

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA  
DE MINAS GERAIS – *CAMPUS* BAMBUÍ  
BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

Andreza Luiza Crispim

**EMPREENDEDORISMO: PERFIL E MOTIVAÇÕES**

BambuÍ  
2025

ANDREZA LUIZA CRISPIM

**EMPREENDEDORISMO: PERFIL E MOTIVAÇÕES**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Bacharelado em Administração do Instituto Federal de Minas Gerais – *Campus* Bambuí para a obtenção do grau de bacharel em Administração.  
Orientador: Júlio César Benfenatti Ferreira

Bambuí

2025

Catálogo na Fonte Biblioteca IFMG - Campus Bambuí

C932e Crispim, Andreza Luiza.  
Empreendedorismo: perfil e motivações. / Andreza Luiza Crispim –  
2025.  
39 f. : il. ; color.

Orientador: Júlio César Benfenatti Ferreira.  
Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Instituto Federal de  
Educação, Ciência e Tecnologia de Minas Gerais – Campus Bambuí,  
MG, Curso Bacharelado em Administração, 2025.

1. Empreendedorismo. 2. Administração. 3. Perfil empreendedor. I.  
Ferreira, Júlio César Benfenatti. II. Instituto Federal de Educação,  
Ciência e Tecnologia de Minas Gerais – Campus Bambuí, MG. III.  
Título.

CDD 658.421



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA**  
**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE MINAS GERAIS**  
Campus Bambuí  
Diretoria de Ensino  
Departamento de Ciências Gerenciais e Humanas  
Faz. Varginha - Rodovia Bambuí/Medeiros - Km 05 - Caixa Postal 05 - CEP 38900-000 - Bambuí - MG  
37 3431 4900 - www.ifmg.edu.br  
Andreza Luiza Crispim

## **EMPREENDEDORISMO: PERFIL E MOTIVAÇÕES**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso de Bacharelado em Administração do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Minas Gerais - *Campus Bambuí* para obtenção do grau de bacharel em Administração.

Aprovado em 23/07/2025 pela banca examinadora:

Bambuí, 23 de julho de 2025.



Documento assinado eletronicamente por **Julio Cesar Benfenatti Ferreira, Professor**, em 23/07/2025, às 14:37, conforme Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020.



Documento assinado eletronicamente por **Bruno Pellizzaro Dias Afonso, Professor**, em 23/07/2025, às 15:09, conforme Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020.



Documento assinado eletronicamente por **Rita de Cássia Leal Campos, Professora Substituta**, em 23/07/2025, às 15:12, conforme Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site <https://sei.ifmg.edu.br/consultadocs> informando o código verificador **2394523** e o código CRC **7D1830D1**.

23209.002586/2024-91

2394523v1

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a todos os envolvidos nesse longo processo de desenvolvimento do trabalho. Ao meu pai, ao meu orientador, Júlio Benfenatti pela paciência, mesmo depois de tantos anos, à minha psicóloga Ione, por todo o incentivo nesse término de curso, aos docentes das secretarias de cursos superiores, Estela, Francisco, Rodrigo e Lucas, e da secretaria de cursos técnicos, Layse, Rose, Ronan, Rodrigo, pelo carinho e acolhimento no curto período passado com eles no meu processo de estágio. E a quem não me deixou desistir.

## RESUMO

O presente trabalho teve como objetivo estudar a relação do tema empreendedorismo e o perfil e motivação dos alunos do curso de Bacharelado em Administração, apresentando as características dos alunos, o perfil empreendedor e identificando suas intenções em empreender. Foi realizada uma pesquisa descritiva de cunho qualitativo, sendo um estudo de caso. A coleta de dados foi feita por meio de formulário eletrônico, para as quatro turmas do curso de Administração de um Instituto Federal de Educação. Pôde-se observar que a maioria dos pesquisados são mulheres, de 21 a 25 anos, solteiros, com renda de três a quatro salários mínimos, que têm como objetivo após o curso abrir seu próprio negócio. São comprometidas e determinadas, têm obsessão pelas oportunidades, possuem em sua maioria tolerância ao risco, se consideram criativas, autoconfiantes, apresentam habilidades de adaptação e, por fim, são motivadas e com características de superação. Assim, pode-se concluir que as alunas do curso de Administração, participantes da pesquisa, possuem tendência ao empreendedorismo. Recomenda-se que seja realizada novamente, buscando uma amostra maior de alunos, e ainda explorar de forma mais profunda outras influências ao perfil empreendedor, como o ambiente universitário, programas de incentivo ao empreendedorismo, que podem impactar a percepção dos alunos sobre a viabilidade de empreender.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo. Administração. Perfil empreendedor.

## **ABSTRACT**

The purpose of this paper was to study the relationship between the subject of entrepreneurship and the profile and motivation of students on the Bachelor of Business Administration course, presenting the characteristics of the students, their entrepreneurial profile and identifying their intentions to undertake. A descriptive, qualitative study was carried out. Data was collected using an electronic form for the four classes of the Administration course at a Federal Institute of Education. It can be seen that the majority of those surveyed are women, aged between 21 and 25, single, with an income of between three and four minimum wages, whose intention after the course is to start their own business. They are committed and determined, have an obsession with opportunities, are mostly risk tolerant, consider themselves to be creative, self-confident, have adaptable skills and, finally, are motivated and have characteristics of overcoming. Thus, it can be concluded that the female business students who took part in the survey have a tendency towards entrepreneurship. It is recommended that be carried out again, looking for a larger sample of students, and also exploring in more depth other influences on the entrepreneurial profile, such as the university environment, programs to encourage entrepreneurship, which can have an impact on the students' perception of the viability of entrepreneurship.

**Keywords:** Entrepreneurship. Administration. Entrepreneurial profile.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>9</b>
<b>1.2 OBJETIVO .....</b>	<b>11</b>
<b>2 REFERENCIAL TEÓRICO .....</b>	<b>12</b>
<b>2.1 Empreendedorismo .....</b>	<b>12</b>
<b>2.2 Empreendedorismo no Brasil .....</b>	<b>13</b>
<b>2.3 O empreendedor .....</b>	<b>13</b>
<b>2.4 Perfil e características do empreendedor .....</b>	<b>14</b>
<b>2.5 Motivos para empreender .....</b>	<b>16</b>
<b>2.6 Educação empreendedora.....</b>	<b>17</b>
<b>3 METODOLOGIA.....</b>	<b>19</b>
<b>3.1 Coleta de dados .....</b>	<b>19</b>
<b>4 RESULTADOS E DISCUSSÃO .....</b>	<b>21</b>
<b>4.1 Características dos alunos pesquisados .....</b>	<b>21</b>
<b>4.2 Perfil empreendedor dos alunos pesquisados .....</b>	<b>23</b>
<b>4.3 Intenções empreendedoras dos alunos do curso de Administração.....</b>	<b>36</b>
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>37</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>38</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo se mostra cada vez mais como uma alternativa de fonte de renda para os brasileiros, tendo em vista o desemprego no país. Segundo o informe do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA (2024), o mercado de trabalho brasileiro vem mantendo um bom desempenho, combinando contínuas expansões da população ocupada e dos rendimentos reais e seus efeitos positivos sobre a taxa de desocupação e a massa salarial. De acordo com essa mesma pesquisa, em junho de 2024, a população ocupada no país somava aproximadamente 102,5 milhões de pessoas, avançando 3,4% na comparação com o mesmo período do ano passado. O país possuía, em junho de 2024, uma população desocupada de 7,4 milhões, o que corresponde a uma retração de 13,2% ante o observado no mesmo mês de 2023 (8,5 milhões) (IPEA, 2024).

De acordo com Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2024), o número de desempregados atinge 7,4 milhões de brasileiros, menor número de pessoas procurando por uma ocupação no país desde o trimestre encerrado em janeiro de 2015. Apesar da melhora na taxa de desocupação no país, empreender ainda é uma necessidade para muitas pessoas que ainda não estão presentes no mercado formal.

Por outro lado, muitas pessoas também empreendem como uma forma de aumentar a renda, tendo uma renda complementar através de negócios como oferta de produtos ou serviços com os quais já estão familiarizados ou aqueles negócios que se apresentam como uma boa oportunidade de renda (SEBRAE, 2023). Vale destacar que os pequenos empreendimentos podem se transformar em negócios lucrativos, tornando-se uma forma de distribuição de renda na sociedade. Com o aumento do número de empreendimentos, a economia da região ou país é beneficiada, pois os negócios, além de gerar renda, podem também gerar empregos diretos e indiretos, afetar outras empresas fornecedoras ou clientes dos negócios, culminando na qualidade de vida das pessoas (SEBRAE, 2023).

O Global Entrepreneurship Monitor - GEM (2024) classifica os empreendedores quanto ao estágio do empreendimento, seja ele inicial ou estabelecido, e ainda quanto às suas motivações para empreender, seja por oportunidade ou por necessidade. Segundo o relatório do GEM (2024), empreendedores por oportunidade são aqueles que iniciaram um negócio principalmente por terem notado uma oportunidade no ambiente em que se vive. Ainda de acordo com o mesmo relatório, os empreendedores por necessidade são aqueles que iniciaram um negócio pela falta de alternativas para geração de renda e ocupação.

No ano de 2024, cerca de 45% dos empreendedores iniciais começaram um negócio pela necessidade. O relatório GEM (2024), destaca ainda que, durante a pandemia de COVID-19 e os anos seguintes, os brasileiros passaram a valorizar ainda mais a ideia de empreender. Esse período difícil parece ter funcionado como um ponto de virada, aumentando o interesse por abrir um negócio no Brasil. Na prática, isso se refletiu num crescimento expressivo no número de pessoas com potencial para empreender, de aproximadamente 25 milhões antes da pandemia para cerca de 47 milhões após esse período.

Há também a educação empreendedora que, segundo o SEBRAE (2023), é um conjunto de práticas e habilidades que ajudam as pessoas a desenvolver sua capacidade de inovar e liderar, seja criando novos negócios, agindo de forma proativa dentro de organizações ou na vida pessoal. Essa abordagem estimula a criatividade, a visão estratégica e a identificação de oportunidades, além de fortalecer competências em áreas como gestão, marketing, finanças e liderança. Pode ser aplicada desde o ensino fundamental até a formação profissional, e vai além da teoria, incentivando a prática e o desenvolvimento de projetos. Assim, prepara os indivíduos para enfrentar os desafios do mercado e contribuir para o crescimento socioeconômico, ao mesmo tempo em que ajuda a cultivar habilidades como resiliência e pensamento crítico (SEBRAE, 2023).

Diante das informações apresentadas, percebe-se a oportunidade de estudar o empreendedorismo, que na atualidade pode ser considerado como uma alternativa na vida de muitos brasileiros, uma vez que a busca por uma oportunidade de trabalho é um grande desafio. Desse modo, acredita-se que o empreendedorismo vem para ajudar no desenvolvimento da economia, gerando empregos e distribuindo renda.

Este trabalho propõe o estudo do perfil empreendedor de um grupo de estudantes de uma unidade do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia. A compreensão dessa realidade pode apontar políticas de desenvolvimento e ajudar na formação de profissionais capacitados que futuramente contribuirão com o desenvolvimento socioeconômico da cidade e consequentemente da região.

## 1.2 OBJETIVO

O trabalho tem como objetivo geral, estudar a relação do tema empreendedorismo e o perfil e motivação dos alunos do curso de Bacharelado em Administração de uma Instituição Federal de Ensino.

Possui os seguintes objetivos específicos:

- a) Apresentar as características dos alunos do curso de Administração do IFMG Bambuí;
- b) Traçar o perfil empreendedor dos alunos pesquisados,
- c) Identificar as intenções empreendedoras dos alunos do curso de Administração.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

A fundamentação teórica do presente estudo foi dividida em seis partes, nas quais foram abordados os conceitos de empreendedorismo, o empreendedorismo no Brasil, quem é o empreendedor, seu perfil e as características do empreendedor, os motivos para se empreender e a educação empreendedora.

### 2.1 Empreendedorismo

O empreendedorismo não é um evento novo e surgiu por volta de 1940 como disciplina de estudo, e atualmente é considerado por muitos um dos meios mais possivelmente capazes de criar transformação social e econômica (MORAIS, 2013).

Nesse mesmo contexto, Dolabela (2008), entende que o empreendedorismo deve fazer com que a sociedade possa se desenvolver economicamente, gerando e distribuindo suas riquezas e seus benefícios para a mesma. Ele é o combustível para o crescimento econômico, criando empregos e prosperidade (DORNELAS, 2005).

Para Dornelas (2005), o empreendedorismo é conceituado como o envolvimento de pessoas e processos que, juntos, transformam ideias em oportunidades. E uma boa implantação dessas oportunidades faz com que negócios de sucesso apareçam. Empreendedorismo quer dizer executar, pôr em prática ou levar adiante uma ideia, com a finalidade de atingir resultados e objetivos (BAGIO, 2012).

A palavra empreendedorismo é uma tradução livre da palavra *entrepreneurship*, que abrange as ideias de iniciativa e inovação (DOLABELA, 2008). Mas essa relação com a palavra “inovação” não necessariamente está relacionada à tecnologia, mas sim ligada a coisas que ainda não foram feitas, a inovação nesse caso significa ser criativo (BAGIO, 2012).

A prática empreendedora não é exclusiva de pessoas que criam empresas e iniciam negócios, ela também se mostra em profissionais que atuam como colaboradores ou funcionários de organizações de qualquer natureza (MORAIS, 2013).

Os significados para o empreendedorismo são vários, mas se resumem em fazer diferente, aplicar recursos de maneira criativa, assumir riscos calculados, procurar oportunidades e inovar (DORNELAS, 2005).

## **2.2 Empreendedorismo no Brasil**

Dornelas (2016) informa que no Brasil o empreendedorismo começou a tomar forma quando o Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e a Sociedade Brasileira para Exportação de Software (SOFTEX) foram desenvolvidas em 1990. Antes do surgimento dessas instituições, a criação de pequenas empresas e o tema empreendedorismo praticamente não era abordado. Além do mais, nessa década o cenário político brasileiro não era apropriado para o desenvolvimento de negócios próprios, e antes da criação de instituições, os empreendedores não encontravam assistência ou informações propícias para a abertura de um empreendimento novo (FABRETE, 2019).

No Brasil, o incentivo ao empreendedorismo se desenvolve, entre outros aspectos, na multiplicação de novos negócios, na inserção de novas pessoas no mundo do trabalho, na criação de novos empregos e no aparecimento de novos geradores de renda. Destaca-se que é uma oportunidade para a auto realização de milhares de indivíduos (MORAIS, 2013).

O empreendedorismo tem se apresentado um grande colaborador do desenvolvimento econômico, uma vez que tem dado suporte à maioria das inovações que têm proporcionado esse desenvolvimento (DORNELAS, 2008).

Maximiano (2011) acredita que o Brasil, apesar das dificuldades, demonstra algumas perspectivas positivas em relação ao empreendedorismo. O autor apresenta vários órgãos e iniciativas de suporte ao empreendedor, como o Sebrae que já foi mencionado no texto, as incubadoras de novos negócios, as fundações estaduais de amparo à pesquisa, e as escolas superiores, que oferecem cursos na área e outros modelos de programas sobre o empreendedorismo.

## **2.3 O empreendedor**

O empreendedor é a pessoa que tem visão do negócio e não mede esforços para a realização do empreendimento. A sua conquista é ver sua ideia materializada em seu negócio (DEGEN, 2009). Bagio (2012) conceitua de forma simples, que o empreendedor é um indivíduo que vê uma oportunidade onde as outras pessoas enxergam ameaças.

O empreendedor é aquele que não se acomoda com situações ruins, e toma a iniciativa de transformar o futuro. Consegue vislumbrar soluções futuras para o progresso de uma empresa falida, é capaz de ver empresas e tecnologias que ainda não foram desenvolvidas,

desfechos para problemas que parecem não ter solução. O empreendedor faz planos para alcançar sua perspectiva de futuro. Seu propósito é o foco no futuro (FERRARI, 2010).

Morais (2013) acredita que o empreendedor é aquele indivíduo que sonha e que trabalha de forma determinada para transformar em realidade os seus projetos. É aquele que identifica uma oportunidade e desenvolve instrumentos para aproveitá-la, ele “faz acontecer”. Os empreendedores são aquelas pessoas que têm iniciativa para criar e têm paixão pelo que fazem. São indivíduos que estimam pela qualidade em tudo que fazem.

Ferrari (2010) acredita que o empreendedor é aquele que se compromete a construir empresas, cidades e países. É aquele que acredita ser capaz de modificar a sociedade em que vive. Com esse mesmo raciocínio, Fabrete (2019) acredita que o empreendedor não cria valor só para si, mas também para a sociedade e economia do país, ele traz novos produtos ou serviços para o mercado, cria novas formas de negócio, novas tecnologias e novos recursos. O empreendedor é aquele que aceita fazer a diferença, influenciar, tomar a iniciativa, interceder. Ele ainda é alguém capacitado para criar uma perspectiva, capaz de convencer terceiros, colaboradores, sócios, investidores de que sua visão futura trará uma situação favorável a todos (DOLABELA, 2008).

Longenecker e outros (2011), apresentam o empreendedor como um indivíduo que é apto para desvendar as necessidades do mercado e saciá-las, incentivam mudanças, inovações e fazem a economia crescer, assumindo riscos. O mesmo ocorre para Maximiano (2011), que identifica o empreendedor como a pessoa que corre riscos ao abrir um novo negócio. Os empreendedores utilizam os recursos e estão sempre suscetíveis a correr riscos calculados. São indivíduos visionários, dinâmicos e bastante dedicados, além disso normalmente possuem carisma quando expõem suas ideias e têm habilidade para montar times de alto desempenho. Geralmente contam com uma rede de contatos vasta e sabem usá-la a favor dos projetos (MORAIS, 2013).

Diante das definições dos vários autores pesquisados, pode-se destacar que o empreendedor é aquele que vê algo promissor onde as outras pessoas não veem futuro, aquele que produz ideias diante de dificuldades e o mais importante está sempre inovando o jeito de pensar, buscando novas formas de vender seus produtos/serviços.

## **2.4 Perfil e características do empreendedor**

De acordo com Bagio (2012), o empreendedor apresenta alguns traços de personalidade muito peculiares conhecidos pelos vários estudos sobre esse assunto. Essas peculiaridades são, nada mais do que habilidades que o empreendedor deve desenvolver para obter sucesso nos negócios. Além de serem desenvolvidos, esses traços se manifestam e se combinam de jeitos e graus de intensidade, em diferentes pessoas (MAXIMIANO, 2011).

Já, por outro lado, Longenecker e outros (2011), atentam ao fato de não haver um perfil bem definido para o empreendedor, pois eles são pessoas que se diferem de várias formas uns dos outros. Como consequência dessa diferenciação existente, isso pode servir de incentivo para quem apresenta a vontade de abrir um empreendimento próprio, assim não é regra se encaixar em estereótipos pré-estabelecidos.

O Quadro 1, apresenta as características do perfil empreendedor segundo a perspectiva de alguns importantes autores.

Quadro 1 – Características empreendedoras.

Autor	Características
Dornelas (2016)	São visionários; sabem tomar decisões; são indivíduos que fazem a diferença; sabem explorar ao máximo as oportunidades; são determinados e dinâmicos; são dedicados; são otimistas e apaixonados pelo que fazem; são independentes e constroem o próprio destino; ficam ricos; são líderes e formadores de equipes; são bem relacionados; são organizados; planejam; possuem conhecimento; assumem riscos calculados; criam valor para a sociedade.
Fabrete (2019)	São comprometidos; são dedicados; não se consideram vencidos ou derrotados; são independentes; buscam liberdade; desejam riqueza; são naturalmente líderes; incentivam e acreditam nas pessoas; são cordiais; são extremamente organizados; vivem atualizados; assumem riscos.
Degen (2009)	Não se conformam com o mundo e tentam adaptar o mundo a si; têm grande necessidade de realizar e disposição de assumir riscos e fazer sacrifícios para obter sucesso.
Bagio (2012)	Proativos diante de uma oportunidade; substituem a sorte por estimativa de risco; são eficazes nas atividades;

	persistentes; comprometidos; pesquisam desenvolvimento e informações; foco nas metas e nos objetivos; planejam e controlam; têm a capacidade de convencimento; são inovadores; são autoconfiantes.
--	--

Fonte: Adaptado de diversos trabalhos (2019).

Os empreendedores além de possuírem características próprias possuem ainda motivos que os fazem querer começar um negócio, seja por alguma necessidade ou simplesmente pela vontade de ser seu próprio patrão. Dessa forma serão apresentados na sequência do trabalho alguns desses motivos que os levam a abrir um empreendimento.

## 2.5 Motivos para empreender

No campo do empreendedorismo existem os empreendedores por oportunidade que, segundo o relatório do GEM (2017), são aqueles que iniciam um negócio tendo como principal causa a percepção de uma oportunidade no mercado, e aqueles que empreendem por necessidade e iniciam seus negócios pela falta de alternativas para gerar alguma atividade e também renda.

Existem muitos outros motivos que levam as pessoas a sonharem com um negócio próprio e estarem dispostas a assumir os riscos e papéis que um novo empreendimento necessita (DEGEN, 2009). Alguns desses motivos são:

- Ganhar dinheiro: o empreendedorismo possibilita satisfazer as necessidades financeiras de uma pessoa, mas o objetivo de enriquecer deve ser feito gradativamente. O dinheiro virá desde que se tenha paciência e determinação para fazer acontecer (LONGENECKER *et al.*, 2011).
- Independência: a sensação de ser chefe de si mesmo é a melhor satisfação que algumas pessoas podem ter (MAXIMIANO, 2012; LONGENECKER *et al.*, 2011). Segundo Maximiano (2012), alguns preferem a segurança de trabalhar para outros ou para uma organização pessoal. Muitas pessoas têm o forte desejo de tomar as próprias decisões, assumir riscos e receber recompensas (LONGENECKER *et al.*, 2011).
- Liberdade: às vezes, as pessoas usam o empreendedorismo como uma porta de fuga para escaparem de uma situação indesejável. Algumas pessoas anseiam sair de uma situação

profissional desagradável, à medida que outros possivelmente procuram somente uma mudança em suas vidas (LONGENECKER *et al.*, 2011).

- Satisfação pessoal: os empreendedores falam da satisfação alcançada com os negócios próprios que são considerados diversão por eles. Uma parcela dessa satisfação, quem sabe, seja consequência da independência, mas também uma parte pode ser por causa da gratificação pessoal relacionada ao trabalho (LONGENECKER *et al.*, 2011).
- Realização pessoal: as pessoas são atraídas pela vontade de fazer o bem, colaborar positivamente para o ambiente que se vive (LONGENECKER *et al.*, 2011). Já para Fabrete (2019), a realização se refere à busca de um padrão de excelência alto.

Além das motivações apresentadas, o autor Bernardi (2012) acredita que dentre as várias motivações e razões objetivas e subjetivas para se empreender destacam-se as apresentadas no quadro 2:

Quadro 2 – Motivação para empreender.

Necessidade de realização	Prova de capacidade
Implementação de ideias	Auto realização
Independência	Maior ganho
Fuga da rotina profissional	Status
Maiores responsabilidades e riscos	Controle da qualidade de vida

Fonte: Adaptado de Bernardi (2012).

## 2.6 Educação empreendedora

De acordo com Bastos (2015) o ensino do empreendedorismo é considerado como um processo em que as atitudes e habilidades se desenvolvem como um processo de transferência de conhecimento. Nessa perspectiva, o autor ainda complementa seu pensamento dizendo que a educação empreendedora direciona seus esforços ao aprendizado do empreendedorismo em níveis diferentes de ensino, com foco no ensino superior.

Atualmente escolas técnicas e universidades possuem centros de empreendedorismo que motivam e treinam estudantes para empreender, apoiam as iniciativas deles por meio de incubadoras e, às vezes, até conseguem recursos financeiros (DEGEN, 2009).

Na mesma linha de pensamento, Lima (2018) pronuncia-se exprimindo que as universidades precisam estimular e disseminar a relevância do ensino de empreendedorismo aos alunos, pois é através deles que se verifica o êxito ou não do ensino. Além do mais, o conhecimento adquirido pelos estudantes é refletido e comprovado por meio de comportamentos e atitudes empreendedoras.

A maior parte dos cursos de empreendedorismo é destinada a alunos dos cursos de graduação que, normalmente, ainda não têm maturidade profissional nem experiência para realizarem oportunidades de negócio, e um pequeno número de instituições possuem cursos de pós-graduação para apoiar os seus ex-alunos que possuem a experiência e maturidade no desenvolvimento de oportunidades de negócio (DEGEN, 2009).

Já para Tavares, Moura e Alves (2013) a educação empreendedora tem como objetivo capacitar os alunos a tomar decisões e fortalecer seu plano de vida, preparando-os para contribuir ativamente na criação e desenvolvimento social. Busca desenvolver habilidades e competências, aumentando sua autonomia e liberdade para decidir sobre seu próprio futuro.

Dolabela (2008) apresenta alguns motivos para espalhar a cultura empreendedora nas escolas e universidades:

- Auto realização: pesquisas apontam que o empreendedorismo oportuniza elevados graus de realização pessoal, aliando trabalho e prazer;
- Formação de líderes: o processo de desenvolvimento é formado pela combinação de liderança, capacidade e perfil
- Formação de micro e pequenas empresas: com potencial de crescimento e inovações, em detrimento de grandes corporações;
- Amplia a base tecnológica: pesquisadores, professores e alunos possuem potencial para criação de empreendimentos baseados no conhecimento criado em sala de aula;
- Resposta ao desemprego.

### 3 METODOLOGIA

Nesta seção são apresentados os métodos que foram utilizados para realização da pesquisa, qual o instrumento usado para a coleta de dados, o local e os indivíduos participantes do estudo.

O presente estudo consiste em uma pesquisa descritiva, que de acordo com Cervo, Bervian e Silva (2007), é um tipo de pesquisa que procura conhecer as diversas situações e relações que ocorrem na vida social, política, econômica e demais aspectos do comportamento humano, tanto do indivíduo isoladamente como de grupos e comunidades mais complexas. E também se encaixa em um estudo de caso que nada mais é, que uma pesquisa em que um determinado indivíduo, família, grupo ou comunidade que sejam representativos de seu universo, são utilizados para examinar aspectos variados de sua vida.

O trabalho se enquadra em uma pesquisa de cunho qualitativo que possui facilidade de poder descrever uma determinada hipótese ou problema, e também analisar, compreender e classificar processos, apresentados por grupos sociais e também a interpretação dos comportamentos ou atitudes dos indivíduos (OLIVEIRA, 2004).

#### 3.1 Coleta de dados

A presente pesquisa foi realizada em um *Campus* do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia, localizado no interior do estado de Minas Gerais, mais especificamente no centro-oeste mineiro, onde são oferecidos cursos profissionalizantes, de ensino médio, de graduação (Bacharelado e Licenciatura) e pós-graduação (*Lato Sensu e Stricto Sensu*).

A coleta dos dados para o presente trabalho foi feita por meio de um questionário no *Google Forms*. As respostas recebidas foram por conveniência, já que os questionários foram enviados aos representantes das quatro turmas do curso superior de Administração, para enviar aos respectivos grupos das turmas. Decidiu-se pela livre participação, principalmente por acreditar que os alunos com maior interesse pelo tema teriam maior motivação em participar da pesquisa.

De um total de 149 alunos matriculados no curso de Administração, foram obtidas 22 respostas, próximo de 15% do universo de alunos pesquisados. O período de coleta de dados ocorreu de 18 a 25 de julho de 2024.

O questionário foi baseado no instrumento de mensuração do perfil empreendedor apresentado por Dornelas (2008). O questionário foi composto por 30 questões com escala de cinco pontos, sendo: excelente, bom, regular, fraco e insuficiente.

As 30 questões são divididas em cinco aspectos:

- Comprometimento e determinação;
- Obsessão por oportunidades;
- Tolerância ao risco, ambiguidades e incertezas;
- Criatividade, autoconfiança e habilidade de adaptação; e
- Motivação e superação.

Além desses aspectos apresentados, foi aplicada também uma questão sobre o que os estudantes pretendem fazer em relação às suas carreiras após o término do curso de Administração.

Após a aplicação do questionário, os dados foram organizados e analisados utilizando a ferramenta *Microsoft Excel* 2013, com o objetivo de responder aos objetivos propostos no estudo.

## 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

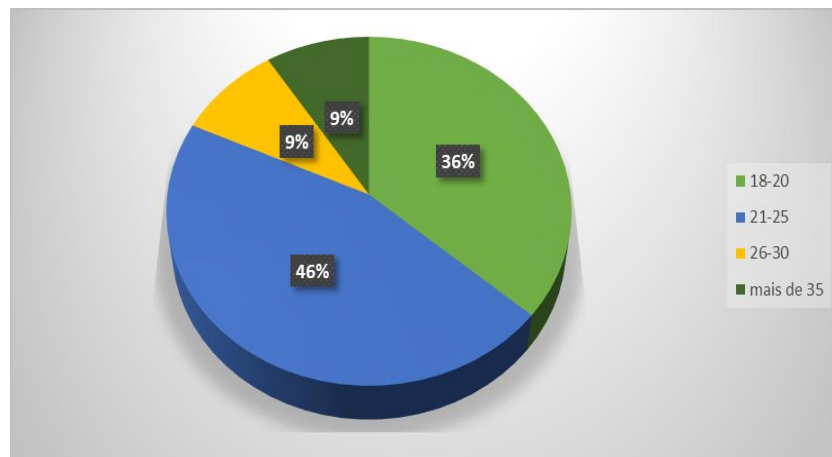
Após a aplicação dos questionários, os dados foram compilados, analisados e apresentados a seguir. Os resultados foram discutidos conforme os objetivos propostos no presente trabalho. Estes foram divididos em três tópicos: Características dos alunos pesquisados; Perfil empreendedor dos alunos; Intenções empreendedoras dos alunos do curso de Administração.

### 4.1 Características dos alunos pesquisados

Nesta seção serão apresentados os dados socioeconômicos dos alunos participantes da pesquisa como: idade, sexo, estado civil, renda.

O gráfico 1 apresenta a idade dos participantes.

Gráfico 1: Idade

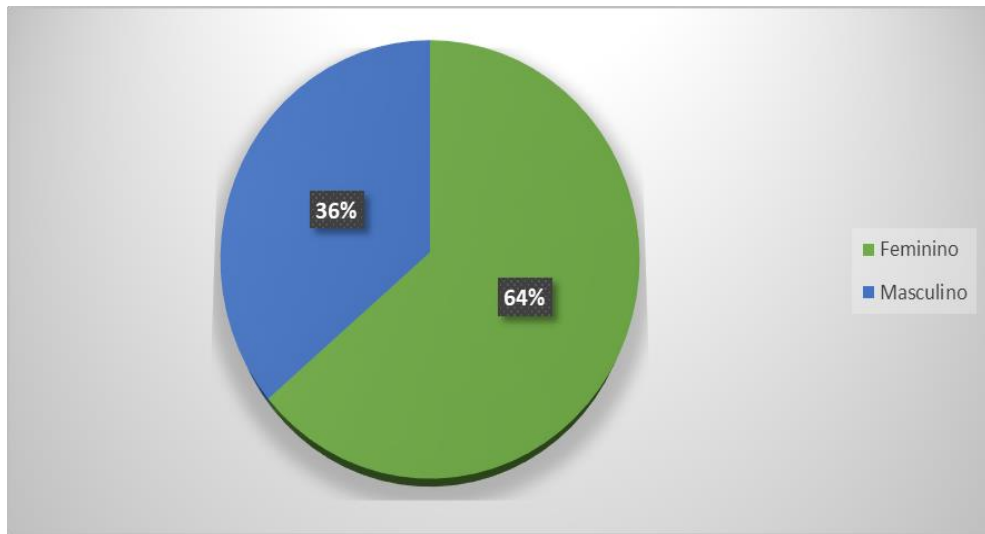


Fonte: Dados da pesquisa (2024)

Como observado no primeiro gráfico, 46% dos alunos pesquisados têm de 21 a 25 anos, seguidos por 36% que possuem 18 a 20 anos, os demais, com 9% representam a faixa etária de 26 a 30 anos e de mais de 35 anos, respectivamente.

O segundo gráfico apresenta o sexo dos alunos pesquisados.

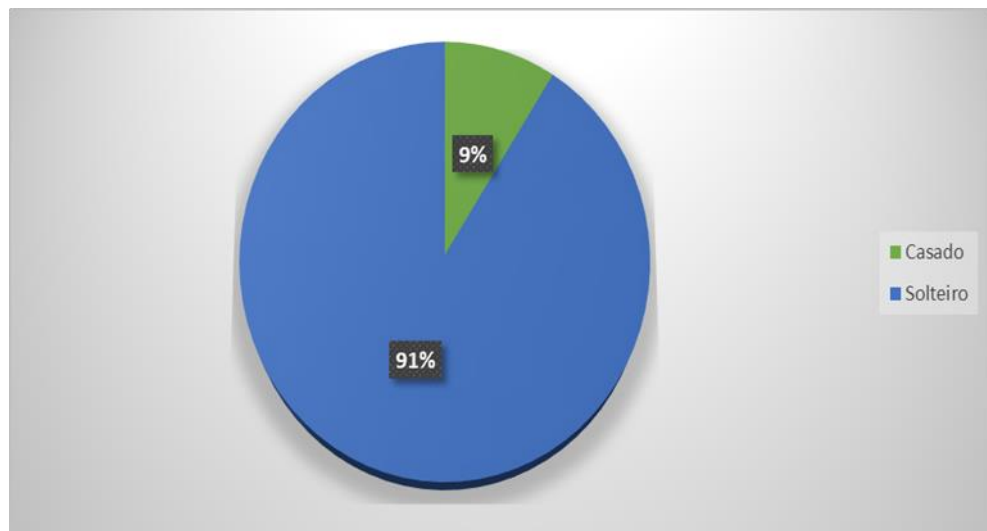
Gráfico 2: Sexo



Fonte: Dados da pesquisa (2024)

Os dados referentes ao sexo indicam uma porcentagem de 64% de estudantes do sexo feminino e 36% do sexo masculino (Gráfico 2).

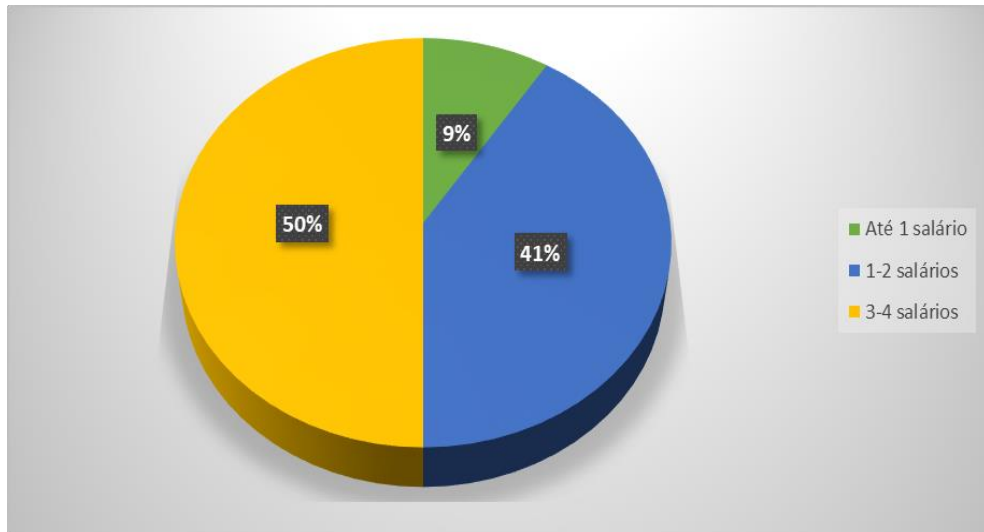
Gráfico 3: Estado civil



Fonte: Dados da pesquisa (2024)

O gráfico 3 apresenta que a grande maioria dos estudantes com 91% declararam ser solteiros, enquanto apenas 9% declararam estar casados.

Gráfico 4: Renda



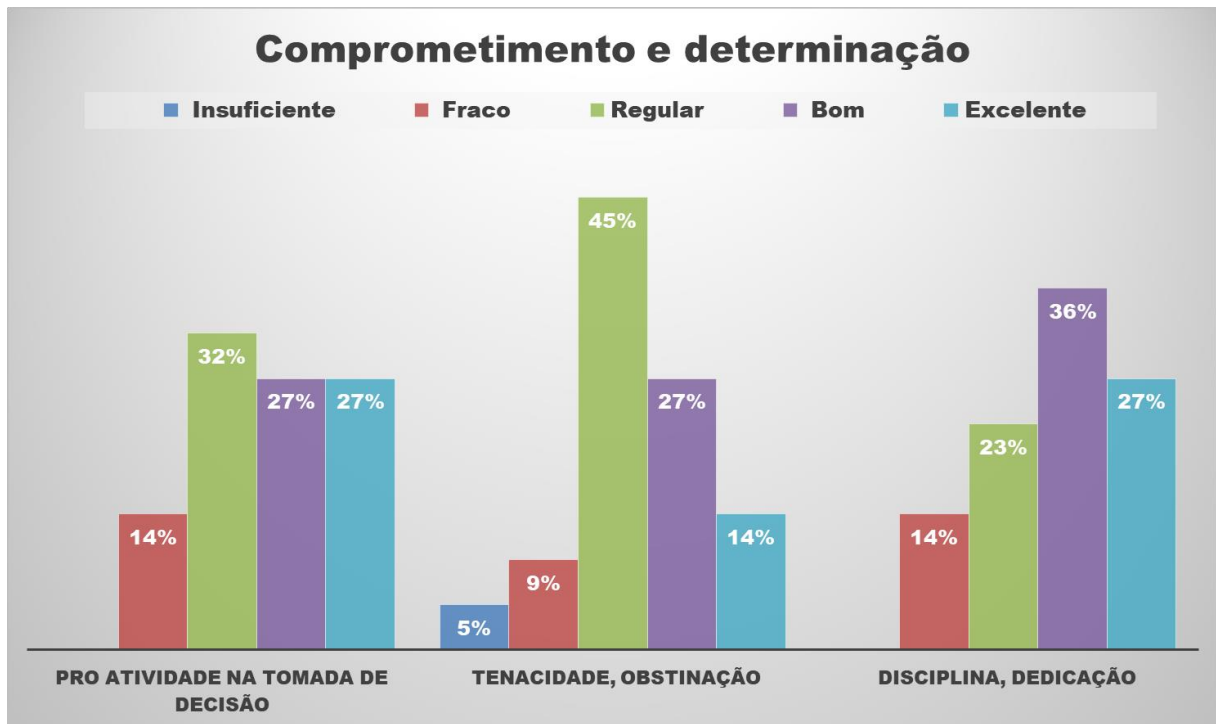
Fonte: Dados da pesquisa (2024)

No Gráfico 4 é possível observar a renda dos estudantes, em que 50% deles afirmaram receber de 3 a 4 salários mínimos, seguidos pelos que recebem até 2 salários com 41% e até 1 salário são representados por 9%.

#### 4.2 Perfil empreendedor dos alunos pesquisados

As figuras a seguir apresentam representações gráficas sobre os resultados da pesquisa em relação à autoavaliação dos estudantes, referentes às características empreendedoras divididas em aspectos: comprometimento e determinação; obsessão pelas oportunidades; tolerância ao risco, ambiguidade e incertezas; criatividade, autoconfiança e habilidade de adaptação; e motivação e superação. Os tópicos foram avaliados em uma escala de cinco pontos: insuficiente; fraco; bom; regular e excelente.

Figura 1: Características de Comprometimento e Determinação - 1



Fonte: Dados da pesquisa (2024)

Conforme demonstrado na figura 1, o gráfico referente às características de comportamento e determinação observa-se que no quesito “Proatividade na tomada de decisão” 32% dos pesquisados se consideram regulares, 27% são bons ou excelentes e 14% se consideram fracos.

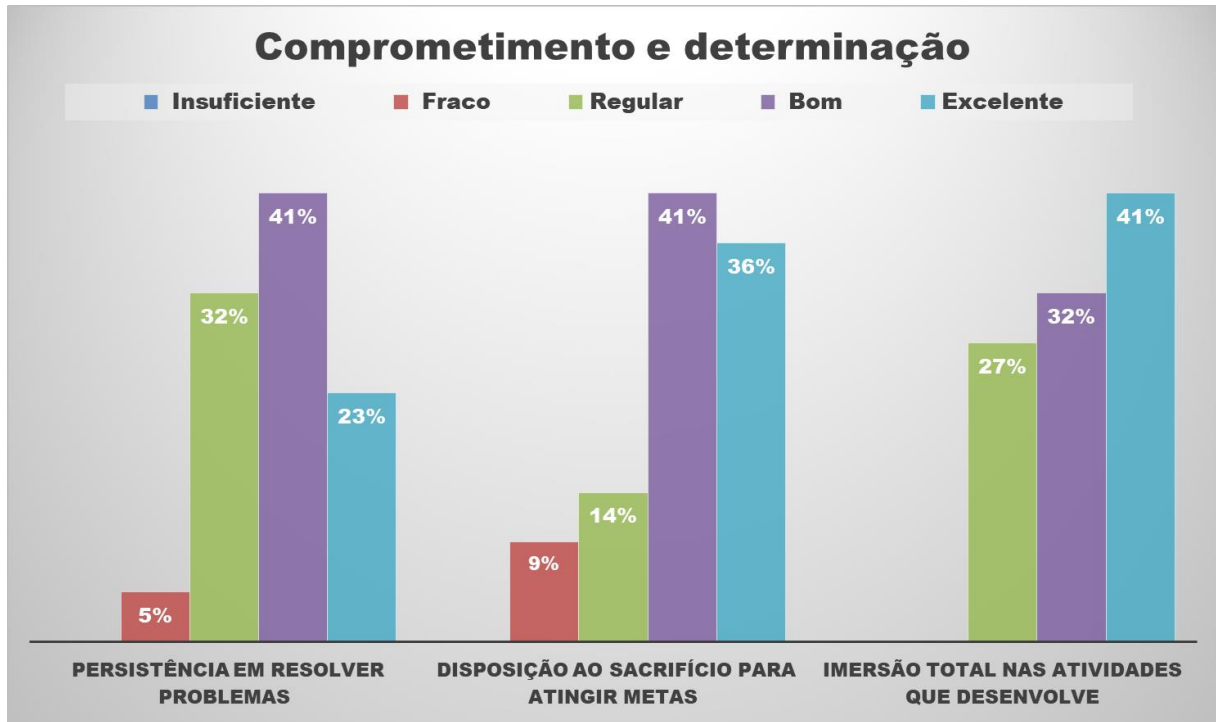
Quando perguntados sobre “Tenacidade e obstinação”, os que se consideram regulares nesse quesito representam 45% os que se veem bons, 27% e com 14%, 9% e 5% os que se acham excelentes, fracos e insuficientes, respectivamente.

Na característica “Disciplina e dedicação” 38% dizem ser bons, 27% excelentes, 23% regulares e por último, os que se dizem fracos representam uma porcentagem de 14%.

Na sequência a figura 2 apresenta de forma mais específica os temas persistência, sacrifício em relação às metas e imersão nas atividades.

Os alunos se destacam aqui em serem bons ou excelentes quando questionados nos quesitos persistência, disposição ao sacrifício e imersão total nas atividades, o que pode sugerir que são focados quando tem que fazer alguma atividade proposta e que se dedicam a elas de maneira que consigam entregar o melhor resultado.

Figura 2: Características de Comprometimento e Determinação - 2



Fonte: Dados da pesquisa (2024)

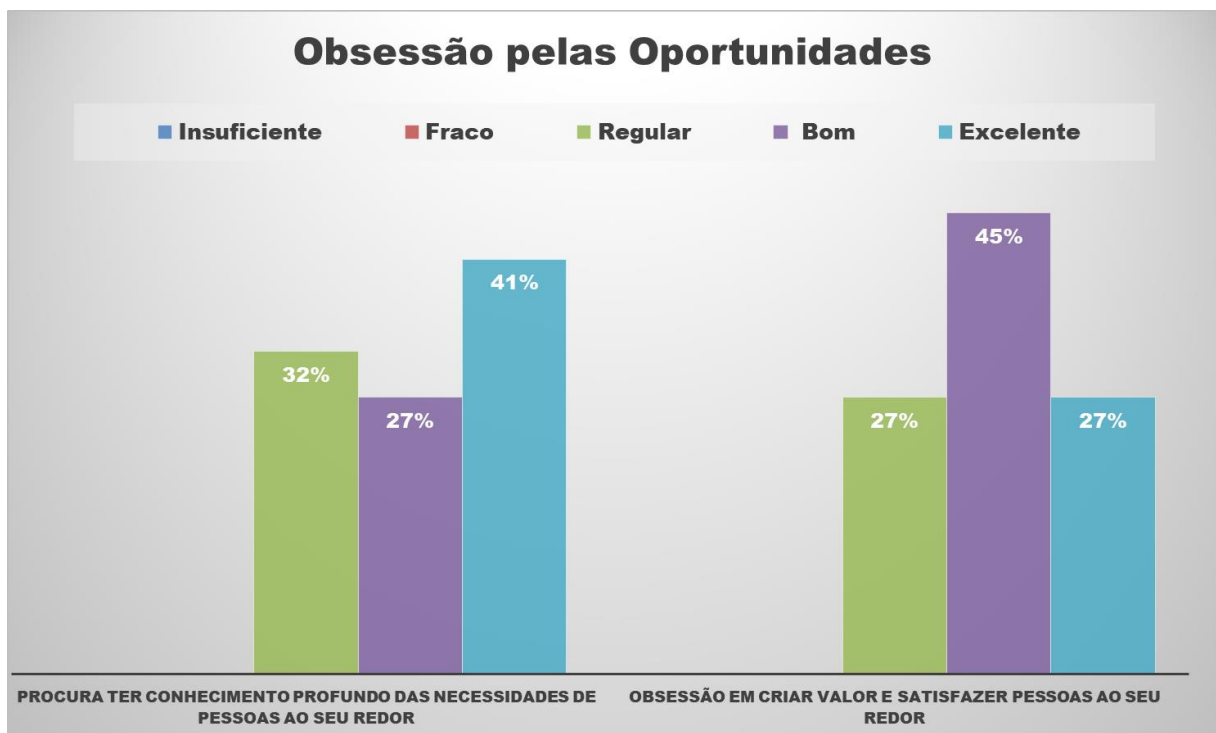
Sobre “Persistência em resolver problemas”, a maioria, com 41%, acredita ser bons, seguidos pelos regulares com 32%, excelentes com 23% e com 5% os fracos. “Disposição ao sacrifício para atingir metas”, com 41%, acreditam ser bons seguidos pelos que são excelentes com 36%, regulares 14% e fracos com 5%. Na característica “Imersão total nas atividades que desenvolve”, 41% se consideram excelentes, 32%, bons, e 27% regulares.

Como observado, a maioria dos estudantes se consideram entre regulares e excelentes quanto à característica de comprometimento e determinação. Fabrete (2019) considera os empreendedores comprometidos, dedicados e independentes. Há também Bagio (2012) que os define como eficazes, persistentes, comprometidos, além de serem focados em suas metas e objetivos. Nota-se que os indivíduos pesquisados se mostram, em sua maioria, possuir essas características em um grau de regular a excelente o que pode indicar que eles têm um potencial para melhorar e elevar essas características no futuro.

Maximiano (2011) relata que, empreendedores de sucesso em seus depoimentos estão sempre salientando a necessidade de se trabalhar duro e continuado para fazer a empresa dar certo. Significa que às vezes precisam fazer sacrifícios pessoais e mais esforços incluindo até mesmo colaborar com subordinados e assumir seu lugar para finalizar tarefas.

As figuras 3 e 4 apresentam gráficos sobre as características de obsessão pelas oportunidades. Ao serem perguntados, inicialmente, sobre “procurar ter conhecimento profundo das necessidades de pessoas ao seu redor”, 41% afirmam ser excelentes, seguidos pelos que se acham regulares com 32%, e pelos que se consideram bons, com 27%. Ao serem indagados sobre “Obsessão em criar valores e satisfazer pessoas ao seu redor”, 45% são bons, e 27% acreditam ser regulares e excelentes nesse quesito.

Figura 3: Características de Obsessão pelas Oportunidades - 1

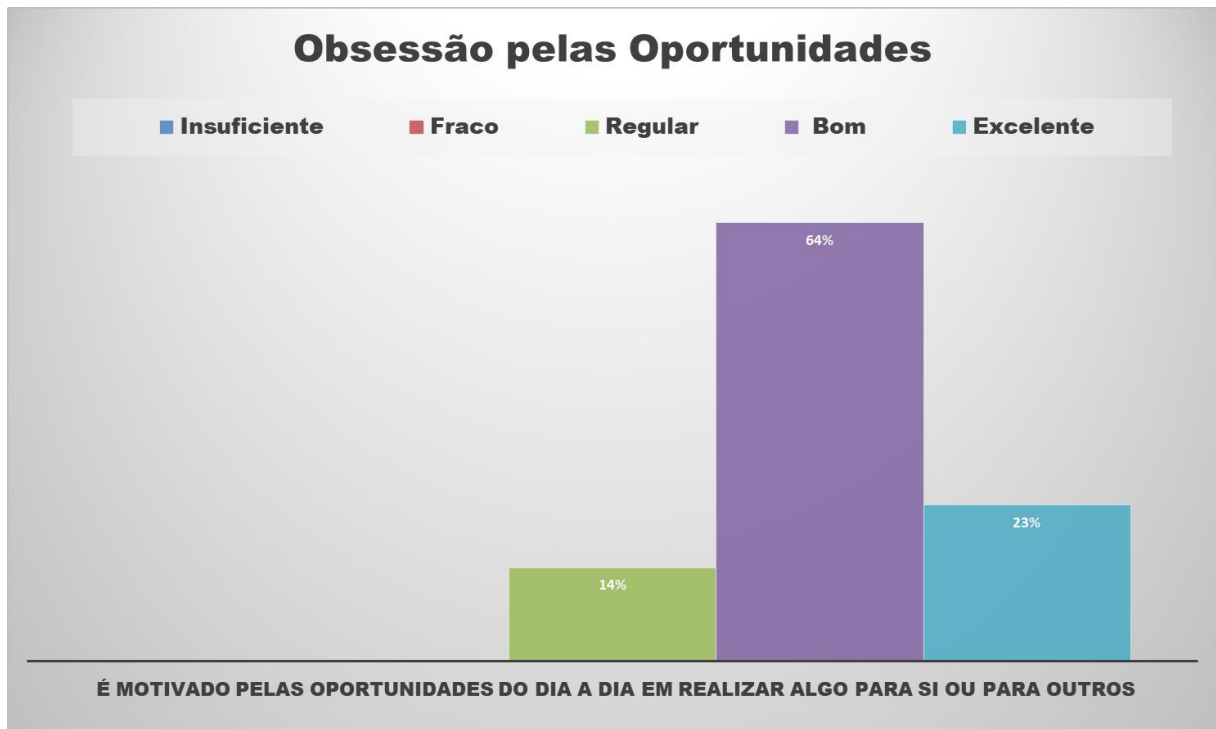


Fonte: Dados da pesquisa (2024)

Pode-se observar que os pesquisados se importam muito com o que acontece e com o que agrada as pessoas ao seu redor. O outro é parte importante em suas vidas, há preocupação com o bem-estar alheio e suas necessidades.

Ao serem questionados se são motivados pelas oportunidades do dia a dia em realizar algo para si ou para outros 64% dizem ser bons, os que se consideram excelentes 23% e 14%, regulares. Conforme apresentado na figura 3.

Figura 4: Características de Obsessão pelas Oportunidades - 2



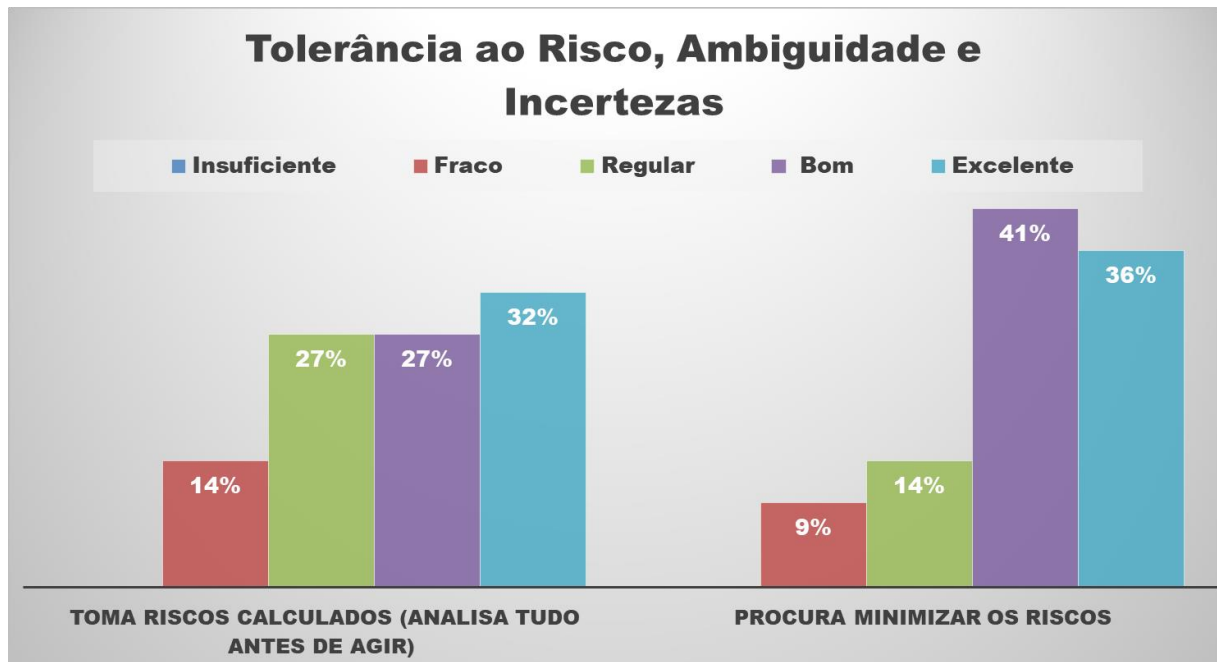
Fonte: Dados da pesquisa (2024)

Percebe-se um aumento no que se refere a adicionar coisas para se fazer para si mesmo, o que pode indicar que além de cuidarem do âmbito social com os que os cercam, fazer para si mesmos lhes dá um incentivo a mais para que haja sucesso em seus planos.

Os resultados mostram que os pesquisados também se consideram regulares, bons ou excelentes quando se trata de obsessão pelas oportunidades. Indicando um entusiasmo em começar algo novo, que tem por consequência um grande senso de realização, é de conhecimento do empreendedor que o sucesso ou fracasso depende principalmente do nível de esforço que lhe foi posto, Maximiano (2011).

Na sequência são apresentados os resultados em relação a “tolerância ao risco, ambiguidade e incertezas”.

Figura 5: Características de Tolerância ao Risco, Ambiguidade e Incertezas - 1



Fonte: Dados da pesquisa (2024)

Ao serem questionados sobre “Tomar riscos calculados (analisa tudo antes de agir)”, 32% se dizem excelentes, 27% consideram-se regulares e bons e 14% se dizem fracos.

Dos que procuram minimizar riscos, 41% são bons, 36% excelentes e 14% e 9% os que se consideram regulares e fracos respectivamente.

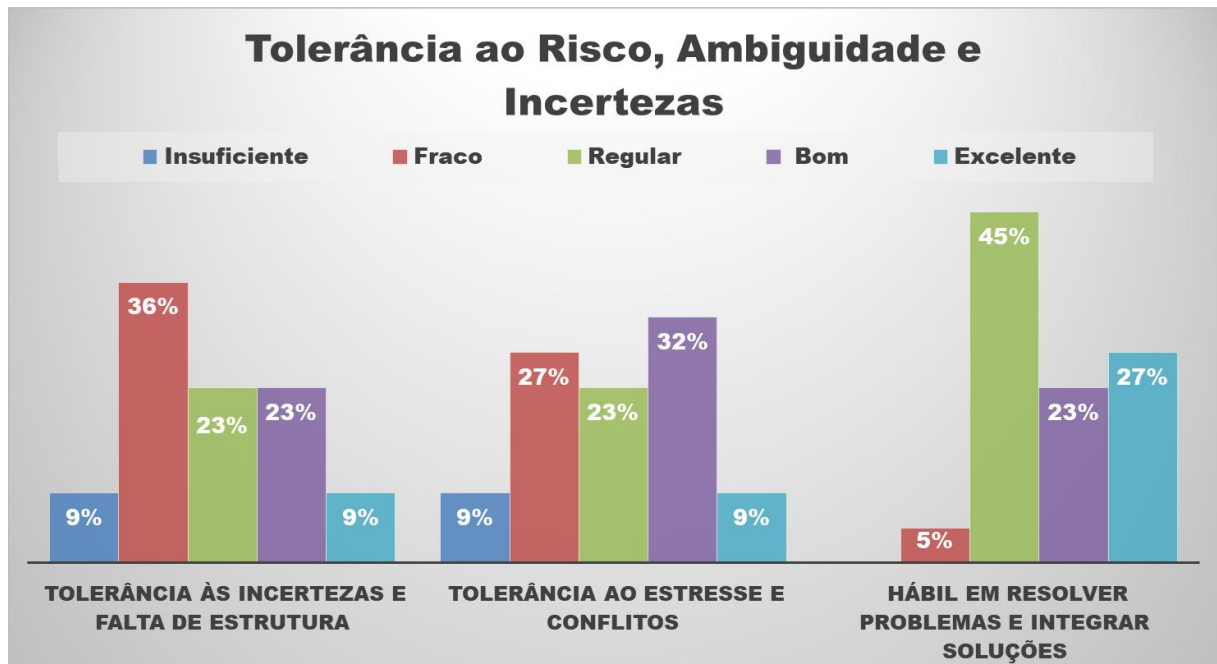
O estudo nos sugere que boa parte dos pesquisados são pessoas que pensam antes de agir, para assim reduzir os fracassos e melhorar as chances de sucesso.

A figura 6 apresenta informações sobre a “Tolerância às incertezas e falta de estrutura”, 36% se consideram fracos seguidos pelos que se dizem regulares e bons com 23% e com 9% os que se acham insuficientes e excelentes neste tópico.

Quanto à “tolerância ao estresse e conflitos”, os que se consideram bons correspondem 32% dos pesquisados, os fracos 27% os que se acham regulares 23% e com 9% que se consideram insuficientes e excelentes.

A característica em ser “Hábil em resolver problemas e integrar soluções”, a grande maioria com 45% se acham regulares, seguidos com 27% e 23% que se consideram excelentes e bons respectivamente e 5% se acham fracos nessa habilidade.

Figura 6: Características de Tolerância ao Risco, Ambiguidade e Incertezas - 2



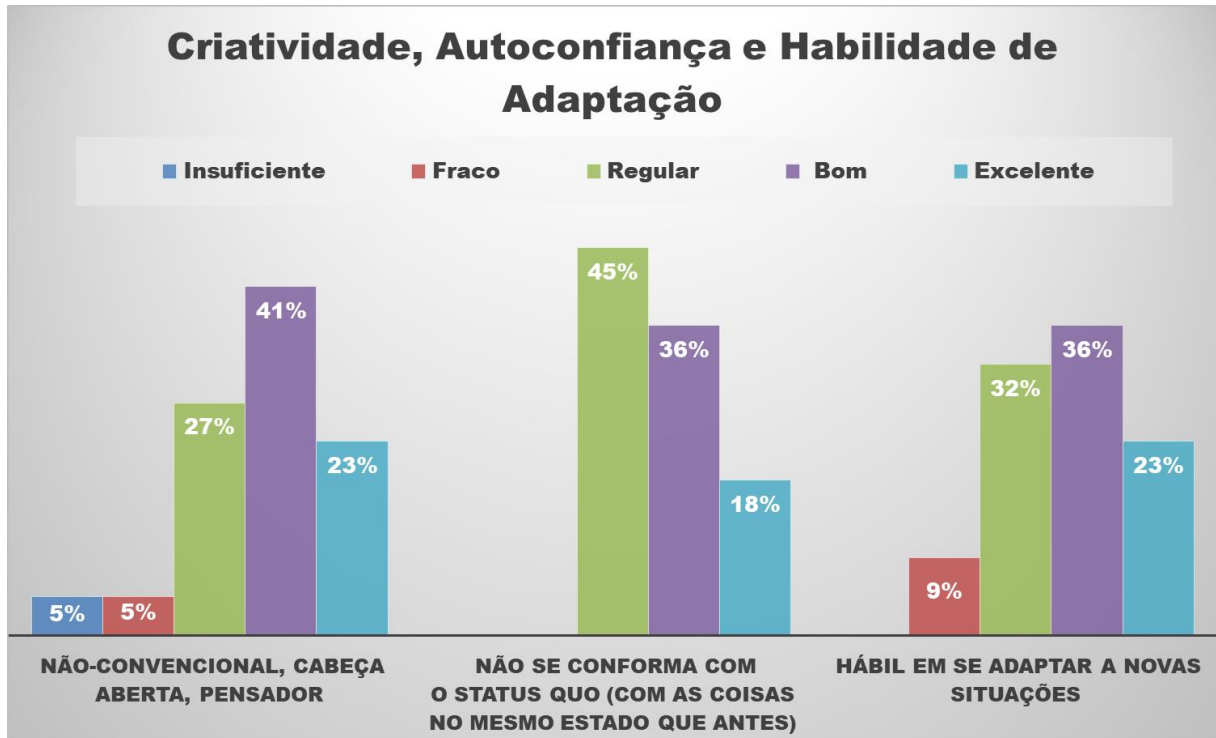
Fonte: Dados da pesquisa (2024)

Quando questionados se são tolerantes à incerteza e falta de estrutura nota-se que esse tópico se destaca, a maioria se diz fracos ao tolerar incertezas, o que vai de encontro com o tópico hábil em resolver problemas e integralizar soluções, já que empreendedores tendem a trabalhar em situações desfavoráveis como a incerteza e falta de estrutura, onde eles dizem não ser tolerantes.

Há um aumento dos que se consideram fracos sobre o assunto, em que tomadas de decisão podem ser errôneas e não lucrativas, principalmente em pequenos negócios nos quais não há um grande recurso financeiro que poderia cobrir o risco dessas decisões, Maximiano (2011).

As figuras 7 e 8 apresentam gráficos que tratam da “criatividade, autoconfiança e habilidade de adaptação”

Figura 7: Características de Criatividade, Autoconfiança e Habilidade de Adaptação - 1



Fonte: Dados da pesquisa (2024)

A figura 7 apresenta os gráficos sobre as características de criatividade, autoconfiança e habilidade de adaptação, com isso quando perguntados se são não convencionais, de mente aberta e pensadores, 41% dizem ser bons, seguidos pelos que se consideram regulares 27%, os que acreditam ser excelentes com 23% e, por último, com 5% os insuficientes e fracos. Quando indagados sobre não se conformar com o status quo (com as coisas no mesmo estado do que antes) 45% se consideram regulares, 36% bons e 18% excelentes.

Ao serem questionados sobre ser hábeis em se adaptar a novas situações 36% dos respondentes acreditam ser bons seguidos por 32% dos que se consideram regulares, dos que se acham excelentes com 23% e os que se consideram fracos com 9%.

Observa-se que nesses três primeiros quesitos os discentes, em sua maioria, consideram-se bons ou regulares, essas características de adaptação são explicadas por Degen (2009) como pessoas que não se conformam com o mundo e tentam adaptá-lo para si.

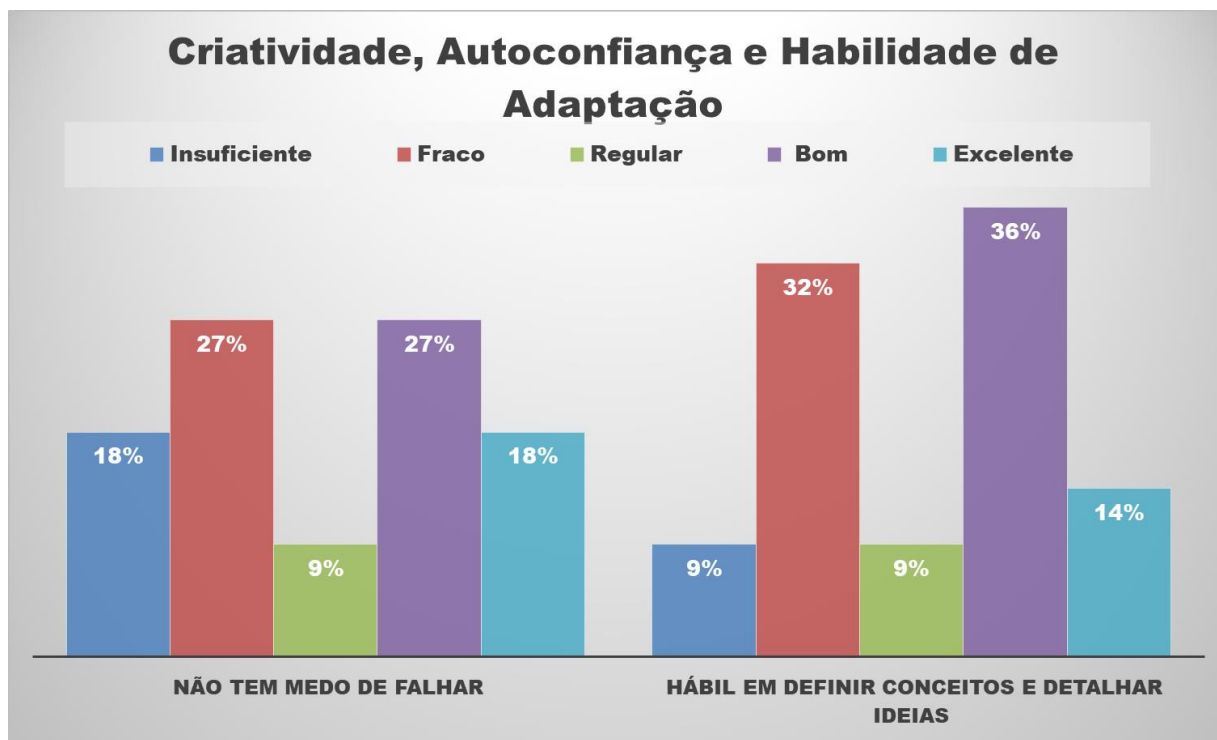
Os respondentes que “não tem medo de falhar” da figura 8, se dividem com 27% que se consideram fracos e bons, os que se acham insuficientes e excelentes representam 18% e por fim os que se consideram regulares aparecem com 9% das respostas (Gráfico 12).

Perguntados se são “hábeis em definir conceitos e detalhar ideias”, 36% acreditam que são bons, 32% se acham fracos, 14% excelentes e os que se consideram insuficientes e regulares representam 9% cada (Figura 8).

Olhando para essas questões relacionadas ao medo de falhar, é possível notar que há os que se acham bons e os que se veem como fracos, assim, pode haver a necessidade de desenvolver melhor essa questão.

A criatividade não é somente criar coisas novas, mas também combinar e resumir duas ou mais ideias ou acontecimentos não relacionados e transformá-las em algo novo, além de fazê-las funcionar melhor ou ter novo uso, Jones (2010).

Figura 8: Características de Criatividade, Autoconfiança e Habilidade de Adaptação - 2



Fonte: Dados da pesquisa (2024)

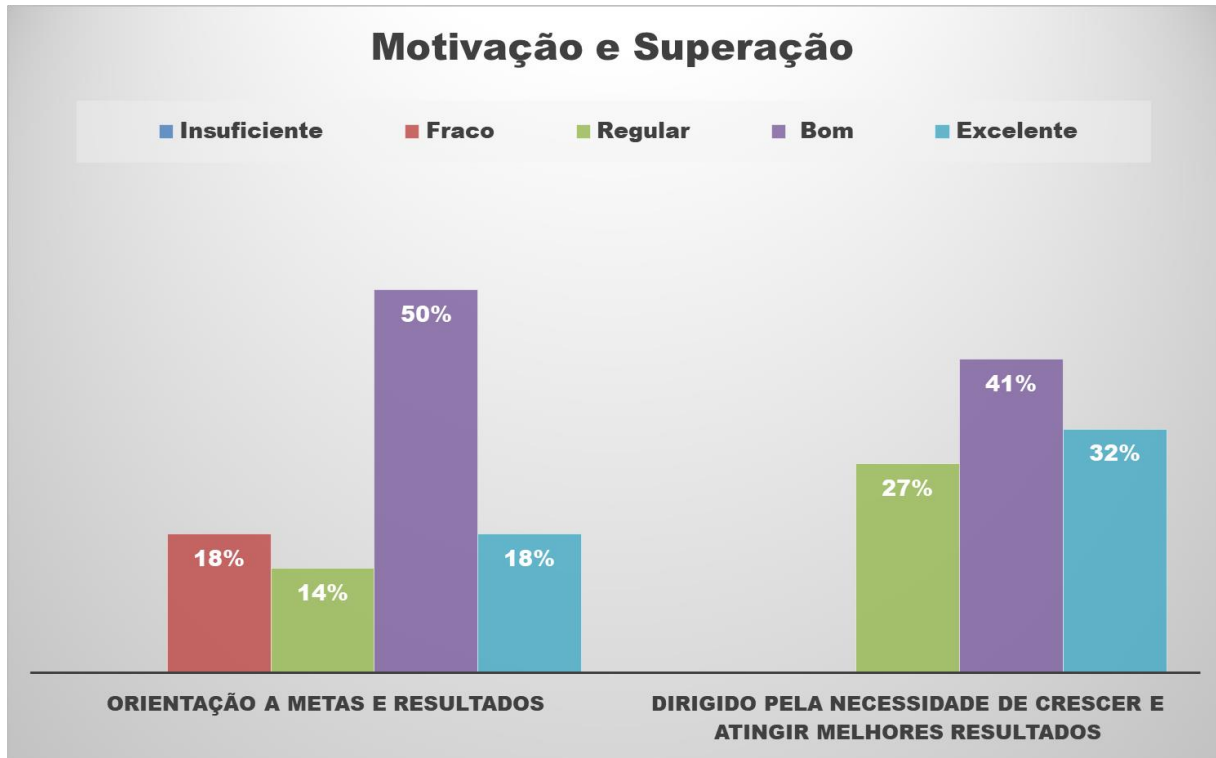
Na última característica do estudo sobre “Motivação e superação” (Figuras 9 a 12) são apresentados interessantes pontos do perfil empreendedor.

Os pesquisados ao serem questionados sobre “Orientação a metas e resultados”, 50% responderam ser bons, com 18% os que se consideram fracos e excelentes e 14% os regulares. Quando dirigidos pela necessidade de crescer e atingir melhores resultados 41% dos respondentes se consideram bons, 32% se dizem excelentes e 27% regulares.

É possível notar que os dois pontos apresentados têm uma certa conexão, têm em comum a busca por melhorar e seguir orientação para atingir os resultados esperados. A

motivação é de grande importância, não só para empreendedores, mas no nosso cotidiano no geral, é ela que nos faz querer ser melhores e ultrapassar os obstáculos do cotidiano. Bernardi (2012), destaca a necessidade de realização, autorrealização e status como algumas das motivações no processo de empreender.

Figura 9: Características de Motivação e Superação - 1

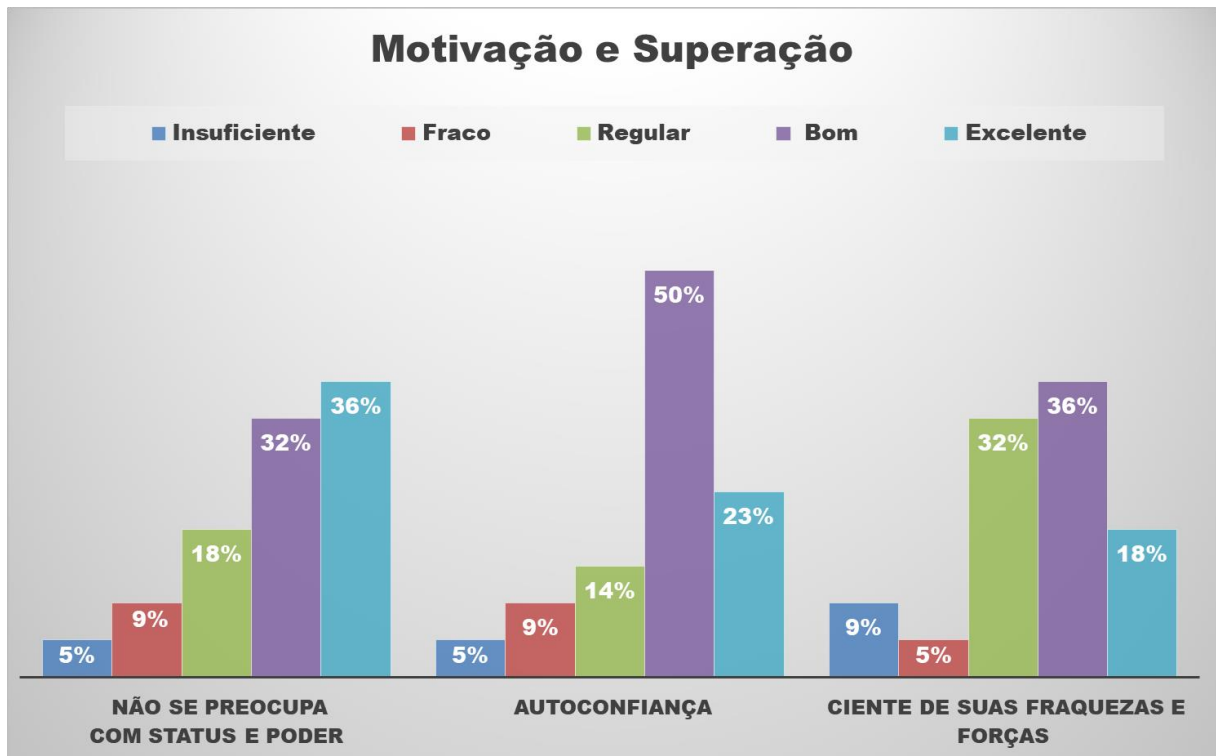


Fonte: Dados da pesquisa (2024)

A figura 10 trata especificamente do status, poder, autoconfiança e autoconhecimento.

Sobre a questão “não se preocupam com status e poder” os que se consideram excelentes nesse tópico correspondem 36% dos respondentes, com 32% aparecem os que se acham bons, seguidos pelos que se acham regulares com 18%, com 9% os fracos e os insuficientes com 5%.

Figura 10: Características de Motivação e Superação - 2



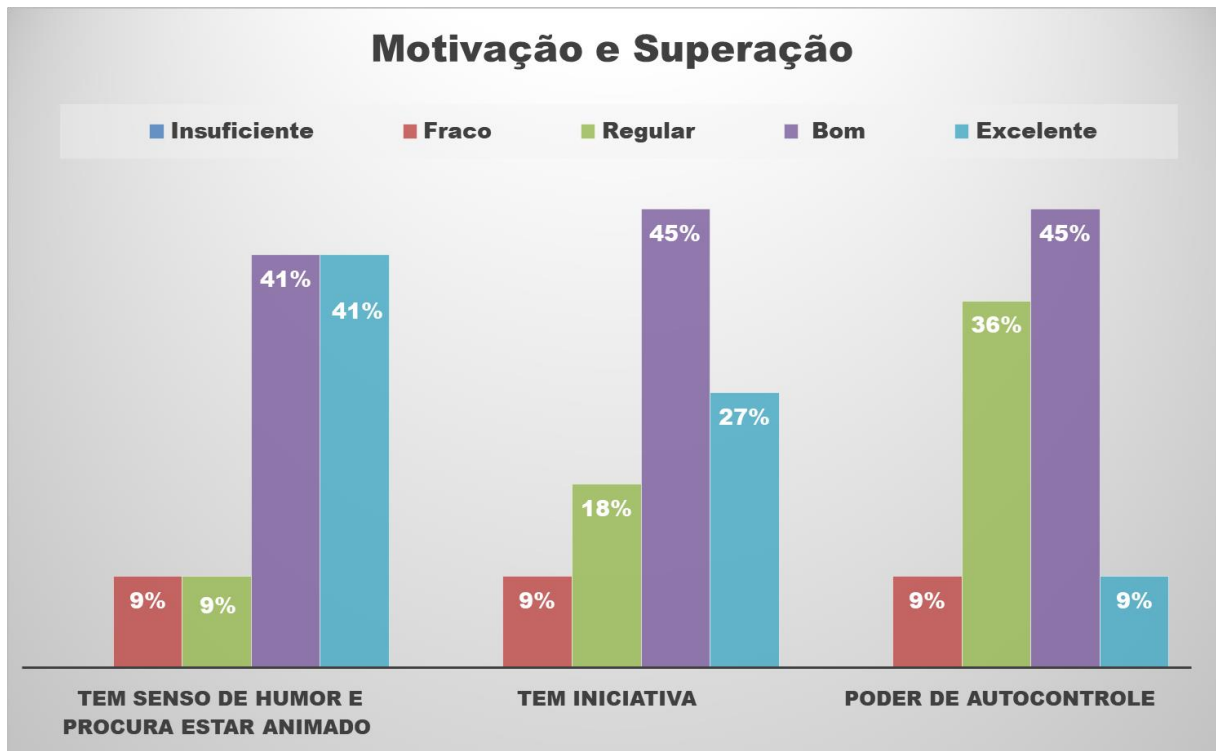
Fonte: Dados da pesquisa (2024)

No tópico “Autoconfiança”, 50% são bons, 23% excelentes, 14% regulares, 9% fracos e 5% são os insuficientes neste tópico. Quando o tópico se refere a serem cientes de suas fraquezas e forças 36% se consideram bons, 32% se acham regulares, seguidos pelos que se acham excelentes com 18% e com 9% e 5% respectivamente os que se consideram insuficientes e fracos.

É notório que os estudantes pesquisados têm uma ótima autoconfiança o que faz com que os outros dois pontos também sejam bem avaliados. Com a autoconfiança fica fácil identificar suas forças e fraquezas, e não se preocupar em relação a status e poder, tornando-os dependentes apenas de suas próprias escolhas, eles reconhecem e sabem o seu valor próprio.

Sobre o senso de humor, animação, iniciativa e poder de autocontrole, os dados são apresentados na figura 11.

Figura 11: Características de Motivação e Superação - 3



Fonte: Dados da pesquisa (2024)

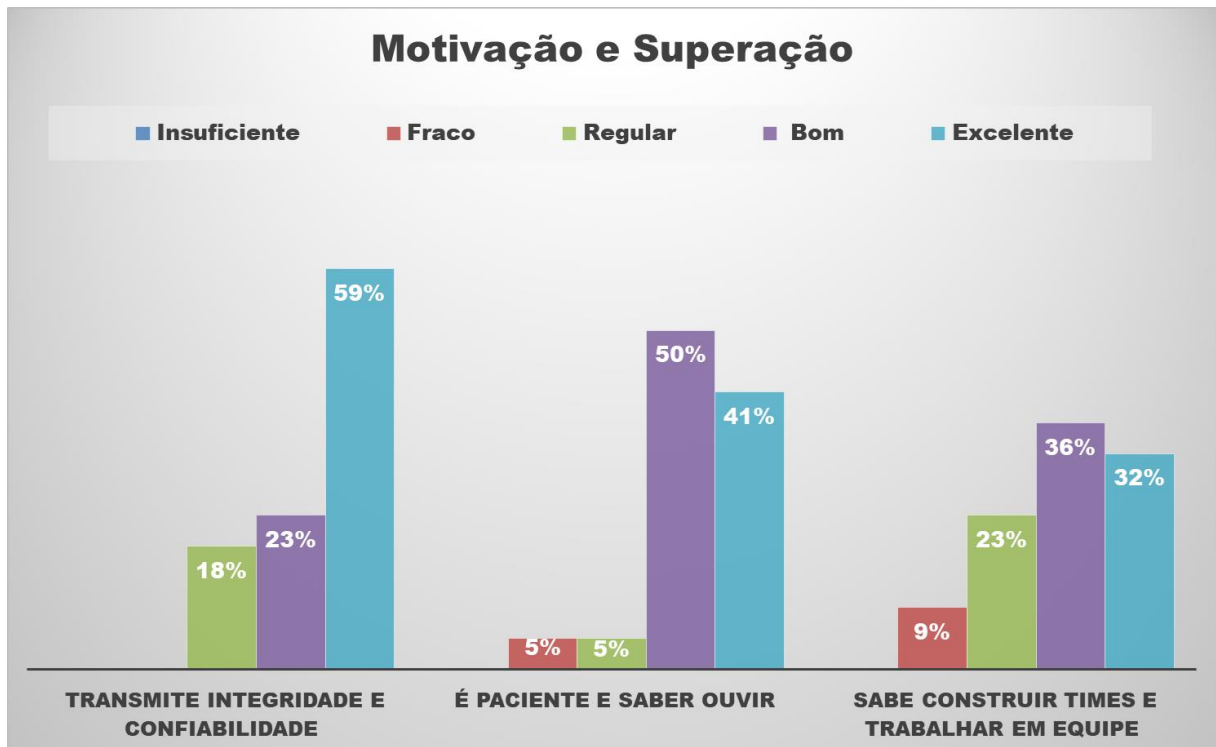
Ao questionar sobre ter senso de humor e procurar estar animado, os que se consideram bons e excelentes representam 41% cada, e com 9% os que se acham fracos e regulares. Na característica de ter iniciativa, destaca-se que 45% se consideram bons, 27% são excelentes, e regulares e fracos com 18% e 9%, respectivamente. Em relação ao poder de autocontrole, observa-se que 45% se declaram bons, seguidos pelos que consideram regulares com 36% e por fim com 9% os que acreditam ser ruins ou excelentes.

Com autocontrole, bom humor e iniciativa, a pessoa consegue enxergar melhor as situações e dificuldades à sua frente sem que isso interfira de modo negativo nas decisões que precisam ser tomadas para o bom funcionamento das atividades.

Empreendedores são otimistas, focados no sucesso e determinados em superar desafios, ao invés de temer fracassos, empreendedores buscam soluções criativas para alcançar resultados positivos, empreendedor vê obstáculos como oportunidades para inovar e crescer (FERNANDES; RIBEIRO, 2012).

Finalizando as características de motivação e superação, a figura 12 vem trazendo três gráficos sobre integridade, confiabilidade, paciência, saber ouvir, construção de times e trabalho em equipe.

Figura 12: Características de Motivação e Superação - 4



Fonte: Dados da pesquisa (2024)

Sobre transmitir integridade e confiabilidade, percebe-se uma grande maioria apontando ser excelente com 59%, se consideram bom 23% e 18% se dizem regulares nesse quesito. Se são pacientes e sabem ouvir 50% são bons nesse tópico, 41% consideram-se excelentes e apenas somando 91% da amostra com resultado extremamente positivo. Quanto a saber construir times e trabalhar em equipe, 36% se disseram bons, enquanto 32% se consideram excelentes, 23% regulares e 9% ruins.

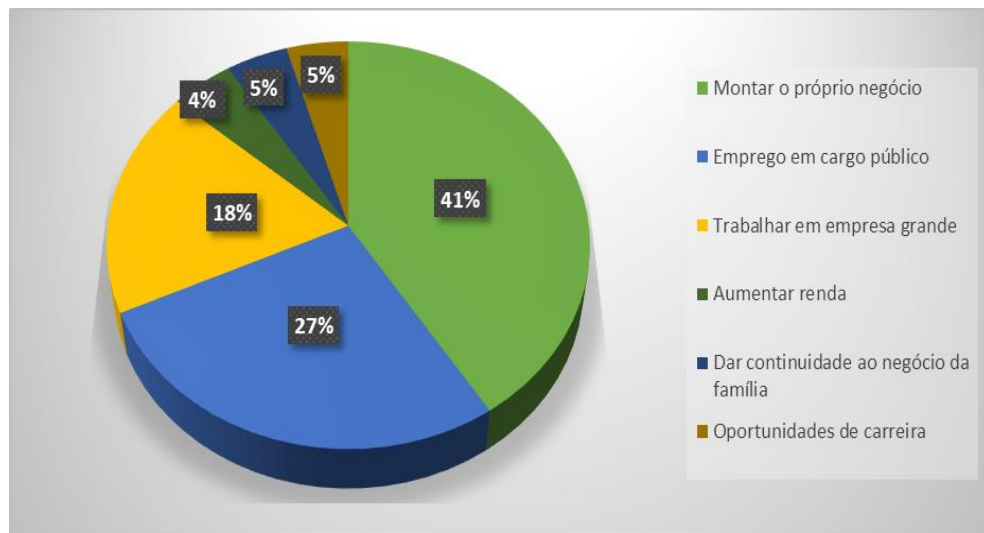
Conforme apresentado, observa-se que os estudantes se veem como pessoas de confiança e íntegras e que sabem ouvir, fazendo com que o trabalho em equipe seja bem-sucedido, o que pode sugerir também que são pessoas que escutam e valoriza o outro, além de fortalecer a equipe não só em um ambiente profissional, mas em várias esferas, como as relações pessoais.

O resultado nos leva a refletir sobre o trabalho de Fabrete (2019), que salienta que o empreendedor necessita ter habilidades e determinação, mantenha o foco e não se deixe levar pelas dúvidas e inseguranças, deve ser ousado, saber decidir com precisão, agir com rapidez e manter a calma sob pressão, além de não se dar por derrotado, buscam tirar lições com os erros e fazer melhor nas próximas vezes.

### 4.3 Intenções empreendedoras dos alunos do curso de Administração

Neste tópico, vamos explorar as aspirações dos alunos sobre seus objetivos futuros, ou melhor, quais os rumos pretendem levar após sua conclusão.

Gráfico 5: Objetivo com o curso de Administração



Fonte: Dados da pesquisa (2024)

O gráfico 5 destaca que, ao serem perguntados sobre qual o objetivo ao escolher administração como curso, 41% dizem querer montar seu próprio negócio, 27% pretendem trabalhar em cargo público, e com 18% há aqueles que têm a pretensão de trabalhar em grandes empresas, 5% representam os que querem dar continuidade ao negócio da família e ter mais oportunidades de carreira, por fim há aqueles que pretendem aumentar a renda com 4%.

Pode-se perceber que a maioria pretende investir em um negócio próprio após o curso, o que pode indicar que esses indivíduos buscam a sensação de independência, ser chefes de si, tomar suas próprias decisões, assumir riscos e receber recompensas (MAXIMIANO, 2012; LONGENECKER *et al.*, 2011).

A segunda opção para boa parte dos alunos pesquisados não está relacionada ao empreendedorismo, e sim, ao cargo público que sugere, que estes preferem a segurança que esse tipo de trabalho proporciona, considerando também que em boa parte são cargos bem remunerados, com estabilidade e que não dependem de um empregador para conseguir, mas da própria competência.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo investigar o perfil e a percepção dos alunos do curso de Bacharelado em Administração sobre o empreendedorismo, buscando compreender como esses estudantes encaram o conceito de empreendedorismo e suas motivações para empreender.

Deste modo, pode-se concluir que o perfil dos entrevistados é formado em sua maioria por mulheres, com idades de 21 a 25 anos, solteiros, com renda de três a quatro salários mínimos, que tem como objetivo após o curso abrir seu próprio negócio.

São comprometidos e determinados, tem obsessão pelas oportunidades, possuem em sua maioria tolerância ao risco, ambiguidade e incertezas, se consideram criativos, autoconfiantes e apresentam habilidades de adaptação e por fim são percebidos como motivados e com características de superação.

Portanto pode-se considerar que os alunos do curso de Administração, participantes da pesquisa, tem tendência ao empreendedorismo. Destaca-se que a amostra de entrevistados, pelo baixo número de respondentes, pode ser considerada insuficiente para proporcionar resultados mais significativos e detalhados sobre o comportamento empreendedor dos estudantes como um todo.

Este trabalho traz sugestões para melhorar o apoio ao empreendedorismo na instituição. Entre as sugestões, estão a gestão de riscos apoio que auxiliem os estudantes a lidar com o estresse e as incertezas do caminho empreendedor. O objetivo é formar empreendedores mais preparados e capazes de se adaptar aos desafios do mercado. Diante de todo o estudo, ressalta-se que não há um jeito certo de empreender, ou ser empreendedor. Qualquer pessoa pode se tornar um, buscando informações, estudo, observando ao seu redor e buscando soluções onde outras pessoas só veem dificuldades ou problemas.

Por fim, para uma possível pesquisa futura, seria interessante replicar o estudo para incluir uma amostra maior de alunos. Também seria interessante explorar de forma mais profunda outras influências ao perfil empreendedor, como o ambiente universitário e os programas de incentivo ao empreendedorismo, que podem impactar a percepção dos alunos sobre a viabilidade de empreender.

## REFERÊNCIAS

- BAGIO, L. A. **Empreendedorismo**: construindo seu projeto de vida. Barueri, SP: Manole, 2012. Disponível em: <https://bv4.digitalpages.com.br/?term=empreendedorismo&searchpage=1&filtro=todos&from=busca&page=2&section=0#/legacy/37714>. Acesso em: 25 jun. 2019.
- BASTOS, M. H. R. **Um estudo sobre o perfil empreendedor de estudantes de Instituições de Ensino Superior da cidade de Volta Redonda**. 2015. 126f. Dissertação (Mestrado Profissional em Administração) – Universidade Federal Fluminense, Volta Redonda, 2015. Disponível em: <https://app.uff.br/riuff/handle/1/6450>. Acesso em: 21 abr. 2019.
- BERNARDI, L. A. **Manual de empreendedorismo e gestão**: fundamentos, estratégias e dinâmicas. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2012.
- CERVO, A.L.; BERVIAN, P.A.; SILVA, R. **Metodologia científica**. 6ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- DEGEN, R. J. **O empreendedor**: empreender como opção de carreira. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.
- DOLABELA, F. **O segredo de Luísa**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.
- DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo corporativo**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 6ª ed. São Paulo: Empreende/Atlas, 2016.
- DORNELAS, J. C. A. **Transformando ideias em negócios**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
- FABRETE, T. C. L. **Empreendedorismo**. 2ª ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2019. Disponível em: <https://bv4.digitalpages.com.br/?term=fabrete&searchpage=1&filtro=todos&from=busca&page=-7&section=0#/legacy/173412>. Acesso em: 25 jun. 2019.
- FERNANDES, C. F. B; RIBEIRO, E. **O empreendedor**: plano de negócios. 1. ed. São Paulo, SP: Pearson, 2012. *E-book*. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 11 dez. 2024
- FERRARI, R. **Empreendedorismo para computação**: criando negócios em tecnologia. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **Relatório executivo**: empreendedorismo no Brasil 2025. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2025/03/Brasil-RE-2024-2025-VF.pdf>. Acesso em: 28 jul. 2025.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Agência de notícias**. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de->

noticias/noticias/41119-desocupacao-continua-a-cair-e-ocupacao-bate-records-nos-setores-privado-e-publico. Acesso em: 08 dez. 2024.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA. **Carta de conjuntura**. Disponível em: [https://www.ipea.gov.br/cartadeconjuntura/wp-content/uploads/2024/08/240815\\_cc\\_64\\_nota\\_8.pdf](https://www.ipea.gov.br/cartadeconjuntura/wp-content/uploads/2024/08/240815_cc_64_nota_8.pdf). Acesso em: 08 dez. 2024.

JONES, G. R. **Teoria das organizações**. 6. ed. São Paulo, SP: Pearson, 2010. *E-book*. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 12 dez. 2024.

LIMA, J. de. **Perfil empreendedor dos estudantes da Universidade Federal de Alfenas**. 2018. 88f. Dissertação (Mestrado em Administração Pública) – Universidade Federal de Alfenas, Varginha, 2018. Disponível em: <https://bdtd.unifal-mg.edu.br:8443/handle/tede/1218>. Acesso em: 20 abr. 2019.

LONGENECKER, J. G. *et al.* **Administração de pequenas empresas**. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

MAXIMIANO, A. C. A. **Administração para empreendedores: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios**. 2ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011. Disponível em: [https://bv4.digitalpages.com.br/?term=empreendedorismo&searchpage=1&filtro=todos&from=busca&page=\\_6&section=0#/legacy/1994](https://bv4.digitalpages.com.br/?term=empreendedorismo&searchpage=1&filtro=todos&from=busca&page=_6&section=0#/legacy/1994). Acesso em: 10 dez. 2024.

MAXIMIANO, A. C. A. **Empreendedorismo**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012. Disponível em: <https://bv4.digitalpages.com.br/?term=empreendedorismo&searchpage=1&filtro=todos&from=busca&page=-7&section=0#/legacy/3019>. Acesso em: 25 jun. 2019.

MORAIS, R. S. de. **O profissional do futuro: uma visão empreendedora**. Barueri, SP: Minha Editora, 2013.

OLIVEIRA, S., L. de. **Tratado de metodologia científica: projetos de pesquisas, TGI, TCC, monografias, dissertações e teses**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

SEBRAE. **Educação empreendedora: novas tendências**. Portal Sebrae, 2023]. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/educacao-empresadadora-novas-tendencias,4b0bdb9d683a6810VgnVCM1000001b00320aRCRD#:~:text=Educa%C3%A7%C3%A3o%20empresadadora%20%C3%A9%20um%20conjunto,positiva%20diante%20das%20diversas%20situa%C3%A7%C3%B5es>. Acesso em: 29 jul. 2025.

SEBRAE. **Qual o papel das pequenas empresas na economia brasileira**. Blog Sebrae/SC, [s.d.]. Disponível em: <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/qual-o-papel-das-pequenas-empresas-na-economia-brasileira#:~:text=Gera%C3%A7%C3%A3o%20e%20manuten%C3%A7%C3%A3o%20de%20emprego,trabalho%20mais%20din%C3%A2mico%20e%20adapt%C3%A1vel>. Acesso em: 29 jul. 2025.

TAVARES, C. M.; MOURA, L. de; ALVES, J. N. Educação empreendedora e a geração de novos negócios. **Observatorio de la Economía Latinoamericana**, n. 188. 2013. Disponível em: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/br/13/empresadadorismo.html>. Acesso em: 25 jun. 2019.