

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE MINAS  
GERAIS - *CAMPUS* SÃO JOÃO EVANGELISTA  
CURSO BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

Erika de Almeida Cardoso

Izaias Mendes de Melo

**EMPREENDEDORISMO JOVEM: um estudo das características empreendedoras dos  
alunos do curso de Administração de um Instituto Federal de Minas Gerais**

São João Evangelista

2022

ERIKA DE ALMEIDA CARDOSO

IZAIAS MENDES DE MELO

**EMPREENDEDORISMO JOVEM: um estudo das características empreendedoras dos  
alunos do curso de Administração de um Instituto Federal de Minas Gerais**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao  
Curso Bacharelado em Administração do Instituto  
Federal de Minas Gerais – *Campus* São João  
Evangelista para obtenção do grau de bacharel em  
Administração.

Orientador: Sheldon William Silva  
Coorientador: José Leonardo de Oliveira  
Rodrigues

São João Evangelista

2022



REDE DE BIBLIOTECAS

FICHA CATALOGRÁFICA PARA TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

---

M517e Melo, Izaías Mendes de.

Empreendedorismo jovem: um estudo das características empreendedoras dos alunos do curso de Administração de um Instituto Federal de Minas Gerais. / Erika de Almeida Cardoso. – 2022.  
67f.: il.

Orientador: Dr. Sheldon Willian Silva.

Coorientador: Esp. José Leonardo de Oliveira Rodrigues.

Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) – Instituto Federal Minas Gerais. *Campus* São João Evangelista, 2022.

1. Empreendedorismo. 2. Características. I. Melo, Izaías Mendes de. II. Cardoso, Erika de Almeida. III. Instituto Federal de Minas Gerais *Campus* São João Evangelista. IV. Título.

CDD 658.421

---

Catálogo: Rejane Valéria Santos - CRB-6/2907


Erika de Almeida Cardoso

Izaías Mendes de Melo

**EMPREENDEDORISMO JOVEM: um estudo das características empreendedoras dos  
alunos do curso de Administração de um Instituto Federal de Minas Gerais**


Trabalho de conclusão de curso apresentado ao  
Curso Bacharelado em Administração do Instituto  
Federal de Minas Gerais – *Campus* São João  
Evangelista para obtenção do grau de bacharel em  
Administração.

Aprovado em: 12/12/2022 pela banca examinadora:

Documento assinado digitalmente  
 SHELTON WILLIAM SILVA  
Data: 20/12/2022 10:03:32-0300  
Verifique em <https://verificador.iti.br>


---

Prof. Dr. Sheldon William Silva (Orientador)

Documento assinado digitalmente  
 JOSE LEONARDO DE OLIVEIRA RODRIGUES  
Data: 20/12/2022 11:47:09-0300  
Verifique em <https://verificador.iti.br>


---

Prof. Me. José Leonardo de Oliveira Rodrigues (Coorientador)

Documento assinado digitalmente  
 JANICE QUEIROZ DE PINHO GONCALVES  
Data: 21/12/2022 12:26:54-0300  
Verifique em <https://verificador.iti.br>

---

Prof. Me. Janice Queiroz de Pinho Gonçalves

Documento assinado digitalmente  
 MELISSA DINIZ LOPES  
Data: 20/12/2022 14:14:04-0300  
Verifique em <https://verificador.iti.br>

---

Prof. Me. Melissa Diniz Lopes

## **AGRADECIMENTOS**

Agradecemos primeiramente a Deus, por ter nos dado força e a sabedoria necessária para chegarmos a esse ponto. Em especial, agradecemos aos nossos familiares e amigos que coparticiparam conosco em todo este processo, fornecendo apoio e orações constantes.

Agradecemos ao orientador Sheldon William Silva e ao coorientador José Leonardo de Oliveira Rodrigues, por contribuírem imensamente em nosso aprendizado e na realização deste trabalho.

## RESUMO

O empreendedorismo entre os jovens está crescendo, no Brasil, como uma forma de inserção no mercado de trabalho. Diante dessa excepcionalidade, torna-se imprescindível a posse de certas características empreendedoras, que forneçam subsídios para um maior sucesso dos empreendimentos. Portanto, este trabalho de conclusão de curso visa "Identificar as características empreendedoras em jovens estudantes do curso de Administração de um Instituto Federal de Minas Gerais". Para este estudo, foi realizada uma pesquisa de campo, utilizando métodos de pesquisa descritiva. Aplicou-se um questionário procurando traçar o perfil, características e competências empreendedoras, e também avaliar a contribuição da faculdade para o desenvolvimento empreendedor, no qual participaram 77 estudantes do curso de Administração do IFMG-SJE. Porém, conforme regras de controle que visavam atestar a atenção dos respondentes para o desenvolvimento da pesquisa, apenas 68 compuseram o grupo de estudo. Os resultados mostram que os alunos de graduação em administração têm características comportamentais empreendedoras de realização, planejamento e poder, com variações por sexo, idade e período. Os resultados mostram também que os estudantes têm uma forte intenção de se tornarem empreendedores ou de iniciarem um negócio, possuem as competências necessárias, bem como avaliam positivamente a contribuição da faculdade para o desenvolvimento empreendedor. Em aspectos gerais, a procura no empreendedorismo por uma oportunidade de trabalho, reforça a necessidade de as instituições de ensino atuarem como promotoras de habilidades e competências, contribuindo para a formação de características empreendedoras entre os estudantes, uma vez que a posse destas características confere aos empreendedores uma maior probabilidade de sucesso.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo jovem. Características empreendedoras.

## ABSTRACT

Entrepreneurship among young people is growing in Brazil, as a way of entering the job market. Given this exceptionality, the possession of certain entrepreneurial characteristics, which provide subsidies for a greater success of the ventures, becomes essential. Therefore, this end-of-course work aims to "Identify the entrepreneurial characteristics in young students of the Administration course of a Federal Institute of Minas Gerais". For this study, a field research was carried out, using descriptive research methods. A questionnaire was applied seeking to trace the profile, characteristics, and entrepreneurial competencies, and also to evaluate the college's contribution to entrepreneurial development, where 77 students from the Administration course at IFMG-SJE participated. But, according to control rules that aimed to attest the respondents' attention to the development of the research, only 68 composed the study group. The results show that undergraduate business administration students have entrepreneurial behavioral characteristics of achievement, planning and power, with variations by gender, age and period. The results also show that students have a strong intention to become entrepreneurs or start a business, possess the necessary skills, as well as positively evaluate the college's contribution to entrepreneurial development. In general aspects, the demand for entrepreneurship for a job opportunity reinforces the need for educational institutions to act as promoters of skills and competencies, contributing to the formation of entrepreneurial characteristics among students, since the possession of these characteristics gives entrepreneurs a higher probability of success.

**Keywords:** Youth entrepreneurship. Entrepreneurial characteristics.

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Gênero dos respondentes .....	31
Gráfico 2 - Idade dos respondentes .....	31
Gráfico 3 - Período dos respondentes.....	32
Gráfico 4 - Familiar com negócio próprio.....	32
Gráfico 5 - Sonho em empreender.....	33
Gráfico 6 - Motivação para empreender.....	35
Gráfico 7 - Aspiração profissional.....	36
Gráfico 8 - Fatores considerados para abrir um negócio.....	37
Gráfico 9 - Disposição para assumir riscos .....	38
Gráfico 10 - Questões (CCE's de Planejamento) .....	39
Gráfico 11 - CCE's de Planejamento por idade .....	40
Gráfico 12 - CCE's de Planejamento por gênero .....	41
Gráfico 13 - CCE's de Planejamento por período .....	42
Gráfico 14 - Questões (CCE's de Poder).....	43
Gráfico 15 - CCE's de Poder por idade .....	44
Gráfico 16 - CCE's de Poder por gênero .....	45
Gráfico 17 - CCE's de Poder por período .....	46
Gráfico 18 - Desejo de abrir um negócio e/ou empreender.....	47
Gráfico 19 - Contribuição da faculdade para o desenvolvimento empreendedor .....	50
Gráfico 20 - Formas de contribuição da faculdade para desenvolvimento empreendedor .....	52
Gráfico 21 - Métodos de ensino e desenvolvimento empreendedor .....	52

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Relação de respondentes da pesquisa .....	29
Tabela 2 - Disposição para assumir riscos.....	38
Tabela 3 - Estatísticas das CCE's de Planejamento .....	40
Tabela 4 - Estatísticas das CCE's de Poder .....	43
Tabela 5 - Abrir um negócio e/ou empreender.....	48
Tabela 6 - Competências empreendedoras .....	49
Tabela 7 - A faculdade e o desenvolvimento empreendedor.....	51

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Características Comportamentais Empreendedoras (CCEs).....	26
Quadro 2 - Relação das partes do questionário .....	28
Quadro 3 - Compilado das Características Comportamentais Empreendedoras.....	34

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>11</b>
1.1 Problema de pesquisa.....	12
1.2 Justificativa .....	13
1.3 Objetivo Geral .....	13
1.3.1 <i>Objetivos específicos</i> .....	13
1.4 Estrutura do trabalho .....	14
<b>2 REVISÃO TEÓRICA</b> .....	<b>14</b>
2.1 Empreendedorismo .....	14
2.1.1 <i>Empreendedorismo por necessidade</i> .....	17
2.1.2 <i>Empreendedorismo por oportunidade</i> .....	18
2.1.3 <i>Evolução da atividade empreendedora no Brasil</i> .....	18
2.2 Empreendedorismo jovem .....	20
2.3 Educação empreendedora.....	22
2.4 Características empreendedoras .....	23
<b>3 METODOLOGIA</b> .....	<b>26</b>
<b>4 RESULTADOS E DISCUSSÕES</b> .....	<b>29</b>
4.1 O IFMG - Campus São João Evangelista e o Curso de Administração .....	29
4.2 Perfil dos respondentes .....	30
4.3 Características dos alunos com potencial empreendedor .....	33
4.3.1 <i>Características Comportamentais Empreendedoras de Realização</i> .....	34
4.3.2 <i>Características Comportamentais Empreendedoras de Planejamento</i> .....	38
4.3.3 <i>Características Comportamentais Empreendedoras de Poder</i> .....	43
4.4 Perfil empreendedor .....	47
4.4.1 <i>Determinação para abrir um negócio e/ou empreender</i> .....	47
4.4.2 <i>Competência empreendedora</i> .....	48
4.5 Contribuição da faculdade para o desenvolvimento empreendedor .....	49
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>53</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>55</b>
APÊNDICE A - Modelo de Questionário de Pesquisa .....	62
APÊNDICE B - TCLE-Termo de Consentimento Livre e Esclarecido.....	66

## 1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo jovem no Brasil cresce acompanhado pela alta taxa de desocupação entre os jovens (GEM, 2020). O relatório, publicado pelo GEM (2021), indicou que 22,9% da população compreendida na faixa etária entre 18 e 24 anos e 28,2% da população compreendida na faixa etária entre 25 e 34 anos no Brasil eram empreendedores iniciais.

Vieira e Marques (2019) dissertam que os jovens esbarram em muitas dificuldades e acabam encontrando no empreendedorismo uma forma para alcançar seus objetivos profissionais e financeiros. Consonante às autoras, Gerbelli (2021) discorre que, com o mercado de trabalho fragilizado, uma parte significativa dos jovens buscam outras alternativas para contornar esses obstáculos, destacando que muitos já empreendem ou esperam empreender, na esperança de alcançar a independência financeira e autonomia no trabalho, ao mesmo tempo que fogem do alçóz efeito do desemprego.

Como destaca Pierri (2021), em artigo publicado no Jornal da USP, os jovens são favorecidos pelo dinamismo do mercado, no qual o novo mundo de negócios espera por mais conhecimento das novas tecnologias, atenção às tendências de sustentabilidade, diversidade e a promoção de mudanças que colaborem de forma positiva para a sociedade. Corroborando, o estudo de Gerbelli (2021) indica que 24% dos jovens com até 30 anos de idade já empreendem e 60% deles querem ter o próprio negócio. Há, no Brasil, uma onda crescente de novas empresas gerenciadas por pessoas de 18 a 30 anos de idade, com foco em áreas de tecnologia e em setores que não são atendidos ou não foram visualizados pelas empresas convencionais.

Observa-se que o jovem tem enorme potencial para empreender, mas a forma como ocorre hoje no Brasil, onde o empreendedorismo jovem é uma fuga do desemprego, levanta preocupações se esse grupo de novos empreendedores está realmente preparados e capacitados para entrar no desafio de conduzir uma empresa. Dados levantados junto ao GEM (2021) revelam que o empreendedorismo por necessidade foi responsável por 53,9% dos negócios com até três meses de vida no país, e que grande parte desse percentual é correspondente aos novos negócios abertos por jovens; em 2018, essa fatia era de 20,3%.

Nessa perspectiva preocupante, se antes as universidades preparavam seus alunos para enfrentar o mercado de trabalho com pouca ou nenhuma garantia de emprego e/ou estabilidade, atualmente, há uma necessidade crescente de prepará-los, com uma educação empreendedora com foco cada vez mais prático, como forma de amenizar essas disfunções econômico-sociais, em que o jovem é obrigado a arriscar empreender sem capacitação e experiência necessária.

Paralelo ao problema observado, embora o ensino do empreendedorismo tenha nascido dentro do curso de Administração de empresas, transbordando para outros cursos como o de Ciência da Computação (NASCIMENTO, 2015), as universidades têm assumido essa responsabilidade social na preparação de seus discentes nos requisitos mínimos necessários para empreender. Entretanto, essa preparação não é suficiente para que sejam desenvolvidas, nesses alunos, características ou personalidades marcantes dos empreendedores. E, como destaca Provenzi (2014), para entender o papel do empreendedorismo no contexto dos jovens, é preciso saber a percepção desses jovens quanto ao seu futuro profissional, a sua inserção no mercado de trabalho e a sua relação com o empreendedorismo.

### **1.1 Problema de pesquisa**

O mercado de trabalho está exigindo cada vez mais qualificação e experiência prática. Isso está elevando substancialmente o número de jovens que têm buscado no empreendedorismo uma oportunidade para entrar no mercado de trabalho. E mesmo sendo favorecidos pela dinâmica desse mercado, em que os negócios associados às novas tecnologias, às tendências de sustentabilidade, diversidade e a promoção de mudanças que colaborem de forma positiva para a sociedade (PIERRI, 2021) possuem grande potencial de sucesso. Esses jovens, que ainda não possuem as qualificações e experiências necessárias para arrumar um emprego, dificilmente conseguirão dar prosseguimento em um negócio, em que os desafios são ainda mais intensos, exigindo amplo conhecimento do mercado e tomadas de decisões ágeis.

Como se observa, não basta abrir um negócio sem o conhecimento necessário que ampare e colabore na estruturação desse empreendimento. Dornelas (2008) destaca que o surgimento de um novo empreendimento de sucesso demanda do empreendedor noção de gestão e qualidades pessoais, acompanhadas de uma série de características que permitam compreender o funcionamento do mercado e suas especificidades econômicas, políticas, sociais, dentre outras. Esses atributos são essenciais na abertura e continuação de um negócio.

Diante desse cenário, é importante também que o indivíduo que anseia empreender, ou já empreende, possua algumas características empreendedoras; sendo elas: “capacidade analítica; impulsividade controlada; visão de mercado; consciência de trabalho puxado; vontade de aprender; eficiência e padrão elevado de qualidade; saber quando pedir ajuda; consegue manter as metas em mente” (SEBRAE, 2018, p. 12-13). Em resumo, há um problema econômico-social que tende a crescer, com soluções que ainda estão distantes. O número de jovens que buscam no empreendedorismo uma porta de entrada no mercado de trabalho está

possibilitando que uma série de indivíduos pouco qualificados assuma a gestão de negócios sem qualquer preparo básico necessário.

Com isso, torna-se necessário conhecer, realmente, até que ponto os próximos jovens empreendedores estão capacitados para gerenciar seu próprio negócio. Com base nessas observações, focando estritamente em discentes que ainda estão na faculdade, este trabalho visa responder a seguinte pergunta: quais são as características empreendedoras percebidas em jovens propensos a empreender?

## **1.2 Justificativa**

O interesse pelo tema do estudo surgiu a partir do entendimento de que é extremamente necessário investigar como os jovens discentes estão se preparando para entrar no mercado de trabalho pelo empreendedorismo, uma vez que a possibilidade de arrumar um emprego com a formação acadêmica reduz progressivamente. Portanto, considera-se a pesquisa relevante, pois ela possibilita a identificação das características empreendedoras essenciais, traçando um comparativo do que é indispensável e a situação em que os jovens se encontram.

Ademais, são poucos os estudos que fazem esse comparativo, no sentido de que se possa proporcionar uma visualização do que é preciso que as instituições de ensino (IEs) implementem para desenvolver nesses discentes as características empreendedoras necessárias. Nesse âmbito, este estudo contribui para que sejam implementadas, nas IEs, ações voltadas para capacitação dos jovens que buscam no empreendedorismo uma porta de entrada para o mercado de trabalho. Trata-se de um trabalho oportuno, na medida em que seus autores são do curso de Administração e lidam diretamente como os demais discentes do curso.

## **1.3 Objetivo Geral**

Identificar as características empreendedoras em jovens discentes do curso de Administração de um Instituto Federal de Minas Gerais.

### ***1.3.1 Objetivos específicos***

- Discorrer sobre as características empreendedoras essenciais.
- Investigar a real aptidão dos jovens discentes para empreender em termos das características empreendedoras apresentadas.

- Descrever como a instituição de ensino pode atuar no desenvolvimento das características empreendedoras em jovens discentes.

#### **1.4 Estrutura do trabalho**

Este trabalho será disposto em tópicos, iniciando pela introdução, em que será realizada uma contextualização do tema, apresentado o problema de pesquisa, objetivo, relevância e contribuições esperadas pelo estudo. No referencial teórico, propôs-se uma discussão sobre a definição, histórico e importância do empreendedorismo, os aspectos relevantes quando este está atrelado à necessidade e à oportunidade. Discorreu-se, também, sobre a evolução da atividade empreendedora no Brasil, realizando, posteriormente, uma observação mais aprofundada sobre a educação empreendedora, empreendedorismo jovem e características empreendedoras. Na metodologia, serão traçados os procedimentos metodológicos utilizados na coleta e, no tratamento dos dados, definição da amostra, os instrumentos de pesquisa e os meios de análises dos dados. Nos resultados e discussões, será realizada a análise dos dados, com apresentação dos resultados da pesquisa realizada com os discentes do curso de Administração. Nas considerações finais, sucederão as conclusões do estudo realizado.

## **2 REVISÃO TEÓRICA**

### **2.1 Empreendedorismo**

O empreendedorismo vem crescendo de forma global, tornando-se fundamental para a realização das pessoas e para o desenvolvimento econômico. Com isso, vem obtendo maior apoio de governos, universidades e da sociedade em geral (SALIM; SILVA, 2010). O empreendedorismo deriva da palavra francesa "entrepreneur" e está associado à capacidade de determinado indivíduo de aderir ao risco, para começar algo novo (DORNELAS, 2016). A caracterização do empreendedor passou por grandes mudanças. A maior reformulação veio com a Revolução Industrial (séc. XVIII ao XX), período em que houve maior preocupação em delimitar as diferenças entre "capitalista" e "empreendedor", em meio ao cenário de inovações tecnológicas (DORNELAS, 2016).

Richard Cantillon foi um dos precursores dessa reformulação e considerado o criador do termo "empreendedorismo", diferenciando o empreendedor (aquele que assumia

riscos) e capitalista (aquele que fornecia o capital) (DORNELAS, 2016). Assumindo essa distinção, a atividade empreendedora tem passado por constantes mudanças, acompanhando as transformações econômicas, políticas e sociais.

As duas principais teorias que abordam o empreendedorismo são a teoria econômica e a teoria comportamentalista. De acordo com Baggio e Baggio (2014), os primeiros a notarem a importância do empreendedorismo foram os economistas que procuravam compreender o papel do empreendedor e o impacto da sua atuação na economia. Para os autores, os três grandes nomes da teoria econômica foram Richard Cantillon, Jean Baptiste Say e Joseph Schumpeter.

Os comportamentalistas enfatizavam que não eram apenas aspectos econômicos que influenciavam na decisão de empreender ou no sucesso do empreendedor. Estes estudaram o empreendedorismo na perspectiva de expandir a compreensão sobre a motivação e o comportamento humano (BAGGIO; BAGGIO, 2014), procurando verificar quais características são encontradas naqueles que desejam empreender ou já empreendem. Essa teoria tem como principal nome David McClelland.

McClelland (1961), em seu livro *“The Achieving Society”*, apresenta um estudo sobre as características comportamentais empreendedoras, com dados de mais de trinta países. De acordo com o autor, o sucesso dos empreendedores não é decorrente somente do desenvolvimento de habilidades e conhecimentos sobre finanças, marketing, produção, entre outros. McClelland enfatiza que os empreendedores se destacam por características relacionadas à atitude, acompanhada de criatividade e intuição (ZARPELLON, 2010).

Dada a abrangência do empreendedorismo, diversos autores concentraram esforços em achar uma definição apropriada para caracterizar o empreendedor e o produto resultante do seu trabalho. Entre estes, os economistas Cantillon, Say e Schumpeter se destacam por terem estruturado as bases para o que viria a se tornar o empreendedorismo.

Cantillon (2022), analisando o desenvolvimento e funcionamento da economia britânica ainda no início da Revolução Industrial, definiu o empreendedor por sua capacidade de assumir riscos. O autor via o empreendedorismo como uma balança que equilibrou o mercado, ao antecipar as pretensões dos consumidores. Hebert e Link (2011) apontam que Cantillon tinha uma visão do empreendedor como empresário, tecendo o empreendedor como o indivíduo que se envolve em trocas com fins lucrativos, especialmente aquele cujos negócios estão em face da incerteza.

Say (1829) lança um olhar com teor mais voltado à estrutura econômica, tal como oferta e demanda. O autor considera que o empreendedor está no centro de todo processo de

produção, mas ainda como gestor de recursos produtivos. Say (1829) menciona que a atividade empreendedora faz com que um homem se multiplique no tempo e no espaço, superando as limitações impostas pelo mercado. Ele reforça ainda que o empreendedorismo é o responsável pelas inovações, sendo o propulsor do desenvolvimento econômico, no qual o elemento principal no sucesso das empresas está na habilidade de conduta do empreendedor, para assumir riscos e inovar.

Schumpeter (1934) frisa que o empreendedor, ao agir inovando e promovendo mudanças com combinação de recursos de forma nova e original, estimula o desenvolvimento e o crescimento econômico. Em suma, o empreendedorismo relaciona-se intrinsecamente ao potencial de inovação que alguém possui. A essência desse potencial está em como o empreendedor percebe as oportunidades e se adequa às novas possibilidades do mercado. Schumpeter (1947) cita que o empreendedor e suas funções não são difíceis de conceituar, dado que sua característica principal é desenvolver novas coisas ou remodelar as que já estão feitas. O autor definiu essa ação como “Destruição Criativa”, mediante a capacidade de inovar ou reconstruir algo que se apresenta como obsoleto.

Em conformidade com os autores citados, Baggio e Baggio (2014) alertam que o empreendedorismo é o resultado da destruição de concepções que não são mais úteis, abrindo caminho para a inovação. Hisrich, Peters e Shepherd (2017) afirmam que a atividade empreendedora exerce papel extremamente importante na criação e crescimento de negócios, como também no crescimento e desenvolvimento de regiões e nações. Outrossim, McClelland (1961) evidencia que os teóricos do empreendedorismo tinham perspectivas diferentes, sobre suas particularidades. Para o autor, alguns o identificavam por ser portador de incertezas, outros por propiciar a coordenação de recursos produtivos, outros por condicionar a introdução de inovações e outros como um meio de provisão de capital.

Percebe-se que, mesmo havendo divergências na sua delimitação, a maioria dos autores concebem o empreendedorismo como elemento imprescindível para o funcionamento dos sistemas econômicos. Como destacam Fuzetti e Salazar (2007, p. 12), “embora, não haja consenso na sua exata definição, o que não pode ser negado é o poder econômico do empreendedorismo e sua contribuição ao inspirar indivíduos criativos na busca de oportunidades e disposição para assumir riscos e incertezas”. Nesse sentido, Gimenez (2017) destaca que o processo de empreender precisa ser ordenado, envolvendo articulação de recursos, competências, estratégia e inovação, itens necessários à construção de vantagem competitiva no mercado. A seguir, discutem-se as características e contextos que levam o ser humano a empreender.

### ***2.1.1 Empreendedorismo por necessidade***

A atividade empreendedora decorre da motivação humana e da necessidade de autorrealização que os indivíduos possuem (MCCLELLAND, 1961). Desse modo, indivíduos que possuem maior necessidade de realização e conquistas, geralmente, enfrentam desafios de forma mais autônoma (PERIOTTO; PICANÇO, 2017). Concomitantemente, além da realização pessoal, o empreendedorismo também é um meio de recolocar as pessoas no mercado.

Dornelas (2007) afirma que o empreendedorismo pode ser visto de duas formas, e uma delas é pela perspectiva da necessidade. Para o autor, ambientes economicamente instáveis são muito propensos ao surgimento desses tipos de atividades. Especialmente porque elas se caracterizam por surgirem em momentos de crises econômicas, nos quais os postos de trabalho são escassos e há uma maior dificuldade para uma recolocação no mercado. A partir dessa premissa, mediante a necessidade de se obter alguma renda para sobrevivência, muitas pessoas optam por abrir o próprio negócio, mesmo sem conhecimento e amparo necessário.

Vale, Corrêa e Reis (2014, p. 314) reforçam que o empreendedor por necessidade é “aquele que abre uma empresa pressionado pela ausência de alternativas de trabalho e renda.” O relatório GEM (2021) aborda uma análise dos perfis dos empreendedores brasileiros. Os dados divulgados apontaram que, em 2020, o percentual do empreendedorismo por necessidade entre os jovens empreendedores de 18 a 24 anos era de 44,4%, e para os de 25 a 34 era de 47,6%. Considerando todo quantitativo populacional empreendedor, o percentual de empreendedores iniciais (3,5 anos) que começaram o negócio por necessidade ultrapassou 50%.

Ainda de acordo com o relatório GEM (2021), empreendimentos que começam suas atividades por necessidade se caracterizam pela ausência de inovação, com baixa capacidade de agregar valor ao produto ou serviço, resultando em baixa expectativa de crescimento. Quando não há um apoio estruturado para o desenvolvimento desses empreendedores, as possibilidades de se estabelecerem no mercado são mínimas. Essa conjuntura reduz o desenvolvimento econômico, à medida que empresas nessa situação geram baixo resultado, empregos em condições precárias e contribuem menos com impostos.

Conforme Vale, Corrêa e Reis (2014) um indivíduo que é pressionado a empreender por falta de alternativas ou simplesmente para sobreviver, pode ficar mais atento, procurando uma melhor oportunidade para investir e/ou abrir seu negócio. Observa-se que, mesmo diante desse cenário ruim, nem todo empreendedor por necessidade está fadado ao fracasso.

### ***2.1.2 Empreendedorismo por oportunidade***

Em suma, a atividade central dos empreendedores é “conhecer e entender mercados, identificar oportunidades de negócios, selecionar objetivos, imaginar visões, projetar e estruturar organizações e dar vida a essas organizações” (FILION, 2000, p. 4). Discorrendo sobre quais os passos a serem seguidos para abertura de uma empresa, Hisrich, Peters e Shepherd (2014) destacam que o novo momento do mercado está delimitado por sete tendências: "verde; energia limpa; orientação orgânica; econômica; social; saúde e *web*". Essas orientações de mercado oferecem os caminhos mais seguros para se empreender, basicamente, por representarem as novas necessidades da sociedade atual.

Para Salim e Silva (2013), o empreendedorismo por oportunidade exige do empreendedor um senso de inovação e perspicácia, além de uma maior compreensão de como o mercado funciona. Os empreendedores motivados por oportunidade provocam maior impacto na economia, posto que estão mais capacitados e “desenvolvem mais negócios baseados em inovações e novas tecnologias e muitos desses negócios têm grande potencial de “crescimento sustentado” (DEGEN, 2008, p. 17).

“Considera-se empreendedor por oportunidade aquele que abre uma empresa movido pela crença na identificação de uma oportunidade de negócio” (VALE; CORRÊA; REIS, 2014, p. 314). Para os autores, empreender nessa circunstância depende da identificação de uma oportunidade no mercado, com traços que a identifique como promissora a curto, médio e longo prazo. O período mais acentuado da pandemia causada pela COVID-19 (2020-2021) mostrou a dependência brasileira dos empreendimentos caracterizados pela necessidade.

O relatório GEM (2021) mostra que o percentual de negócios no Brasil que se fundiram pela oportunidade, mesmo durante o período de pandemia, atingiu marca levemente superior a 40%, inferior ao percentual de empreendimentos criados pela necessidade (mais de 50%). O mesmo estudo aponta que o percentual do empreendedorismo por oportunidade entre os jovens empreendedores de 18 a 24 anos era de 50,9%, e, para os de 25 a 34, era de 49,2%. Esses dados despertam certa esperança na retomada do crescimento do número de negócios mais predispostos a um “crescimento sustentado”. Conforme destaca Dornelas (2007), quanto menor a expressividade dos negócios originados pela necessidade, maior será a predisposição para se alcançar um pleno desenvolvimento econômico.

### ***2.1.3 Evolução da atividade empreendedora no Brasil***

No Brasil, uma discussão mais ampla sobre o empreendedorismo pode ser considerada recente (DA SILVA; SILVA, 2019), tendo ganhado forças a partir da década de 90. O maior marco desse movimento foi a criação do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), da Sociedade Brasileira para Exportação de Software (SOFTEX) e outras organizações que tinham o propósito de disseminar ou mesmo preparar o Brasil para o novo mercado tecnológico que estava expandido no exterior (DORNELAS, 2016).

Nos dias atuais, o empreendedor recebe apoio de órgãos como SEBRAE, Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI), Financiadora de Estudos e Projetos (FINEP), Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP), Endeavor Brasil, fundações de amparo à pesquisa como Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), instituições de investimento como Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), entre outros.

Numa análise histórica do empreendedorismo no Brasil, constata-se que no ano de 2000, 1 em cada 8 adultos estava começando um novo negócio (GEM, 2000). O país apresentava amplas oportunidades para se empreender, mas não possuía “a motivação ou as habilidades necessárias para o desenvolvimento de novos negócios” (GEM, 2000, p. 26). Uma década depois, nota-se uma tendência de evolução da atividade empreendedora. As taxas de empreendimentos com até 3,5 anos de fundação alcança o patamar de 17,5% (GEM, 2010). Em contraponto, um dado preocupante levantado pelo GEM (2010, p. 142), era que “apesar das condições macroeconômicas estarem favorecendo o empreendedorismo no Brasil (notadamente ambiente mais estável, com inflação controlada e crescimento econômico),” o país ainda precisava “evoluir significativamente nas condições mais ligadas às políticas de apoio ao empreendedor (GEM, 2010, p. 142).”

No início de 2020, a pandemia provocada pela COVID-19 afetou severamente a economia brasileira (DA SILVA; DA SILVA, 2020). Esse impacto refletiu diretamente no percentual de novos empreendimentos que surgiram à medida que milhares de pessoas foram despedidas de seus empregos e/ou a renda não foi suficiente para suprir as necessidades diárias. Conforme relatório GEM (2022), os empreendimentos com até três meses de vida saltaram de cerca de 8% para mais de 10% durante o período crítico da pandemia. Enquanto isso, houve uma queda considerável no percentual de empreendimentos com até 3,5 anos; caindo cerca de 5% no mesmo período. Essa queda, como observado pelo seguinte estudo, ocorreu maior em peso entre os empreendedores iniciais “por necessidade”.

Segundo estimativas do GEM (2022), o Brasil detém a 7ª maior taxa total de

empreendedorismo na população adulta. O número de pessoas adultas de 18 a 64 anos que já tinham um negócio e/ou agiram em 2021 para ter um negócio no futuro, era de 43 milhões de pessoas; cerca de 20% da população brasileira. De acordo com o mesmo estudo, esse número tende a crescer nos próximos anos à medida que o cenário econômico pós-pandemia for melhorando.

Macul (2020), coordenador do Centro de Empreendedorismo do Insper, denota que, mesmo afetado por diversas crises nas últimas décadas, o Brasil tem se reerguido pela força do empreendedorismo. Porém, essa não é uma regra sem exceções. Um dos fatores limitantes do empreendedorismo no Brasil diz respeito ao investimento para abertura dos negócios que é bancado por reservas pessoais e/ou empréstimos de familiares. Por parte do Governo Federal, a política adotada pelo Banco de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) tem priorizado em grande parte as grandes empresas (ALANO, 2014).

No contexto brasileiro, a recuperação pós-pandemia será afetada negativamente por riscos associados à situação fiscal, incertezas do ambiente de negócios e de natureza política (VELOSO, 2020). Outro dificultador está relacionado à alta mortalidade das pequenas empresas no período pandêmico (BERNARDES; SILVA; LIMA, 2020). Mais otimista, Ratten (2020) argumenta que é possível enfrentar crises à medida que os empreendedores aderirem à inovação, assumirem riscos e possuírem conhecimento do negócio. O relatório GEM (2021, p. 135) menciona que os brasileiros possuem plenas condições de se reerguerem dessa crise, dado sua “criatividade, facilidade de gerar ideias, inovação” e “capacidades de propor soluções, de se reinventar, de superar desafios e de se adaptar”.

## **2.2 Empreendedorismo jovem**

O empreendedorismo jovem ganha mais importância no Brasil (BRASIL; BRASIL; NOGUEIRA, 2013). “A cada nova geração, pode-se ver que os jovens são cada vez mais marcados por um mundo mais dinâmico e interconectado, gerando, assim, mais habilidade para executar várias ações ao mesmo tempo” (GOMES *et al.*, 2014, p. 329). Dados do Sebrae (2022) revelam que, no segundo trimestre de 2021, o desemprego entre os jovens de 18 a 24 anos era de 29,5%, duas vezes maior que média nacional.

Como evidencia Gomes *et al.* (2014, p. 330), o empreendedorismo tem se constituído numa alternativa para inserir o jovem no mercado de trabalho. Além disso, tem se tornado “mais do que opção de ocupação e desenvolvimento profissional, mas também alternativa para inserção social e oportunidade de estímulo ao desenvolvimento

socioeconômico da sociedade”. Segundo Bulgacov *et al.* (2011), o empreendedorismo provoca o amadurecimento do jovem, à medida que realça suas habilidades, moldadas pelas experiências adquiridas durante sua vida social, acadêmica e profissional.

O relatório GEM (2021) indicou que o percentual de empreendedores iniciais de 18 a 24 anos no Brasil era de 24,3% em 2019 e, em 2020, esse número caiu para 22,9%; uma variação negativa de cerca de 6%. O percentual de empreendedores de 25 a 34 anos era 26,1% em 2019, já em 2020, subiu para 28,2%; uma variação positiva de cerca de 8%. O mesmo estudo destacou que jovens possuem grande potencial, dado que estão mais habituados com os recursos e plataformas tecnológicas digitais, o que os permitem criar empreendimentos mais inovadores. Esses números colocam o Brasil como destaque entre países latinos e países desenvolvidos, quando considerados os percentuais de jovens empreendedores.

Considerando a motivação para empreender, o relatório GEM (2021) evidenciou que, dos empreendedores iniciais de 18 a 24 anos, 50,9% empreenderam por oportunidade, enquanto 44,4% empreenderam por necessidade. Dos empreendedores de 25 a 34 anos, 49,2% empreenderam por oportunidade e 47,6% por necessidade. Ao analisar o crescimento na taxa de empreendedorismo entre os jovens, Bulgacov *et al.* (2011) alertam que esse não é um fenômeno inteiramente positivo quando se observa pela perspectiva social, econômica e cultural, posto que esses negócios estão relacionados à precarização das condições de trabalho e à flexibilização/desvalorização do trabalho.

Conforme dados do Sebrae (2021), jovens de até 24 anos representam 1,9 milhão de empreendedores (cerca de 7% dos donos de pequenos negócios no Brasil). Desse montante, 49% têm apenas nível médio, 66% ganham até um salário mínimo e 84% são informais. O mesmo estudo evidenciou que esses empreendimentos estão distribuídos de modo disforme pelo país, com cerca de 12% na região Norte, 8% no Centro-Oeste, 14% no Sul, 28% no Nordeste e 38% no Sudeste.

Cicconi (2013, p. 6) enfatiza que o empreendedorismo tem sido extremamente importante para o desenvolvimento econômico local, condicionando meios para evitar as ameaças da globalização, que “traz consigo a necessidade de se elevar o nível de competitividade das empresas e do sistema econômico como um todo”. Para o autor, a junção de empreendedorismo e inovação constitui uma alternativa sólida para que as empresas obtenham vantagens competitivas, conquistando novos mercados e impedindo a exposição vinda da concorrência que atualmente está em nível global.

Como atesta Bulgacov *et al.* (2011), isso realça a importância do fomento do empreendedorismo entre os jovens, visto que são um grupo de pessoas que tem se destacado

pela maior capacidade de introduzir ao mercado negócios cada vez mais inovadores. Essa condição é ainda mais perceptível quando esses jovens possuem um maior nível de escolaridade. Como versa o relatório GEM (2021), os empreendedores com maior nível de escolaridade estão mais aptos para explorar e reconhecer oportunidades no mercado.

Llisterri *et al.* (2006), junto ao Banco Interamericano de Desenvolvimento, frisou que são necessárias ações de apoio aos jovens que empreendem e buscam empreender no Brasil e na América Latina. Para o autor, essas ações são diferentes para aqueles que empreendem por oportunidade e por necessidade. Enquanto, para um, o foco deve ser ações para desenvolvimento das oportunidades percebidas, como criação de centros de empreendedorismo, incubadoras de empresas, ênfase em apoio especializado para obter acesso aos mercados e resolver problemas de negócios, para o outro, o foco deve ser a capacitação do jovem empreendedor, para se manter no mercado, com programas de incentivo, capacitação, assistência técnica e acesso ao crédito.

Os jovens empreendedores estão mais presentes entre os empreendimentos de alto crescimento e de empresas dinâmicas, responsáveis por grande parte dos novos empregos sustentáveis criados e por contribuírem para a diversificação da estrutura industrial e para o crescimento do setor de pequenas empresas (LLISTERRI *et al.*, 2006). Nisso, “políticas direcionadas para transformar o comportamento empreendedor em ação empreendedora devem voltar-se para o aprendizado, como uma questão de engajamento e de oportunidade para o jovem” (BULGACOV *et al.*, 2011, p. 716).

### **2.3 Educação empreendedora**

A educação empreendedora tem como papel fundamental a formação de indivíduos conscientes, líderes, inovadores e orientados por princípios e convicções compartilhados coletivamente (MACCALI; PIMENTEL, 2017). De acordo com Donato (2011, p. 31), “o empreendedor deixa de dedicar-se somente aos seus objetivos pessoais para envolver-se com interesses de uma coletividade, atividades e decisões diferenciadas; portanto, exige-se dele preparo intelectual e esforço constante de atualização”. Sendo assim, a educação empreendedora tem como intuito fornecer ao discente uma preparação, como também uma visão de como funciona o mundo dos negócios, situando-o diante das oportunidades e dificuldades que o cercam.

Conforme apontam Maccali e Pimentel (2017), a educação empreendedora vai além do ensino de procedimentos e/ou instrumentos de gestão, o foco está na formação da pessoa,

tanto quanto no empreendedor. Na visão dos autores, a aptidão para empreender não é encontrada apenas em donos de empresas. Nisso, a educação empreendedora atua evidenciando comportamentos e potencializando habilidades necessárias à concepção e gerenciamento de novos negócios. Sarkar (2010) relata que é necessário criar uma promoção de cultura de empreendedorismo através da educação. Para o autor, essa promoção de cultura, voltada para atividade empreendedora, deve ter uma rede de interação tripla, universidade-indústria-governo; sendo essa a chave para a inovação em uma sociedade que esteja atrelada ao conhecimento.

Gomes *et al.* (2014, p. 330) citam que as dificuldades enfrentadas pelos jovens decorrem do fato de privilegiarem “a formação em detrimento do conhecimento prático, encontrando dificuldades para ter sucesso como empreendedores.” Para Meira (2013), o governo brasileiro precisa investir em educação, preparando o jovem para a nova realidade que o cerca, especialmente para as mudanças sociais e tecnológicas. Lopes (2010) reforça que o ensino do empreendedorismo nas unidades educacionais brasileiras era muito restrito; sem muitas perspectivas para crescimento. O autor cita que a educação empreendedora deve iniciar-se no ensino fundamental, objetivando desenvolver criatividade, iniciativa e independência que contribuam para o desenvolvimento da atitude empreendedora.

Martins, Veiga e Cortez (2020) asseguram que a base de sucesso para o empreendedorismo jovem está na condição de “articular teoria e prática” em busca de evidências que otimizem condições de saúde, educação e desenvolvimento pessoal para que a juventude possa ascender socialmente ao propor o próprio negócio. Como relatam Bezerra *et al.* (2014, p. 6), ações como as mencionadas pelos autores acima:

Permitem tornar o empreendedorismo uma prática comum à sociedade desde sua base educativa, assim como ocorre com as demais profissões, dando, portanto, maior prestígio à prática empreendedora, e auxiliando na formação de possíveis futuros empreendedores, os quais desde cedo terão subsídio social e conhecimento acerca do que significa a atividade empreendedora, bem como quais os desafios a serem enfrentados na atuação no mercado.

Nesse sentido, a educação empreendedora deve ter como finalidade, exclusivamente, inserir o indivíduo no mercado e considerar suas aptidões para capacitá-lo para atuar nesse ambiente.

## **2.4 Características empreendedoras**

Filion (2000) pretexta que o empreendedorismo proporciona a exteriorização da visão de mundo dos indivíduos empreendedores, como aqueles que imaginam visões sobre o que desejam alcançar. Na perspectiva do autor, a necessidade de realização, seguida de um comportamento empreendedor racional, explica por que alguns indivíduos percebem e exploram determinadas oportunidades no mercado.

Dolabela (2006) argumenta que empreender está relacionado com a paixão, sendo isso o que externa as potencialidades empreendedoras e libera características empreendedoras como a persistência, o conhecimento do ambiente do sonho, a criatividade, o protagonismo, a liderança, a autoestima, a crença em si mesmo, a crença em que seus atos podem gerar consequências. O Sebrae (2018, p. 3) sintetiza que o “empreendedor é aquele que identifica uma oportunidade e cria um negócio para aproveitá-la, assumindo riscos que qualquer atividade empresarial oferece.”

McClelland (1961), grande defensor de que a necessidade de realização molda as ações dos indivíduos, dita que o comportamento empreendedor envolve assumir riscos, ser enérgico e/ou aprendizagem constante, possuir responsabilidade individual, conhecimento dos resultados das ações, ter planejamento de longo prazo e habilidades organizacionais. As características observadas nos jovens determinados a empreender são “capacidade analítica; impulsividade controlada; visão de mercado; consciência de trabalho puxado; vontade de aprender; eficiência e padrão elevado de qualidade; saber quando pedir ajuda; consegue manter as metas em mente” (SEBRAE, 2018, p. 12-13).

Filion (2000) discorre sobre as características empreendedoras encontradas em empregados, donos de negócios e empreendedores diversos. Nisso, o autor traça as características percebidas em empreendedores bem-sucedidos. Sendo elas:

Valores e cultura de empreendedorismo adquiridos por meio de contato com, pelo menos, um modelo empreendedor durante a sua juventude; Experiência em negócios; Diferenciação; Intuição; Envolvimento; Trabalhadores incansáveis; Sonhadores realistas (visionários); Líderes; Trabalham em rede com moderação; Tem o seu próprio sistema de relações com os empregados; Controladores do comportamento das pessoas ao seu redor; Aprendizagem dos seus próprios padrões (FILION, 2000, p. 3).

Dornelas (2008) elucida que a criação de um empreendimento de sucesso, requer do empreendedor noção de gestão e qualidades pessoais, acompanhadas de uma série de características que permitam compreender o funcionamento do mercado e suas especificidades econômicas, políticas, sociais, entre outras. Para o autor, os empreendedores de sucesso possuem as seguintes características:

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 (networking); são organizados; planejam, planejam, planejam; possuem conhecimento; assumem riscos calculados; criam valor para a sociedade (DORNELAS, 2001, p. 31-32-33).

Filion (2000) afirma que as características empreendedoras mudam de acordo com as atividades realizadas, o contexto e o desenvolvimento da empresa. Na visão do autor, essas características são parte de um processo de aprendizagem e de ambientação. Além dos traços ou características empreendedoras, hoje também se dá muita atenção às razões que levam alguns empreendedores ao sucesso e outros ao fracasso (TOLEDO, *et al.*, 2011).

Muitos pesquisadores argumentam que o comportamento empreendedor é parcialmente ou totalmente aprendido (MSI, 1990). Mischel (1973) reforça que o comportamento empreendedor é uma consequência da aprendizagem social cognitiva, decorrente das experiências vividas por cada indivíduo. Nessa linha de raciocínio, McClelland (1972) procurou averiguar como a necessidade de realização estava relacionada com o desenvolvimento econômico de algumas sociedades. Objetivamente, em seus estudos, McClelland visou identificar o que os empreendedores de sucesso fazem e como eles pensam, como base para detectar e fortalecer as competências empreendedoras pessoais (MSI, 1990).

Aprimorando seus estudos, nos anos 80 e 90, McClelland, junto à Universidade de Harvard, recebeu da UNCTAD (Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento) a tarefa de identificar as competências empreendedoras pessoais ou comportamentos associados ao empreendedorismo nos países em desenvolvimento (MSI, 1990). Neste projeto, foi desenvolvida a metodologia do programa EMPRETEC (fornecendo um barema de avaliação do potencial empreendedor) (CHING; KITAHARA, 2015).

Confirmando as teses de McClelland, nesses estudos foram identificadas certas competências ou traços que tinham correlação com o empreendedorismo de sucesso (MSI, 1990). Foram elencadas dez Características Comportamentais Empreendedoras (CCE's). Sendo:

Quadro 1 - Características Comportamentais Empreendedoras (CCE's)

<b>Realização</b>	<b>Planejamento</b>	<b>Poder</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Busca de Oportunidades e Iniciativa</li> <li>• Comprometimento</li> <li>• Persistência</li> <li>• Correr riscos calculados</li> <li>• Exigência de qualidade e eficiência</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estabelecimento de Metas</li> <li>• Planejamento e Monitoramento Sistemáticos</li> <li>• Busca de Informações</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Independência e Autoconfiança</li> <li>• Persuasão e Redes de Contatos</li> </ul>

Fonte: Adaptado de MSI, 1990.

Não havendo as características supracitadas, os estudos de McClelland e seus colaboradores sugerem que a necessidade de realização, resolução criativa de problemas, *locus* interno de controle, estabelecimento de metas e escaneamento de oportunidades estão entre o conjunto de características empreendedoras comuns a todos os empreendedores de sucesso (MSI, 1990). Consonantemente, como destaca Sebrae (2022), as características empreendedoras podem ser desenvolvidas por meio do estudo das características comportamentais empreendedoras e pela vivência de atividades associadas ao comportamento de um empreendedor de sucesso.

### 3 METODOLOGIA

A metodologia permite a consecução dos objetivos de uma pesquisa à medida que fornece subsídio ao seu desenvolvimento, análise e execução. Nessa orientação, este tópico visa explicar a metodologia que será utilizada na coleta e no tratamento dos dados, definição da amostra e os instrumentos de pesquisa, a fim de permitir a identificação das Características Comportamentais Empreendedoras (CCE's) presentes em jovens discentes de um curso de Administração.

A fim de atingir os objetivos deste trabalho, foi realizada uma abordagem quantitativa. A pesquisa quantitativa se propõe a explicar a relação existente entre as variáveis que estão sendo testadas (CRESWELL, 2007). Este tipo de pesquisa, diferentemente do método qualitativo, “apresenta dados analisados por técnicas estatísticas, trazendo-os a uma estrutura rígida e fixa na elaboração de uma pesquisa, validando o conhecimento científico por meio de resultados alcançados através de métodos e da teoria que irão embasar futuras discussões sobre o tema” (RODRIGUES; OLIVEIRA; SANTOS, 2021, p. 172).

Essa é uma pesquisa de natureza básica, cujos objetivos são apenas produzir novos conhecimentos, elementares à evolução da ciência; portanto, sem aplicação prática prevista. Em relação aos objetivos, é descritiva. Uma pesquisa caracterizada como descritiva tem como finalidade principal descrever um fenômeno, destacando suas características e funções. “As pesquisas deste tipo têm como objetivo principal a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis” (GIL, 2008, p. 28).

Quanto aos procedimentos, utilizou-se a pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo. A pesquisa bibliográfica se caracteriza por ser uma revisão dos “principais trabalhos já realizados, revestidos de importância, por serem capazes de fornecer dados atuais e relevantes relacionados com o tema” (MARCONI; LAKATOS, 2003, p. 158). A revisão da literatura foi usada na fundamentação teórica do estudo e na enumeração das Características Comportamentais Empreendedoras (CCE’s). A pesquisa de campo se caracteriza por sua utilização na coleta de informações sobre o problema em estudo (MARCONI; LAKATOS, 2003) e seu objetivo é compreender os mais diversos traços de uma determinada realidade (FONTELLES, 2009); nessa técnica, a coleta de dados pode ser por meio de entrevistas, questionários, formulários, entre outros (CARNEVALLI, 2001).

Para realização da pesquisa, selecionou-se uma população composta por estudantes matriculados no curso de Administração do IFMG – *Campus* São João Evangelista. A escolha da instituição e do curso decorreu da acessibilidade, na medida em que os autores desta pesquisa são do curso de Administração. A amostra original do universo em estudo é de 68 estudantes que ingressaram no período de 2018 a 2022. Desse modo, o universo da pesquisa é formado pelas cinco turmas que compõem o curso de Administração.

Para coleta dos dados, utilizou-se um questionário<sup>1</sup>, montado no Google Forms®. Gil (2008, p. 140) descreve um questionário como a “técnica de investigação composta por um conjunto de questões que são submetidas a pessoas com o propósito de obter informações”. De acordo com Marconi e Lakatos (2003), o objetivo de um questionário é obter dados precisos e, explicitamente, preenchidos pelos questionados.

O questionário continha seis partes e foi montado com perguntas fechadas de múltipla escolha e escalonadas. A primeira parte buscou perfilar os respondentes. A segunda, terceira e quarta partes contemplavam questões relacionadas às Características Comportamentais Empreendedoras (CCE’s) de McClelland. A quinta parte buscou avaliar o perfil empreendedor dos respondentes. A sexta, e última parte, procurou destacar a contribuição

---

<sup>1</sup> O modelo de questionário utilizado consta como apêndice no final do trabalho.

da faculdade para o desenvolvimento empreendedor dos discentes.

Os grupos de perguntas foram dispostos desta forma:

Quadro 2 - Relação das partes do questionário

<b>Primeira parte – Perfil dos respondentes</b>
Buscou perfilar os respondentes em termos de sexo, idade, semestre, se vem de família empreendedora, se possui vontade de empreender após entrar no curso, entre outros, limitando a participação a pessoas com idade inferior ou igual a 29 anos (limite da idade do jovem, conforme define Estatuto da Juventude).
<b>Segunda parte – Conjunto de questões sobre Realização</b>
Envolveu questões sobre as características empreendedoras associadas às aspirações pessoais e profissionais, assimilação ao risco e quais fatores seriam analisados ao abrir um negócio.
<b>Terceira parte - Conjunto de questões sobre Planejamento</b>
Envolveu questões sobre as características empreendedoras associadas à capacidade de organização, planejamento, estabelecimento de objetivos estruturados e visualização do ambiente adequado à abertura de um negócio (As questões propostas foram avaliadas em Extremamente Desnecessário, Pouco Necessário, Necessário, Muito Necessário ou Extremamente Necessário).
<b>Quarta parte - Conjunto de questões sobre Poder</b>
Envolveu questões sobre as características empreendedoras associadas à persistência, capacidade de persuasão e relacionamento interpessoal (As questões propostas foram avaliadas em Extremamente Desnecessário, Pouco Necessário, Necessário, Muito Necessário ou Extremamente Necessário).
<b>Quinta parte – Avaliação do perfil empreendedor</b>
Abrangeu questões que buscou avaliar o perfil empreendedor dos respondentes, considerando a disposição para empreender e as competências necessárias à abertura e continuação de um negócio (As questões propostas foram avaliadas em Discordo Fortemente, Discordo, Neutro, Concordo ou Concordo Fortemente).
<b>Sexta parte - contribuição da faculdade para o desenvolvimento empreendedor</b>
Abrangeu questões que procurou destacar a percepção dos respondentes sobre a contribuição da faculdade para o desenvolvimento empreendedor dos discentes e quais as metodologias utilizadas mais eficientes (As questões propostas foram avaliadas em Contribuição Muito Baixa, Contribuição Baixa, Contribui, Contribuição Alta ou Contribuição Muito Alta).

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022.

Aplicou-se a pesquisa de campo da seguinte forma: no dia 04/10/2022 e no dia 06/10/2022, os alunos foram reunidos em suas respectivas salas, receberam informações sobre os objetivos do estudo e as principais partes da pesquisa. Posteriormente, após os

agradecimentos pela colaboração, cada participante respondeu o questionário individualmente. Os demais estudantes do curso, que não estavam na ocasião, foram comunicados e convidados por *E-mail* e *WhatsApp*® a participarem da pesquisa, respondendo o questionário por meio do *link* enviado.

Essa é a relação dos respondentes da pesquisa em ambas as situações:

Tabela 1 - Relação de respondentes da pesquisa

<b>Respondentes da pesquisa</b>	
Nas salas de aulas da Instituição	- 58 respondentes
Respondentes por meio do <i>link</i> enviado por <i>E-mail</i> e <i>Whatsapp</i> ®	- 19 respondentes

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022.

Destes respondentes, 9 foram eliminados por não passarem nas perguntas de controle, que visavam atestar se o respondente estava atento ao desenvolvimento da pesquisa. Nisso, restaram 68, que comporão o grupo de estudo desta pesquisa.

Os dados colhidos pelo questionário serão tratados usando o *Google Planilhas*®, *Excel*®, *SPSS (Statistical Package for the Social Science)* e *RStudio*. Essa análise será quantitativa, usando testes estatísticos descritivos, por meio dos gráficos gerados.

A pesquisa está amparada nos estudos conduzidos por Vieira e Marques (2019), Nascimento (2015) e Sieger *et al.* (2021), reconhecidos pela validação científica de seus trabalhos e por estarem direcionados aos objetivos propostos de identificar as características empreendedoras apresentadas em jovens discentes.

## **4 RESULTADOS E DISCUSSÕES**

### **4.1 O IFMG - Campus São João Evangelista e o Curso de Administração**

O Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Minas Gerais (IFMG) é uma Instituição da Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica, criada pela Lei nº 11.892, de 29 de dezembro de 2008. O IFMG foi instituído por meio da integração dos Centros Federais de Educação Tecnológica de Ouro Preto, Bambuí, Escola Agrotécnica Federal de São João Evangelista e duas Unidades de Educação Descentralizadas de Formiga e Congonhas. Por intermédio da lei referenciada, essas instituições passaram à condição de

*campus* da nova instituição. Na atualidade, o IFMG é formado por 18 *campi*, localizados em regiões estratégicas do Estado de Minas Gerais e submetidos a uma reitoria, sediada em Belo Horizonte (IFMG, 2022).

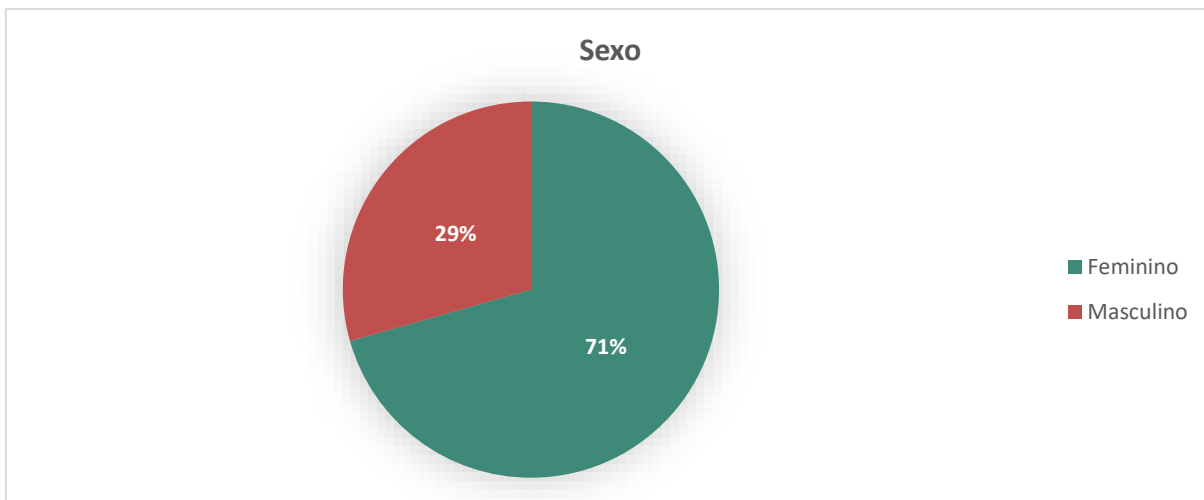
Ainda, por força da lei supracitada acima, que criou os Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia, a então Escola Agrotécnica Federal de São João Evangelista - MG foi transformada em Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Minas Gerais - *Campus* São João Evangelista (IFMG-SJE). O IFMG-SJE, em funcionamento há mais de 70 anos, oferta cursos de nível médio e superior. De nível médio, são ofertados os cursos: Técnico subsequente em Agrimensura; Técnico em Agropecuária; Técnico em Informática e Técnico em Nutrição e Dietética. Em relação ao nível superior, são ofertados os cursos de bacharelado em Administração, Agronomia, Engenharia Florestal, Sistemas de Informação, os cursos de licenciatura em Matemática e Ciências Biológicas e pós-graduação *Lato Sensu* em Meio Ambiente, Ensino e Tecnologias Educacionais (CAMPUS, 2020) e em Gestão, criado pela parceria entre os *campi* de Bambuí e São João Evangelista (IFMG, 2021).

O curso de bacharelado em Administração foi instituído no IFMG-SJE, em 2018, para atender demandas da região por profissionais qualificados nas diversas áreas de administração (IFMG, 2022). Atualmente, o curso conta com quatro turmas, dispostas no segundo, quarto, sexto e oitavo período, além de alguns remanescentes da turma de 2018.

#### **4.2 Perfil dos respondentes**

Nesta parte do trabalho, apresentam-se as análises e discussões dos resultados obtidos após a aplicação do questionário aos discentes do IFMG - *Campus* São João Evangelista. Inicialmente foi traçado o perfil dos respondentes. Como mostra o gráfico 1, mais de 71% dos respondentes se identificam como sendo do sexo feminino e apenas 29% como sendo do sexo masculino.

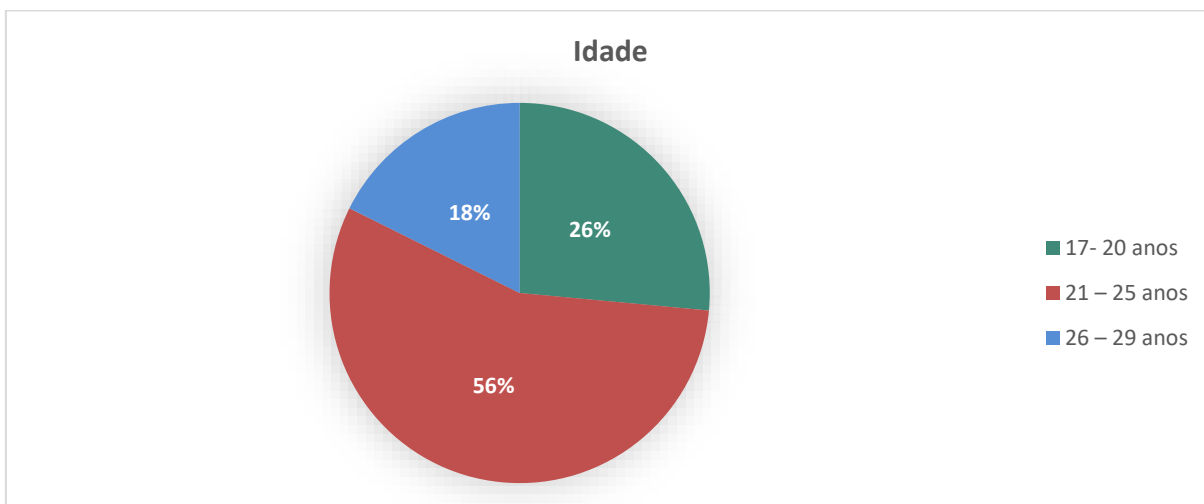
Gráfico 1 - Gênero dos respondentes



Fonte: Elaborado pelos autores, 2022.

A idade dos respondentes, neste estudo, varia dos 17 aos 29 anos. Conforme o gráfico 2, os participantes da pesquisa de 17 a 20 anos correspondem a 26%, os de 21 a 25 anos a 56% e os de 26 a 29 anos a 18%.

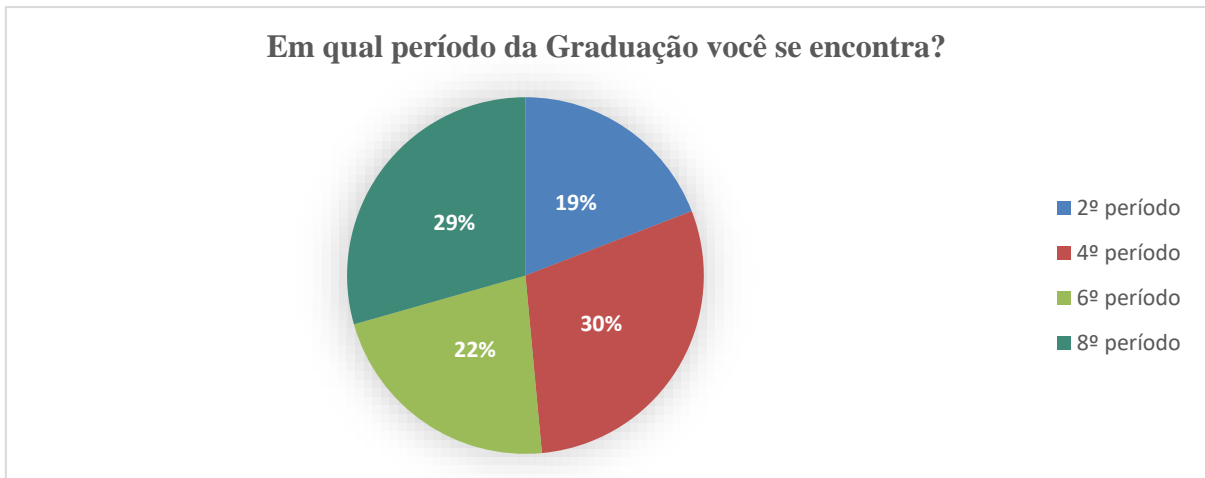
Gráfico 2 - Idade dos respondentes



Fonte: Elaborado pelos autores, 2022.

Em relação ao período em que se encontram no curso de administração, 19% indicaram estar no segundo período, 30% no quarto, 22% no sexto e 29% no oitavo, como mostra gráfico 3.

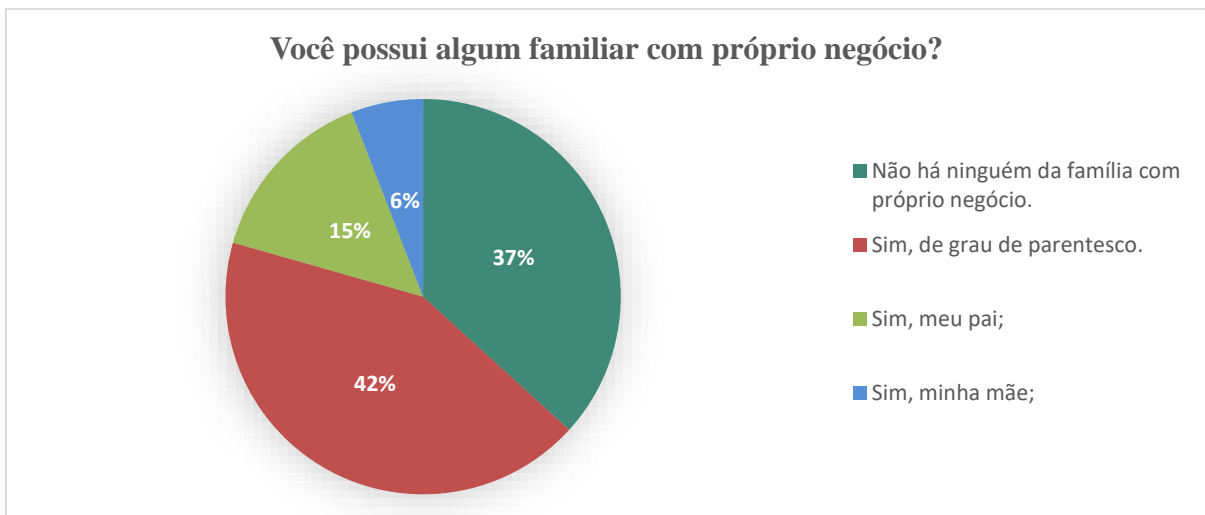
Gráfico 3 - Período dos respondentes



Fonte: Elaborado pelos autores, 2022.

Considerando os dados do gráfico 4, nota-se que a maior parte dos respondentes possui algum parente com negócio próprio (42%). Esse mesmo gráfico evidencia que, somando os discentes com algum familiar ou parente com negócio próprio, esse percentual ultrapassa 60%, indicando que os alunos já vêm com certa influência quanto às atividades empreendedoras.

Gráfico 4 - Familiar com negócio próprio



Fonte: Elaborado pelos autores, 2022.

Ainda, segundo o gráfico 4, 37% dos respondentes não possuem nenhum familiar ou parente com negócio próprio. Esse é um dado que, como observa Dolabela (1999), diminui o potencial empreendedor do indivíduo, à medida que a vivência empreendedora contribui significativamente para o desenvolvimento de aptidões empreendedoras.

Gráfico 5 - Sonho em empreender



Fonte: Elaborado pelos autores, 2022.

De acordo com o gráfico 5, mais de 60% dos respondentes anseiam empreender após a formação no curso de Administração. Esse dado mostra que a educação universitária influencia as atitudes e aspirações, estimulando os jovens a se tornarem empreendedores (CANEVER *et al.*, 2013). Como atesta estudo realizado por Canever *et al.* (2013), à medida que as pessoas concluem a graduação, acreditam estar mais preparadas para abrir o próprio negócio, principalmente os graduandos em administração.

Destes que desejam empreender, analisando pelo gênero, 90% dos estudantes do sexo masculino indicaram desejo de empreender após a formação; já com os do sexo feminino, esse percentual foi de 58%. Analisando pela idade, os percentuais mais acentuados estão entre os jovens de 26 a 29 anos, com taxa de 75%. Em relação ao período em curso, há uma paridade no interesse em empreender nos discentes do segundo, quarto e sexto período, com média de 70%; nos alunos do oitavo período, percebe-se uma redução no desejo em empreender após a formação em comparação aos demais discentes, dos quais apenas 60% indicaram sonhar em empreender após formar no curso de administração.

### 4.3 Características dos alunos com potencial empreendedor

A segunda, terceira e quarta partes do questionário foram compostas por questões que visavam identificar as características dos respondentes com potencial empreendedor. Conforme o que foi destacado no referencial teórico, os empreendedores apresentam algumas características que os diferenciam das pessoas comuns, como: assumir riscos, ser enérgico e/ou

busca por aprendizagem constante, possuem responsabilidade individual, conhecem os resultados das ações, têm planejamento de longo prazo e habilidades organizacionais (MCCLELLAND, 1961).

As Características Comportamentais Empreendedoras de Realização serão analisadas pela aspiração profissional, motivação para empreender, assimilação ao risco e os fatores que os respondentes indicaram que analisariam caso emprendessem. As Características Comportamentais Empreendedoras de Planejamento e Poder serão analisadas a partir das avaliações e percepções dos discentes diante de questões que elencam as características com potencial empreendedor.

As Características Comportamentais Empreendedoras e as respectivas questões associadas, constam na tabela abaixo:

Quadro 3 - Compilado das Características Comportamentais Empreendedoras

<b>Conjunto das Características Empreendedoras</b>	<b>Características Comportamentais Empreendedoras</b>	<b>Questões</b>
<b>Realização</b>	Busca de Oportunidades e Iniciativa	y1, y2, y4
	Correr riscos calculados	y3
	Persistência	-
	Comprometimento	-
	Exigência de qualidade e eficiência	-
<b>Planejamento</b>	Planejamento e Monitoramento Sistemáticos	y1, y3
	Estabelecimento de Metas	y4, y5
	Busca de Informações	y2, y6
<b>Poder</b>	Independência e Autoconfiança	y1, y2
	Persuasão e Redes de Contatos	y3, y4, y5

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022.

#### ***4.3.1 Características Comportamentais Empreendedoras de Realização***

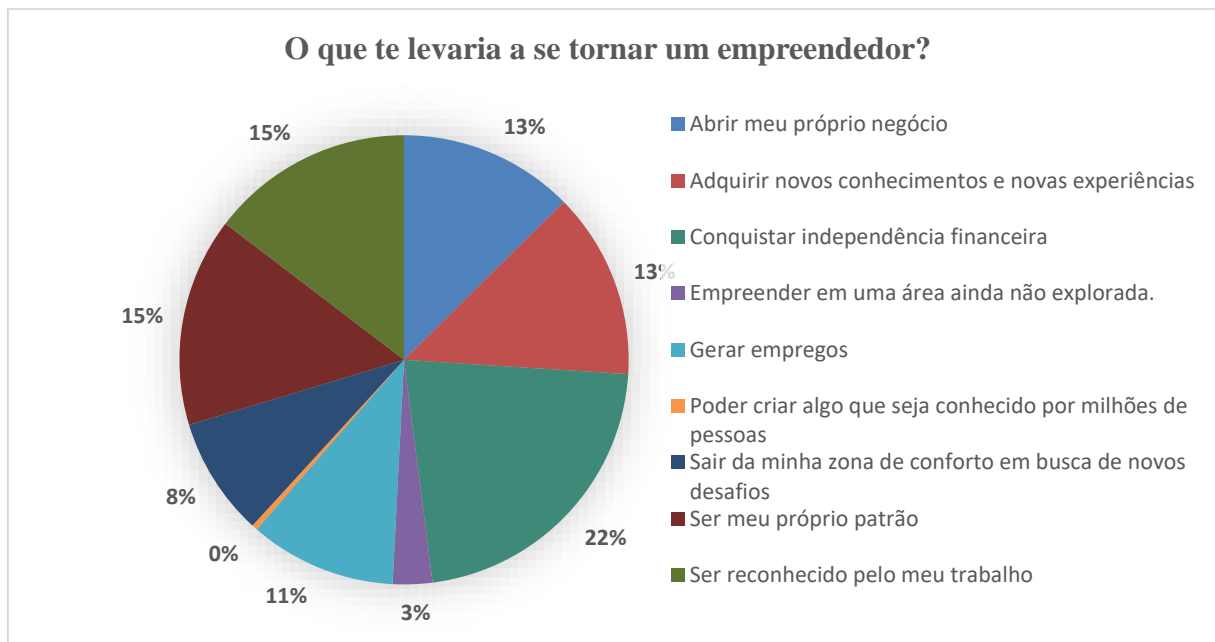
O gráfico 6 apresenta as motivações dos discentes para empreender, ou seja, o que os levariam a se tornarem empreendedores. Nota-se que as motivações para empreender estão bem fracionadas. Dos respondentes, 22% indicaram que empreenderiam em busca da independência financeira. As outras motivações em destaque foram: ser reconhecido pelo meu trabalho (15%); ser meu próprio patrão (15%); abrir meu próprio negócio (13%) e adquirir novos conhecimentos e novas experiências, igualmente com 13%.

Realizando um somatório, concebe-se que 65% dos respondentes indicaram

propensão para empreender motivados pela necessidade, seja em busca da independência financeira, reconhecimento, autonomia profissional ou pelo sonho de ter o próprio negócio. Esse percentual de estudantes dispostos a empreender por necessidade é superior à taxa de empreendedorismo por necessidade no Brasil. Como atesta GEM (2021), apenas 49,6% dos empreendimentos de até 3 meses abertos foram motivados pela necessidade. Mas, conforme revelam Vieira e Marques (2019), esses dados indicam uma propensão dos graduandos do curso de Administração em seguir a carreira empreendedora, ainda que empreendendo por necessidade.

De acordo com o mesmo gráfico, 8% dos alunos consideram empreender para sair da zona de conforto em busca de novos desafios e 3% ponderam empreender em uma área não explorada. Ainda, 11% manifestaram que empreenderiam para gerar empregos para outras pessoas. Segundo Rodrigues (2002), os fatores considerados para empreender situam em três grandes motivações, sendo: busca por autonomia, realização e *status*-poder. Essas motivações são percebidas, no gráfico abaixo, pela distribuição bastante uniforme dos fatores considerados pelos acadêmicos de administração.

Gráfico 6 - Motivação para empreender



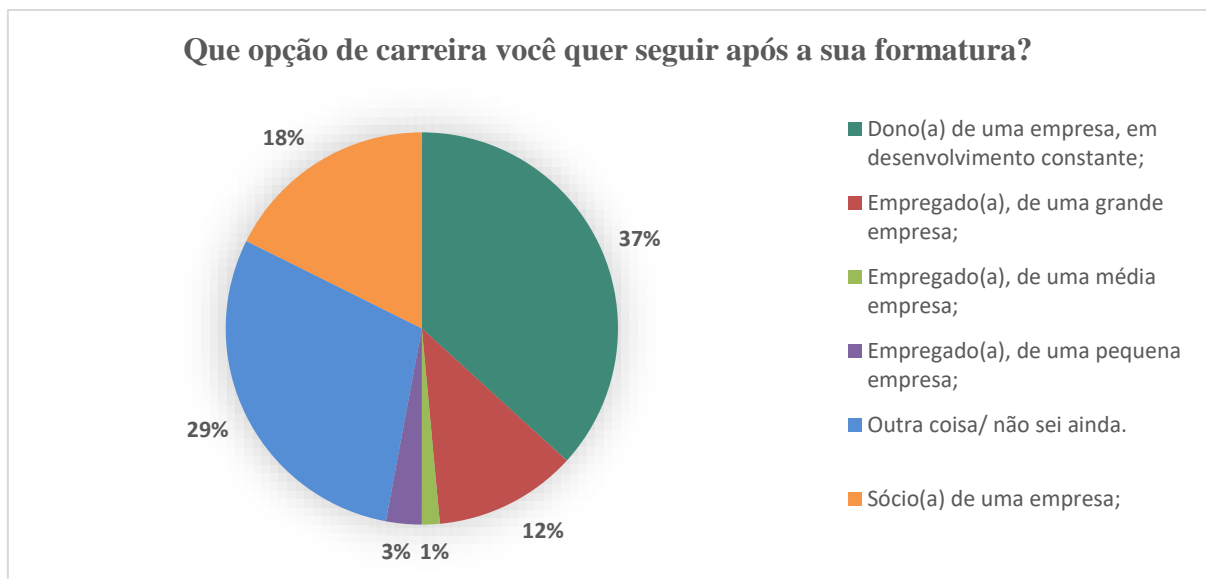
Fonte: Elaborado pelos autores, 2022.

Considerando a aspiração profissional dos estudantes após formar no curso de Administração (Gráfico 7), 37% disseram ser dono de uma empresa em desenvolvimento constante, 29% indicaram não saber ainda. Do restante, 18% manifestaram interesse de ser

sócio de uma empresa, 12% ser empregado de uma grande empresa e 4% ser empregado de uma empresa pequena ou média.

Em relação à idade dos estudantes, a maior variação ocorreu entre os de 17 a 20 anos, dos quais 33% disseram não saber o que fazer após a formatura e 41% dos graduandos de 26 a 29 anos revelaram o interesse de serem donos de uma empresa em desenvolvimento constante. Quanto ao gênero, 70% dos discentes do sexo masculino demonstraram o desejo de serem donos de uma empresa em desenvolvimento constante. Por outro lado, 37% dos discentes do sexo feminino expressaram não saber ainda. Por fim, considerando o período da graduação, estes foram os percentuais em destaque: 38% dos alunos do segundo período não sabem ainda, 45% do quarto e sexto período externaram interesse em serem donos de uma empresa em desenvolvimento constante e o maior percentual dos estudantes do último período, 35%, declararam não saber qual opção de carreira vão seguir após se formarem no curso de Administração.

Gráfico 7 - Aspiração profissional

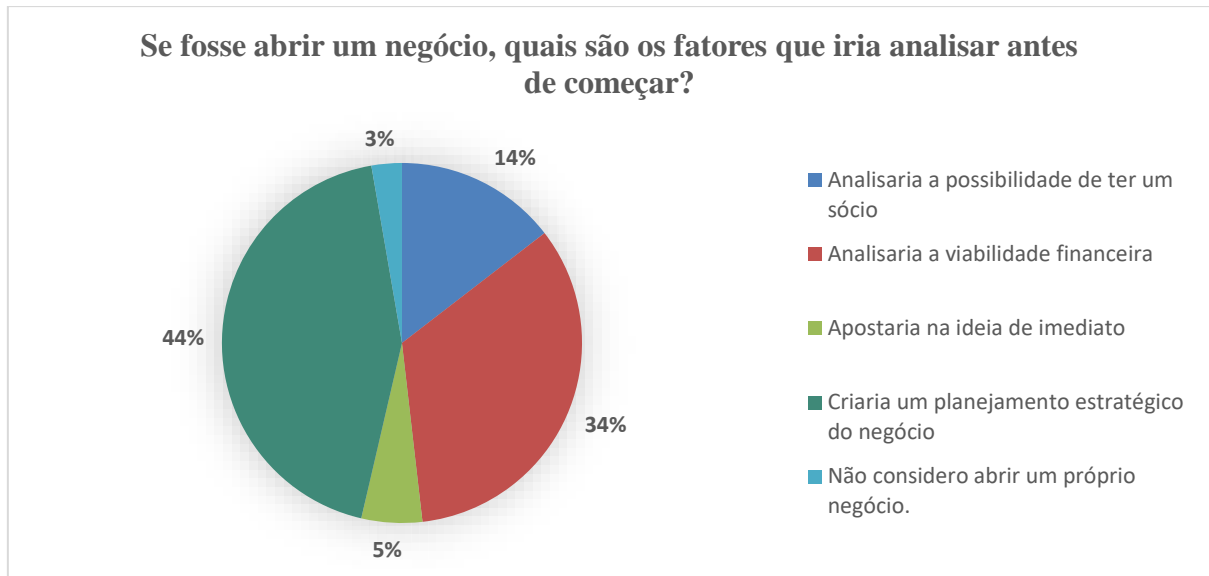


Fonte: Elaborado pelos autores, 2022.

Constata-se, por meio do gráfico 8, o que os estudantes de administração consideram como fator crítico na abertura de um negócio: 44% destacaram a criação de planejamento estratégico, 34% evidenciaram a realização de uma análise financeira e 14% disseram ser a verificação da possibilidade de ter um sócio. Vieira e Marques (2019), que realizaram um estudo semelhante, salientam que estes resultados indicam a percepção dos acadêmicos quanto à importância de se planejar e analisar a viabilidade de abertura de novos

negócios, bem como evidencia a percepção dos estudantes quanto à contribuição que a formação de sociedades tem no ambiente empresarial. E, considerando as variáveis idade, gênero e período em curso, não foi percebida nenhuma disformidade entre os fatores críticos listados acima.

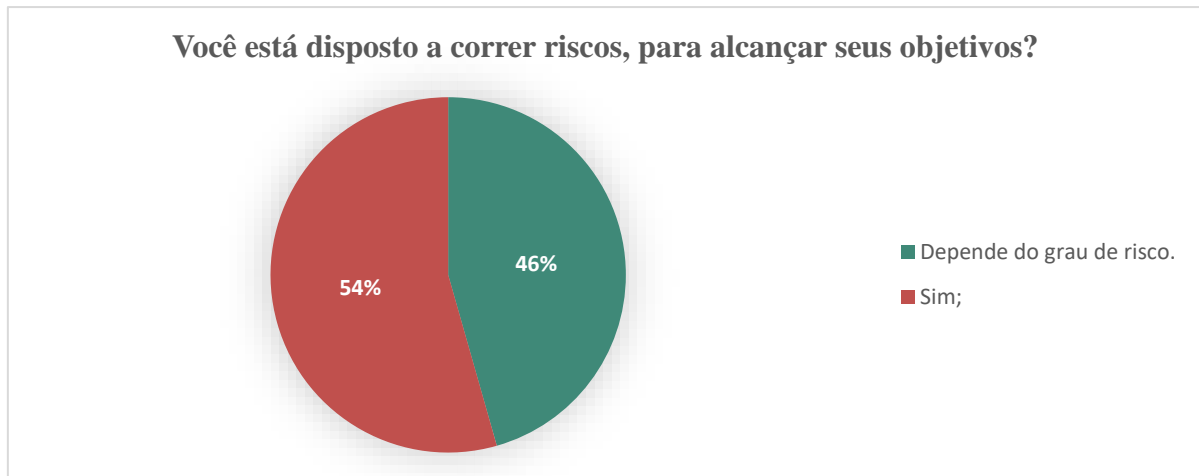
Gráfico 8 - Fatores considerados para abrir um negócio



Fonte: Elaborado pelos autores, 2022.

A disposição dos discentes para assumir riscos para alcançar seus objetivos consta no gráfico 9. Verifica-se, através do seguinte gráfico, que 54% dos alunos de Administração indicaram estarem dispostos a assumirem riscos, independente do grau, para alcançarem seus objetivos. Nenhum estudante manifestou não estar disposto a assumir riscos, uma vez que 46% destacaram avaliar o grau dos riscos a serem enfrentados.

Gráfico 9 - Disposição para assumir riscos



Fonte: Elaborado pelos autores, 2022.

A tabela 2 mostra que os estudantes mais velhos (26 a 29 anos) possuem a característica “Correr riscos calculados” mais aguçada, visto que 58% declararam avaliar o grau do risco a ser assumido. Da mesma forma, isso foi percebido entre os discentes do sexo feminino e entre aqueles que estão nos períodos mais avançados da graduação. Como declara MSI (1990), essas pessoas têm preferência por situações que envolvam um desafio ou risco moderado, calculam deliberadamente os riscos e tomam medidas para reduzi-los ou controlar os resultados.

Tabela 2 - Disposição para assumir riscos

Avaliam grau do risco					
Idade	Percentual	Gênero	Percentual	Período	Percentual
17 - 20 anos	44%	Masculino	35%	Segundo	38%
21 - 25 anos	42%	Feminino	50%	Quarto	35%
26 - 29 anos	58%			Sexto	60%
				Oitavo	50%

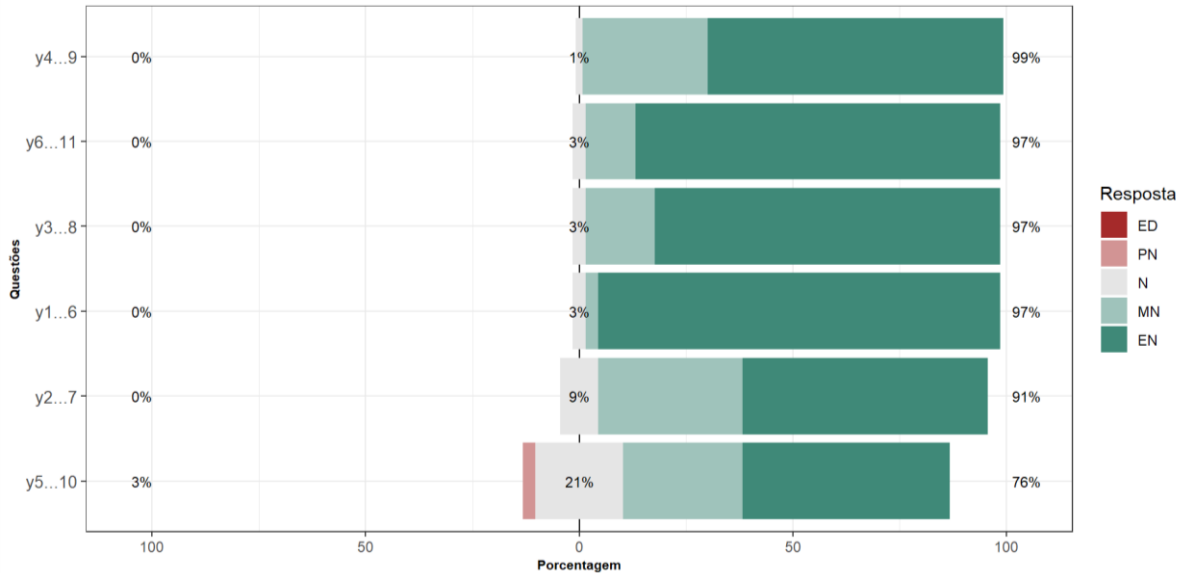
Fonte: Elaborado pelos autores, 2022.

#### ***4.3.2 Características Comportamentais Empreendedoras de Planejamento***

A seguir constam as avaliações que os respondentes realizaram de questões que elencavam características empreendedoras. Em geral, conforme destaca a gráfico 10, os discentes apresentam características comportamentais empreendedoras de planejamento. Analisando o parecer dos respondentes, notam-se, mais evidentes, as características de planejamento e monitoramento sistemáticos (y1 e y3). Há, por parte destes, alta capacidade de

planejar tarefas com prazos definidos, bem como revisá-las considerando os resultados obtidos e as mudanças enfrentadas, mantendo um controle por meio de registros para tomada de decisões (MSI, 1990).

Gráfico 10 - Questões (CCE's de Planejamento)



Fonte: Elaborado pelos autores, 2022.

Ainda de acordo com mesmo gráfico, os respondentes apresentam menor assimilação das características de estabelecimento de metas (y4 e y5), com média de 87,5%; indicando menor capacidade de estabelecer objetivos e metas desafiantes, com prazos definidos e mensuráveis (MSI, 1990). É saliente destacar, também, as características de busca de informações percebidas, sejam relacionadas a clientes, fornecedores ou concorrentes com potencial de viabilizar a abertura de um negócio. Os dados indicam, ainda, que os estudantes apresentam características mais inclinadas à busca de informações financeiras (y6 - 97%) do que de assistência técnica para empreender (y2 - 91%).

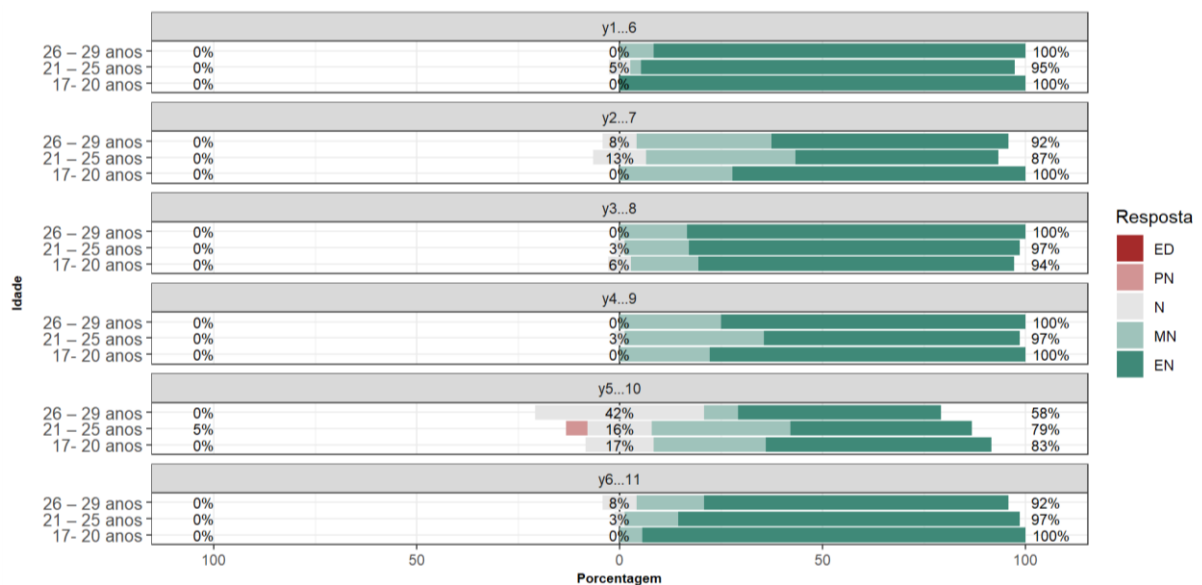
Tabela 3 - Estatísticas das CCE's de Planejamento

Estatísticas - Planejamento							
		Realizar uma pesquisa de mercado, analisando clientes, fornecedores e concorrentes;	Buscar assistência técnica junto a especialistas;	Ter visão clara e específica do desempenho do negócio no curto, médio e longo prazo;	Estabelecer objetivos de curto, médio e longo prazo mensuráveis;	Identificação de metas realizadoras e que possuam significados pessoais;	Analisar a viabilidade financeira.
N	Válido	68	68	68	68	68	68
	Omisso	0	0	0	0	0	0
Média		4,85	4,49	4,78	4,68	4,22	4,82
Mediana		5,00	5,00	5,00	5,00	4,00	5,00
Erro Desvio		,554	,658	,484	,502	,878	,455
Soma		330	305	325	318	287	328

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022.

Como destaca a tabela acima, os discentes apresentam médias altas de características comportamentais empreendedoras de planejamento. Mas as características percebidas indicam maior propensão à consumação de empreendimentos sem busca de assistência técnica e sem determinação de metas realizadoras que possuam significados pessoais. O menor desvio padrão ocorre na questão (y6) que buscava determinar a percepção dos discentes quanto à necessidade de coleta de informações financeiras para investir num projeto.

Gráfico 11 - CCE's de Planejamento por idade

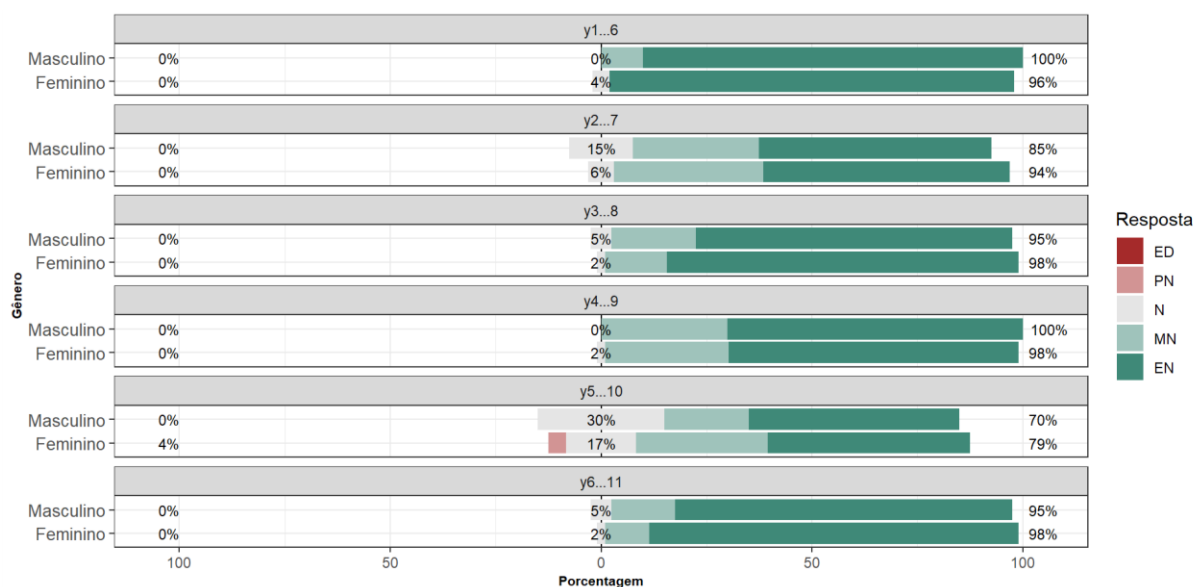


Fonte: Elaborado pelos autores, 2022.

Colocando estes resultados em análise quanto à idade dos respondentes (gráfico

11), constata-se baixa disformidade nas características empreendedoras de planejamento percebidas entre os discentes. O mesmo gráfico mostra que, entre os alunos de 26 a 29 anos, é concedida menor importância para as características de estabelecimento de metas realizadoras, com prazos definidos e mensuráveis (y5), em que apenas 58% avaliaram como muito ou extremamente importante. Isso sugere que os estudantes com idade mais avançada valorizam menos a possibilidade de empreender em projetos com teor voltados para realização pessoal, bem como aqueles que se atentem a um maior controle dos prazos definidos.

Gráfico 12 - CCE's de Planejamento por gênero

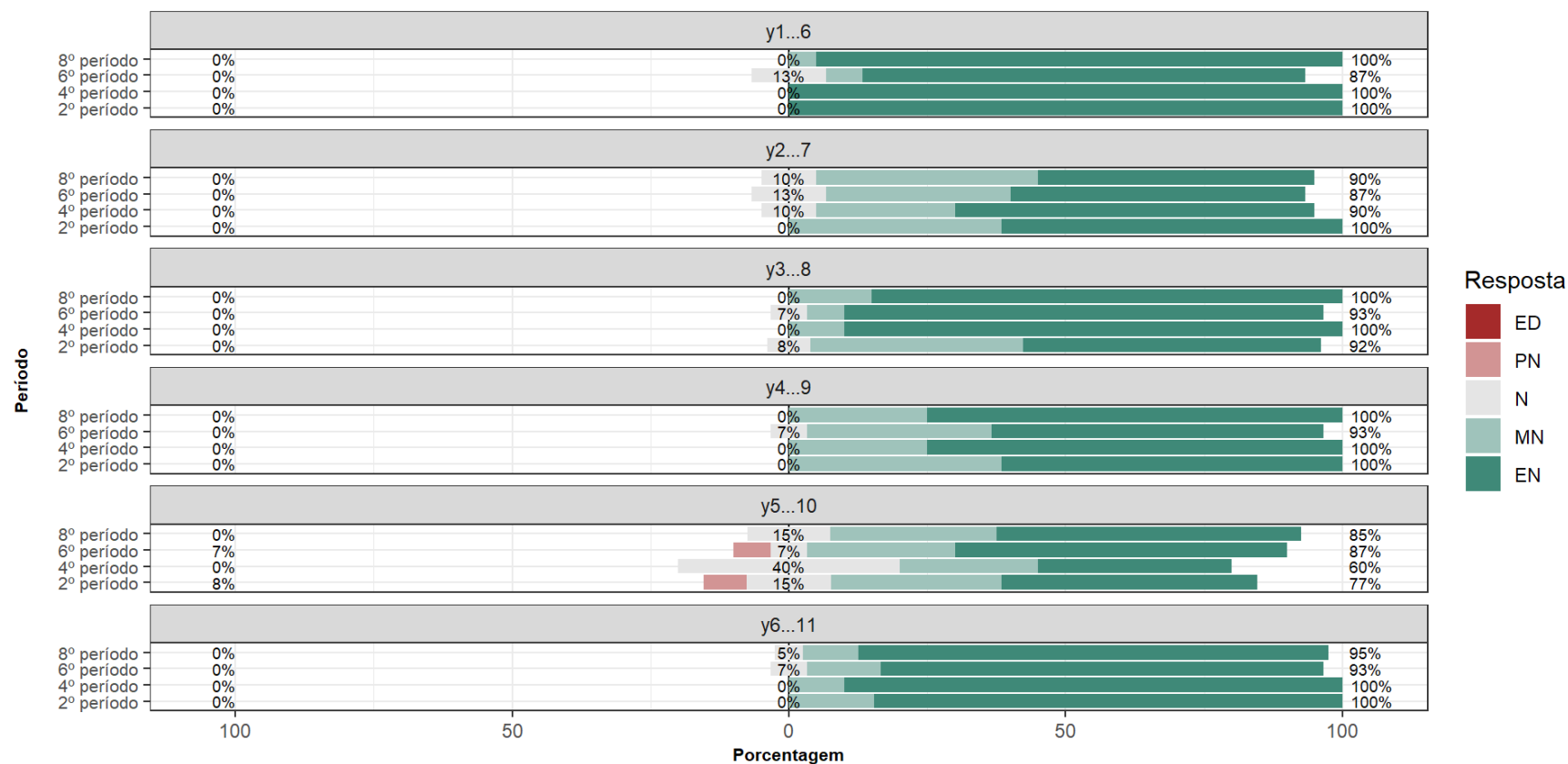


Fonte: Elaborado pelos autores, 2022.

A partir do gráfico acima, infere-se certa similaridade entre as características empreendedoras de planejamento quando se considera a variável gênero. Cabe destacar que, entre os graduandos do sexo masculino, é percebida menor evidência das características de monitoramento sistemático, busca de informações e estabelecimento de metas.

Segundo MSI (1990), essas características significam desenvolver ou usar procedimentos para monitorar se o trabalho é concluído ou se o trabalho atende aos padrões estabelecidos; buscar informações sobre clientes, fornecedores, concorrentes e usar contatos pessoais e comerciais para obter informações úteis e articular objetivos e metas com prazos definidos e com revisões constantes.

Gráfico 13 - CCE's de Planejamento por período

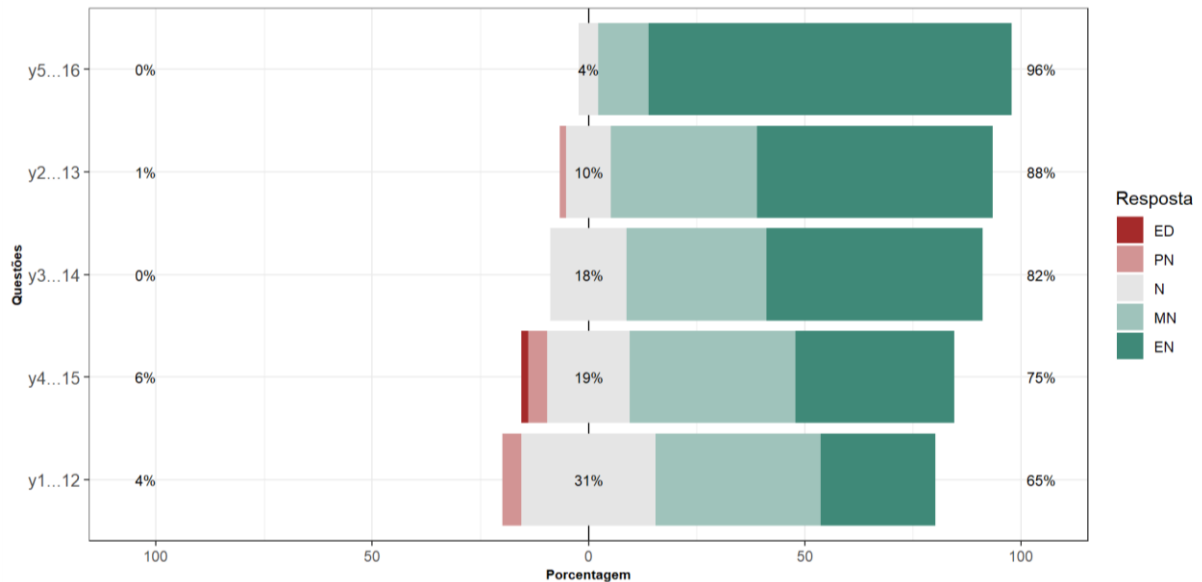


Fonte: Elaborado pelos autores, 2022.

Considerando o período em que se encontram os respondentes, tem-se uma uniformidade entre as características empreendedoras de planejamento. Conforme o gráfico acima, os estudantes do segundo, quarto, sexto e oitavo período também conferem menor importância para as características de estabelecimento de metas realizadoras, com prazos definidos e mensuráveis (y5), com destaque para os alunos do quarto período, em que 40% se posicionaram como indiferente.

### 4.3.3 Características Comportamentais Empreendedoras de Poder

Gráfico 14 - Questões (CCE's de Poder)



Fonte: Elaborado pelos autores, 2022.

No gráfico 14, constam as questões que buscaram delimitar as características comportamentais empreendedoras de poder. Verifica-se haver, por parte dos alunos, assimilação igual ou superior a 60% de ações que delineiam características comportamentais empreendedoras de poder.

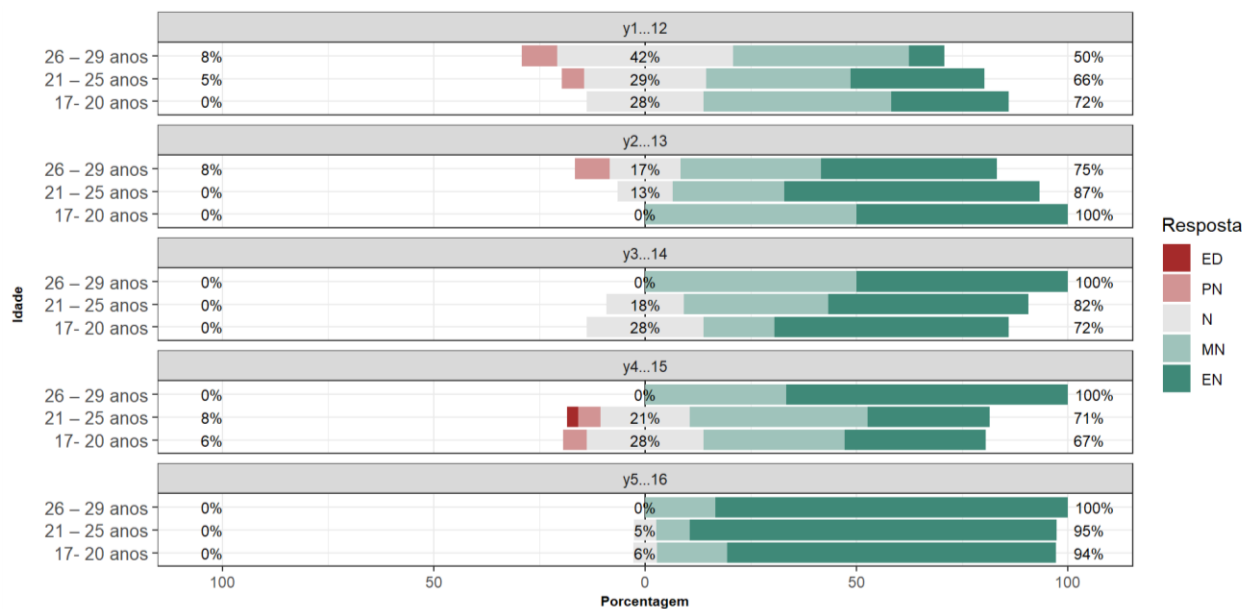
Tabela 4 - Estatísticas das CCE's de Poder

Estatísticas - Poder						
		Sustentar seu ponto de vista diante da oposição ou de resultados inicialmente desanimadoras;	Mostrar confiança na sua experiência em execução de tarefas difíceis ou desafiadoras;	Desenvolver estratégias para persuadir e convencer os outros;	Utilizar pessoas-chaves como facilitadores para atingir seus próprios objetivos;	Desenvolver e manter relações comerciais (networking).
N	Válido	68	68	68	68	68
	Omisso	0	0	0	0	0
Média		3,87	4,41	4,32	4,04	4,79
Mediana		4,00	5,00	4,50	4,00	5,00
Erro Desvio		,862	,738	,762	,937	,505
Soma		263	300	294	275	326

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022.

Tendo como base as avaliações realizadas pelos discentes (Tabela 4), identificam-se menos evidentes as características de independência e autoconfiança. Isso indica que estes têm dificuldades de buscar autonomia das regras ou controles, manter o próprio julgamento diante da oposição ou da falta de sucesso precoce e expressam menos confiança na capacidade de concluir uma tarefa difícil ou enfrentar um desafio (MSI, 1990). A característica de persuasão e redes de contatos mostra-se mais delineada, denotando alta capacidade dos acadêmicos de usar estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir os outros e usar contatos comerciais e pessoais como agentes para atingir seus próprios objetivos (MSI, 1990).

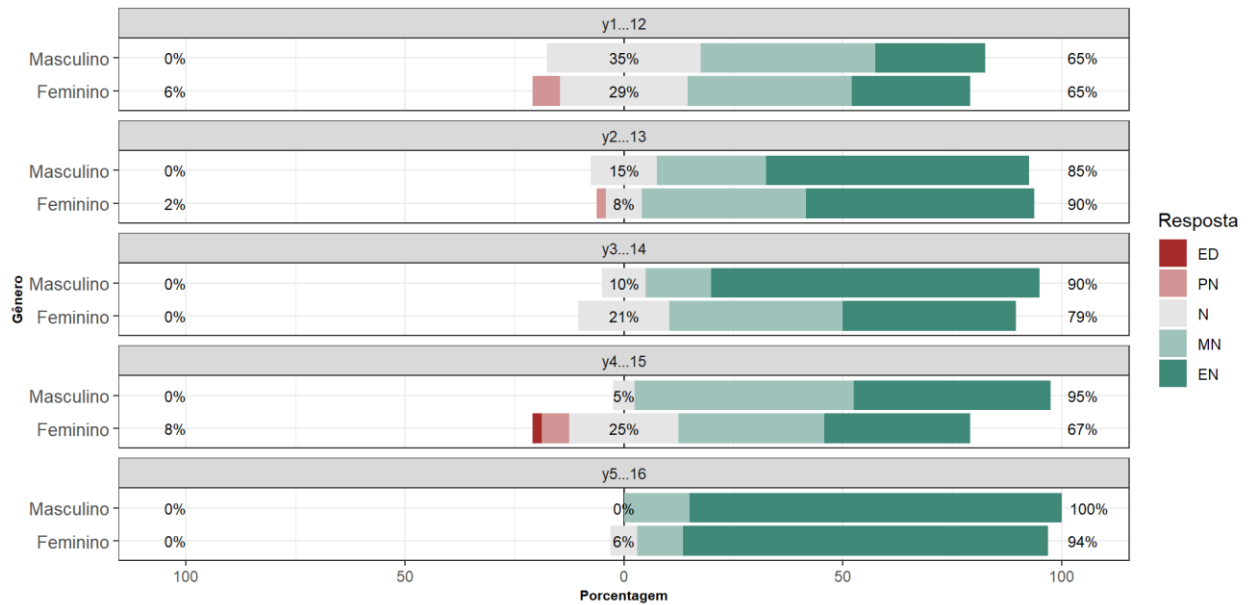
Gráfico 15 - CCE's de Poder por idade



Fonte: Elaborado pelos autores, 2022.

No gráfico 15, apresenta-se o comparativo por idade das características comportamentais empreendedoras de poder percebidas entre os discentes. Constata-se que os estudantes de 26 a 29 anos apresentam as características de independência e autoconfiança mais latentes (y1 e y2), seguidos pelos de 21 a 25 anos. Em uma observação específica, visualiza-se que os acadêmicos de 17 a 20 anos e os de 21 a 25 anos concederam baixa importância a utilizar pessoas chave como facilitadores para atingir seus próprios objetivos (y4). Isso revela, como enfatiza MSI (1990), o baixo desenvolvimento da percepção do proveito em utilizar contatos comerciais e pessoais como agentes para atingir seus próprios objetivos.

Gráfico 16 - CCE's de Poder por gênero

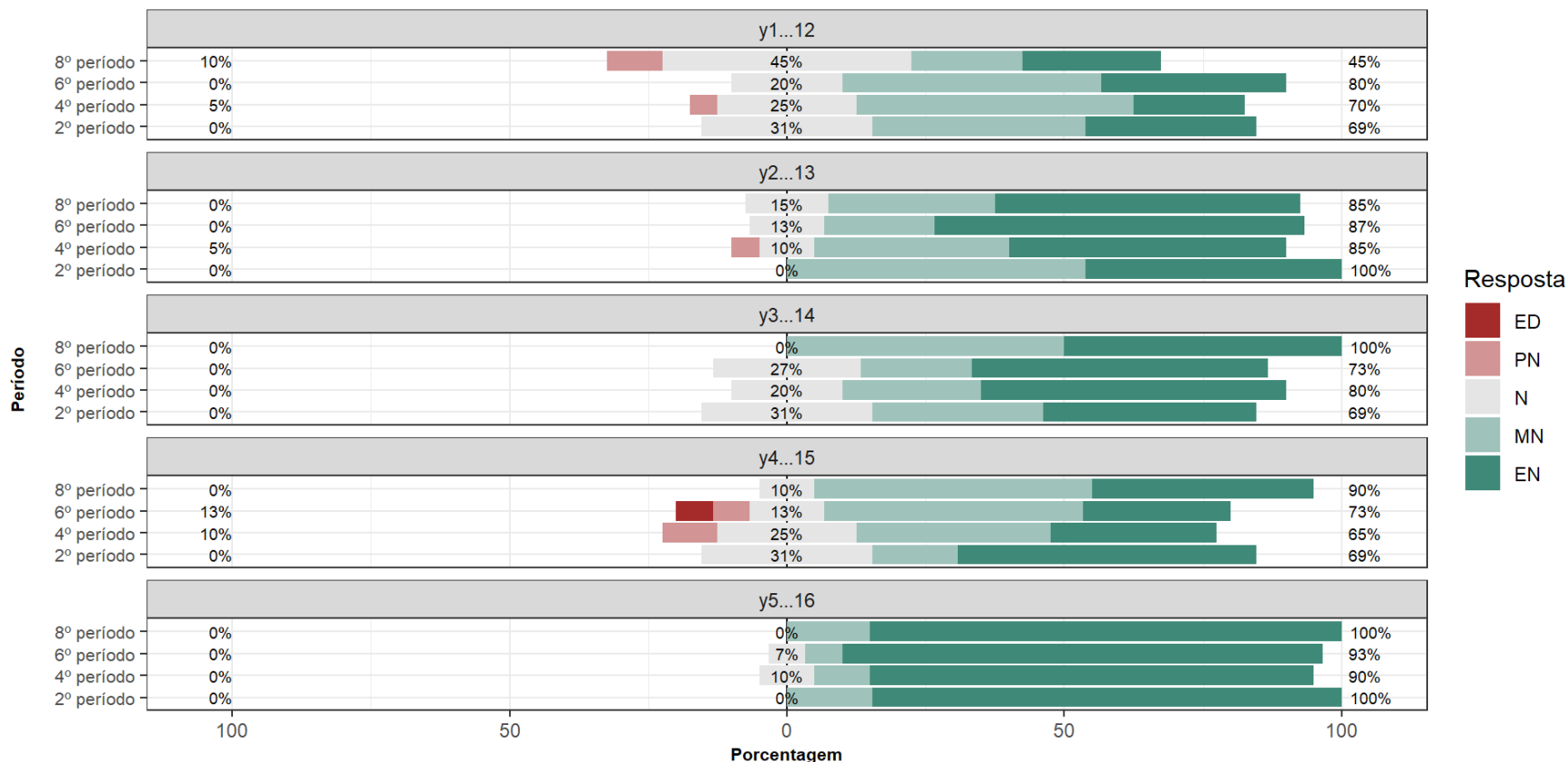


Fonte: Elaborado pelos autores, 2022.

Com base no gráfico 16, analisando pela variável gênero, identifica-se uma conformidade entre as características empreendedoras de poder percebidas. É importante ressaltar que tanto os discentes do sexo feminino quanto do masculino consideram menos importante manter o ponto de vista diante de resultados opostos ao esperado (y1), cerca de 65%. Portanto, esse dado indica baixa confiança na capacidade de concluir uma tarefa difícil ou enfrentar desafios (MSI, 1990). Observa-se, também, que os graduandos do sexo feminino avaliam de forma menos importante utilizar pessoas chave para facilitar o alcance dos próprios objetivos (y4), cerca de 67%. De acordo com MSI (1990), isso denota uma baixa percepção dos benefícios da utilização de contatos comerciais e pessoais como intermediários para atingir seus próprios objetivos.

Tomando como base de análise o período em que se encontram os respondentes, também, constata-se haver uma similaridade nas características comportamentais empreendedoras de poder percebidas entre os discentes do segundo ao oitavo período (Gráfico 17). A característica independência e autoconfiança foi menos percebida entre os discentes do oitavo, sexto e quarto período, com avaliação média de 75,33%. Convém destacar, também, que os alunos do oitavo período manifestaram baixa percepção da importância de características que permitem manter empenho diante da oposição ou da falta de sucesso dos projetos, bem como de se expressar confiança na capacidade de concluir uma tarefa difícil ou enfrentar um desafio; seguidos pelos discentes do quarto, segundo e sexto período.

Gráfico 17 - CCE's de Poder por período



Fonte: Elaborado pelos autores, 2022.

O gráfico acima também indicou que a característica de persuasão e redes de contatos (y3, y4 e y5) é mais percebida entre os acadêmicos na fase final da graduação. Isso sugere maior percepção da necessidade de se desenvolver estratégias para persuadir e convencer os outros, como também de se usar contatos comerciais e pessoais como agentes para atingir seus próprios objetivos (MSI, 1990).

## 4.4 Perfil empreendedor

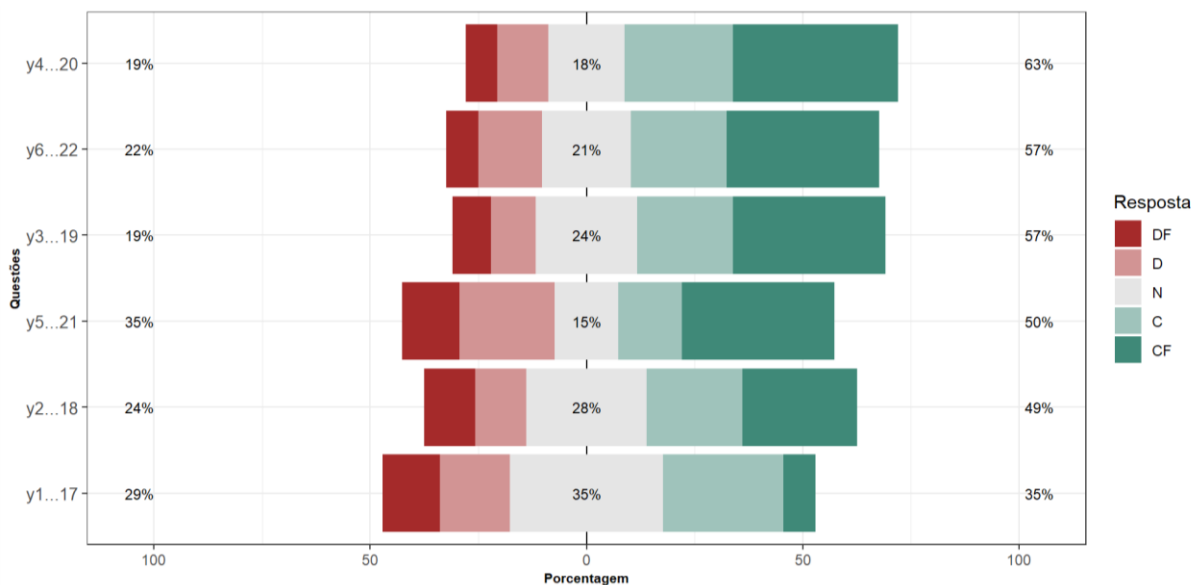
### 4.4.1 Determinação para abrir um negócio e/ou empreender

Apresentadas as características empreendedoras percebidas, esta parte do trabalho busca apontar a determinação para abrir um negócio e/ou empreender declarada pelos discentes. Essa análise será realizada em função dos percentuais de concordância e discordância indicados no gráfico 18.

Partindo do pressuposto levantado por Dornelas (2001), há diferença entre abrir um negócio e empreender. Enquanto para o primeiro, é necessário apenas habilidades e competências de um bom gestor, para o segundo, como dissertam Gomes, Fontes e Silva (2021), é necessária a capacidade de inovar e adaptar constantemente. Empreender é uma atividade ampla, como criar algo novo, entregando valor para a sociedade; envolve comprometimento e dedicação, empreendendo tempo, esforço e assumindo riscos financeiros (GOMES; FONTES; SILVA, 2021).

Realizando uma média das avaliações dos discentes (y3, y4, y5 e y6), verifica-se que mais de 56% indicaram intenção de abrir um negócio no futuro. Esse média se aproxima de um levantamento realizado pela Globo, apontando que 60% dos jovens brasileiros têm intenção de criar o próprio negócio (GERBELLI, 2022). De acordo com mesma pesquisa, 24% dos jovens das classes A, B e C já têm o próprio negócio.

Gráfico 18 - Desejo de abrir um negócio e/ou empreender



Fonte: Elaborado pelos autores, 2022.

O percentual médio de estudantes com intenção de empreender (média de y1 e y2) foi de apenas de 42%. Já o quantitativo médio de estudantes que indicaram não saber ou não ter intenção de empreender foi de 58%. Esses percentuais se assemelham aos resultados da pesquisa de Parreiras, Procópio e Afonso (2021), em um estudo de mapeamento do perfil dos jovens empreendedores da Baixada Fluminense, em que utilizaram como uma das variáveis a graduação. Neste estudo, foi apontado que 20% dos jovens graduandos não tinham intenção de empreender e 33% não sabiam ainda.

Realizando uma análise descritiva destes dados (Tabela 5), tem-se, numa escala de 1 a 5, média superior a 3. O desvio padrão encontra-se estável, ou seja, os valores estão próximos à média, indicando que os estudantes, de forma positiva, mantêm a intenção seja de abrir o próprio negócio ou de empreender futuramente.

Tabela 5 - Abrir um negócio e/ou empreender

<b>Estatísticas - determinação para empreender</b>							
		Estou disposto (a) a fazer qualquer coisa para ser um(a) empreendedor (a).	Minha meta profissional é me tornar empreendedor (a).	Farei todo o esforço para iniciar e desenvolver meu próprio negócio.	Tenho uma forte intenção de criar um negócio algum dia.	Tenho pensado seriamente em criar um negócio.	Estou determinado (a) a criar um negócio no futuro.
N	Válido	68	68	68	68	68	68
	Omisso	0	0	0	0	0	0
Média		3,00	3,40	3,65	3,75	3,37	3,63
Mediana		3,00	3,00	4,00	4,00	3,50	4,00
Erro Desvio		1,133	1,317	1,302	1,286	1,485	1,303
Soma		204	231	248	255	229	247

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022.

#### **4.4.2 Competência empreendedora**

Em relação às competências empreendedoras apresentadas pelos acadêmicos de administração, a tabela 6 mostra os percentuais apresentados por cada competência.

Tabela 6 - Competências empreendedoras

<b>Competências</b>	<b>Percentuais</b>
Criar produtos e serviços	41%
Administrar a inovação em uma empresa	60%
Ser líder e comunicador(a)	78%
Identificar novas oportunidades de negócio	66%
Comercializar uma nova ideia ou um desenvolver algo inovador	54%

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022.

As competências que os discentes mais apresentam são: identificação de novas oportunidades de negócio, administração à inovação em uma empresa e liderança e comunicação. Essas competências em evidência condizem com as características empreendedoras percebidas, pois, conforme análises precedentes, observou-se forte presença das características Busca de oportunidades e iniciativa, bem como Persuasão e redes de contatos.

Analisando pelo gênero, as competências descritas na tabela acima foram mais notadas entre os homens, em especial as competências identificação de novas oportunidades de negócio e liderança e comunicação. Considerando a variável idade, as competências mais percebidas foram entre os discentes de 26 a 29 anos, excetuando criação de produtos e serviços, em que os alunos de 21 a 25 anos apresentaram competência consideravelmente superior. Em relação ao período em curso, os graduandos do quarto, sexto e oitavo período manifestaram competências com visível similaridade.

#### **4.5 Contribuição da faculdade para o desenvolvimento empreendedor**

As iniciativas de fomento ao empreendedorismo, que se destacam no curso de Administração, são o Movimento Empresa Júnior (EJ) e o Trabalho Interdisciplinar de Cultura Empreendedora (TICEM). O movimento EJ busca estimular a “formação de profissionais com espírito de liderança e empreendedorismo, aptos a enfrentarem as adversidades do mercado de trabalho e, através da prestação de serviços, promover uma experiência única aos membros e clientes, em prol do desenvolvimento regional” (IFMG, 2022, p. 122).

O TICEM ocorre do 2º (segundo) ao 6º (sexto) período, envolvendo a produção de artigos científicos à construção de plano de negócios. O seu objetivo é “evidenciar a aplicação

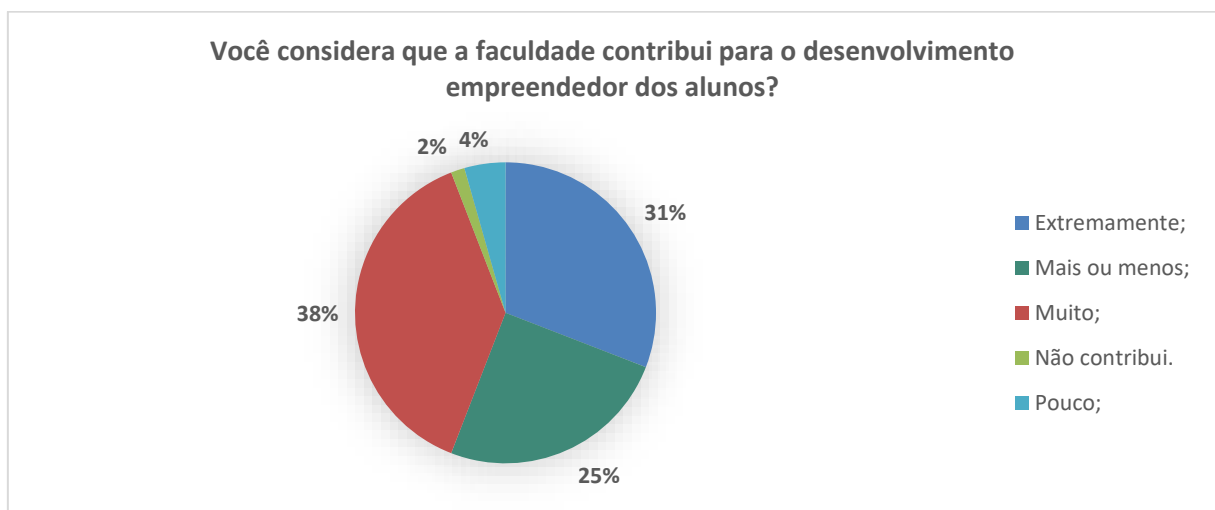
dos conhecimentos teóricos e práticos adquiridos nas diversas disciplinas, sendo utilizado também como preparação do estudante para o Trabalho de Conclusão de Curso e o Estágio Supervisionado” (IFMG, 2022, p. 196).

A matriz curricular contempla disciplinas (em destaque: Empreendedorismo e Plano de Negócios - obrigatória; Estratégia e Planejamento de Negócios e Administração de Pequenos Negócios - optativas) que fomentam o empreendedorismo e o desenvolvimento de soluções empresariais. Ademais, o curso tem, entre suas iniciativas, a promoção de visitas técnicas nos mais diversos setores de produção de bens e serviços, inserção dos discentes em projetos de *Startups*, projetos de extensão voltados a consultorias, entre outras ações (IFMG, 2022).

Objetivamente, as estratégias adotadas pelo curso e pela instituição para estimular o empreendedorismo e a inovação tecnológica são: estabelecer parcerias com empresas da região, visando desenvolvimento conjunto de pesquisa que busque a solução de problemas; promover eventos focados em gestão e inovação; fornecer bolsas de pesquisa para projetos de iniciação científica; trabalhar em projetos juntamente aos outros cursos do *campus* ou IFMG (IFMG, 2022).

Com base no levantamento das iniciativas de fomento do empreendedorismo, conduzidas pelo curso e pela instituição, são apresentadas abaixo as perspectivas do discentes sobre a contribuição da faculdade para o desenvolvimento empreendedor (Gráfico 19). Observa-se que 69% consideram que a faculdade contribui muito ou extremamente, 25% disseram que contribui mais ou menos e, 6% afirmaram que não contribui ou contribui pouco.

Gráfico 19 - Contribuição da faculdade para o desenvolvimento empreendedor



Fonte: Elaborado pelos autores, 2022.

Analisando pela idade dos respondentes e considerando a avaliação da contribuição da faculdade como “muito ou extremamente”, nota-se que o menor percentual é percebido entre os discentes de 21 a 25 anos (58%). Quanto ao gênero dos respondentes, a avaliação foi meramente semelhante. Em relação ao período em curso, apenas os estudantes do sexto período indicaram que a faculdade contribui muito pouco. Esses dados (Tabela 7), de forma geral, indicam que a faculdade contribui para desenvolvimento empreendedor dos alunos, contudo é possível notar uma redução sistemática dessa percepção quando os alunos estão no sexto período. Isso levanta certa preocupação, uma vez que a disciplina de Empreendedorismo e Plano de Negócios é cursada nesse período e, em suma, a percepção seja empreendedora ou da contribuição da faculdade, entre esses alunos, deveria estar mais aguçada.

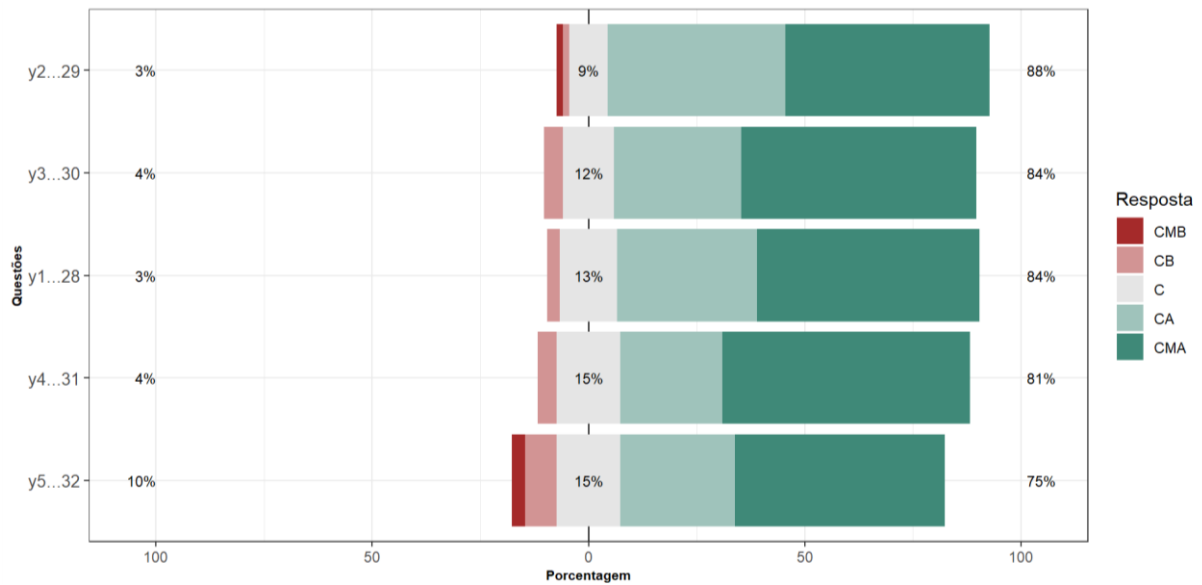
Tabela 7 - A faculdade e o desenvolvimento empreendedor

<b>Contribuição da faculdade para desenvolvimento empreendedor</b>					
<b>Idade</b>	<b>Percentual</b>	<b>Gênero</b>	<b>Percentual</b>	<b>Período</b>	<b>Percentual</b>
17 - 20 anos	83%	Masculino	70%	Segundo	72%
21 - 25 anos	58%	Feminino	79%	Quarto	90%
26 - 29 anos	83%			Sexto	33%
				Oitavo	70%

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022.

As formas que a faculdade mais contribui para desenvolvimento empreendedor dos graduandos (Gráfico 20) são na formação da habilidade de identificar oportunidades (y2), na compreensão das ações estratégicas para abrir um negócio (y3), no auxílio à compreensão sobre atitudes, valores e motivações para se tornar um empreendedor (y1) e, por fim, na composição das habilidades de gestor (y4) e de desenvolver redes de relações – *networking* (y5).

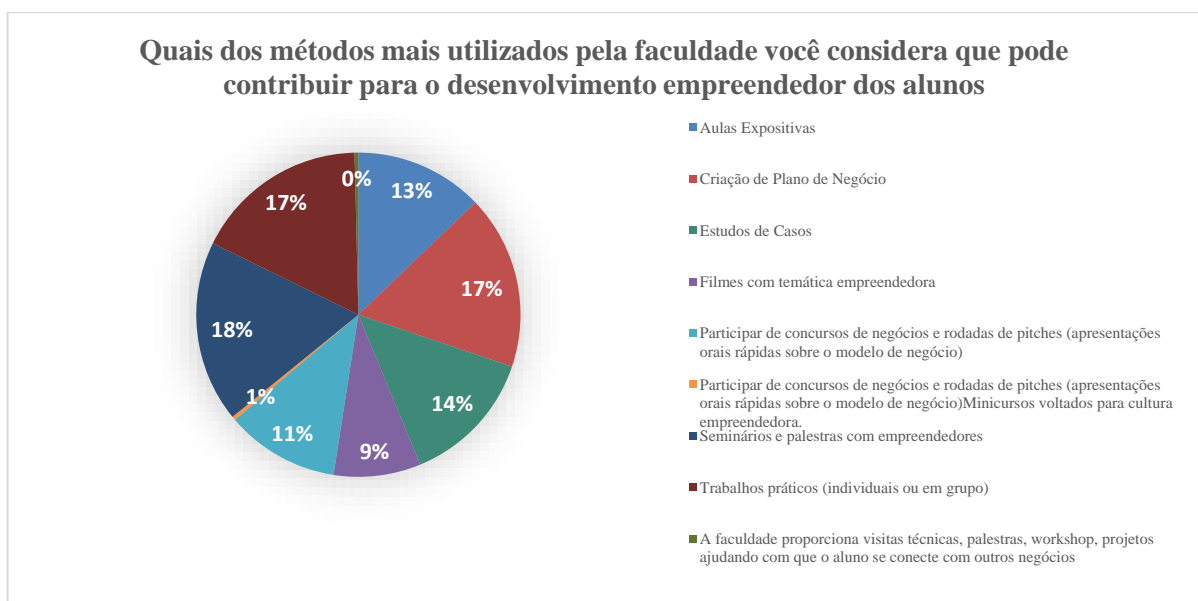
Gráfico 20 - Formas de contribuição da faculdade para desenvolvimento empreendedor



Fonte: Elaborado pelos autores, 2022.

Como apresenta o gráfico 21, os métodos utilizados pela faculdade que os alunos consideram que mais contribuem para o desenvolvimento empreendedor foram: Seminários e palestras com empreendedores (18%), criação de plano de negócio (17%), trabalhos práticos (17%), estudos de casos (14%), Aulas expositivas (13%), participar de concursos de negócios e rodadas de *pitches* (11%), filmes com temática empreendedora (9%). Cabe destacar que, embora não tenha sido inserida a opção Movimento Empresa Júnior (implementado pelo curso de Administração em 2018) entre as alternativas, nenhum dos alunos consideraram essa opção.

Gráfico 21 - Métodos de ensino e desenvolvimento empreendedor



Fonte: Elaborado pelos autores, 2022.

Segundo Mandel e Noyes (2016), as metodologias mais eficazes para desenvolver o empreendedorismo são as que envolvem participação ativa do estudante: construção de planos de negócios, consultoria em empresas, criação de produtos e serviços, mentorias com empreendedores experientes. Corroborando, Gibb (1987) disserta que, independentemente do método utilizado, todos devem viabilizar: a solução de problemas; o contato e troca com os outros e com o ambiente; exploração das oportunidades; imitação das ações de empreendedores de sucesso e; identificação e reparo dos erros, com *feedback* constante. Nessas observações, conclui-se que o curso de administração utiliza metodologias que viabilizam o desenvolvimento empreendedor dos discentes.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa trata sobre uma temática atual e com discussões além dos limites das instituições de ensino. Os dados mais atuais de órgãos de pesquisa sobre o empreendedorismo indicam forte tendência do aumento do número de empreendimentos entre os jovens. Nessa ótica, este estudo procurou abordar um dos aspectos que contribui extensivamente na sustentação dos empreendimentos, sobretudo, aqueles originados pela necessidade. As características empreendedoras são listadas por estudiosos do empreendedorismo como fundamentais por indicarem se o indivíduo possui parte dos atributos necessários para empreender com maior probabilidade de sucesso.

Nessa perspectiva, objetivou-se, identificar as características empreendedoras em jovens discentes do curso de Administração, analisando se estão capacitados para empreender, em termos das características empreendedoras apresentadas, e buscando destacar como a instituição de ensino pode atuar no desenvolvimento destas características.

Conforme apontam os resultados desta pesquisa, grande parte dos respondentes não têm uma referência parental ou familiar como empreendedor. Isso eleva substancialmente a responsabilidade da faculdade, como agente, que promova nestes discentes as habilidades e competências empreendedoras, haja vista que a experiência contribui amplamente com o desenvolvimento de aptidão para empreender.

Verificou-se também que os discentes apresentam as características comportamentais empreendedoras de realização, planejamento e poder. Sendo as mais evidentes: Busca de oportunidades e iniciativa, Planejamento e monitoramento sistemáticos e Persuasão e rede de contatos. Objetivamente, estes estudantes estão mais propensos a buscar

novas oportunidades de negócios e a estabelecer parcerias e contatos para consumação de seus objetivos, com um planejamento e monitoramento constante, usando todas as informações para tomada de decisões.

Além destes pontos, foi possível perceber que a maior parte dos graduandos preferem abrir um negócio ao invés de empreender. Tal posicionamento pode decorrer da dificuldade de se inovar e adaptar às mudanças e exigências do mercado. Outra observação situa-se na indicação, por parte dos estudantes, de que possuem competências empreendedoras fortemente atreladas a empreendedores de sucesso.

Observa-se, ainda, que um grande percentual avalia de forma positiva a contribuição da faculdade para o desenvolvimento empreendedor dos discentes. Bem como indicam que sua maior contribuição está na formação da habilidade de identificar oportunidades e na compreensão das ações estratégicas para abrir um negócio. Além disso, os alunos de administração veem o ambiente de convivência e troca de experiências como maior promotor do desenvolvimento empreendedor.

Conclui-se que estes resultados foram suficientes para responder os objetivos do estudo, além de contribuir para que a instituição de ensino possa avaliar em quais aspectos os discentes manifestaram que suas ações estão sendo insuficientes para formação de características, aspiração e competências empreendedoras.

Acrescenta-se a essas considerações que se deve ensinar os conceitos e as características do empreendedor, à medida que é grande a necessidade de que as pessoas desenvolvam conhecimentos para abrir os seus negócios, de forma a gerar renda para a sociedade e para que possam ser mais participativas nas organizações em que atuam (SANTOS, 2019).

Tendo como base essas ponderações, entre as limitações observadas neste estudo, está o fato desta pesquisa restringir-se a apenas jovens graduandos. Nisso, sugere-se que novas pesquisas, nessa temática, foquem nos jovens empreendedores que acabaram de ingressar no mercado de trabalho pelo empreendedorismo, elencando se estes empreendedores possuem as características empreendedoras que fornecerão o subsídio necessário para manterem seus empreendimentos funcionando, inovando e adaptando, conforme as exigências do mercado.

## REFERÊNCIAS

- ALANO *et al.* **Evolução do Empreendedorismo no Brasil**: Um Estudo do Global Entrepreneurship Monitor no Período de 2001 a 2013. Trabalho apresentado na XIV Mostra de Iniciação Científica, Pós-graduação, Pesquisa e Extensão, Caxias do Sul, 2014. Disponível em:  
<http://www.ucs.br/etc/conferencias/index.php/mostraucspgga/mostrappga2014/paper/view/3735>. Acesso em: 18 jul. 2022.
- BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. Empreendedorismo: Conceitos e definições. **Rev. de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, v. 1, n. 1, p. 25-38, 2014. Disponível em: <https://seer.imed.edu.br/index.php/revistas/article/download/612/522>. Acesso em: 12 jun. 2022.
- BERNARDES, Juliana Reis.; SILVA, Bárbara Letícia de Sousa; LIMA, Thais Cristina Ferreira. Os impactos financeiros da Covid-19 nos negócios. **Revista FAESF**, v. 4, nº especial covid-19, p. 43-47, 2020. Disponível em:  
<https://www.faesfpi.com.br/revista/index.php/faesf/article/download/115/101>. Acesso em: 20 jul. 2022.
- BEZERRA, Éder *et al.* **Políticas Públicas de Empreendedorismo no Brasil**: Levantamento e Análise. Trabalho apresentado ao VIII Encontro de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (EGEPE), Goiânia, 2014. Disponível em:  
<https://anegepe.org.br/wp-content/uploads/2021/09/324.pdf>. Acesso em: 28 jul. 2022.
- BRASIL. [Estatuto da juventude (2013)]. **Estatuto da juventude** [recurso eletrônico]: Lei nº 12.852, de 5 de agosto de 2013, e legislação correlata. 4. ed. Brasília: Câmara dos Deputados, Edições Câmara, 2017.
- BRASIL, Sandra Aparecida; BRASIL, Cintia Fernanda; NOGUEIRA, Clariana Ribeiro. EMPREENDEDORISMO JOVEM: FATORES QUE CONTRIBUEM PARA A ATIVIDADE EMPREENDEDORA. **Caderno de Administração**, v. 21, n. 2, p. 56-64, 2013. Disponível em: <https://periodicos.uem.br/ojs/index.php/CadAdm/article/view/22811/12314>. Acesso em: 25 jul. 2022.
- BULGACOV, Yára Lúcia Mazziotti *et al.* Jovem empreendedor no Brasil: a busca do espaço da realização ou a fuga da exclusão? **Revista de Administração Pública**, v. 45, n. 3, p. 695-720, maio/jun. 2011. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rap/a/WXQH6z59RmbnbHvT9vtbqcD/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 25 jul. 2022.
- CAMPUS São João Evangelista. **IFMG-SJE**, 2020. Disponível em:  
<https://www.sje.ifmg.edu.br/portal/index.php/campus-sao-joao-evangelista>. Acesso em: 05 nov. 2022.
- CANEVER, Mario Duarte *et al.* Empreendedorismo: por que alguns estudantes e não outros escolhem ser empreendedores?. **Estudos e Pesquisas em Psicologia**, Rio de Janeiro, v. 13, n. 1, 2013. Disponível: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/revispsi/article/view/7885/5719>. Acesso em: 03 nov. 2022.

- CANTILLON, Richard (1755). **Ensaio sobre a natureza do comércio em geral**. Curitiba: Sugesta Editora, 2022. Ebook. Disponível em: <https://www.pdfdrive.com/download.pdf?id=193138198&h=78c6da76cc90ff652f5fb8236ce2baec&u=cache&ext=pdf>. Acesso em: 10 jun. 2022.
- CARNEVALLI, José Antonio; MIGUEL, Paulo Augusto Cauchick. **Desenvolvimento da pesquisa de campo, amostra e questionário para realização de um estudo tipo survey sobre a aplicação do qfd no brasil**. 2001. Trabalho apresentado no VI ENEGEP, Salvador, 2001.
- CHING, H. Y.; KITAHARA, J. R. Propensão a Empreender: Uma Investigação Quantitativa Baseada nas Características Empreendedoras de Alunos do Curso de Administração. **Revista de Ciências da Administração**, v. 17, n. 43, p. 99-111, 2015.
- CICCONI, Eduardo Garbes. Empreendedorismo. In: PORTO, Geciane Silveira. **Gestão da inovação e empreendedorismo**. 1. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.
- CRESWELL, John W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2007.
- DA SILVA, José Alan Barbosa; SILVA, Murilo Sérgio Vieira. Análise da evolução do empreendedorismo no Brasil no período de 2002 a 2016. **Revista Estudos e Pesquisas em Administração**, v. 3, n. 2, p. 115-137, 2019. Disponível em: <https://periodicoscientificos.ufmt.br/ojs/index.php/repad/article/view/8674>. Acesso em: 20 jul. 2022.
- DA SILVA, Mygre Lopes; DA SILVA, Rodrigo Abbade. Economia brasileira pré, durante e pós-pandemia do covid-19: impactos e reflexões. **Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) - Observatório Socioeconômico da COVID-19**, 2020. Disponível em: <https://www.ufsm.br/app/uploads/sites/820/2020/06/Textos-para-Discuss%C3%A3o-07-Economia-Brasileira-Pr%C3%A9-Durante-e-P%C3%B3s-Pandemia.pdf>. Acesso em: 19 jul. 2022.
- DEGEN, Ronald Jean. Empreendedorismo: uma filosofia para o desenvolvimento sustentável e a redução da pobreza. **Revista de Ciências da Administração**, vol. 10, núm. 21, mayo-agosto, 2008, pp. 11-30. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/2735/273520258001.pdf>. Acesso em: 20 jul. 2022.
- DONATO, J. V. **Empreendedorismo e estratégia: Estudo de múltiplos casos de criação de empresas no setor de refrigerantes no Ceará**. 207 p. Tese (Doutorado em Administração de Empresas), Escola de Administração de Empresas de São Paulo, Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2011.
- DOLABELA, Fernando. **Oficina do Empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza**: 1ª ed. São Paulo: Editora Cultura, 1999.
- DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. 30. ed. São Paulo: Editora de Cultura, 2006.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 4.

ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo na prática**: mitos e verdades do empreendedor de sucesso. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 6. ed. São Paulo: Empreende/Atlas, 2016.

FILION, Louis Jacques. Empreendedorismo e gerenciamento: processos distintos, porém complementares. **RAE – Revista de Administração de Empresas**, v. 7, n. 3, p. 2-7, Jul./Set. 2000.

FONTELLES, Mauro José *et al.* Metodologia da pesquisa científica: diretrizes para a elaboração de um protocolo de pesquisa. **Revista Paraense de Medicina**, v. 23, n. 2, s/p., 2009. Disponível em: <http://files.bvs.br/upload/S/0101-5907/2009/v23n3/a1967.pdf>. Acesso em: 10 set. 2022.

FUZETTI, Diana Leite Kochmanski; SALAZAR, José Nicolas Albuja. Empreendedorismo: evidências conceituais e práticas na visão econômica e administrativa. **Revista de Administração da Unimep**, v. 5, n. 2, p. 27-53, 2007.

GERBELLI, Luiz Guilherme. 60% dos jovens com até 30 anos querem ser empreendedores, mostra levantamento. **G1 Economia**, 23 jun. 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/pme/noticia/2021/06/23/60percent-dos-jovens-com-ate-30-anos-querem-ser-empreendedores-mostra-levantamento.ghtml>. Acesso em: 15 abr. 2022.

GIBB, Allan. (2002). In pursuit of a new ‘enterprise’ and ‘entrepreneurship’ paradigm for learning: creative deconstruction, new values, new ways of doing things and new combinations of knowledge. **International Journal of Management Reviews**, v. 4, n. 3, p. 233-269, 2002. Disponível: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/1468-2370.00086>. Acesso em: 03 nov. 2022.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. - São Paulo: Atlas, 2008.

GIMENEZ, Fernando Antonio Prado. Projeto Eu que Fiz Selecta: os seis Ps do empreendedorismo em ação. *In*: BUETTGEN, John Jackson *et al.* (Org.); OZIRES, Silva (Participação especial). **Empreendedorismo, sustentabilidade e inovação no Brasil**: Prêmio Ozires Silva 10 anos reconhecendo ideias de valor. Curitiba: Cátedra Ozires Silva; ISAE Escola de Negócios, 2017.

GOMES, D. C *et al.* Empreendedorismo jovem: da escola para o mercado de trabalho. **HOLOS**, vol. 5, p. 324-334, 2014. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=481547174028>. Acesso em: 25 jul. 2022.

GOMES, Paula Mendes; FONTES, Selma Velozo; SILVA, Caroliny Sales dos Santos. **Empreendedorismo como estratégia de negócio em pequenas e microempresas**. Trabalho publicado no XVII Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, Resende, 2020.

Disponível em: <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos20/22530296.pdf>. Acesso em: 02 nov. 2022.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **Sumário executivo - GEM Brasil**. Curitiba: IBQP, 2000.

GLOBAL Entrepreneurship Monitor (GEM); GRECO, Simara Maria de Souza Silveira *et al.* (Org.). **Empreendedorismo no Brasil**: 2010. Curitiba: IBQP, 2010.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **Empreendedorismo no Brasil**: 2017. Coordenação de Augusto Muratori. Curitiba: IBQP, 2018.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **Empreendedorismo no Brasil: 2019**. Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco; diversos autores. Curitiba: IBQP, 2020.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **Empreendedorismo no Brasil 2020**. Coordenação geral de Simara Maria de Souza Silveira Greco; análise, redação e revisão de conteúdo de Cristiano Morini, Edmilson de Oliveira Lima, Edmundo Inácio Júnior, Erika Onozato, Paulo Alberto Bastos Junior, Rose Mary Almeida Lopes, Vinicius Lorangeiras de Souza. Curitiba: IBQP, 2021.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **2021/2022 Global Report Opportunity Amid Disruption**. Massachusetts: Babson College, 2022.

HEBERT, Robert F; LINK, Albert N. A. History of Entrepreneurship. International. **Journal of Business and Social Science**, Londres, n. 9, v. 2, mai. 2011. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/mod/resource/view.php?id=3136321>. Acesso em: 13 jun. 2022.

HISRICH, Robert D; PETERS, Michael P; SHEPHERD, Dean A. **Entrepreneurship**. 10 ed. New York: McGraw-Hill Education, 2017.

IFMG aprova quatro novos cursos de pós-graduação. **IFMG-SJE**, 2021. Disponível em: <https://www.sje.ifmg.edu.br/portal/index.php/noticias/1761-ifmg-aprova-quatro-novos-cursos-de-pos-graduacao>. Acesso em: 05 nov. 2022.

IFMG. Instituto Federal de Minas Gerais. **Projeto Pedagógico do curso de bacharelado em Administração**. São João Evangelista: IFMG, 2022. Disponível em: [https://www.sje.ifmg.edu.br/portal/images/artigos/cursos/administracao/PROJETO\\_PEDAGOGICO\\_DO\\_CURSO\\_DE\\_ADMINISTRAÇÃO\\_VERSÃO\\_FINAL\\_31072017.pdf](https://www.sje.ifmg.edu.br/portal/images/artigos/cursos/administracao/PROJETO_PEDAGOGICO_DO_CURSO_DE_ADMINISTRAÇÃO_VERSÃO_FINAL_31072017.pdf). Acesso em: 09 nov. 2022.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003

LLISTERRI, Juan José *et al.* **Is youth entrepreneurship a necessity or an opportunity?** A first exploration of household and new enterprise surveys in Latin America. Washington: Inter-American Development Bank, 2006. Disponível em: <https://publications.iadb.org/publications/english/document/Is-Youth-Entrepreneurship-a-Necessity-or-an-Opportunity-A-First-Exploration-of-Household-and-New-Enterprise->

Surveys-in-Latin-America.pdf. Acesso em: 27 jul. 2022.

LOPES, Rose Mary A. (org). **Educação empreendedora: Conceitos, modelos e práticas**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

NASCIMENTO, Karla Adriana Lopes de Lima. **A formação empreendedora do curso de Administração da Universidade Federal do Ceará (UFC) na percepção dos alunos concluintes**. 2015. Monografia (Bacharelado em Administração) - Departamento de Administração, Universidade Federal do Ceará, Ceará, 2015. Disponível em: [https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/26820/1/2015\\_tcc\\_kallnascimento.pdf](https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/26820/1/2015_tcc_kallnascimento.pdf). Acesso em: 20 abr. 2022.

MACCALI, Nicole; PIMENTEL, Ricardo. A educação empreendedora na construção de um país sábio: o projeto “CEBRAC Oficinas Empreendedoras”. *In: BUETTGEN, John Jackson et al. (Org.); OZIRES, Silva (Participação especial). Empreendedorismo, sustentabilidade e inovação no Brasil: Prêmio Ozires Silva 10 anos reconhecendo ideias de valor*. Curitiba: Cátedra Ozires Silva; ISAE Escola de Negócios, 2017.

MACUL, Víctor. **Empreendedorismo: cenário de crise traz desafios e oportunidades**. Insper, 2020. Disponível em: <https://www.insper.edu.br/noticias/empreendedorismo-desafios-e-oportunidades/>. Acesso em: 21 jul. 2022.

MANDEL, Richard. NOYES, Erik. Survey of experiential entrepreneurship education offerings among top undergraduate entrepreneurship programs. **Education and Training**, v. 58, n. 2, p. 164-178, 2016. Disponível: <https://eric.ed.gov/?redir=http%3a%2f%2fdx.doi.org%2f10.1108%2fET-06-2014-0067>. Acesso em: 03 nov. 2022.

MARTINS; Larissa Paula; VEIGA; Heila Magali da Silva; CORTEZ, Pedro Afonso. Motivações e dificuldades vivenciadas por jovens empreendedores: estudo qualitativo. **Revista de Psicologia**, Fortaleza, v. 11 n. 2, p. 60-70, 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pcp/a/td4xt3zDNx88V7prwXYR7Bm/>. Acesso em: 28 jul. 2022.

MCCLELLAND, D. C. **The achieving society**. Princeton: Van Nostrand, 1961.

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

MEIRA, S. L. **Novos negócios inovadores de empreendedor no Brasil**. 1. ed. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2013.

MISCHEL, W. Toward a Cognitive Social learning reconceptualisation of personality. **Psychological Review**, v. 80, n. 4, p. 252-83. 1973. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/4721473/>. Acesso em: 16 ago. 2022.

MSI (MANAGEMENT SYSTEMS INTERNATIONAL). **Entrepreneurship training and the strengthening of entrepreneurial performance**. Final Report. Submetido por Robert Young, Washington. 1990.

PARREIRAS, Marcus Vinícius Coutinho; PROCÓPIO, Daniel Barbosa; AFONSO, Herlander Costa Alegre da Gama. Mapeando o perfil de jovens futuros empreendedores da Baixada Fluminense, Rio Janeiro, Brasil, usando análise de correlação matemática. **Espacio Abierto**, Zulia, v. 30, n. 2, p. 118-134, 2021. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/122/12267447007/html/>. Acesso em: 02 nov. 2022.

PERIOTTO, Tânia Regina Corredato; PICANÇO, Fabiana Cristina de Azevedo (Org.s). **Empreendedorismo e Inovação**. Maringá: CESUMAR, 2017.

PIERRI, Vitória. Desemprego entre os jovens aponta mercado de trabalho desafiador. **JORNAL DA USP (Universidade de São Paulo)**, 06 abr. 2021. Disponível em: <https://jornal.usp.br/atualidades/desemprego-entre-os-jovens-aponta-mercado-de-trabalho-desafiador/>. Acesso em: 15 abr. 2022.

PROVENZI, Juliana Carolina. **Os sentidos do trabalho para os jovens empreendedores**. 2014. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) - Departamento de Ciências Administrativas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2014. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/111966/000948156.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 21 abr. 2022.

RATTEN, Vanessa. Coronavirus (COVID-19) and entrepreneurship: changing life and work landscape. **Journal of Small Business & Entrepreneurship**, v. 32, n. 5, p. 503-516, 2020. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/08276331.2020.1790167>. Acesso em: 19 jul. 2022.

RODRIGUES, Maria Ângela Fernandes. **Elementos motivadores para a criação do próprio negócio**. 2002. Dissertação (Mestrado em Administração) - Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2002.

RODRIGUES, Tatiane Daby de Fatima Faria; OLIVEIRA, Guilherme Saramago de; SANTOS, Josely Alves dos. As pesquisas qualitativas e quantitativas na educação. **Revista Prisma**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 1, p. 154-174, 2021.

SALIM, Cesar Simões; SILVA, Nelson Caldas. **Introdução ao empreendedorismo: construindo uma atitude empreendedora**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

SANTOS, Renata Faria dos. **Empreendedorismo**. Rio de Janeiro: Fundação Cecierj, 2019.

SARKAR, Soumodip. **Empreendedorismo e inovação**. 2 ed. Lisboa: Escolar Editora, 2010.

SAY, Jean Baptiste. **Cours complet d'économie politique pratique**. 6. ed. Paris: Economica, 1828-1829.

SCHUMPETER, Joseph A. The Creative Response in Economic History. **The Journal of Economic History**, Vol. 7, No. 2, p. 149-159, 1947. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/2113338>. Acesso em: 15 jun. 2022.

SCHUMPETER, Joseph. **Theories of Economic Development**, Massachusetts: Harvard

University Press, 1934.

SEBRAE. O empreendedorismo jovem e seu impacto no mercado. **Sebrae Atende**, 2018. Ebook. Disponível em: [https://sebraeatende.com.br/system/files/produzidos\\_-\\_bahia\\_-\\_ebook\\_-\\_65\\_-\\_o\\_empreendedorismo\\_jovem\\_e\\_seu\\_impacto\\_no\\_mercado.pdf](https://sebraeatende.com.br/system/files/produzidos_-_bahia_-_ebook_-_65_-_o_empreendedorismo_jovem_e_seu_impacto_no_mercado.pdf). Acesso em: 21 jul. 2022.

SEBRAE. Pesquisa GEM – 2021. **DataSebrae**, 2022. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2022/04/gem-fev-2022.pdf>. Acesso em: 16 jun. 2022.

SEBRAE. Conheça as características empreendedoras desenvolvidas no Empretec. **Sebrae.com**, 2022. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/Programas/conheca-as-caracteristicas-empreendedoras-desenvolvidas-no-empretec,d071a5d3902e2410VgnVCM100000b272010aRCRD>. Acesso em: 22 ago. 2022.

SIEGER, Philipp *et al.* **Global Student Entrepreneurship 2021: Insights From 58 Countries**. St. Gallen/Bern, 2021.

TOLEDO, Laura Torres *et al.* **Identificação de características empreendedoras em empreendedores Alagoanos**. Trabalho apresentado no VIII Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia (SEGeT), 2011. Disponível em: <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos11/58714825.pdf>. Acesso em: 29 jun. 2022.


VALE, Gláucia Maria Vasconcellos; CORRÊA, Victor Silva; REIS, Renato Francisco dos. Motivações para o Empreendedorismo: necessidade versus oportunidade? **RAC**, Rio de Janeiro, v. 18, n. 3, art. 4, pp. 311-327, Maio/Jun. 2014. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rac/a/wVbBLJDGsbWC8bsBGV8tJpJ/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 20 jul. 2022.

VELOSO, Fernando. O cenário econômico pós-pandemia. **Instituto Brasileiro de Economia da Fundação Getúlio Vargas (FGV IBRE) – Blog**, 2020. Disponível em: <https://blogdoibre.fgv.br/posts/o-cenario-economico-pos-pandemia>. Acesso em: 20 jul. 2020.

VIEIRA, Graziela de Abreu; MARQUES, Débora. Perfil do Jovem Empreendedor: Estudo de Caso sobre o Perfil Empreendedor dos alunos e egressos do curso de Administração de uma faculdade particular de Juiz de Fora/MG. **Gestão – Revista Científica**, v.1, n. 1, 2019. Disponível em: <https://www.cesjf.br/noticias-pesquisa/1618-ces-revista.html>. Acesso em: 14 mai. 2022.

ZARPELLON, S. C. O empreendedorismo e a teoria econômica institucional. **Revista Iberoamericana de Ciências Empresariais y Economía**, v. 1, n. 1, pp. 47-55, 2010.

## APÊNDICE A - Modelo de Questionário de Pesquisa

 <p><b>INSTITUTO FEDERAL</b> Minas Gerais Campus São João Evangelista</p>	<p>MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE MINAS GERAIS CAMPUS SÃO JOÃO EVANGELISTA-MG</p>
--	--

### Perfil

**Idade:**

- 17- 20 anos  
 21 – 25 anos  
 26 – 29 anos

**Gênero:**

- Feminino  
 Masculino  
 Gênero não-binário

**Estado civil**

- Solteiro(a)  
 Casado(a)  
 Divorciado(a)

**Possui filhos:**

- Nenhum  
 Um  
 Mais de dois

**Situação de matrícula:**

- Matriculado  
 Egresso (ou seja, já se formou)

**Em qual período da Graduação você se encontra?**

- 1º período     3º período     5º período     7º período  
 2º período     4º período     6º período     8º período

**Você possui algum familiar com próprio negócio:**

- Sim, meu pai;  
 Sim, minha mãe;  
 Sim, de grau de parentesco.  
 Não há ninguém da família com próprio negócio.

**Você sonha em empreender após a formação no curso de administração:**

- Sim  
 Não

### Questões - Conjunto de Realização

#### O que te levaria a se tornar um empreendedor?

- Conquistar independência financeira;
- Sair da minha zona de conforto em busca de novos desafios;
- Abrir meu próprio negócio;
- Adquirir novos conhecimentos e novas experiências;
- Gerar empregos ;
- Ser meu próprio patrão;
- Ser reconhecido pelo meu trabalho;
- Exercer em uma área ainda não explorada.

#### Que opção de carreira você quer seguir após a sua formatura?

##### Eu quero ser...

- Empregado(a), de uma pequena empresa;
- Empregado(a), de uma média empresa;
- Empregado(a), de uma grande empresa;
- Dono de uma empresa, em desenvolvimento constante;
- Sócio de uma empresa;
- Outra coisa/ não sei ainda.

#### Você está disposto a correr riscos, para alcançar seus objetivos?

- Sim;
- Não;
- Depende do grau de risco.

#### Se fosse abrir um negócio, quais são os fatores que iria analisar antes de começar?

- Apostaria na ideia de imediato;
- Buscaria a possibilidade de ter um sócio;
- Criaria um planejamento estratégico do negócio e analisaria a viabilidade financeira;
- Não considero abrir um próprio negócio.

### Questões - Conjunto de Planejamento

#### O que você identifica como necessário antes de investir em algum projeto (1= Extremamente Desnecessário, 5 = Extremamente Necessário).

Realizar uma pesquisa de mercado, analisando clientes, fornecedores e concorrentes;

1  2  3  4  5

Buscar assistência técnica junto a especialistas;

1  2  3  4  5

Ter visão clara e específica do desempenho do negócio no curto, médio e longo prazo;

1  2  3  4  5

Estabelecer objetivos de curto, médio e longo prazo mensuráveis;

1  2  3  4  5

Identificação de metas realizadoras e que possuam significados pessoais;

1  2  3  4  5

Analisar a viabilidade financeira;

1  2  3  4  5

### Questões - Conjunto de Poder

**O que você identifica como importante dentro de uma empresa (1= Extremamente Desnecessário, 5 = Extremamente Necessário).**

Sustentar seu ponto de vista diante da oposição ou de resultados inicialmente desanimadores;

1  2  3  4  5

Mostrar confiança na sua experiência em execução de tarefas difíceis ou desafiadoras;

1  2  3  4  5

Desenvolver estratégias para persuadir e convencer os outros;

1  2  3  4  5

Utilizar pessoas chaves como facilitadores para atingir seus próprios objetivos;

1  2  3  4  5

Desenvolver e manter relações comerciais.

1  2  3  4  5

### Avaliação Geral Do Perfil Empreendedor

**Indique até que ponto você concorda com as seguintes informações a seguir (1= Discordo fortemente, 5=Concordo fortemente)**

Estou disposto(a) a fazer qualquer coisa para ser um(a) empreendedor(a).

1  2  3  4  5

Minha meta profissional é me tornar empreendedor(a).

1  2  3  4  5

Farei todo o esforço para iniciar e desenvolver meu próprio negócio.

1  2  3  4  5

Tenho uma forte intenção de criar um negócio algum dia.

1  2  3  4  5

Tenho pensado seriamente em criar um negócio.

1  2  3  4  5

Estou determinado(a) a criar um negócio no futuro.

1  2  3  4  5

**Indique seu nível de competência na realização das seguintes tarefas (1= Competência muito baixa, 5 = Competência muito alta).**

Criar produtos e serviços.

1  2  3  4  5

Administrar a inovação em uma empresa.

1  2  3  4  5

Ser líder e comunicador(a)

1  2  3  4  5

Identificar novas oportunidades de negócio.

1  2  3  4  5

Comercializar uma nova ideia ou um desenvolvimento.

1  2  3  4  5

### **Contribuição Da Faculdade para o Desenvolvimento Empreendedor**

**Você considera que a faculdade contribui para o desenvolvimento empreendedor dos alunos?**

Extremamente;

Muito;

Mais ou menos;

Pouco;

Não contribui.

**Avalie as seguintes afirmações sobre como faculdade pode contribuir para o desenvolvimento empreendedor dos alunos (Considere: 1= Contribuição Muito Baixa e 5 = Contribuição Muito Alta).**

Melhorando a compreensão sobre atitudes, valores e motivações em querer ser um empreendedor.

1  2  3  4  5

Melhorando a compreensão sobre as ações que alguém tem que estar realizando para iniciar seu próprio negócio.

1  2  3  4  5

Melhorando as habilidades práticas de administração para iniciar um negócio.

1  2  3  4  5

Melhorando a habilidade para desenvolver redes de relações.

1  2  3  4  5

Melhorando a habilidade de identificar possíveis oportunidades.

1  2  3  4  5

**Quais dos métodos mais utilizados pela faculdade você considera que pode contribuir para o desenvolvimento empreendedor dos alunos. É possível marcar mais de uma opção:**

Aulas Expositivas;

Criação de Plano de Negócio;

Estudos de Casos;


Trabalhos práticos ( individuais ou em grupo);

Seminários e palestras com empreendedores;

Assistir filmes;

Participar de concursos de negócios e rodadas de pitches ( apresentações orais rápidas sobre o modelo de negócio).

## APÊNDICE B - TCLE-Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

 <p><b>INSTITUTO FEDERAL</b> Minas Gerais Campus São João Evangelista</p>	<p>MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE MINAS GERAIS CAMPUS SÃO JOÃO EVANGELISTA-MG</p>
--	--

Você está sendo convidado(a) como voluntário(a) a participar da pesquisa **“EMPREENDEDORISMO JOVEM: um estudo das características empreendedoras dos alunos do curso de Administração de um Instituto Federal de Minas Gerais”**. Nesta pesquisa pretendemos identificar as características empreendedoras em jovens discentes do curso de Administração, visando pontuar suas aptidões para empreender em termos das características empreendedoras apresentadas.

Esta pesquisa é parte do Trabalho de Conclusão de Curso do curso dos discentes Erika de Almeida Cardoso e Izaias Mendes de Melo do curso de Administração, *Campus São João Evangelista*.

Sua participação envolve responder um questionário estruturado online, o qual possui 19 questões que abrangem informações pessoais que buscam perfilar os respondentes, perguntas que objetivam elencar as Características Comportamentais Empreendedoras (CCE's) dos questionados, bem como perguntas que visam avaliar o perfil empreendedor e qual a contribuição da faculdade para o desenvolvimento empreendedor dos discentes. O tempo médio previsto para preenchimento do questionário é de 10 minutos.

Os riscos inerentes a esta pesquisa são mínimos que incluem constrangimento ou desconforto mediante a leitura das perguntas e resposta ao presente questionário, assim como fadiga consequente do preenchimento do formulário eletrônico. Os cuidados para minimizar estes possíveis riscos incluem o anonimato e sigilo das suas respostas e a autonomia para preencher o formulário no horário e ambiente que lhe forem convenientes.

Através dessa pesquisa serão beneficiados os participantes, assim como o público que esta reflete, trazendo informações, que serão disponibilizadas posteriormente aos interessados que entrarem em contato por e-mail. Os pesquisadores se responsabilizam em oferecer assistência em caso de danos recorrentes dessa pesquisa; que podem ser mínimos ou inexistentes.

Para participar deste estudo você não terá nenhum prejuízo, nem receberá qualquer

benefício financeiro. Você tem garantida plena liberdade de se recusar a participar ou retirar seu consentimento, em qualquer fase da pesquisa, sem necessidade de comunicado prévio. A sua recusa em participar não resultará em qualquer penalidade ou modificação na forma em que é atendido(a). Você não será identificado(a) em nenhuma publicação que possa resultar em exposição. Os dados e instrumentos utilizados nas pesquisas ficarão arquivados com os pesquisadores responsáveis por um período de 5 (cinco) anos após a finalização da pesquisa, e depois desse tempo serão destruídos. Conforme legislação específica, os pesquisadores se comprometem tratar os dados com sigilo e confidencialidade e utilizar as informações somente para fins acadêmicos e científicos referentes a esta pesquisa, conforme os objetivos propostos.

Após ler o presente termo, caso queira relatar alguma discordância ou irregularidades sob o aspecto ético desta pesquisa, esclarecer dúvidas e receber orientações, poderá contatar a qualquer tempo os pesquisadores responsáveis:

- Erika de Almeida Cardoso - (erikacardoso2017mg@hotmail.com)
- Izaias Mendes de Melo - (zaiamendes2018@gmail.com)

Pedimos que você **armazene as informações deste termo de consentimento livre e esclarecido da maneira como preferir, seja por meio da captura desta tela (print screen), fotografia ou copiando o texto para um arquivo**, como forma de documentar o registro de consentimento.

Caso deseje uma cópia do termo, favor nos solicitar via e-mail: (erikacardoso2017mg@hotmail.com ou zaiamendes2018@gmail.com). E se tiver alguma dúvida do assunto da pesquisa favor nos enviar por estes endereços.