

# TENDÊNCIA EMPREENDEDORA: PERFIL DOS ACADÊMICOS DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DE UMA IES DO TOCANTINS

Thiago Carneiro de Lima<sup>1</sup>, Nathanni Marrelli Matos Mauricio<sup>2</sup>

Este artigo é um estudo descritivo de abordagem quantitativa que visa à identificação e análise das características empreendedoras dos acadêmicos do Curso de Administração de uma Instituição de Ensino Superior (IES) localizada no estado do Tocantins. O instrumento para coleta de dados foi o questionário de Tendência Empreendedora Geral - TEG, que identifica a existência ou não do perfil empreendedor, contemplando cinco características: Necessidade de Sucesso, Necessidade de Autonomia/Independência, Tendência Criativa, Assumir Riscos e Impulso e Determinação. Os resultados revelam um nível muito baixo de empreendedorismo entre a população pesquisada, visto que obtiveram médias inferiores a esperada em todas as características. Ressalta-se que as características empreendedoras podem ser moldadas ao longo do tempo, sendo possível seu ensino e aprendizado. Sendo assim, é indicado que a formação de administradores propicie conteúdos adequados às necessidades do mercado e possibilite que os acadêmicos desenvolvam as características preponderantes de um empreendedor.

**Palavras-Chave:** Empreendedorismo. Curso de Administração. TEG.

This paper is a descriptive study with a quantitative approach aimed at identifying and analyzing the entrepreneurial characteristics of academic Administration Course of a Higher Education Institution (HEI) located in the state of Tocantins. The instrument for data collection was the General Entrepreneurship Trend questionnaire - TEG, which identifies whether or not the entrepreneurial profile, gazing five characteristics: Success Need, Need for Autonomy / Independence, Creative Trend, Taking Risks and Impulse and determination. The results show a very low level of entrepreneurship among the population studied, as obtained lower averages in all the expected features. It is emphasized that the entrepreneurial characteristics can be shaped over time, making it possible teaching and learning. Thus, it is indicated that the training of administrators fosters appropriate content to market needs and enable academics to develop the prevailing characteristics of an entrepreneur.

**Keywords:** Entrepreneurship. Course Management. TEG.

---

<sup>1</sup> Bacharel em Administração pela UFT; Pós-graduando em Gestão Empreendedora pela FAEL; Certificação Profissional ANBIMA-CPA10. Email: [thiagocdlima@gmail.com](mailto:thiagocdlima@gmail.com).

<sup>2</sup> Bacharela em Administração pela UFT; Especialista em Gestão Pública pela FAEL, Administradora da UFT; Email: [nathanni@uft.edu.br](mailto:nathanni@uft.edu.br).

## 1. INTRODUÇÃO

O cenário organizacional tem sido alvo de inúmeras mudanças a fim de responder satisfatoriamente ao mercado e suas exigências. Neste cenário, temas como empreendedorismo e inovação ganham maior notoriedade, sobretudo em razão da necessidade de reestruturação, visando se adaptar às mudanças.

Empreender é mais do que abrir negócios, está vinculado a inovar, a transformar, abrangendo o comportamento e atitude das pessoas e das organizações (LOPEZ; SOUZA, 2006). “O espírito empreendedor está presente em todas as pessoas que mesmo sem fundarem uma empresa ou iniciarem seus próprios negócios estão preocupadas e focalizadas em assumir riscos e inovar continuamente” (CHIAVENATO, 2008, p.3).

Nesse contexto, ser empreendedor é a atitude para explorar novas oportunidades, para assumir riscos e criar coisas novas. Atualmente, segundo Nogueira (2009), precisa-se desta atitude em vários níveis: a nível individual, porque o empreendedorismo é uma via eficaz para a autorrealização e felicidade; a nível organizacional, porque as empresas precisam de uma cultura empreendedora para se adaptar às mudanças; e por fim, a nível das sociedades, porque o empreendedorismo contribui, por exemplo, na geração de empregos.

A abordagem a respeito do empreendedorismo envolve uma série de elementos, tais como: independência, ousadia para assumir riscos, inovação, otimismo, identificação de oportunidades e estilo de liderança (CHIAVENATO, 2008). Essas características imprimem ao profissional uma gestão inovadora no competitivo mercado atual (VEDOIN; GARCIA, 2010).

A proposta da maioria dos cursos de Administração é formar um profissional com perfil diversificado que contemple

competências capazes de subsidiar sua atuação como administrador, gerente, analista, pesquisador, professor técnico e/ou universitário, bem como atuar como profissional liberal, enquanto consultor, auditor, analista; prestando seus serviços aos diversos tipos de organizações: públicas, privadas e do terceiro setor.

O objetivo geral da pesquisa foi analisar se os acadêmicos do curso de Administração de uma IES localizada no estado Tocantins possuem tendência empreendedora; e os objetivos específicos foram: contextualizar teoricamente o empreendedorismo e as características empreendedoras; analisar o curso com relação ao empreendedorismo; e analisar as características empreendedoras dos acadêmicos, utilizando o questionário de Tendência Empreendedora Geral - TEG.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Empreendedorismo

O empreendedorismo é um fenômeno mundial e está relacionado com o crescimento econômico. Daí a grande importância de desenvolver empreendedores que ajudem o país, gerando possibilidade de trabalho, renda e maiores investimentos (VALENCIANO, BARBOZA, 2005).

Os conceitos de empreendedorismo possuem as seguintes palavras chaves: atividade geradora de valor; reconhecimento de novas oportunidades; satisfação das necessidades; criação de valor para a sociedade.

Segundo Leal, *et al.* (2011), empreendedorismo é capacidade de criar e executar uma ideia relacionada ao negócio seja ele pequeno ou de grande porte. De acordo com Valenciano e Barboza (2005) empreendedorismo pode ser visto como emergência de uma nova atividade

econômica, o que inclui imitação e/ou inovação.

Para Dornelas (2005) os empreendedores de sucesso estão sempre atrás de novas ideias de negócio e oportunidades de mercado, por isso ficam sempre atentos, são curiosos, questionadores e criativos.

Lopez e Souza (2006) explicam empreendedorismo como uma função de quatro elementos: traços de personalidade, postura estratégica, inovação e propensão a assumir riscos, destacando a busca de oportunidade e a criatividade entre os traços de personalidade.

Uma das grandes questões do empreendedorismo é responder se o mesmo pode ser ensinado e/ou aprendido ou se é uma característica nata (ARAÚJO, 2009).

Assim, encontram-se na literatura duas perspectivas teóricas para o empreendedorismo: uma subjetivista e outra objetivista. De modo geral, a perspectiva subjetivista focaliza a atuação da pessoa, suas habilidades, suas capacidades inerentes e a construção de sua identidade. Desse ponto de vista, o comportamento empreendedor surge como manifestação de impulsos naturais, como o resultado de experiências acumuladas.

Enquanto a perspectiva objetivista coloca no centro das causas do empreendedorismo os aspectos materiais do ambiente onde ocorrem as iniciativas empreendedoras, afirmando que elas acontecem muitas vezes, por razões acidentais, resultantes da combinação de tempo e lugar apropriados (BARROS; FIÚSA; IPIRANGA, 2005).

Novos estudos, como por exemplo, o de Tonelli, Brito e Zambalde (2011) permitem a compreensão de que o empreendedorismo é composto ao mesmo tempo de subjetividade e de objetividade. O principal argumento tem haver com a ideia de que o

empreendedorismo não necessariamente se refere apenas à concepção de uma boa ideia ou a percepção de uma oportunidade, nem à noção da preexistência de um potencial empreendedor no indivíduo. Seria mais plausível explicar a maioria dos casos de iniciativas empreendedoras pela soma de fatores como: fenômenos acidentais, reunião de recursos necessários em tempo e local certos, oportunidades, necessidades, bem como, características que auxiliem o processo e fatores ambientais que levem ao sucesso.

Corroborando com esta ideia, Nascimento, *et al.* (2005) afirmam que: existe a concepção do empreendedor nato, aquele que nasce com as características necessárias para empreender com sucesso. No entanto, como se trata de um ser social, influenciado pelo meio que em que vive, a formação empreendedora pode acontecer por influência familiar, estudo, formação e prática.

O processo empreendedor pode ser impulsionado por diversos motivos, sempre existe um fato gerador que leva as pessoas a ingressar no mundo dos negócios, abrindo novas empresas, trazendo novos modelos de gestão, produtos e serviços novos, ou até mesmo revolucionando mercados já existentes com uma nova abordagem (PINHEIRO; LIMA; LIMA, 2012).

Em relação à motivação, Paulino e Rossi (2003), identificaram a autonomia como fator primordial pelo qual os empreendedores são guiados. Segundo Vedoine Garcia (2010), as pessoas são motivadas a empreender por necessidade de realização; necessidade de implementar ideias; busca de independência; fuga da rotina profissional; anseio de maiores responsabilidades e riscos; busca por maior ganho, status e/ou controle da qualidade de vida.

Para Greco, *et al.* (2010) os empreendedores são motivados ou por necessidade ou por oportunidade. Empreendedores por necessidade são aqueles que iniciaram um

empreendimento autônomo por não possuírem melhores opções para o trabalho e então abrem um negócio a fim de gerar renda para si e suas famílias. Enquanto, empreendedores por oportunidade optam por iniciar um novo negócio, mesmo quando possuem alternativas de emprego e renda, o fazem para manter ou aumentar sua renda ou pelo desejo de independência no trabalho.

## 2.2 Empreendedorismo no Brasil

No Brasil, o empreendedorismo ganhou forças e se popularizou a partir da década de 90, com a abertura da economia, que propiciou a criação de diversas entidades voltadas para o tema, como o envolvimento mais ativo do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), que é uma entidade criada para dar suporte à iniciação de uma empresa, e também, prestar consultorias para resolução de problemas.

O SEBRAE é amplamente difundido entre os pequenos empresários brasileiros, com finalidade de informar e dar suporte necessário para a abertura de uma empresa, bem como acompanhar através de consultorias seu andamento, solucionando pequenos problemas do negócio. Este órgão também vem contribuindo com a implantação da cultura empreendedora nas universidades brasileiras, ao promover o Desafio SEBRAE, uma competição entre acadêmicos de várias nacionalidades, que têm como tarefa, administrar uma empresa virtual. Os cursos em universidades também foram responsáveis pela difusão no Brasil do tema empreendedorismo (JORA, 2006).

A cada dia surgem novos empreendedores no Brasil, pessoas com ideias, vontades e sonhos, que de alguma forma conseguiram um capital para investir, mas que necessitam de planejamento para garantir sucesso.

Jora (2006) ressalta que o empreendedor brasileiro necessita de

capacitação de qualidade, que lhe forneça a base necessária para identificar oportunidades, criar a empresa e gerenciá-la de maneira eficiente e eficaz. Devido a essa deficiência na especialização cultural em empreender, os brasileiros ainda se utilizam, apenas, de sua vontade, sua fé e seu pequeno capital, faltando-lhe o essencial que é o aprimoramento e o planejamento. O mesmo autor destaca que o país possui aspectos que dificultam a ação empreendedora como: os poucos incentivos do governo, altas taxas de impostos e uma grande burocracia na criação de novas empresas.

## 2.3 Características Empreendedoras

Ao abordar a temática empreendedorismo, torna-se fundamental apresentar e analisar o agente deste processo: o empreendedor. Uma constante confusão ocorre quando costumeiramente as pessoas relatam que empresários e empreendedores são conceitos análogos. É importante salientar que nem todo empresário é empreendedor. Ser empreendedor não é a mesma coisa que ser um empresário, visto que empresário é aquele indivíduo que, de alguma forma, tornou-se proprietário de uma empresa e dela tira lucros (SILVA, 2010). Há um consenso entre os estudiosos de que, o que distingue o empreendedor das outras pessoas é a maneira como este percebe a mudança e lida com as oportunidades. O empreendedor é o indivíduo que consegue inovar dentro dos processos nos quais está envolvido (ARAÚJO, 2009).

Empreendedor é o termo utilizado para qualificar, ou especificar, principalmente, aquele indivíduo que detém uma forma especial, inovadora, de se dedicar às atividades de organização, administração, execução (LEAL, *et al.*, 2011). Assim, o empreendedorismo além de representar a abertura de um negócio próprio; ainda, pode ser a iniciativa de criar, inovar e buscar novas

oportunidades e negócios para a organização na qual se trabalha (PELOGGIA, 2001), essas ações denominam-se intraempreendedorismo.

Nesse contexto, considera-se como exemplo de empreendedores: um indivíduo que cria uma empresa, qualquer que seja ela; uma pessoa que compra uma empresa e introduz inovações, assumindo riscos, seja na forma de administrar, vender, fabricar, distribuir ou de fazer propaganda de seus produtos e/ou serviços, agregando novos valores; um empregado que introduz inovações em uma organização, provocando o surgimento de valores adicionais (VALENCIANO; BARBOZA, 2005).

De acordo com Dornelas (2005), o empreendedor para obter sucesso, deve apresentar as seguintes características: ser visionário; saber tomar decisões; fazer a diferença; explorar o máximo de oportunidades; independência e direção do próprio destino; ser líderes.

Peloggia (2001) afirma que independentemente das diferentes visões sobre o conceito de empreendedor, a maioria dos autores concordam que é alguém que possui: necessidade de sucesso, necessidade de autonomia/independência, tendência criativa, tendência a assumir riscos e, impulso e determinação.

Ressalta-se que essas cinco características são as pesquisadas analisadas no questionário aplicado com os acadêmicos do curso de Administração.

A necessidade de sucesso está intimamente relacionada com a realização pessoal, indivíduos com essa característica procuram mudanças (PELOGGIA, 2001), que podem ser concretizadas abrindo um negócio próprio ou procurando aperfeiçoar os processos na organização na qual trabalham (VEDOIN; GARCIA, 2010).

A necessidade de autonomia/independência tem a ver com liberdade. De acordo com Valencino e

Barboza (2005), o empreendedor tem a expectativa de liberdade e flexibilidade de normas e de horários, tomando para si o controle de sua vida pessoal e profissional; além disso, quer imprimir o seu modo de trabalho e determinar os direcionamentos que a empresa deve seguir a cada problema ou oportunidade.

Além disso, um dos principais motivos que levam as pessoas a empreender é a busca por independência (GRECO, *et al.*, 2010).

Frequentemente associa-se o empreendedor à criatividade. Para Dolabela (2008), a criatividade é uma das principais características do empreendedor, visto que o mesmo necessita perceber o mercado de forma diferenciada, ver o que os demais não percebem.

Qualquer definição de empreendedorismo envolve assumir riscos, desde que sejam calculados (DORNELAS, 2005; SOUZA, 2005; LEAL, *et al.*, 2011; PINHEIRO; LIMA; LIMA, 2012). Os riscos fazem parte de qualquer atividade, e é preciso aprender a administrá-los; o sucesso do empreendedor está na sua capacidade de conviver e sobreviver a eles (PELOGGIA, 2001).

A última característica é o impulso e determinação, que se consolida em uma alavanca para consecução de um empreendimento (VEDOIN; GARCIA, 2010).

É por meio desta característica que o empreendedor efetua mudanças e transformações em seu contexto de atuação, conduzindo a novos rumos, novos objetivos e novos patamares.

Para Dolabela (2008) o empreendedor possui impulso e determinação à medida que é proativo, definindo seus objetivos e buscando os meios que lhe permitirá atingi-los.

Em resumo “o empreendedor é aquele que faz as coisas acontecerem, se antecipa aos

fatos e tem uma visão futura da organização” (DORNELAS, 2001, p. 15).

## 2.4 Empreendedorismo e o Curso de Administração

O ensino de empreendedorismo encontra-se em fase de evolução e ainda existem pessoas resistentes às potencialidades desta educação, pois acreditam no pressuposto de que as características empreendedoras são natas ao ser humano (VEDOIN; GARCIA, 2010). Porém, há uma vertente que defende que o empreendedorismo pode ser aprendido.

Para Neto (2012) é importante disseminar a educação empreendedora nas bases curriculares brasileiras, visando estimular as características empreendedoras desde jovem. Dolabela (2008) explicita razões para se disseminar a cultura empreendedora, sendo elas: estimula o desenvolvimento; apoia as pequenas empresas; responde ao desemprego.

O objetivo da maioria dos cursos de Administração é formar profissionais capazes de pensar e refletir criticamente, agindo de forma estratégica e sustentável na gestão das organizações em uma realidade diversificada e em constante transformação, desenvolvendo nos futuros profissionais competências e habilidades compatíveis com o perfil desejado nos diversos segmentos do mercado.

A grande vontade de enfrentar o desafio e abrir seu próprio negócio tem que ser somada a capacitação e a disposição para adquirir novos conhecimentos. Por exemplo, realizar um plano de negócios, visto que esta é uma ferramenta da gestão empresarial importante, pois será o caminho a ser traçado pela empresa no cumprimento de seus objetivos e metas (JORA, 2006). As disciplinas que tratam do empreendedorismo nos cursos de Administração ensinam e estimulam o acadêmico a desenvolver um plano de negócios. Além disso, objetivam ensinar os

conceitos de empreender comercialmente; a iniciação de uma atividade empresarial; a importância, as práticas administrativas e as políticas e programas de apoio na criação da pequena e média empresa; as habilidades, perfil e comportamento de um dirigente de empresa.

A universidade é importante na disseminação da cultura empreendedora, porque ela é, tradicionalmente, fonte formadora de opinião e do saber (NETO, 2012). Dessa forma, a universidade deve propiciar que os alunos tenham diversas experiências e vivências que possibilitem não só apreender a teoria, mas também que saiba colocá-la em prática no contexto organizacional no qual estará inserido.

## 3. PROCEDIMENTO METODOLÓGICO

Visando atender os objetivos dessa pesquisa, realizou-se um estudo descritivo de abordagem quantitativa, sendo que a razão de conduzir este tipo de pesquisa é descobrir quantas pessoas de uma determinada população compartilham uma característica ou um grupo de características (LAKATOS, 2003; VERGARA, 2005).

Buscou-se englobar nessa pesquisa os acadêmicos que cursavam o penúltimo e o último período do curso de Administração. Assim, o universo da pesquisa compreendeu 58 alunos e conseguiu-se a aplicação de 41 questionários.

O instrumento para coleta de dados adotado neste trabalho foi o questionário de Tendência Empreendedora - TEG. Desenvolvido na Unidade de Formação Empresarial e Industrial da *Durham University Business School* por Johnson e Caird, 1988. O teste foi concebido para reunir e avaliar uma série de características pessoais comumente associados com a pessoa empreendedora que incluem: necessidade de sucesso; necessidade de autonomia/independência, criatividade,

assumir riscos e, impulso e determinação. Destaca-se que essas cinco características foram explicadas no desenvolvimento.

Segundo os autores do questionário, Johnson e Caird (1988), estas foram as características psicológicas mais significativas dentre as citadas na literatura.

A escolha desse questionário justifica-se por ser um instrumento de coleta de dados já consolidado e usado em diversas pesquisas no Brasil, como por exemplo, o trabalho de Peloggia (2001) que foi utilizado como base para esta pesquisa. Assim, o teste TEG, sua estrutura, forma de analisar e interpretar os resultados bem como sua tabulação foi baseado no trabalho deste autor.

A primeira parte do questionário apresenta questões gerais sobre a população da pesquisa, visando identificar idade e sexo, enquanto a segunda contém questões que identificam a existência ou não do perfil empreendedor, este teste é formado por 54 afirmações que caracterizam estas atitudes ou estilos empreendedores, que possibilita traçar o perfil empreendedor a partir da reação acordo ou desacordo dos respondentes.

O processo de coleta de dados foi realizado entre os meses de agosto e novembro de 2014, e o instrumento de pesquisa foi enviado para o e-mail pessoal dos acadêmicos e aplicado pelos próprios pesquisadores no período destinado às aulas.

Após a coleta de dados, realizou-se a tabulação da primeira parte do questionário e o cálculo de pontuação do Teste TEG. Na sequência, procedeu-se à interpretação e discussão dos resultados da pesquisa, com base na fundamentação teórica estudada.

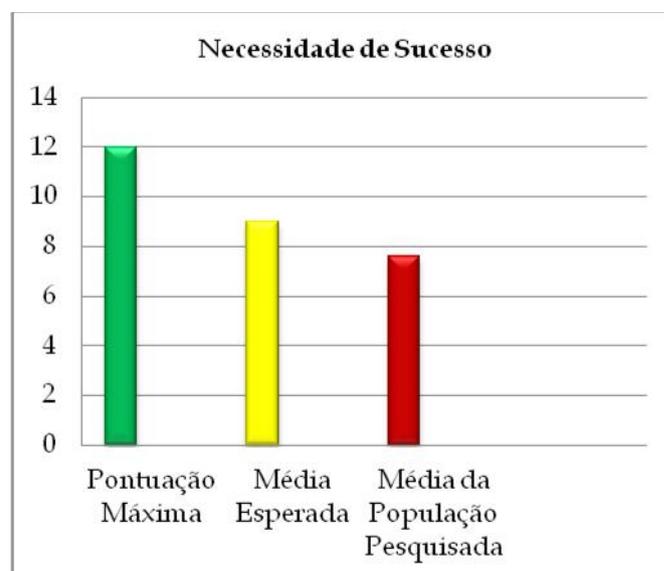
#### 4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

Responderam ao questionário 16 homens e 25 mulheres; com média de idade de 28 anos. Os dados resultantes da segunda parte do questionário, cujo objetivo foi

levantar as características empreendedoras, foram comparados com a Pontuação Máxima e a Média Esperada determinada pelo Teste TEG.

Com relação a necessidade de sucesso, observou-se que a média das respostas obtida no teste aplicado foi 7,6 em uma escala em que o máximo é 12 e a média é 9, conforme Gráfico 1.

Gráfico 1. Média apresentada na tendência necessidade de sucesso



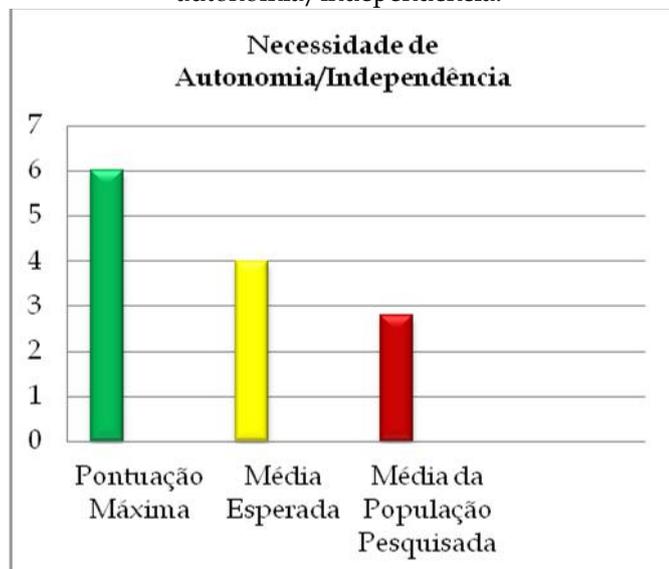
Nota-se que a população ficou abaixo da média, o que indica que a mesma não possui todas as características relativas à necessidade de sucesso, que são: olhar para frente, autossuficiência, otimismo, orientação para tarefas e resultados, confiança em si mesmo, persistência (PELOGGIA, 2001). Justifica-se que a maioria das pessoas que são bem-sucedidas em suas carreiras profissionais nunca pensou, seriamente, na possibilidade de iniciar um negócio próprio.

Vedoin e Garcia (2010) explica que estas pessoas não estariam dispostas a abandonar o conforto de sua carreira estável para tentar iniciar um empreendimento próprio.

No que se refere à autonomia/independência, verificou-se que o

universo não atingiu a média esperada, apresentando a pontuação de 2,8 em uma escala em que o máximo é 6 e a média é 4, conforme Gráfico 2.

Gráfico 2. Média apresentada na tendência autonomia/independência.



Presume-se que estas pessoas apresentam poucas das qualidades inerentes à autonomia/independência.

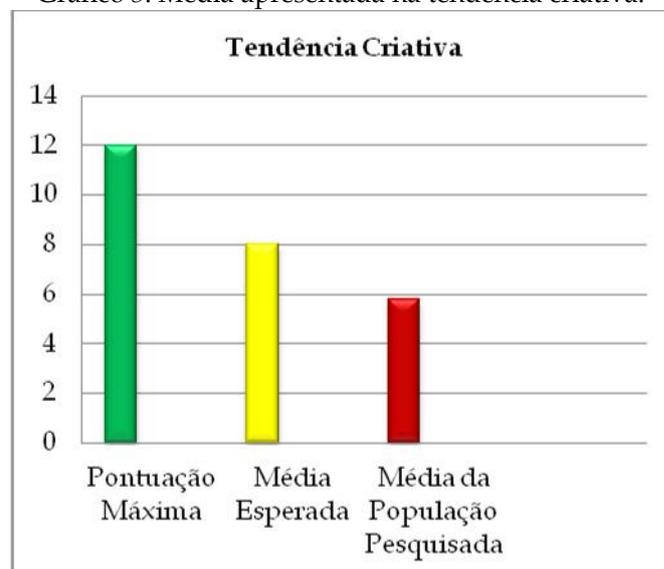
Nesse sentido, segundo Peloggia (2001), realizam-se fazendo atividades convencionais; possuem preferência por trabalhar em equipe; não costumam expressar seus pensamentos e se rendem à pressão do grupo de trabalho; preferem não tomar decisões.

Contata-se que estas pessoas, dificilmente, seriam empreendedores por oportunidade, que optam por iniciar um novo negócio mesmo quando possuem alternativas de emprego e renda, são motivados pelo desejo de independência no trabalho. Talvez, venham a serem empreendedores por necessidade, quando essa for a única alternativa para obtenção de renda e de sustento.

Quanto à criatividade, a média das respostas obtida no teste aplicado foi 5,8 em

uma escala em que o máximo é 12 e a média é 8, conforme Gráfico 3.

Gráfico 3. Média apresentada na tendência criativa.



Destaca-se que nessa característica a população também ficou um pouco abaixo da média, o que indica que os acadêmicos possuem algumas características desta seção, que são: é imaginativa e inovadora; sonhadora; versátil e curiosa; têm muitas ideias; é intuitiva e adivinha bem; realiza-se com novos desafios, novidade e a mudança (PELOGGIA, 2001).

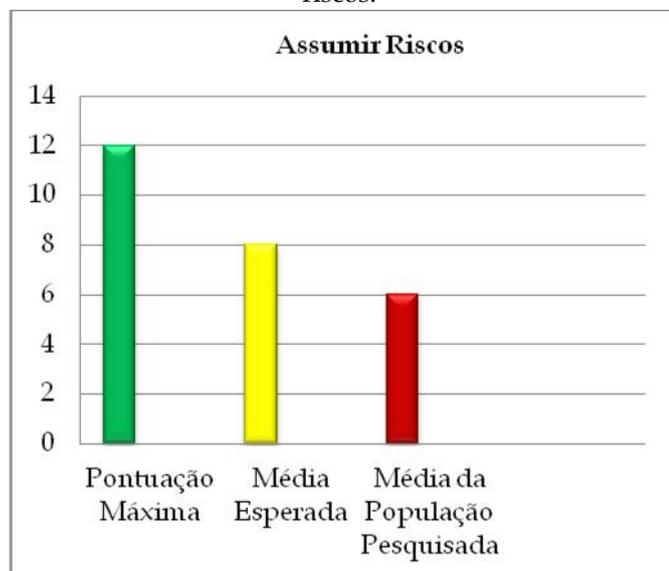
Esse dado indica que existe defasagem quanto à criatividade dos alunos e, portanto, demanda a aplicação de técnicas no Plano Pedagógico, que possam contribuir com o desenvolvimento criativo dos alunos.

Dornelas (2005) ressalta que apesar da criatividade ser uma característica muito presente na maioria dos empreendedores, não significa que uma pessoa que se considera pouco criativa não possa vir a ser empreendedora. Em algumas pessoas a criatividade parece estar mais presente que em outras, isso depende de vários fatores pessoais e ambientais que podem influenciar o comportamento.

Quanto à tendência em assumir riscos, os resultados demonstraram que o universo

desta pesquisa não atingiu a média esperada, pontuando 6,02 em uma escala em que o máximo é 12 e a média é 8, conforme Gráfico 4.

Gráfico 4. Média apresentada na tendência assumir riscos.

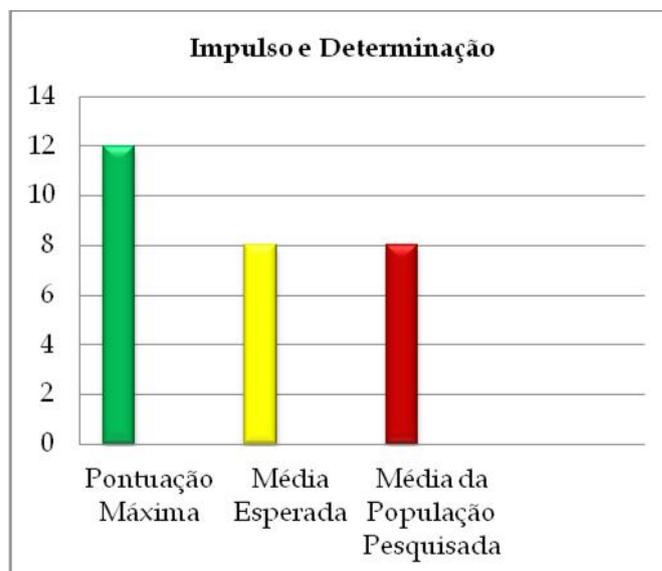


Portanto, a população pesquisada pode não possuir aspectos inerentes à questão de assumir riscos, que se resumem em: atuar com informações incompletas; avaliar os benefícios prováveis frente ao fracasso provável; valorizar com precisão suas próprias capacidades; fixar objetivos que possam ser cumpridos (PELOGGIA, 2001).

Percebe-se que nem todos têm a mesma disposição para assumir riscos, pessoas que necessitam de uma vida regrada, horários certos, salário garantido no fim do mês, provavelmente, não são pessoas propensas a abrir o próprio negócio (VEDOIN; GARCIA, 2010).

Quanto à tendência a ter impulso e determinação, contata-se que a média das respostas obtida no teste aplicado foi 8 em uma escala em que o máximo é 12 e a média é 8, conforme Gráfico 5.

Gráfico 5. Média apresentada na tendência impulso e determinação.



Observa-se que nessa tendência a população ficou na média.

Segundo Peloggia (2001), uma pontuação alta nesta seção significa que a pessoa tende a: aproveitar as oportunidades; não aceitar a predestinação; fazer a sua própria sorte; fazer e controlar seu próprio destino; ser autoconfiante; equilibrar resultado com esforço; mostrar considerável determinação.

Destaca-se que dos 41 respondentes, apenas uma pessoa conseguiu a média maior que a esperada pelo TEG em todas as tendências, e cinco respondentes obtiveram média maior que a esperada em três tendências.

Após estas análises, pode-se inferir que os acadêmicos do curso de Administração da instituição pesquisada não apresentam tendência empreendedora, visto que obtiveram médias inferiores à esperada em quase todas as características, obtendo a média apenas uma característica: impulso e determinação.

Segundo Peloggia (2001), quando os resultados estão na média ou acima em apenas uma das dimensões de tendência

empreendedora, o nível de empreendedorismo é considerado muito baixo.

De acordo com Dornelas (2005) são poucos os empreendedores que terão alta incidência em todas estas características em seu perfil. Porém, as características empreendedoras podem ser moldadas ao longo do tempo, e as mesmas encontram-se interligadas, por exemplo, quando se explora as potencialidades ao assumir riscos, já se está trabalhando a criatividade (VEDOIN; GARCIA, 2010).

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar das diferentes definições encontradas para empreendedor, constatou-se que o que distingue o empreendedor das outras pessoas é a maneira como este percebe e lida com as oportunidades, utilizando-se de características como criatividade, capacidade de inovação, propensão a risco, entre outras.

O empreendedorismo, além de representar a abertura de um negócio próprio, pode representar a iniciativa de criar, inovar e buscar novas oportunidades para a organização na qual trabalha.

Atualmente, o mundo organizacional exige cada vez mais pessoas capazes de empreender, de conseguir enxergar uma oportunidade e transformá-la numa oferta atraente, inovadora; seja na abertura de novos negócios ou nas atitudes dentro da organização. A revisão literária confirmou a demanda do mercado de trabalho por pessoas com o perfil empreendedor, visto que estes estimulam o crescimento econômico do país, geram inovações, possibilidade de trabalho, renda e maiores investimentos.

O processo empreendedor pode ser ensinado e entendido por qualquer pessoa. O sucesso é decorrente de uma gama de fatores internos e externos, somados a conhecimentos específicos e uma boa dose de preparação

emocional. O ensino de empreendedorismo encontra-se em fase de evolução.

O universo pesquisado não apresenta uma tendência empreendedora. Esse dado pode indicar a necessidade de revisão do Plano Pedagógico do Curso, visando desenvolver melhor as características empreendedoras nos acadêmicos do curso de Administração, visto que a maioria das características pesquisadas auxiliará não apenas na abertura de um negócio, mas em qualquer meio que resolvam atuar. Assim, faz-se necessário que as disciplinas do curso estimulem a criatividade, a visão crítica e a formação prática, adequando os conteúdos às necessidades do mercado.

#### 5. REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, Sylvio da Silva. Tendência Empreendedora dos Alunos do Curso de Administração do Centro Universitário de Caratinga - UNEC. 2009. Disponível em: <[http://sylvioaraujo.com.br/documentos/artigo\\_mba.pdf](http://sylvioaraujo.com.br/documentos/artigo_mba.pdf)>. Acesso em: 15 de abril de 2014.
- BARROS, F. S. O.; FIÚSA, J. L. A.; IPIRANGA, A. S. R. O empreendedorismo como estratégia emergente de gestão: histórias de sucesso. *Organização & Sociedade*, v.12, n. 33, 2005.
- CHIAVENATO, Idalberto. *Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor*. 3ed. São Paulo: Saraiva, 2008.
- DOLABELA, F. *Oficina do Empreendedor*. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.
- DORNELAS, Jose Carlos Assis. *Empreendedorismo, transformando ideias em negócios*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
- GRECO, Simara Maria de Souza Silveira et al. *Empreendedorismo no Brasil: 2010*. Curitiba: IBQP, 2010. 286p.
- JOHNSON, C.; CAIRD, S. *The measurement of general enterprising tendency*. Durham: Durham University Business School, 1988.

- JORA, Mariana Soares. Empreendedorismo Brasileiro: Teoria e prática, 2006. Monografia - Graduação em Administração, Centro Universitario Claretiano, Batatais.
- LAKATOS, Eva Maria. Fundamentos de Metodologia Científica. 4 ed., rev. e ampl. São Paulo, Atlas: 2003.
- LEAL, Adna Duarte Cordeiro et al. Diagnóstico da Tendência Empreendedora do Corpo Docente de uma Instituição Pública de Ensino Superior. In: Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, 8. Anais... Resende - RJ, 2011.
- LOPEZ, Gumersindo Sueiro; SOUZA, Eda Castro Lucas de. Instrumento de Medida da Atitude Empreendedora - IMAE: Construção e Validação de uma Escala. In: Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa e Administração, 30. Anais... Brasília: EnANPAD, 2006.
- NASCIMENTO JR., O. R.; DANTAS, A. B.; SANTOS, P. C. F. Prospecção do potencial empreendedor: validação de uma proposta metodológica. In: Encontro Nacional da Associação de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, 29., 2005, Brasília. Anais, Brasília: ANPAD, 2005.
- NETO, Américo Diniz. A Importância da Educação Empreendedora para a Formação do Profissional Reflexivo. 2012. Disponível em: <<http://www.incuei.unlu.edu.ar/workshop/download/Talleres/Americo%20Diniz-Brasil.pdf>>. Acesso em: 13 de abril de 2014.
- NOGUEIRA, Nunes. A importância do empreendedorismo no desenvolvimento pessoal e organizacional. 2009. Disponível em: <<http://www.portalgestao.com/gestao/empreendedorismo/item/2486-a-import%C3%A2ncia-do-empreendedorismo-no-desenvolvimento-pessoal-e-organizacional.html>>. Acesso em: 12 de agosto de 2014.
- PAULINO, Alice Dias; ROSSI, Sonia Maria Morro. Um estudo de caso sobre Perfil Empreendedor: Características e traços de personalidade empreendedora. In: EGEPE - Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas. 3., 2003, Brasília. Anais... Brasília: UEM/UEL/UnB, 2003, p. 205-220.
- PELOGGIA, Lucinei Rossi. Perfil empreendedor do engenheiro na produção industrial: o caso de duas empresas aeronáuticas no Brasil. 2001. 90 f. Monografia - (Especialização MBA - Gerência da Produção e Tecnologia) - Departamento de Economia, Contabilidade, Administração e Secretariado, Universidade de Taubaté, Taubaté.
- PINHEIRO, David Ewerton Garcia. LIMA, Karla Kellem. LIMA, Tereza Cristina Pinheiro. Perfil Empreendedor: Estudo de Caso do Mercado Aberto de Goiânia. In: Congresso Nacional de Excelência em Gestão, 8. Anais... Rio de Janeiro, 2012.
- SILVA, Mirela Sousa. Empreendedor ou empresário? Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/empreendedor-ou-empresario/38623/>>. 2010. Acesso em: 19 de agosto de 2014.
- TONELLI, D. F.; BRITO, M. J. de; ZAMBALDE, A. L. Empreendedorismo na ótica da teoria ator-rede: explorando alternativa às perspectivas subjetivista e objetivista. Cadernos EBAPE.BR, Rio de Janeiro, v. 9, p. 586-603, jul. 2011.
- VALENCIANO, Luis Henrique Sentanin; BARBOZA, Reginaldo José. Conceitos de Empreendedorismo. Revista Científica Eletrônica de Administração - ISSN: 1676-6822. Ano V - Número 9 - Dezembro de 2005 - Periódicos Semestrais.
- VEDOIN, Aline Medianeira Ramiro; GARCIA, Olga Maria Correa. Tendência empreendedora: perfil dos alunos do Curso de Arquivologia da Universidade Federal de Santa Maria. In: Seminários em Administração, 8. Anais... São Paulo: SEMEAD, 2010.
- VERGARA, Sylvia Costant. Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração. São Paulo, Atlas: 2005.