede privada, sendo uma filial da Inspetoria Salesiana Missionária da Amazônia, que teve início em São Paulo, em 1939. A faculdade está localizada na Av. Cosme Ferreira, 5122 - Zumbi dos Palmares, Manaus - AM, 69083-000 (FSDB, 2021).

#### **3.2 Classificação da Pesquisa:**

Esta pesquisa é de natureza básica, com abordagem qualitativa e quantitativa, objetivamente exploratória, e do tipo estudo de caso.

Uma pesquisa de natureza básica tem como objetivo principal “o avanço do conhecimento científico, sem nenhuma preocupação com a aplicabilidade imediata dos resultados a serem colhidos” (Appolinário 2011).

Quanto à abordagem qualitativa, a pesquisa utiliza um processo descritivo, indutivo e de observação, que considera a singularidade do sujeito e a subjetividade do fenômeno. Para Marconi e Lakatos (2011) a pesquisa qualitativa “preocupa-se em analisar e interpretar aspectos mais profundos, descrevendo a complexidade do comportamento humano”.

No aspecto quantitativo, Michel (2005) destaca que “a pesquisa quantitativa é um método de pesquisa que utiliza a quantificação nas modalidades de coleta de informações e no seu tratamento, mediante técnicas estatísticas”. Este método geralmente é utilizado para garantir a precisão dos resultados, uma margem de segurança quanto às inferências.

A pesquisa exploratória busca apenas levantar informações sobre um determinado objeto, delimitando assim um campo de trabalho, mapeando as condições de manifestação desse objeto (Severino, 2007).

Um estudo de caso, conforme Zanella (2013) “é um estudo de grande profundidade e pequena amplitude, pois procura conhecer a realidade de um indivíduo, de um grupo de pessoas, de uma ou mais organizações em profundidade.”

### 3.3 Coleta e análise de dados:

Inicialmente realizou-se um levantamento bibliográfico a fim de identificar os principais conceitos relacionados ao tema da pesquisa e as teorias acerca das motivações para empreender.

Como instrumento de coleta de dados, utilizou-se um questionário com questões mistas (fechadas e abertas), confeccionado no Google Formulários. De acordo com Libório e Terra (2015), um questionário “é composto por questões previamente preparadas e apresentadas por escrito às pessoas que fazem parte do estudo.” Para Gil (2010) “o questionário pode ser entendido como um conjunto de questões que são respondidas por escrito pelo pesquisado e constitui o meio mais rápido e barato de obtenção de informações”.

Após assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) que dispõe sobre os aspectos éticos da pesquisa, os alunos receberam um link por e-mail e responderam ao questionário de maneira on-line. As respostas foram registradas em planilha eletrônica.

A coleta de dados se deu no período entre fevereiro e abril de 2023. Após a coleta de dados, estes foram analisados a partir da proposta de Bardin (2011), método comumente utilizado para análise de textos e discursos. Esta proposta envolve três etapas: a pré-análise, a exploração do material e o tratamento dos resultados, inferência e interpretação.

As informações obtidas foram agrupadas e apresentadas em forma de gráficos e tabelas.

#### 4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

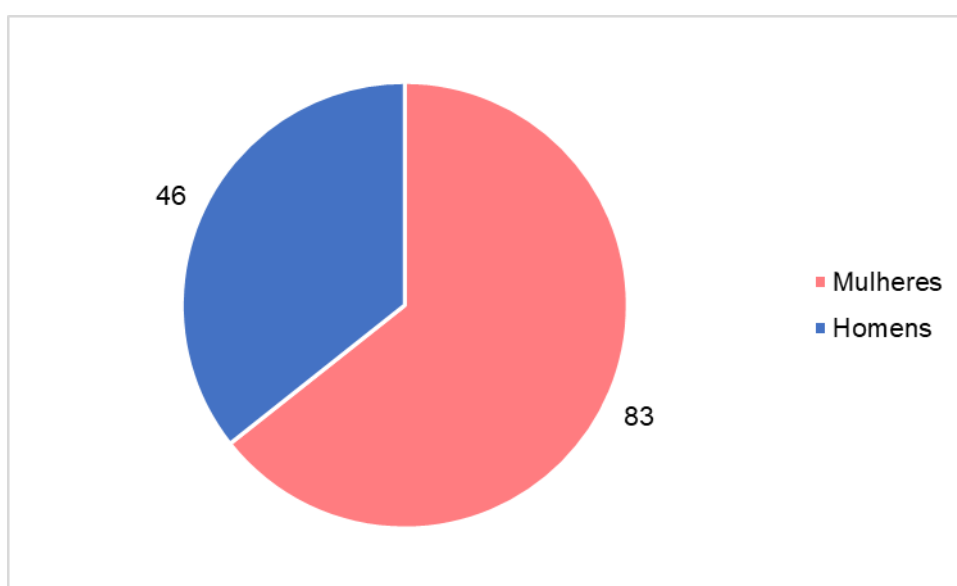
Durante a realização da pesquisa, os docentes e discentes foram informados que a instituição decidiu encerrar suas atividades de ensino superior no final do ano de 2023. Devido a este fato, vários alunos se transferiram no início do ano, restando apenas 139 alunos matriculados na instituição, distribuídos entre os períodos 2º a 8º.

Do total de alunos matriculados no curso de Administração, 106 responderam ao questionário, além de 23 egressos que tiveram acesso ao questionário por meio de colegas. As respostas dos egressos foram incluídas nesta pesquisa devido a eles terem concluído recentemente o curso, mas ainda não terem colado grau.

Dentre as questões acerca do perfil dos alunos, constam no questionário as que são referentes ao sexo, faixa etária, estado civil, tamanho da família, filhos, e em qual setor profissional está atuando. As questões foram fechadas.

Quanto ao sexo, são 83 são mulheres e 46 são homens, conforme o gráfico 1, abaixo. A participação da mulher na Universidade é cada vez maior, contribuindo para a mudança da natureza dos papéis tradicionalmente atribuídos às mulheres, influenciando suas escolhas profissionais. Contudo, diferentemente do homem, as questões profissionais ainda ocupam um lugar secundário na vida da mulher, que privilegia o emprego formal, em detrimento de tornarem-se empreendedoras (Peñaloza, Diógenes e Souza, 2008).

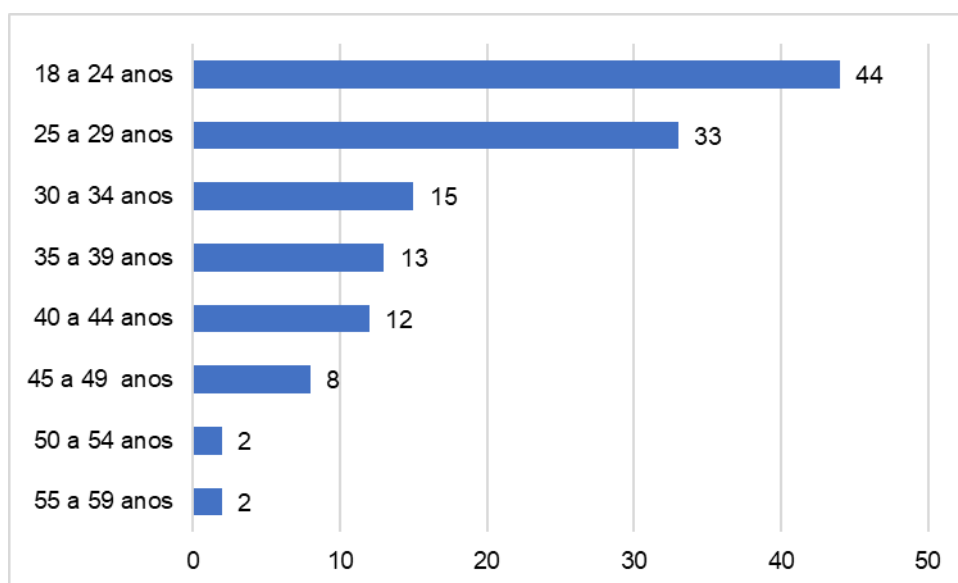
Gráfico 1: Sexo dos participantes



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

A maioria dos alunos entrevistados está na faixa etária de 18 a 29 anos, sendo 44 alunos entre 18 e 24 anos, 33 alunos entre 25 e 29 anos, e 15 alunos com idade entre 30 e 34 anos. É um público relativamente mais jovem, buscando no ensino superior uma forma de ter uma profissão estável, uma carreira, alguma estabilidade. A idade da maioria dos participantes está seguindo as estatísticas nacionais do ano de 2021, onde as taxas de atividade empreendedora são maiores no grupo etário mais jovem (18 a 35 anos). Além destes, temos 13 alunos na faixa de 35 a 39 anos, 12 alunos entre 40 e 44 anos, 8 alunos entre 45 e 49 anos, 2 alunos com idade entre 50 e 54 anos, e mais 2 alunos entre 55 e 59 anos. A distribuição de alunos por faixa etária está demonstrada abaixo, no gráfico 2.

Gráfico 2: Faixa etária dos alunos



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

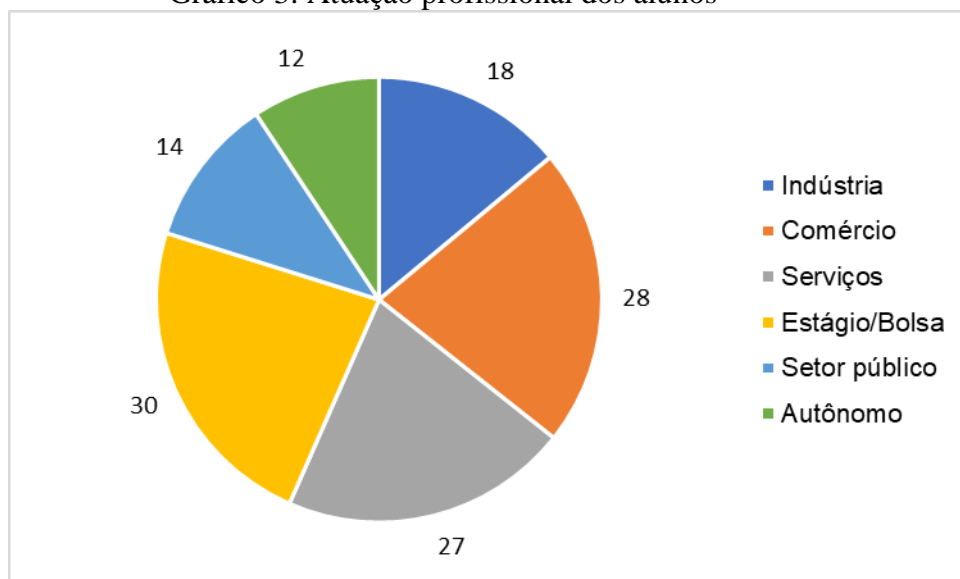
Observa-se que a faixa etária com maior quantitativo de alunos corresponde ao período em que as pessoas estão estudando, buscando qualificação acadêmica. No entanto, deve-se recordar que diferenças entre as faixas etárias podem desempenhar algum papel na explicação das diferenças nos níveis de atividade empresarial. Conforme a literatura, empreendedores mais jovens (de 18 a 34 anos) são mais propensos a concordar com o motivo aspiracional “para fazer a diferença no mundo”, enquanto os empresários mais velhos consideram “ganhar a vida porque empregos são escassos”.

Questionados sobre o estado civil, 76 alunos que responderam ao questionário são solteiros, 30 são casados, 18 estão em uma união estável, 4 são divorciados, e 1 é viúvo. A maioria dos participantes vive com familiares e apenas 7 vivem sozinhos. São 26 alunos que

vivem com seus cônjuges, 36 alunos que têm famílias com 3 membros, 34 alunos com famílias com 4 membros, e 26 alunos vivem em famílias com 5 ou mais membros. A respeito de filhos, 75 alunos não têm filhos, e 54 ainda já são pais ou mães.

A respeito da atuação profissional, 30 alunos são estagiários ou bolsistas, 18 trabalham na indústria, 28 no comércio, 14 no setor público, 27 em atividades de serviços e 12 são autônomos. Observa-se que a maioria exerce alguma atividade profissional, sendo poucos autônomos, conforme distribuição no gráfico 3, abaixo.

Gráfico 3: Atuação profissional dos alunos



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

O questionário apresentou conceitos de empreendedorismo e empreendedor, para que os alunos apontassem aquelas com os quais se identificam. Também foram apresentadas questões sobre se considerarem empreendedores ou não, se já tiveram um negócio próprio, se estão atualmente desenvolvendo alguma atividade empreendedora, qual o motivo para serem empreendedores, o porte das atividades desenvolvidas, quem é proprietário de empresa e a quantidade de funcionários.

Acerca dos conceitos de empreendedor e empreendedorismo apresentados no questionário, onde os alunos poderiam apontar aqueles com os quais eles mais se identificavam, seja por já conhecerem ou por concordarem, os resultados obtidos são apresentados no quadro 1, abaixo, em ordem decrescente de citações de conceitos:

Tabela 1: Conceitos de empreendedorismos com os quais os participantes se identificam

Conceito	Citações
Empreendedor é a pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões, criando um negócio ou organização, pensando, planejando e agindo	66
Ser empreendedor é ter entusiasmo e energia para desenvolver ideias e transformá-las em ação, mantendo uma atitude focada para resultados, inovações e realizações	41
Empreendedorismo é a essência da livre iniciativa, pois o surgimento de novos negócios revitaliza a economia de mercado	38
Empreendedor é a pessoa que percebe uma oportunidade e cria uma organização para perseguir-la	36
É o processo dinâmico de criar mais riqueza, realizado por indivíduos que assumem os principais riscos em termos de patrimônio, tempo e/ou comprometimento com a carreira	27
É o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades	25
Empreendedorismo é qualquer tentativa de criação de um novo empreendimento	17
Empreendedor é um insatisfeito que transforma seu inconformismo em descobertas e propostas positivas para si mesmo e para os outros	15
É um fenômeno cultural, econômico e tecnológico, onde é preciso criar algo, mudar ou transformar valores	12
Empreendedor é aquele que inicia algo novo que ninguém nunca fez. Significa ser um autor, que produz novas ideias por meio da harmonia entre criatividade e imaginação	8

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Percebe-se que os conceitos mais citados relacionam empreendedorismo e inovação, considerando que para um negócio ser empreendedor, é preciso criar algo, mudar ou transformar valores, como costuma considerar Peter Drucker (2005) e o movimento Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Observe-se que a necessidade de novas descobertas diante de um inconformismo, gera descobertas e propostas positivas para si mesmo e para os outros, conforme citado por Dolabela (2006).

Quando questionados sobre se considerarem empreendedores, 54 alunos responderam que sim e 45 que talvez. Foi um quantitativo considerável, positivo, superior a quantidade de alunos que não se considera empreendedor, que foram apenas 25 alunos, além dos 5 alunos que não souberam responder.

Observa-se uma grande inclinação, ou no mínimo um grande interesse, em se tornar empreendedor, visto que os alunos já se veem assim. Mesmo que a maioria dos

participantes desta pesquisa declarassem estar exercendo alguma atividade profissional (117) e poucos serem autônomos (12), há a vontade de vir a desenvolver uma atividade empreendedora.

Do quantitativo total de alunos do curso de Administração, apenas 28 declararam ter um negócio próprio, desenvolvendo alguma atividade empreendedora. É um número relativamente quantitativo baixo, mas considerando o interesse da maioria, esse número pode vir a aumentar no futuro, uma vez que 55 alunos planejam com certeza se tornarem empreendedores e 30 estão avaliando a possibilidade.

Considerando que apenas 12 dos participantes desta pesquisa são autônomos e 28 alunos já desenvolvem alguma atividade considerada próprio negócio, conclui-se que alguns dos alunos realizam uma iniciativa empreendedora concomitante com sua atividade profissional principal.

A questão referente à motivação para serem empreendedores foi mista, apresentando opções fechadas e uma aberta, para que pudesse ser inserida outra motivação diferente das listadas. Os principais motivos apontados estão dispostos abaixo, na tabela 2.

Tabela 2: Motivos para empreender

<b>Motivação</b>	<b>Citações</b>
Obter renda extra ou mesmo viver da renda do próprio negócio	38
Realizar um sonho pessoal de se tornarem empreendedores e terem seu próprio negócio	34
Vislumbram que existem muitas possibilidades de negócio no mercado, desejando desenvolver algo, no melhor sentido empreendedor	31
Explorar uma habilidade que possuem	14
Continuar um negócio já consolidado em família	4
Seguir uma indicação da família	3

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

De acordo com as respostas apresentadas, observou-se que a maioria está ligada a uma necessidade, como no caso de se obter mais renda, ou ao aproveitamento de uma oportunidade, de algum negócio que possa ser explorado. Isso corrobora com as teorias de que as pessoas podem ser levadas ao empreendedorismo por motivo de oportunidade ou de necessidade, conforme Vale *et al.* (2014).

Entretanto, as motivações não se restringem a essas duas, uma vez que outros motivos também são considerados. Nos resultados obtidos, a segunda principal motivação

apontada foi “um sonho pessoal”, que é algo próprio do indivíduo, subjetivo, não necessariamente baseado em uma oportunidade ou necessidade, mas além, um desejo interior de realização e satisfação.

As motivações dos alunos do curso de Administração da instituição estudada apresentam algumas semelhanças com os resultados apontados no relatório da GEM de 2020. Enquanto nesta pesquisa a busca da autonomia individual através da renda e a realização de um sonho pessoal foram os motivos preponderantes, no relatório GEM de 2020 as motivações avaliadas foram: Continuar uma tradição familiar; para construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta; para fazer diferença no mundo; e para ganhar a vida porque os empregos são escassos. Considera-se que fazer a diferença no mundo possa ser um sonho pessoal e construir riqueza está próximo de obter mais renda.

Logo, verificou-se a presença de motivações múltiplas e, também, de possíveis interações entre elas.

Interessante mostrar, também, os motivos que levaram os alunos a não se considerarem empreendedores ou não quererem empreender, as justificativas. A questão era mista, apresentando opções fechadas e uma aberta, para que pudesse ser inserida outra justificativa/motivo de não se considerar empreendedor, que foram agrupados por similaridade e estão listados abaixo, na tabela 3, com as respectivas quantidades de citações.

Tabela 3: Justificativa para os alunos não se considerarem empreendedores

<b>Motivação/Justificativa</b>	<b>Citações</b>
Por que eu nunca fiz algo ou pensei em empreender	5
Não tenho ideia do que empreender e tenho medo de não dar certo	4
Não me considero empreendedor	4
Não tenho interesse em atuar como empreendedor	4
Não possuo uma empresa/negócio com fins lucrativos	3
Porque eu não tenho talento/habilidade	3
Dificuldade em pôr em prática as ideias	1
Ainda não tive a oportunidade de empreender	1

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Observou-se que a maioria dos alunos só considera empreendedores aqueles que têm algum negócio próprio, que já atuam como, ou quem tem pelo menos uma ideia do que empreender, do que criar. Além destes, a falta de habilidade ou talento também foi apontada como motivo para não ser considerado um empreendedor, juntamente com a falta de interesse,

esta última justificada pela ambição de se tornar um funcionário público, conforme apontado na questão aberta.

As respostas demonstraram, ainda, que os alunos têm dificuldade de pensar em algo que se torne um negócio, ter uma ideia e pô-la em prática. O medo de falhar em uma iniciativa empreendedora também foi declarado.

É importante citar que a Faculdade Salesiana Dom Bosco realizava atividades de desenvolvimento de características empreendedoras, além da disciplina de Empreendedorismo. Uma delas era a realização de uma feira de empreendedorismo durante o evento chamado Jornada Amazônica de Administração - JAMAD, onde cada turma do curso de Administração apresentava e executava uma proposta de negócio, independente do período acadêmico. Outra iniciativa da Faculdade Salesiana Dom Bosco era a elaboração de planos de negócios em disciplinas específicas, além da de Empreendedorismo, onde os alunos também precisavam criar um negócio fictício e apresentá-lo na classe, como uma das atividades avaliativas da disciplina.

Essas iniciativas foram e são importantes para despertar o interesse pelo tema, auxiliando no desenvolvimento de características empreendedoras nos alunos e ampliando o conhecimento destes. Logo, desenvolver atividades para estimular o espírito empreendedor no âmbito acadêmico é fundamental para a formação de profissionais inovadores e preparados para lidar com o constante dinamismo do cenário global atual.

A essa mesma conclusão chegaram Oliveira *et al.* (2019), que concluiu que o espírito empreendedor pode vir a ser incentivado diante de certas atividades que são propostas durante a graduação, e Muraro *et al.* (2018) que declarou que estimular o espírito empreendedor no âmbito acadêmico é fundamental para a formação de profissionais inovadores e preparados para lidar com o constante dinamismo do cenário global atual.

Os alunos foram inqueridos sobre a realização de alguma atividade econômica passado, e qual foi. A questão era mista, sendo o campo da atividade aberto, para que fosse informada a atividade realizada. Como resultado, apenas 43 alunos já desenvolveram alguma atividade que eles consideravam empreendedora, e que estão listadas abaixo, na tabela 4:

Tabela 4: Atividades que foram anteriormente desenvolvidas pelos alunos

<b>Atividade econômica</b>	<b>Citações</b>
Feirante	1
Pizzaria	1
Comércio de marmitas	1

Doceria	2
Mecânica	2
Papelaria	2
Distribuidora de Bebidas	1
Serviços de refrigeração e manutenção predial	1
Consultoria Empresarial	2
Mercearia	1
Vendas de diversos	5
Vendas de sapatos	1
Vendas de bolsas e calçados	1
Desenhos artesanais	1
Construção e reformas	1
Venda de peças de computador	2
Gráfica/Personalização de copos e estamperia	5
Loja roupa/Brechó	2
Lanchonete	4
Vendas de roupas e sapatos	1
Venda de cosméticos	1
Venda de bolos e salgados.	2
Armarinho	1
Churrasco	1
Banca de DVD	1

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

A maioria das atividades estava ligada ao comércio, à venda de algum produto, como alimentos. Essas atividades representam uma tentativa de empreender, de ter seu próprio negócio, obtendo renda de seu próprio empreendimento.

A questão sobre a realização de uma atividade empreendedora atualmente era mista, sendo o campo da atividade aberto, para que fosse informada a atividade realizada. Atualmente, dentre os entrevistados, apenas 28 dos alunos participantes desta pesquisa exercem alguma atividade que consideram empreendedora, estando listadas no quadro 5, abaixo.

Tabela 5: Atividades atualmente desenvolvidas pelos alunos

<b>Atividade econômica</b>	<b>Citações</b>
Mercearia	3
Cafeteria	1
Personalizados	1
Hostel & guia turístico	1
Confeitaria	1
Venda de semijoias e confecção de acessórios femininos	2
Estamparia	1
Comércio de cosméticos	2
Financeira	1
Consultoria e gestão de negócios	1
Objetos e quadros personalizados	1
Studio de Tatuagem e Piercing	1
Livraria Online	1
Aluguel de mesas para festas e eventos	1
Fabrica Sandálias	1
Refrigeração	1
Promotora de eventos	1
Moto peças	1
Restaurante e gráfica de serviços rápidos.	1
Marketing digital	1
Venda de roupas	2
Comércio de materiais odontológicos	1
Sublimação	1

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Observou-se que as atividades no geral fazem parte nas áreas comercial ou de serviços. E para caracterizar as atividades, questionou-se sobre o porte do empreendimento, em questão fechada, obtendo-se os seguintes resultados, demonstrados na tabela 6 abaixo.

Tabela 6: Atividades atualmente desenvolvidas pelos alunos

<b>Porte da atividade</b>	<b>Citações</b>
Empreendedor informal (não regularizado)	12
Microempreendedor individual	14
Micro e Pequeno porte	1

Médio porte	1
-------------	---

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

As atividades realizadas são quase que exclusivamente pequenos negócios, sendo que quase 50% são informais (não regularizadas), ou seja, são realizadas por pessoas autônomas, sem vínculos empregatícios ou registros formais. Esse tipo de atividade é bastante comum atualmente.

Na realidade, em 2019 a informalidade no mercado de trabalho atingia 41,6% dos trabalhadores do país, ou 39,3 milhões de pessoas. Com a pandemia esses números caíram, pois os pequenos empreendedores foram os mais afetados. No entanto, após a pandemia os números continuaram a crescer. A menor taxa da série histórica, de 37,2%, ocorreu no início da pandemia, no trimestre encerrado em maio de 2020, com 31 milhões de pessoas. A taxa de informalidade em 2021 foi de 40,6% e se manteve estável, mesmo com o aumento no número de trabalhadores informais, chegando a 38,6 milhões. (Agência Brasil, 2022).

Questionados sobre o valor do investimento em seus negócios atuais, em questão com resposta fechada, os pequenos empreendedores informaram que investiram valores entre R\$ 500,00 a R\$ 107.000,00 reais para desenvolverem seus negócios, sendo que R\$ 10.000,00 reais foi o valor mais apontado, por 6 alunos, conforme demonstrado na tabela 7 abaixo.

Tabela 7: Valores investidos para iniciar um negócio

Valor investido (reais)	Citações
R\$ 200,00	1
R\$ 500,00	1
R\$ 1.000,00	1
R\$ 1.200,00	3
R\$ 1.500,00	1
R\$ 2.000,00	2
R\$ 3.000,00	1
R\$ 4.000,00	1
R\$ 5.000,00	1
R\$ 8.000,00	1
R\$ 8.500,00	1
R\$ 10.000,00	6
R\$ 12.000,00	1
R\$ 20.000,00	2

R\$ 25.000,00	1
R\$ 50.000,00	1
R\$ 55.000,00	1
R\$ 100.000,00	1
R\$ 107.000,00	1

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Utilizando-se questão aberta, os alunos foram inqueridos sobre o tempo de operação das atividades desenvolvidas por eles. A maioria das atividades têm menos de um ano de vida, 8 delas. No entanto, observa-se que as atividades com 1 a 3 anos e as atividades com 4 anos ou mais apresentaram valores parecidos, demonstrados na tabela 8 abaixo.

Tabela 8: Tempo de vida das atividades desenvolvidas pelos alunos

<b>Tempo de operação</b>	<b>Quantidade de citações</b>
Menos de um ano	8
Entre 1 e 2 anos	5
Entre 2 e 3 anos	5
Entre 3 e 4 anos	2
Entre 4 e 5 anos	4
Mais de 5 anos	4

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

São negócios jovens, que estão na faixa de mortalidade alta, segundo o SEBRAE (2023), mas ainda assim, representam uma iniciativa clara de iniciar uma nova atividade. Esses empreendedores têm que buscar continuamente a inovação e a capacitação, pois, estar preparado no mundo dos negócios é o primeiro passo para ter sucesso com uma empresa e garantir sua colocação no mercado, bem como sua longevidade.

Para finalizar a caracterização dos empreendimentos desenvolvidos pelos alunos participantes desta pesquisa, questionou-se sobre sociedade e quantidade de funcionários, em questões fechada e aberta, respectivamente.

Dentre os 28 alunos empreendedores, 21 declararam serem os únicos proprietários de seus negócios e apenas 7 possuem sócios, ou seja, dividem as responsabilidades do negócio com mais alguém. Quanto à quantidade de funcionários, 11 trabalham sozinhos, 7 trabalham com mais uma pessoa e 4 trabalham com mais duas pessoas. As respostas totais estão demonstradas na tabela 9, abaixo.

Tabela 9: Quantidade de funcionários dos pequenos negócios desenvolvidos

<b>Quantidade de funcionários</b>	<b>Citações</b>
1	11
2	7
3	4
4	1
6	1
10	1
Nenhum, somente eu	3

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

A mão-de-obra principal provém dos próprios alunos ou eles contam com um ou dois empregados. Os pequenos empreendedores preferem trabalhar por conta própria ou ter poucos funcionários, apenas quando é necessário, garantindo um baixo investimento e baixo custo com mão-de-obra.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A maioria dos alunos entrevistados é solteira, empregado, com idade entre 18 e 29 anos. Há expressivo percentual de mulheres residentes com a família, e que ainda não possuem um negócio próprio.

Os alunos se identificaram com os conceitos de empreendedor e empreendedorismo, e se considerarem empreendedores, ou apresentarem um desejo de se tornarem. Os conceitos mais citados relacionam empreendedorismo e inovação, considerando que para ser empreendedor é preciso criar algo, mudar ou transformar valores, conforme Peter Drucker (2005) e o movimento Global Entrepreneurship Monitor (2011).

Apesar de os participantes da pesquisa apresentarem grande inclinação, ou no mínimo um grande interesse, em se tornar empreendedor, visto que os alunos já se veem assim, as iniciativas por eles desenvolvidas ainda tem uma baixa expressividade. Apenas 28 dos alunos estão desenvolvendo atualmente alguma atividade por conta própria, numa iniciativa de ter seu próprio negócio. Essas atividades são comerciais ou de serviços, informais, sem vínculos empregatícios ou registros formais, atuando o aluno geralmente individualmente, como proprietário e a mão-de-obra, de maneira autônoma.

Os alunos que não se consideram empreendedores, apontaram a falta de habilidade ou talento como motivo para tal; a dificuldade de pensar em algo que se torne um negócio, ter uma ideia e pô-la em prática; o medo de falhar em uma iniciativa empreendedora; e a falta de interesse, porque desejam ser funcionários públicos.

Observou-se a presença de motivações múltiplas para o desejo de empreender, sendo a autonomia individual por intermédio da renda e a realização de um sonho pessoal, os motivos preponderantes encontrados na pesquisa. Logo, a motivação vai além de uma necessidade ou de uma oportunidade.

Verificou-se que a realização de atividades que estimulem o espírito empreendedor, como as que eram realizadas na Faculdade Salesiana Dom Bosco, a exemplo da Jornada Amazônica de Administração, no âmbito acadêmico é fundamental para a formação de profissionais inovadores e preparados para lidar com o constante dinamismo do cenário global atual.

Oliveira *et al.* (2019) concluiu que o espírito empreendedor pode vir a ser incentivado diante de certas atividades que são propostas durante a graduação, e Muraro *et al.* (2018) afirmou que estimular o espírito empreendedor no âmbito acadêmico é fundamental

para a formação de profissionais inovadores e preparados para lidar com o constante dinamismo do cenário global atual.

Essas iniciativas foram e são importantes para despertar o interesse pelo tema, auxiliando no desenvolvimento de características empreendedoras nos alunos e ampliando o conhecimento destes. Logo, desenvolver atividades para estimular o espírito empreendedor no âmbito acadêmico é fundamental para a formação de profissionais inovadores e preparados para lidar com o constante dinamismo do cenário global atual.

## REFERÊNCIAS

- AGÊNCIA BRASIL. **Emprego com carteira cresce 4% no trimestre encerrado em novembro**: Mercado formal de trabalho tem 1,3 milhão de pessoas a mais. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2022-01/emprego-com-carreira-cresce-4-no-trimestre-encerrado-em-novembro> Acesso em 29 set. 2023
- APPOLINÁRIO, Fabio. **Dicionário de Metodologia Científica**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BERGAMINI, Cecilia Whitaker. **Motivação nas Organizações**. 4. ed. São Paulo: ATLAS, 1997.
- BYGRAVE, William D.; ZACHARAKIS, Andrew. **The entrepreneurial process**. The Portable MBA in Entrepreneurship (Chapter 1), (4th ed.). Hoboken, N. J.: John Wiley & Sons, Inc, 2010.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Administração de Recursos Humanos**: fundamentos básicos [documento eletrônico]. 7 ed. Revista Atual. Barueri, São Paulo: Manole, 2009. Reimpressão 2010.
- DAVIDSSON, Per. **Researching entrepreneurship**. New Jersey: Springer, 2004.
- DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. 30. ed. rev. e atual. São Paulo: Editora de Cultura, 2006.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Os dez mandamentos do empreendedorismo**. Entrevista à Revista Carreira & Sucesso, 2010.
- DRUCKER, Peter. **Inovação e espírito empreendedor**: prática e princípios. São Paulo: Thomson, 2005.
- FIALHO, Camila Borges; WAGNER, Luiz Carlos; NUNES, Andrieli de Fátima Paz; GAI, Maria Julia Pegoraro. **Motivação para empreender em cenário de crise econômica**: um estudo com novos empreendedores. Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo, vol. 3, número 1, 2018. Disponível em: <http://www.relise.eco.br/index.php/relise/article/view/123/121> Acesso em 20 jul. 2022.
- FILION, Louis Jacques. **Empreendedorismo e gerenciamento**: processos distintos, porém complementares. RAE Light, São Paulo, v. 7, n. 3, p. 2-7, jul./set. 2000.

\_\_\_\_\_. **Entendendo os intraempreendedores como visionistas**. Revista de Negócios, Blumenau, v. 9, n. 2, abr./jun., 2004.

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (2011) **Empreendedorismo no Brasil**. Disponível em: <http://gestaoportal.sebrae.com.br/customizado/estudos-e-pesquisas/temasestrategicos/empreendedorismo/Livro%20GEM%20Brasil%202011.pdf> Acesso em 13 mai. 2022.

\_\_\_\_\_. (2020). **Empreendedorismo no Brasil**. Curitiba, IBQP, 2021. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/gem-livro-2020/> Acesso em 13 mai. 2022.

\_\_\_\_\_. (2022). **Global Entrepreneurship Monitor 2021/2022**. Global Report: Opportunity Amid Disruption. London: GEM. Disponível em <https://www.gemconsortium.org/reports/latest-global-report>. Acesso em 13 mai. 2022.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A.; **Empreendedorismo**. 7ª ed. Tradução Teresa Felix de Souza. Porto Alegre: Bookman, 2009.

JOFRE, Alisson *et al.* **Perfil empreendedor entre estudantes de graduação em enfermagem**. Acta Paulista de Enfermagem, volume 34, 2021. Disponível em <https://www.scielo.br/j/ape/a/S8hxYRbyCrfJKXKGXPSDMBh/?lang=pt>. Acesso em 19 jul. 2022.

LIBÓRIO, Daisy; TERRA, Lucimara. **Metodologia científica**. São Paulo: Rede Internacional de Universidades Laureat, 2015.

LOPES FILHO, Roberto Ferreira; PAIVA, Luís Eduardo Brandão; LIMA, Tereza Cristina Batista de. **Motivações e perspectivas futuras de empreendedores de startups**. BASE Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos. Vol. 16, nº 4. Janeiro 2020. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/3372/337260392002/html/>. Acesso em 19 jul. 2022.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

MICHEL, Maria Helena. **Metodologia e Pesquisa Científica**: um guia prático para acompanhamento da disciplina e elaboração de trabalhos monográficos. São Paulo: Atlas, 2005.

MURARO, Renata; LAZZARI, Fernanda; EBERLE Luciene; MILAN, Gabriel Sperandio; VERRUCK, Fábio. **Avaliação do perfil empreendedor em meio acadêmico**. Gestão e Desenvolvimento | Novo Hamburgo | v. 14 | n. 2 | jul./dez. 2018.

NAKAMURA, Cristiane Carlis *et al.* **Motivação no Trabalho**. Revista de Ciências Empresariais. V. 2, n.1, p. 20-25, jan./jun. Maringá-PR: Management: 2005. Disponível em: <http://nupps.usp.br/downloads/docs/dt0504.pdf>. Acesso em 19 jul. 2022.

OLIVEIRA, Julia Conde; MARINS, Cristiano Souza; RAMOS, Rodrigo Resende; ROSA, Eneas Gomes; SOUZA, Leonardo Bernardino. de; SOUZA, André Maurício Lacerda de; OLIVEIRA, Erik da Silva; ANASTÁCIO, Joselane da Silva. **Uma análise do perfil empreendedor dos alunos do curso de ciências econômicas da universidade federal fluminense em Campos dos Goytacazes- RJ** / An analysis of the entrepreneur profile of students of the economic sciences course of the fluminense university in Campos dos Goytacazes-RJ. **Brazilian Journal of Development**, [S. l.], v. 5, n. 12, p. 32740–32760, 2019. DOI: 10.34117/bjdv5n12-333. Disponível em: <https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BRJD/article/view/5701>. Acesso em 19 jul. 2022.

PESQUISA NACIONAL POR AMOSTRA DE DOMICÍLIOS (Pnad Contínua) (2022). Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Rio de Janeiro. IBGE.

PEÑALOZA, Verônica; BASTOS, Adriana Teixeira. **O perfil dos alunos do curso de Administração sobre a perspectiva empreendedora**. Documento de trabalho 04/05. Universidade Estadual do Ceará, 2005. Disponível em <http://nupps.usp.br/downloads/docs/dt0504.pdf>. Acesso em 19 jul. 2022.

PEÑALOZA, Verônica; DIOGENES, Camila Gomes; SOUZA, Sara Jamile Aragão. **Escolha profissional no curso de Administração: Tendências empreendedoras e gênero**. RAM – Revista de Administração Mackenzie, V. 9, N. 8, Edição Especial • NOV./DEZ. 2008 • ISBN 1678-6971 Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ram/a/jPD5ryMfM9xTj5m7tf4jRhg/?format=pdf&lang=pt>> Acesso em 19 jul. 2023.

RAPOSO, Valkiria Silva; OLIVEIRA, Willian Naldo Coelho; FONSECA, Paulo Roberto Campelo. **A motivação empreendedora dos jovens e sua relevância para o desenvolvimento econômico em São Luís**. Cadernos de Gestão e Empreendedorismo, vol. 9, n° 1, janeiro-abril de 2021. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/cge/article/download/47468/29361/172671>. Acesso em 19 jul. 2022.

RIBAS, Raul. **A motivação empreendedora e as teorias clássicas da motivação**. Caderno de Administração FEA/PUC-SP, vol. 5, n° 1, 2011. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/caadm/issue/view/623>. Acesso em 13 mai. 2022.

RONSTADT, Robert. **Entrepreneurship: Text, cases, and notes**. Dover, Massachusetts: Lord Publishing, 1984.

- SANTOS, Clezio Saldanha dos. **Introdução à Gestão Pública**. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2014.
- SARKAR, Soumodip. **Empreendedorismo e inovação**. Lisboa: Escolar Editora, 2010.
- SCHUMPETER, Joseph Alois. **A Teoria do Desenvolvimento Econômico**: uma investigação sobre lucro, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. Rio de Janeiro: Nova Cultural, 1982.
- SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE) (2018). **Jovem empreendedor** - outubro de 2018. Disponível em: [https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2018/11/Jovem\\_Empreendedor\\_vf\\_2018.pptx](https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2018/11/Jovem_Empreendedor_vf_2018.pptx). Acesso em 13 mai. 2022.
- \_\_\_\_\_ (2019). **O que é ser empreendedor**. Sebrae Nacional. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/o-que-e-ser-empresendedor,ad17080a3e107410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 13 jun. 2022.
- \_\_\_\_\_ (2020). **Empreendedorismo jovem** – 2º trimestre de 2021. Disponível em: [https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2021/11/Empreendedorismo-Jovem\\_-II-trim\\_2021.pdf](https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2021/11/Empreendedorismo-Jovem_-II-trim_2021.pdf). Acesso em 13 mai. 2022.
- \_\_\_\_\_ (2022). **A taxa de sobrevivência das empresas no Brasil**. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/a-taxa-de-sobrevivencia-das-empresas-no-brasil,d5147a3a415f5810VgnVCM1000001b00320aRCRD#:~:text=As%20EPPs%20t%C3%AAAm%20a%20menor,%25%20fecham%20em%205%20anos>). Acesso em 29 set. 2023
- SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do Trabalho Científico**. São Paulo: Cortez, 2007.
- TAJRA, Sanmya Feitosa. **Empreendedorismo**: conceito e práticas inovadoras. 2. ed. São Paulo: Érica, 2019.
- TOMETICH, Patrícia. **Empreendedorismo** – um conceito impreciso. *Revista Estratégia e Desenvolvimento*, v. 4, n. 1, 14 ago. 2020.
- VALE, Gláucia Maria Vasconcellos; CÔRREA, Victor Silva; REIS, Renato Francisco dos. **Motivações para o empreendedorismo**: necessidade *versus* oportunidade. *Revista de Administração Contemporânea*, vol. 18, nº 3, pp. 311-327, maio/junho, 2014. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rac/a/wVbBLJDGsbWC8bsBGV8tJpJ/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em 13 mai. 2022.
- ZANELLA, Liane Carly Hermes. **Metodologia de pesquisa**. 2ª ed. Reimp. – Florianópolis: Departamento de Ciência de Administração, UFSC, 2013.

**ANEXOS**

## Apêndice A: Questionário preliminar

1. Qual o seu gênero?

- Masculino
- Feminino
- Prefiro não informar
- Outro. Qual? \_\_\_\_\_

2. Qual a sua faixa etária?

- de 18 a 25 anos
- de 26 a 30 anos
- de 31 a 35 anos
- de 36 a 41 anos
- de 42 a 46 anos
- acima de 46 anos

3. Qual seu Estado civil?

- Solteira(o)
- Casada(o)
- União estável
- Divorciada(o)
- Viúva(o)

4. Qual o tamanho da sua família? Considere pais, filhos, cônjuge e outros que morem com você.

- 1 pessoa
- 2 pessoas
- 3 pessoas
- 4 pessoas
- 5 pessoas ou mais

5. Você tem quantos filhos?

- Não tenho filhos
- 1 filho
- 2 filhos
- 3 filhos
- 4 filhos ou mais

6. Período em curso da graduação de Administração

- 1º Período
- 2º Período

- 3º Período
- 4º Período
- 5º Período
- 6º Período
- 7º Período
- 8º Período
- Desperiodizado

7. Com quais dos conceitos sobre empreendedorismo abaixo você se identifica? (Pode marcar mais de uma alternativa)

- É o processo dinâmico de criar mais riqueza, realizado por indivíduos que assumem os principais riscos em termos de patrimônio, tempo e/ou comprometimento com a carreira.
- Empreendedor é a pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões criando um negócio ou organização, pensando, planejando e agindo.
- É um fenômeno cultural, econômico e tecnológico, onde é preciso criar algo, mudar ou transformar valores.
- Empreendedor é um insatisfeito que transforma seu inconformismo em descobertas e propostas positivas para si mesmo e para os outros.
- Empreendedor é a pessoa que percebe uma oportunidade e cria uma organização para persegui-la.
- Empreendedorismo é a essência da livre iniciativa, pois o surgimento de novos negócios revitaliza a economia de mercado.
- É o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades.
- Empreendedorismo está ligado à inovação e a outras características como forte desejo de sucesso, capacidade para trabalhar arduamente, criatividade, capacidade para criar uma equipe de sucesso e pensamento próprio.
- Empreendedor aquele que inicia algo novo que ninguém nunca fez. Significa ser um autor, que produz novas ideias através da harmonia entre criatividade e imaginação.
- Ser empreendedor é ter entusiasmo e energia para desenvolver ideias e transformá-las em ação, mantendo uma atitude focada para resultados, inovações e realizações.
- Empreendedorismo é qualquer tentativa de criação de um novo empreendimento.

8. Você se considera um empreendedor?

- Sim
- Não
- Talvez
- Não sei responder

Por quê? \_\_\_\_\_

9. Você já teve um negócio próprio anteriormente, que não deu certo?

- Sim

- Não
- Não sei responder

Se sim, qual era, o que você fazia? \_\_\_\_\_

10. Você tem um negócio próprio atualmente?
- Sim
  - Não
  - Não sei responder

Se sim, qual, o que você faz? \_\_\_\_\_

11. Em qual ramo de atividade você empreende?
- Comércio
  - Serviços
  - Indústria

12. O que a(o) motiva a ter o próprio negócio?
- Sonho pessoal
  - Uma habilidade que possuo
  - Sugestão e indicação de consultoria
  - Sugestão e indicação familiar
  - Sugestão e indicação de amigos
  - Continuação de negócio da família
  - Oportunidade de negócio no mercado
  - Necessidade de buscar renda maior
  - Outra. Qual? \_\_\_\_\_

13. Qual o Porte do seu negócio?
- Sou empreendedor informal (não regularizado)
  - Microempreendedor individual
  - Micro e Pequeno porte
  - Médio porte
  - Grande porte

14. Quem é responsável pela empresa?
- Sou o(a) único(a) proprietário(a)
  - Possuo sócios

15. Há quantos anos o empreendimento está no mercado?
- \_\_\_\_\_ anos

16. Quantos funcionários trabalham com você?
- \_\_\_\_\_ funcionários

## Apêndice B: Questionário preliminar

## 1. Gênero

- Masculino.
- Feminino.
- Prefiro não dizer.

## 2. Faixa etária

- de 18 a 25 anos.
- de 26 a 30 anos.
- de 31 a 35 anos.
- de 36 a 41 anos.
- de 42 a 46
- acima de 46

## 3. Estado civil:

- Solteira(o)
- Casada(o)
- União estável
- Divorciada(o)
- Viúva(o)

## 4. Qual o tamanho da sua família? Considere pais, filhos, cônjuge e outros que morem com você.

- 1 pessoa
- 2 pessoas
- 3 pessoas
- 4 pessoas
- 5 pessoas
- 6 pessoas ou mais

## 5. Tem quantos filhos?

- Não tenho filhos
- 1 filho
- 2 filhos
- 3 filhos
- 4 filhos ou mais

## 6. Período em curso da graduação de Administração

- 1º Período
- 2º Período
- 3º Período
- 4º Período
- 5º Período

- 6º Período
- 7º Período
- 8º Período

7. Com quais dos conceitos sobre empreendedorismo abaixo você se identifica? (Pode marcar mais de uma alternativa)

- É o processo dinâmico de criar mais riqueza, realizado por indivíduos que assumem os principais riscos em termos de patrimônio, tempo e/ou comprometimento com a carreira.
- Empreendedor é a pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões criando um negócio ou organização, pensando, planejando e agindo.
- É um fenômeno cultural, econômico e tecnológico, onde é preciso criar algo, mudar ou transformar valores.
- Empreendedor é um insatisfeito que transforma seu inconformismo em descobertas e propostas positivas para si mesmo e para os outros.
- Empreendedor é a pessoa que percebe uma oportunidade e cria uma organização para persegui-la.
- Empreendedorismo é a essência da livre iniciativa, pois o surgimento de novos negócios revitaliza a economia de mercado.
- É o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades.
- Empreendedorismo está ligado à inovação e a outras características como forte desejo de sucesso, capacidade para trabalhar arduamente, criatividade, capacidade para criar uma equipe de sucesso e pensamento próprio.
- Empreendedor aquele que inicia algo novo que ninguém nunca fez. Significa ser um autor, que produz novas ideias através da harmonia entre criatividade e imaginação.
- Ser empreendedor é ter entusiasmo e energia para desenvolver ideias e transformá-las em ação, mantendo uma atitude focada para resultados, inovações e realizações.
- Empreendedorismo é qualquer tentativa de criação de um novo empreendimento.

8. Considera-se um empreendedor?

- Sim
- Não
- Não sei responder

Por quê? \_\_\_\_\_

9. Você já teve um negócio próprio anteriormente, que não deu certo?

- Sim
- Não
- Não sei responder

Se sim, qual era, o que você fazia? \_\_\_\_\_

10. Você tem um negócio próprio atualmente?

- Sim
- Não
- Não sei responder

Se sim, qual, o que você faz? \_\_\_\_\_

11. Caso ainda não tenha, você planeja ter um negócio próprio?

- Sim
- Não
- Não sei responder

12. O que a(o) motiva a ter o próprio negócio?

- Sonho pessoal
- Uma habilidade que possuo
- Sugestão e indicação de consultoria
- Sugestão e indicação familiar
- Sugestão e indicação de amigos
- Continuação de negócio da família
- Oportunidade de negócio no mercado
- Necessidade de buscar renda maior
- Outra. Qual? \_\_\_\_\_

**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE MINAS  
GERAIS**

**CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO *LATO SENSU* EM GESTÃO  
CAMPUS BAMBUÍ / CAMPUS SÃO JOÃO EVANGELISTA**

**TERMO DE APROVAÇÃO PARA DEPÓSITO**

Eu, Prof.(a) **PAULA ANDRÉA DE OLIVEIRA E SILVA REZENDE**, registro a minha **aprovação** para o depósito do texto final do(as) discente(s) Stiffanny Alexa Saraiva Bezerra” e Pedro João Gonçalves” intitulado “**Motivação para empreender**: Um estudo de caso com jovens universitários do curso de Administração de uma instituição de ensino em Manaus-AM do Curso de Pós-Graduação Lato Sensu em Gestão da forma apresentada em 15/04/2024.

/A(s) estudantes assume(m) o compromisso de depositar o trabalho no Repositório do IFMG, seguindo as regras vigentes para esse procedimento, anexado a esse termo um comprovante de que o trâmite de depósito do trabalho foi devidamente finalizado.

Em: 04/05/2024

Assinatura do/a orientador/a e estudante(s) pelo e-gov: