



**FACULDADE DE TECNOLOGIA E CIÊNCIAS APLICADAS – FATECS**  
**CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**  
**LINHA DE PESQUISA: Gestão Empreendedora**  
**AREA: Estratégia Empresarial**

**Felipe Morais Tolentino**  
**21035506**

**O AUTO CONCEITO DO ALUNO DE ADMINISTRAÇÃO NO QUE SE REFERE AO  
SEU PERFIL EMPREENDEDOR**

**BRASÍLIA**  
**2012**

Felipe Morais Tolentino

**O AUTO CONCEITO DO ALUNO DE ADMINISTRAÇÃO NO QUE SE REFERE AO  
SEU PERFIL EMPREENDEDOR**

Trabalho de curso (TC) apresentado  
como um dos requisitos para a  
conclusão do curso de Administração  
de Empresas do UniCEUB – Centro  
Universitário de Brasília.  
Orientadora: Prof. Erika Lisboa

**BRASÍLIA  
2012**

Felipe Morais Tolentino

**O AUTO CONCEITO DO ALUNO DE ADMINISTRAÇÃO NO QUE SE REFERE AO  
SEU PERFIL EMPREENDEDOR**

Trabalho de curso (TC) apresentado  
como um dos requisitos para a  
conclusão do curso de Administração  
de Empresas do UniCEUB – Centro  
Universitário de Brasília.

Orientadora: Prof. Erika Lisboa

Brasília, \_\_\_\_ de outubro de 2012.

**Banca examinadora**

---

Professora Erika Lisboa  
Orientadora

---

Prof.(a) :  
Examinador.(a):

---

Prof.(a) :  
Examinador.(a):

# **O AUTO CONCEITO DO ALUNO DE ADMINISTRAÇÃO NO QUE SE REFERE AO SEU PERFIL EMPREENDEDOR**

Felipe Morais Tolentino

## **RESUMO**

O empreendedorismo tem se tornado algo cada vez mais difundido no mundo e conseqüentemente percebe-se maior interesse por parte das pessoas sobre o assunto. Pelo fato de terem que desenvolver uma atitude empreendedora as pessoas se veem obrigadas a sair da zona de conforto para então, se mobilizarem provocando mudanças significativas na estrutura da empresa da qual fazem parte, seja como colaborador ou como empresário. A sociedade costuma perceber o empreendedor apenas como alguém que constitui uma empresa e não tem a visão de que esse pode estar presente em qualquer segmento. Especificamente nesse artigo, de acordo com o auto conceito dos alunos de Administração no que se refere ao seu perfil empreendedor, buscou-se caracterizar três tipos de empreendedores: o empreendedor empresarial, o intra-empendedor e o empreendedor social. Apesar do histórico empreendedor no Brasil ser recente (1990), aumentaram as perspectivas para o desenvolvimento das empresas no mercado brasileiro, visto que é de interesse do governo seu fomento para o desenvolvimento da economia e da indústria brasileira. Este artigo compara o administrador com o empreendedor e verifica como seu perfil empreendedor pode ser desenvolvido em meio acadêmico, para que esteja preparado para o mercado. Nesse trabalho, buscou-se delimitar o perfil do aluno de Administração no que se refere ao seu auto conceito sobre empreendedorismo, verificando sua aptidão ao empreendedorismo e destacando quais as características que podem ser melhoradas ou adquiridas. Trata-se de uma pesquisa exploratória de natureza qualitativa e quantitativa. A pesquisa foi realizada através da aplicação de questionários com uma amostra de 146 estudantes de Administração.

Palavras-chave: empreendedor; administrador; perfil empreendedor.

## 1. INTRODUÇÃO

No Brasil tem sido notada uma tendência nos últimos anos das pessoas em ser donas do próprio negócio, o que é observado a partir do número de novos empreendedores que cresce a cada ano (SEBRAE, 2011). O perfil do empreendedor pode ser retratado não só através de estatísticas, mas de um conjunto de fatores que contribuem para o desenvolvimento deste e de seu futuro negócio no mercado.

A melhoria das condições do empreendedor dentro da sociedade é possível graças ao desenvolvimento do empreendedorismo no país, aliado aos incentivos do governo nos últimos 20 anos, deixando o paradigma antigo de que “quem é empreendedor já nasce com o dom para o negócio” e que é possível se desenvolver não só em sua carreira, mas como pessoa. Por conta da parceria entre o governo e o empreendedor foi possível uma melhoria nas condições dos indivíduos que queiram empreender, possibilitando melhor desenvolvimento deste como empresário. As características desenvolvidas pelas pessoas que se dispõem a serem empreendedoras podem ser utilizadas não só na constituição de uma empresa, mas dentro do ambiente de trabalho e social de cada indivíduo. Órgãos criados com o objetivo de incentivar o empreendedor, como o Serviço de Apoio as Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE, têm mostrado que é viável investir no empreendedor. Dentro das universidades brasileiras nem sempre o perfil empreendedor é desenvolvido, com destaque para o Distrito Federal, que influenciado pelo grande número de “concurseiros” comumente prepara seus alunos voltando-se para o funcionalismo público. Outro caso é o fato de empreendedores não se sentirem preparados para gerir com solidez seu próprio negócio e com isso buscarem uma melhor formação em uma universidade. Partindo deste princípio o aluno de Administração tem a possibilidade de expandir seus conhecimentos em diversas áreas, conhecendo e permeando cada uma, desde a produção, o controle de estoques, a gestão de seus colaboradores, o planejamento estratégico, o controle financeiro, até a gestão de todos os seus colaboradores em sua própria empresa, em uma empresa pública ou em uma empresa privada. A capacitação e a busca de conhecimento permitem que o indivíduo se prepare melhor para o mercado e consiga, de fato, empreender. A partir do exposto, é possível chegar ao seguinte

questionamento: Qual o auto conceito do aluno de Administração no que se refere ao seu perfil empreendedor?

Diante deste questionamento, o seguinte estudo tem como objetivo principal averiguar o auto conceito do aluno de Administração no que se refere ao seu perfil empreendedor; e como objetivos específicos conceituar empreendedorismo; relacionar o administrador com o perfil empreendedor; identificar, de acordo com o auto conceito do aluno de Administração, se o mesmo se considera empreendedor; delimitar o perfil empreendedor dos alunos de Administração de uma Instituição de Ensino Superior; realizar uma análise comparativa dos resultados encontrados de acordo com o semestre do curso.

## 2. JUSTIFICATIVA

É necessário identificar as características que delimitam o perfil do empreendedor, que fazem com que ele busque uma situação de destaque na sociedade, as quais ele poderia adquirir no meio acadêmico, pessoal ou profissional.

Este trabalho justifica-se, no meio social, por conta do interesse crescente das pessoas, que pretendem criar um novo negócio, não tendo a oportunidade de aplicar suas características empreendedoras no meio corporativo ou na sociedade.

Segundo Hisrich (2004),

no nível social há um crescente interesse da população por fazer com suas próprias mãos seu negócio, são indivíduos que tem uma necessidade de mostrar seu potencial e sua capacidade de expressão, não possuindo a liberdade necessária para isso em sua estrutura organizacional.

A fim de traçar o perfil do empreendedor, a pesquisa poderia ser utilizada pela própria instituição de ensino na busca da melhoria do curso de Administração, verificando qual ou quais perfis empreendedores podem ser desenvolvidos.

Em pesquisas anteriormente realizadas não foi encontrado nenhum tema relacionado que traçasse o perfil do empreendedor em um curso de Administração, além disso, a pesquisa irá aprofundar e estimular os estudos no referido assunto, servindo para ampliar o conhecimento acerca do tema, como justificativa acadêmica. Segundo Hisrich (2004), não existe um verdadeiro perfil empresarial, os empreendedores provêm de experiências educacionais, situações familiares e vivências profissionais.

No aspecto gerencial, são detectados os principais atributos daquele empreendedor, verificando-se que ele pode ser desenvolvido de acordo com a área de maior aptidão dentro da empresa. O mesmo poderá aplicar e perpassar suas características empreendedoras, disseminando-as como parte da cultura da empresa aos outros funcionários, que poderão despertar também uma atitude empreendedora.

Segundo Dornelas (2005),

é no momento de gerenciar a empresa e colocar as ações em prática que surge a maior parte dos problemas e, para que isso não ocorra, é necessário que sejam reconhecidas as limitações do empreendedor, que deve recrutar uma boa equipe de profissionais para gerenciar cada setor e minimizar os problemas, através da identificação das prioridades da empresa.

Sendo assim a pesquisa é necessária para se obter um perfil detalhado do aluno de Administração em uma Instituição de Ensino Superior no que se refere ao empreendedorismo, e como ele pode ser despertado ou desenvolvido, uma vez encontradas as características mais comuns dos empreendedores nos respondentes.

### **3. REFERENCIAL TEÓRICO**

No contexto mundial, em pleno século 21, a era da Internet mesclada com a nova economia tem propiciado um ambiente favorável ao surgimento de empreendedores.

Segundo Dornelas (2005),

a capacitação dos empreendedores tem sido prioridade em vários países, inclusive no Brasil, com uma crescente preocupação das escolas e universidades, com matérias direcionadas ao empreendedorismo, como forma alternativa aos jovens que vem se graduando nas universidades brasileiras.

Segundo Dornelas (2005), nos últimos 15 anos, foi mudado o conceito de que o universitário é preparado para apenas administrar empresas e não para criar empresas. O empreendedorismo causou uma revolução, na forma de gerir empresas, de forma que os administradores de empresas não necessariamente têm de montar um negócio próprio para empreender. O empreendedorismo ocorre através da aplicação de ideias inovadoras, formas e atitudes que possam mudar a situação atual da empresa, abrindo um novo leque de possibilidades, fazendo com que a mesma deixe sua situação de conforto e estagnação diante do mercado.

### 3.1 Empreendedorismo

Há muita divergência quando se conceitua empreendedorismo, muitos pensam que o ato de empreender é apenas vinculado à formação de empresas, mas o empreendedor pode se apresentar em diferentes áreas.

Segundo Dolabela (1999),

ser empreendedor não é somente uma questão de acúmulo de conhecimento, mas a introjeção de valores, atitudes, comportamentos, formas de percepção do mundo e de si mesmo voltados para atividades em que o risco, a capacidade de inovar, perseverar e de conviver com a incerteza são elementos indispensáveis.

Ou seja, o empreendedor deve não só se adequar às situações dentro do ambiente empresarial, mas deve saber lidar também com qualquer situação na qual lhe sejam solicitadas características intrínsecas ao ato de empreender. O indivíduo que empreende pode se encontrar em qualquer situação, desde que se utilize de práticas condizentes ao perfil empreendedor.

A fim de delimitar o perfil do empreendedor e caracterizar o mesmo, o SEBRAE desenvolve um curso denominado Empretec, que tem como objetivo desenvolver nas pessoas interessadas, um comportamento empreendedor e um potencial competitivo (SEBRAE, 2010). No Empretec são delimitadas as 10 características essenciais ao perfil do empreendedor e as desenvolvidas com os participantes, verificando os pontos fortes e fracos de cada um.

As dez características empreendedoras, desenvolvidas no curso Empretec, segundo o SEBRAE (2010), são

- Busca de oportunidade e iniciativa - se antecipar aos fatos e criar novas oportunidades de negócios;
- Persistência - enfrentar os obstáculos decididamente;
- Correr riscos calculados - assumir desafios ou riscos moderados e responder pessoalmente por eles;
- Exigência de qualidade e eficiência - decisão de atingir sempre as expectativas, prazos e padrões de qualidade;
- Comprometimento - com o cliente e com o próprio empresário;
- Busca de informações - busca individual através de pesquisas e consulta a especialistas;
- Estabelecimento de metas - estabelece metas de longo e curto prazo mensuráveis;
- Planejamento e monitoramento sistemáticos - planeja e aprende a acompanhá-lo sistematicamente a fim de atingir as metas a que se propôs;
- Persuasão e rede de contatos - saber persuadir e utilizar sua rede de contatos atuando para desenvolver e manter relações comerciais;
- Independência e autoconfiança - busca autonomia em relação a normas e procedimentos para alcançar o sucesso.

A definição de empreendedorismo permeia diferentes campos do conhecimento, utilizando princípios de duas áreas: os economistas e os comportamentalistas. Segundo Dolabela (1999), o economista associa o empreendedor à inovação, e os comportamentalistas, procuram enfatizar aspectos relacionados à atitude, ao ato de criar e inovar de cada um. Dessa forma, Dolabela (1999), aponta as seguintes atividades do empreendedorismo:

- Disseminação da cultura empreendedora no sistema de ensino formal em todos os níveis;
- Disseminação da cultura empreendedora como apoio à grupos sociais necessitados, tais como desempregados, excluídos do processo econômico;
- Empreendedorismo comunitário, na qual sociedades desfavorecidas se articulam a fim de enfrentar uma adversidade;
- Sensibilização dos governantes da sociedade para a importância do empreendedorismo e da pequena empresa;
- Geração do auto-emprego;
- Criação de empresas;
- Identificação e execução de novas oportunidades para empresas já existentes e novas empresas;
- Financiamento de organizações emergentes e daqueles que estão ameaçadas de falência;
- Intra-empreendedorismo ou o estudo do papel do empreendedorismo nas organizações;
- Promoção do desenvolvimento econômico local, por meio de APL's, por exemplo;
- Concepção e adoção de políticas públicas de apoio e suporte à criação de empresas, abrangendo todos os trâmites legais;
- Estabelecimento de parcerias com universidades e com todas as forças sociais que possam desenvolver o setor.

Das atividades presentes como empreendedoras, as mais conhecidas, ou mais presentes na sociedade são o intra-empreendedorismo, o empreendedor social e a criação de empresas, permeando a geração do auto-emprego.

Entende-se que o conceito de que o indivíduo possui o dom de empreender foi ultrapassado, o indivíduo é capaz de desenvolver traços empreendedores, desde que tenha atitudes empreendedoras seja liderando uma organização ou até mesmo como membro integrante da mesma. Souza e Fracasso (2006 apud PEDROSA, 2009), definem o conceito de atitude empreendedora como uma predisposição aprendida, ou não, para agir de forma inovadora, autônoma, planejada e criativa, estabelecendo redes sociais. Ou seja, ter uma atitude empreendedora, parte do pressuposto de que o indivíduo possa se diferenciar dos demais em uma organização, se posicionando como líder, atuando como intermediário nas redes de

contatos, inovando e perpassando aprendizados aos outros membros da organização, de modo que todos possam ser também empreendedores em suas atividades.

A questão do indivíduo querer sair da zona de conforto e tomar a atitude de empreender, o torna um membro diferenciado dos demais em qualquer ambiente em que este estiver atuando. Hisrich (2004) define o empreendedor como alguém que possui alguns aspectos que o diferenciam dos demais líderes, que ao longo da vida são desenvolvidos, como o histórico familiar, seus valores e seu histórico profissional. Aquele que deseja empreender pode não só se posicionar como um líder, mas tem a possibilidade de fazer mais dentro de sua atividade, o que o torna um elemento ímpar em qualquer grupo do qual faça parte.

Dentro das organizações o indivíduo que possua atitude empreendedora, inova e facilita a abertura de novas possibilidades aos empresários, de modo que todos possam fazer parte de uma nova ideia ou de uma nova forma de se gerir a empresa. Quando todos interagem, mediante a uma atitude empreendedora de um ou mais indivíduos, é possível que não só parte do grupo se destaque, mas que todos possam participar do aumento dos lucros da empresa, o que irá ter relação direta com os resultados.

Para que o empreendedor possa utilizar-se da experiência adquirida ao longo dos anos, de forma orientada, é necessário traçar uma estratégia, que será feita através de um plano de negócios. Esse, que segundo Biagio (2012), seria uma metodologia para analisar a organização como um todo, e não suas partes individualizadas, em que a integração e a multifuncionalidade entre os setores é cada vez mais necessária.

### 3.1.1 Intra-empreendedor

Segundo Dornelas (2003), o empreendedorismo corporativo é o somatório da inovação que a organização pratica e desenvolve e de sua renovação estratégica com os esforços voltados a significativas mudanças na estrutura corporativa. Geralmente o empreendedor corporativo é aquele que tem capacidade gerencial e conhecimento administrativo, aplicando-os diretamente no resultado da organização, mas limitando-se ao grau de autonomia, o que o a leva a desenvolver uma boa estratégia de comunicação aplicando seus valores e ideias na cultura da empresa (DORNELAS, 2007).

O intra-empendedor apresenta uma postura diferente dentro da organização e a medida em que vai evoluindo e tornando a empresa mais rentável, necessita de estímulos, sejam financeiros ou até mesmo psicológicos, o que faz com que ele se sinta valorizado como parte da equipe e motive os outros a se doarem mais em prol da empresa.

Segundo Dolabela (1999), o intra-empendedor é motivado principalmente por critérios internos, como auto-realização se comparado a aspectos extrínsecos, como *status* ou altos lucros. A motivação do indivíduo interno a organização, o torna diferenciado, o levando sempre a inovar e a se desafiar dentro de sua atividade, ou projeto, no qual está engajado em sua empresa. Os empreendedores corporativos, segundo Dornelas (2003), são indivíduos que agem independente do sistema corporativo, criando novas organizações, ou até mesmo renovando ou inovando dentro da organização em que estão inseridos.

Esse indivíduo possui a capacidade de influenciar um grupo e motivá-lo, segundo Dornelas (2003), o intra-empendedor desenvolve suas ideias dentro de uma cultura existente, sendo coerente com a estratégia da organização.

Segundo Dolabela (1999),

O intra-empendedor, possui aspectos de liderança, não perpassando os limites hierárquicos, o que faz com que esse seja valorizado dentro da empresa, por não só delegar funções, mas inovar e transferir novas técnicas de se fazer o que é simples algo especial para a organização.

O empreendedor, segundo Schumpeter (1949 apud. DORNELAS, 2005), é aquele que cria novos negócios, que inova dentro de outros negócios, sendo empreendedor dentro de uma empresa já constituída.

### 3.1.2 Empreendedor empresarial

Segundo Dornelas (2005), o empreendedor é um indivíduo diferenciado, que é capaz de detectar uma oportunidade e criar um negócio para capitalizar sobre ele, assumindo assim riscos calculados.

O empreendedor, como empresário, tem uma postura diferente dos demais, pelo fato de ter que se manifestar ativamente sobre todas as decisões a serem tomadas na empresa. Dessa postura, é definido o conceito de auto-emprego, que segundo Dolabela (1999), diz respeito ao indivíduo quando não se contenta em ser mais um membro da organização, toma uma atitude empreendedora e abre o próprio negócio. Esse indivíduo, deseja fazer de sua empresa uma organização

diferenciada, demonstrando justamente sua habilidade de empreender e inovar, com um negócio novo se propondo a correr riscos, fazendo de sua empresa algo único no mercado e consequentemente rentável.

O empresário, como empreendedor, deve não só se preocupar com aspectos gerenciais, mas deve estar preparado para mudanças e ter humildade suficiente de saber lidar com os erros e com as reviravoltas do mercado. Nesse contexto, Hisrich (2004), cita que o empreendedor deve não só ter características que o diferenciem dos demais, mas deve saber que é suscetível ao erro e além disso deve aceitar o fracasso como momento de aprendizagem, mudando o cenário em que sua empresa se encontra, se possível.

### 3.1.3 Empreendedor social

Outra forma de empreender é através do empreendedorismo social, no qual o indivíduo tem atitudes empreendedoras, atuando no meio social, por espontânea vontade. Essa forma de empreender também pode se manifestar em comunidades, que vivem em realidades adversas e trabalham para melhorar sua condição de vida em projetos que envolvam várias pessoas e procuram agregar algo novo e dar valor e um novo sentido à vida. Dolabela (1999) cita o empreendedorismo comunitário, no qual comunidades se organizam, disseminando suas habilidades e seus conhecimentos, favorecendo outras pessoas para que possam enfrentar situações adversas.

Também conhecido como empreendedorismo comunitário, o empreendedorismo social segundo Dolabela (1999),

desenvolve as condições de determinado ambiente, através de empreendedores, que através de sua liderança e seu perfil, implementam um processo de desenvolvimento, com valores implantados e transmitidos, que consequentemente levará ao desenvolvimento e crescimento econômico e tecnológico da sociedade inserida naquele ambiente.

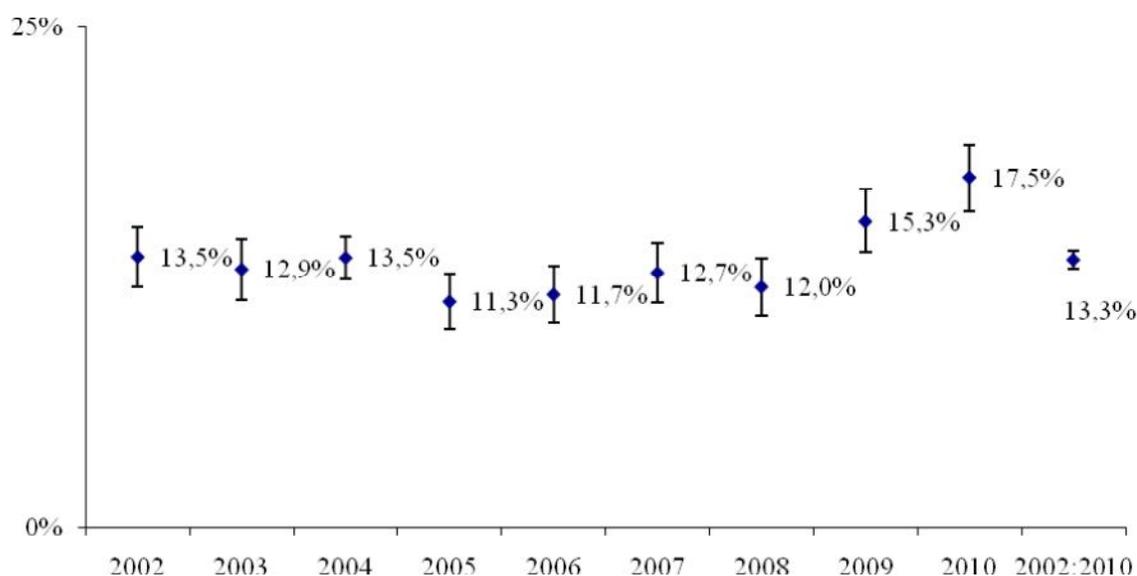
Atuando diretamente na sociedade o empreendedor tem condições de liderar grupos e aplicar seus conhecimentos perpassando suas ideias e modificando a cultura de um determinado ambiente.

## 3.2 Empreendedorismo no Brasil

O movimento do empreendedorismo tem se tornado uma febre mundial, de acordo com Dolabela (1999). Nos Estados Unidos por exemplo, o número de

universidades que oferecem esse conteúdo em seus currículos passou de 10, em 1967, para 1064, em 1998. Dolabela (1999), afirma que na Rússia e nos antigos países pertencentes ao regime socialista o empreendedorismo fez com que esses países recuperassem suas economias, tendo o empreendedorismo como mola propulsora ao seu desenvolvimento.

No Brasil, o empreendedorismo tem obtido maior notoriedade, fato comprovado no relatório GEM – Global Entrepreneurship Monitor (2010), no qual os brasileiros destacam-se com 17,5% de novos empreendedores, entre 18 e 64 anos, com negócios com menos de 42 meses de existência conforme a TEA – Taxa de Empreendedores em Estágio Inicial de 2010. O Brasil alcançou o maior número de empreendedores desde que a pesquisa GEM é realizada no país, o que pode significar uma tendência ao aumento da atividade empreendedora, conforme pode ser observado na figura 1 que mostra a evolução da taxa de empreendedores iniciais entre 2002 e 2010.



**Figura 1:** Evolução da taxa de empreendedores iniciais (TEA) – Brasil 2002: 2010.

**Fonte:** GEM, 2010.

Se comparado aos outros países que participam da medição do TEA, o Brasil destaca-se como um dos países mais dinâmicos em termos de atividade empreendedora. Segundo o GEM (2007), o Brasil possui mais pessoas empreendendo que os países pertencentes ao G7, que participaram da pesquisa. Dentre os países sul-americanos o Brasil não tem uma posição tão notória, talvez pelo fato da baixa complexidade da economia dos outros países não fornecer tantas

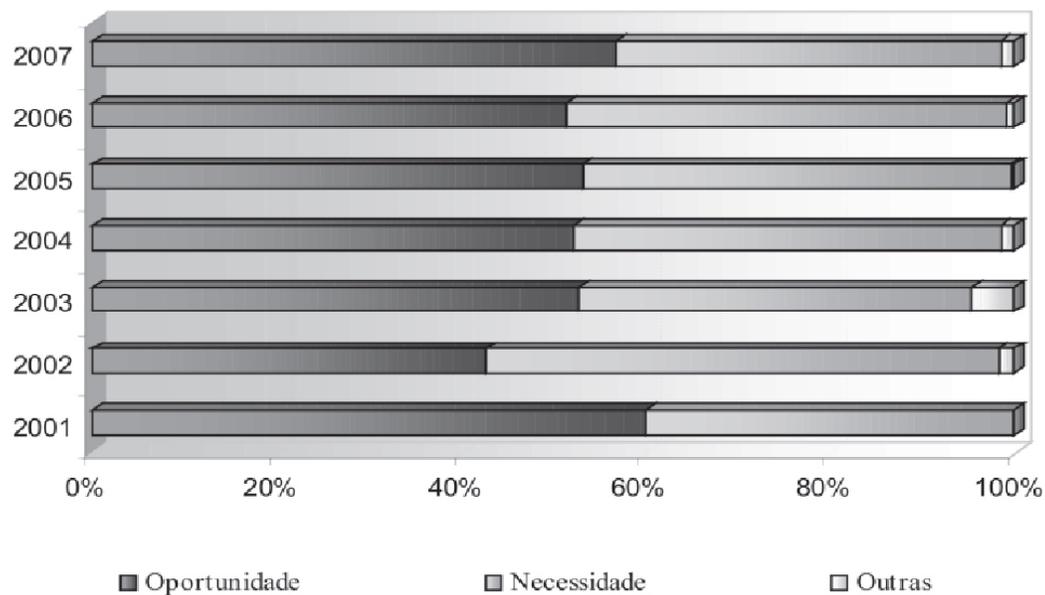
opções de emprego, o que faz com que haja maior atividade empreendedora por necessidade nesses países.

Segundo a pesquisa GEM (2007), a atividade econômica de cada país está relacionada às características institucionais e demográficas, à cultura empreendedora e ao grau de bem-estar econômico, como demonstrado abaixo:

- Características institucionais envolvem o desenvolvimento de instituições em geral, mas também a regulação no sentido do quão facilmente se pode abrir um novo negócio, bem como mantê-lo e permitir que ele cresça, e verificar se existem mecanismos de seguridade social que impeçam as pessoas de se envolverem em atividades empreendedoras;
- Características demográficas desempenham um importante papel. Países com uma população mais idosa, tudo o mais permanecendo constante, terão relativamente menos iniciativas empreendedoras que países com populações mais jovens (e crescentes). Os níveis de imigração e de migração interna também podem ser um fator demográfico relevante;
- A cultura empreendedora tem um componente histórico forte e determina se estabelecer e manter um negócio é considerado um evento normal ou especial e se é uma prática aceita ou não pela sociedade. A cultura empreendedora pode ser vista como uma instituição informal relacionada com o empreendedorismo;
- O grau de bem-estar econômico determina a existência de alternativas de emprego. Em geral, países com melhor bem-estar econômico têm mais (e mais bem pagas) ofertas de emprego para as pessoas da força de trabalho. Um aspecto mais específico do bem estar econômico é o estado de desenvolvimento da tecnologia. Economias com acesso a tecnologia avançada são mais bem equipadas para realizar a transição para uma economia empreendedora.

Segundo Dornelas (2005), o movimento do empreendedorismo no Brasil só foi iniciado de fato na década de 1990, com a criação de entidades que estimulassem o microempresário. Exemplo disso, a Softex (Sociedade Brasileira de Exportação de Software), juntamente com o já firmado SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), impulsionaram o desenvolvimento do empreendedorismo no país. O cenário político até então não era favorável, com pouca informação para quem desejava abrir seu próprio negócio. No ambiente da Softex foram criados programas em todo o país, em parcerias com universidades (incubadoras de empresas) estimulando os empreendedores a ingressarem no mercado.

Em 2007, segundo a pesquisa GEM (2007), o número de empreendedores que se predispõe a iniciar um negócio era altíssimo, fato demonstrado no gráfico 1.



**Gráfico 1:** Evolução das proporções de empreendedores por motivação.  
**Fonte:** GEM, 2007.

O gráfico demonstra que houve um aumento do número de empreendedores que começaram seu negócio como uma oportunidade, vislumbrando um mercado favorável ao empreendedor. Segundo a pesquisa GEM (2007), o que motiva o empreendedor a constituir um negócio próprio é o fato de poder obter um aumento de sua renda pessoal e a oportunidade de adquirir independência financeira, não sendo subordinado dentro de uma organização. Cabe ressaltar ainda, que segundo o GEM (2007), o empreendedor por necessidade, constitui uma empresa por não conseguir obter um desempenho desejado, ou até mesmo por não conseguir se inserir no mercado.

### 3.3 O Administrador como Empreendedor

A motivação que leva empreendedores a se tornarem cada vez mais capacitados, para então desenvolverem seus negócios, tem relação direta com o administrador. Não necessariamente um empreendedor terá que ser um bom administrador, mas suas características são necessárias para então gerir de forma sólida e segura seu negócio. Muitas das vezes o administrador desenvolve atitudes

empreendedoras, que antes não havia sido despertadas se capacitando tecnicamente.

Segundo Dornelas (2005),

o empreendedor tem uma característica singular que o diferencia de qualquer outro administrador, que é o fato de conhecer como poucos seu negócio, ou área de atuação, adquirido através das experiências adquiridas ao longo do tempo.

Um curso de Administração não credencia o indivíduo a ter sucesso ao empreender, mas amplia sua visão de mercado e o prepara para não só desenvolver um bom trabalho em uma organização, mas para tomar atitudes empreendedoras como base em sua vida. Segundo Dornelas (2005), além dos atributos adquiridos como administrador, o indivíduo que deseja empreender, adquire através das experiências, características empreendedoras que irá desenvolver com o tempo.

Segundo Stewart (1982 apud. DORNELAS, 2005), os empreendedores têm um trabalho semelhante ao dos administradores, por partilharem de três características: demandas, restrições e alternativas. Nesse contexto, Stewart, sugere ainda que o que limita os responsáveis pela administração não são as demandas, mas os aspectos internos e externos da organização.

Uma vez inserido em uma organização o indivíduo, que deseja se destacar, necessita desenvolver características empreendedoras. No caso do administrador, isso é ainda mais nítido, pelo fato de que esse necessita desenvolver características empreendedoras, como as do Empretec, que irão credenciá-lo a pleitear posições de destaque na organização.

No caso do empreendedor empresarial, as características empreendedoras podem ser adquiridas por meio de capacitação e também pela experiência da convivência direta com o mercado no qual está inserido.

Segundo Dornelas (2005), o empreendedor é um administrador, mas se difere dos gerentes e dos executivos, por serem mais visionários e não se limitarem apenas a poucas áreas da organização. O administrador enquanto intra-empendedor, se limita ao que diz respeito ao seu setor e aos fornecedores, clientes e funcionários que permeiam sua área, já como empreendedor empresarial, adquire uma visão ampla de mercado, desenvolvendo habilidades e criando condições para o alcance de suas metas, renovando a cada dia seus objetivos como empresário.

#### 4. METODOLOGIA

Para a realização deste trabalho foi utilizado como modelo a pesquisa exploratória. O objetivo de tal modelo é “explorar ou examinar um problema ou situação para se obter conhecimento e compreensão” (MALHOTRA, 2010).

Trata-se de uma pesquisa em que há um levantamento da bibliografia já publicada, sendo por meio de revistas, artigos, livros ou publicações avulsas (MARCONI; LAKATOS, 1992). O presente trabalho apresenta um método bibliográfico, preocupando-se em colocar o pesquisador em contato com tudo aquilo que foi escrito sobre determinado assunto. Por permitir ao investigador ter acesso a uma quantidade maior de informações, a pesquisa bibliográfica é uma vantagem se for considerado o dado do problema de pesquisa (GIL, 2002).

Afim de se alcançar os objetivos propostos inicialmente, foi utilizada uma abordagem qualitativa e quantitativa, sendo qualitativa quando há utilização de fonte secundária, que consistiu-se em análise de textos, dados estatísticos, livros e portais na internet. A coleta de dados estatísticos ocorreu por meio dos relatórios da pesquisa GEM (2002 a 2010) e através de livros, publicações já desenvolvidas e do portal do SEBRAE, e com isso, foi necessário comparar as características empreendedoras, listadas no curso Empretec, desenvolvido pelo SEBRAE, com a opinião dos alunos de Administração sobre as características do perfil empreendedor. A abordagem quantitativa se deu por meio da aplicação de questionário, com o intuito de identificar a percepção dos entrevistados quanto ao perfil do administrador como empreendedor. Segundo Malhotra (2010), o objetivo principal da aplicação de um questionário é “traduzir as necessidades de informação do pesquisador em um conjunto específico de questões que os entrevistados estejam dispostos e capazes de responder”.

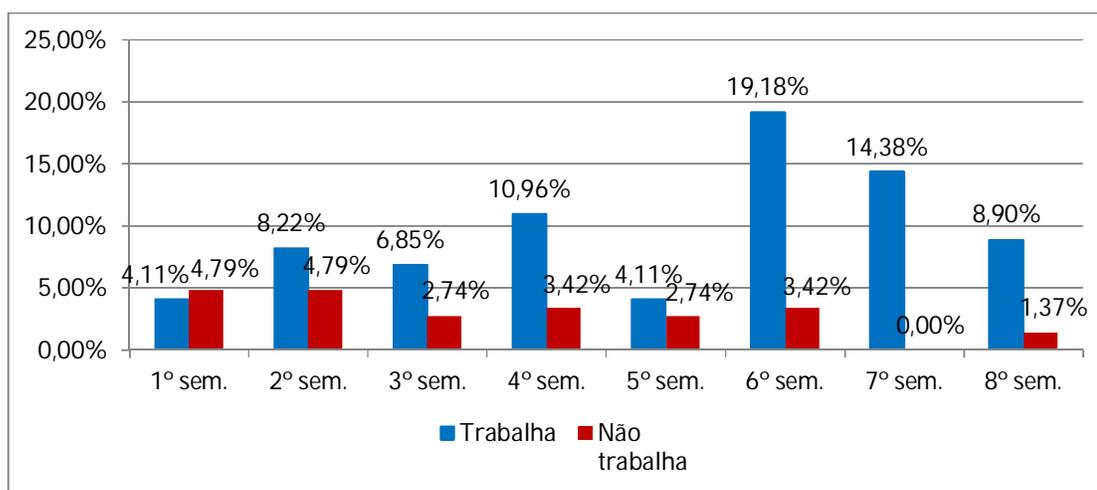
Foi aplicado um pré-teste a dez alunos, e posteriormente o questionário definitivo no período de 08/10/2012 a 11/10/2012, considerando um universo de 278 estudantes do período noturno do curso de Administração em uma instituição de ensino superior particular. Para o alcance dos objetivos foram feitos questionamentos referente a relação entre o administrador e o empreendedor; ao auto conceito empreendedor; as características empreendedoras e aos tipos de perfis empreendedores. Foi realizada a aplicação de questionário que continha

perguntas abertas e fechadas, a uma amostra de 146 alunos, com intervalo de confiança de 94%.

Para a tabulação dos dados dos questionários foi utilizado Microsoft Excel, verificando-se a relação do administrador com o empreendedor e do empreendedor com o administrador; para delimitar as características empreendedoras foram agrupadas e selecionadas as respostas dos alunos, segundo o critério de que deveriam estar de acordo com as características estipulados pelo Empretec. Foi verificado também, para qual perfil o aluno de Administração está voltado, caso tenha uma atitude empreendedora em seu trabalho.

## 5. RESULTADOS E ANÁLISE DOS DADOS

Cada indivíduo costuma se deparar com situações diferentes em seu cotidiano, que podem permitir desenvolver características empreendedoras naturalmente. Pressupõe-se que o administrador tenha pelo menos algumas características empreendedoras, já que terá que se destacar e tomar iniciativa para ser evidenciado como profissional no mercado de trabalho. Para tanto, foi feita uma análise do auto conceito do aluno de Administração de uma instituição de ensino superior particular, no que se refere ao seu perfil empreendedor, identificando assim quais as características mais presentes nos discentes que cursam Administração, como empreendedores e chegando ao objetivo geral do trabalho, proposto inicialmente.



**Gráfico 2:** Ocupação profissional.

Até o terceiro semestre a diferença não é tão grande entre as pessoas que trabalham ou não, porém a partir do 4º semestre em diante a proporção aumenta consideravelmente, conforme gráfico 2. É percebido, que as informações relacionadas ao conhecimento dos respondentes sobre empreendedorismo advêm de experiências diretas com o mercado de trabalho.

Idade			
17 - 27	28 - 38	38 - 48	48 em diante
90.41%	7.53%	1.37%	0.69%

**Tabela 2:** Faixa etária.

Sexo	
Masculino	Feminino
53.65%	46.35%

**Tabela 3:** Gênero

Grande parte dos respondentes é jovem, como visto na tabela 2, e nem sempre possui uma experiência com o mercado de trabalho, mas se identificam como voltados ao perfil empresarial. Segundo Hisrich (2004), não existe um perfil empresarial específico, ele é desenvolvido através de experiências educacionais, situações familiares e vivências profissionais.

É através das vivências profissionais e pessoais que o indivíduo acaba adquirindo características empreendedoras, tais como busca de oportunidade, exigência de qualidade e eficiência e comprometimento. Essas características Segundo Hisrich (2005), são evidentes naqueles que pretendem desempenhar uma função de destaque na sociedade e foram apresentadas com maior frequência relacionadas com o perfil empreendedor pelos respondentes.

Dos respondentes em questão, a maioria foi do gênero masculino com 53,65%, enquanto que as respondentes do gênero feminino representavam 46,35% do total, como observado na tabela 3.

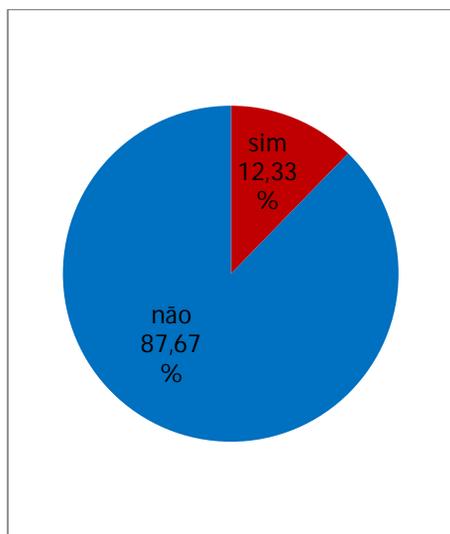
Plano Piloto	Taguatinga	Guará	Águas Claras	Outros
68,49%	2,74%	7,53%	2,74%	18,50%

**Tabela 4:** Local de habitação.

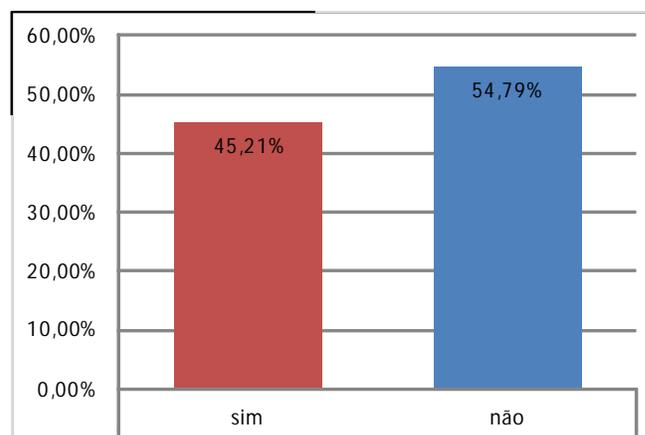
A tabela 4 refere-se ao percentual dos respondentes em relação ao local de habitação, onde percebe-se que a maioria está concentrada no Plano Piloto

(68,49%), seguido daqueles que moram no Guará (7,53%) e em Taguatinga e guas Claras (2,74%).

O primeiro questionamento apresentado na pesquisa refere-se ao respondente que acredita que todo administrador  empreendedor; a segunda questão, indaga se todo empreendedor  administrador.



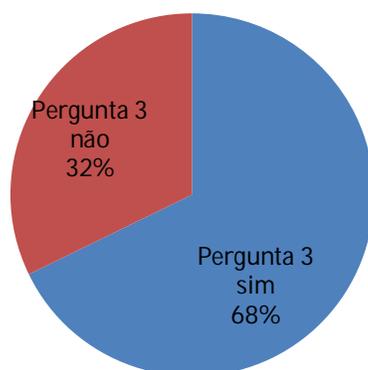
**Gráfico 3:** Relao direta entre o administrador e o empreendedor.



**Gráfico 4:** Relao direta entre o empreendedor e o administrador.

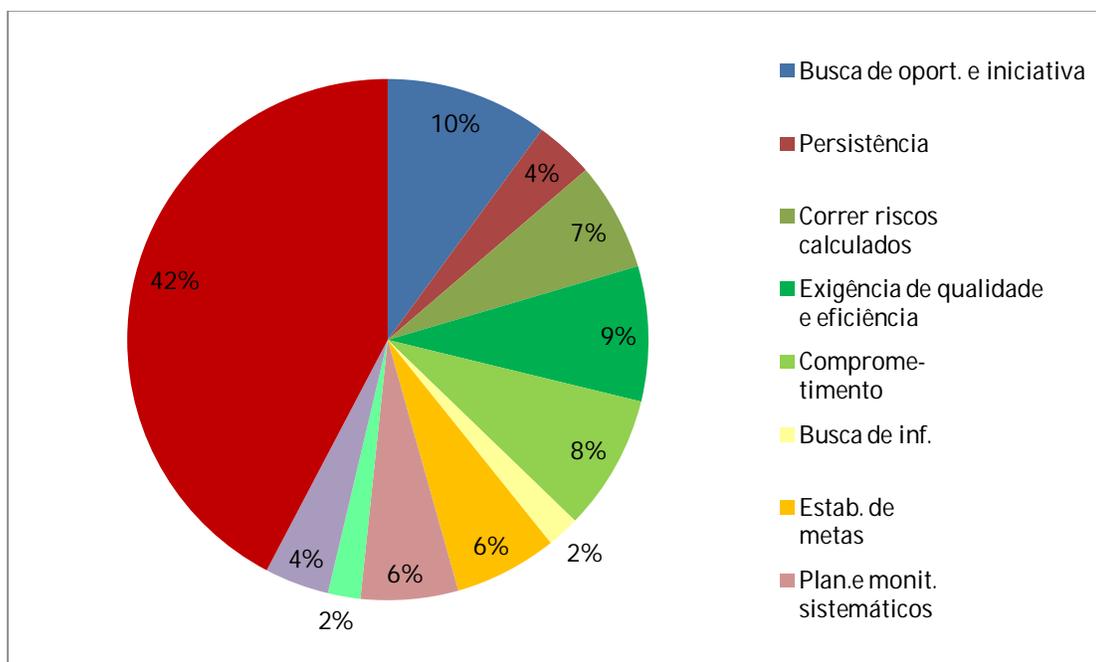
A maior parte (87,67%) dos que responderam  primeira questão não consideram que todo o administrador  empreendedor, conforme gráfico 3. Porém, dos que responderam a segunda questão, 54,79% não consideram que todo empreendedor  administrador. O fato destacado na segunda questão pode ser ocasionado por conta da falta de conhecimento desses alunos sobre o que  empreendedorismo de fato. Esse conhecimento sobre empreendedorismo tende a ocorrer com a aquisio de experiências profissionais, a vivência com empreendedores e a visão de empreendedorismo que o próprio curso proporciona.

O gráfico 5, mostra os resultados no que tange a percepo de si mesmo como empreendedor.  notado o fato de que de todos os semestres os alunos tiveram a maioria de 68% dos respondentes afirmando que se consideram empreendedores e 38% não se consideram empreendedores. Segundo Dornelas (2005), tornar-se empreendedor  um processo que pode ocorrer por acaso, originário de fatores externos, ambientais e sociais, que poderão acarretar na formao de uma empresa.



**Gráfico 5:** Auto conceito.

Caso a terceira questão fosse afirmativa, o respondente deveria dar continuidade as próximas duas questões, sendo a quarta questão responsável por apontar as 3 principais características de cada aluno, que se percebia como empreendedor, delimitadas pelo Empretec.

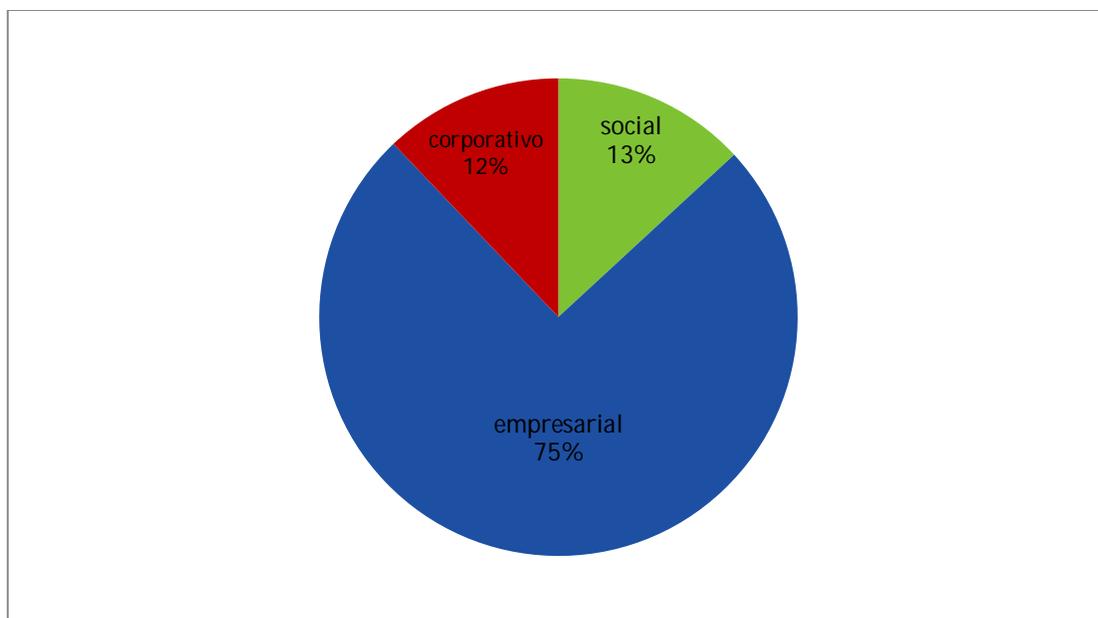


**Gráfico 6:** Perfil empreendedor.

No gráfico 6, verificou-se que os alunos de Administração não conhecem bem as características do empreendedor, destacando características pessoais, nem

sempre relacionadas ao perfil empreendedor, no caso do estudo, delimitado pelo Empretec. Foram destacadas outras características (42,2%), tais como: ter sucesso, ter dinheiro, ser organizado, ser inteligente, ser inovador, ser curioso, ser sonhador, nascer com o talento empreendedor, ser ambicioso e ser impetuoso. Há de se considerar, que existe uma falha na abordagem do empreendedorismo no ensino superior em geral. Segundo Dornelas (2005), os valores estão voltados para a formação de profissionais preparados para buscar empregos no mercado de trabalho e não para empreender no mercado de trabalho, tomando uma posição de destaque.

Por outro lado, quando foram questionados sobre qual o tipo de perfil empreendedor com o qual mais se identificavam, aqueles que se consideraram empreendedores, acreditam estarem mais identificados com o perfil empresarial.



**Gráfico 7:** Tipo de perfil empreendedor.

A partir do gráfico 7, é possível verificar que os alunos estão mais voltados a empreender como empresários, com 74,75% dos respondentes voltados a esse tipo de perfil. O perfil social (13,13%) ficou pouco à frente do corporativo (12,12%). O resultado demonstra a falta de aptidão dos futuros administradores em empreender dentro da empresa, tendendo a liderar e não ser subordinado a alguém. Segundo Dornelas (2005), o empreendedor necessita ser independente e não aceita ser

subordinado como os outros empregados, o que o leva a assumir riscos e a focar em um negócio próprio.

## **6. CONCLUSÃO**

Tomando como base os dados apresentados e os objetivos específicos conceituar empreendedorismo; relacionar o administrador com o perfil empreendedor; identificar, de acordo com o auto conceito do aluno de Administração, se o mesmo se considera empreendedor; delimitar o perfil empreendedor dos alunos de Administração de uma Instituição de Ensino Superior Particular; conclui-se que o auto conceito do aluno de Administração de uma instituição de ensino superior particular, costuma divergir, se comparado às características delimitadas pelo Empretec, pois uma parte dos respondentes apontaram características que diferem do critério adotado. A divergência pode ser atribuída também a grande maioria jovem que ainda não trabalha e consequentemente não conhece as características desse perfil.

O movimento do empreendedorismo no Brasil é recente e por isso, faz-se necessário um investimento constante do governo no desenvolvimento dos empreendedores, seja por meio de cursos ou por financiamento de negócios.

Neste trabalho a ênfase é voltada apenas a três tipos de empreendedorismo: social, empresarial e intra-empreendedor. Desses três tipos o que foi mais identificado como o perfil dos alunos de Administração respondentes é o empreendedor empresarial, apesar de não terem uma formação adequada ao perfil.

É recomendável que universidades que desejam desenvolver seus cursos na área em questão, promovam mais programas voltados ao desenvolvimento das características empreendedoras dos alunos e desenvolva os programas já implementados. Os futuros administradores necessitam estar preparados para um mercado de trabalho cada vez mais competitivo, no qual quem possui atitude empreendedora, poderá se destacar entre os demais.

Sugere-se como agenda futura verificar se houve mudança no perfil empreendedor dos alunos que ainda estão amadurecendo a ideia de empreendedor nos primeiros semestres e verificar se há diferença entre o perfil empreendedor dos alunos do período matutino com o noturno. Sugere-se ainda verificar, se existem programas de desenvolvimento do administrador como empreendedor dentro da

universidade e como eles podem ser melhorados, tomando como base modelos de sucesso de outras instituições.

Houve limitações apenas no que se refere à aplicação do questionário, no qual foi feito apenas no período noturno, deixando de envolver o período matutino, por questão de tempo para a aplicação.

## REFERÊNCIAS

EMPRETEC BRASIL. As dez características do empreendedor. São Paulo, 2012. Disponível em: <<http://empretec.sebrae.com.br/2010/05/05/as-dez-caracteristicas-do-empreendedor/>> Acesso em 05 Setembro 2012.

BIAGIO, Luiz Arnaldo; BATOCCHIO, Antonio. Plano de negócios: estratégia para micro e pequenas empresas. 2ª ed. Barueri: Manole, 2012.

DOLABELA, Fernando. Oficina do empreendedor. 1ª ed. São Paulo: Cultura editores associados, 1999.

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar em organizações estabelecidas. 1ª Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 2ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso. 1ª Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P. Empreendedorismo. 5ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

MALHOTRA, Naresh. **Pesquisa de Marketing**: foco na decisão. 3ª ed. São Paulo: Pearson, 2010.

MARCONI, Maria de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia do Trabalho Científico**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 1992.

PEDROSA, Maria Angélica; SOUZA, Eda Castro Lucas de. Atitude empreendedora no setor hoteleiro brasileiro: um estudo em pequenos e grandes hotéis no Distrito Federal, Revista Turismo Visão e Ação – Eletrônica, v. 11, nº 03. P. 358 – 374, 2009. Disponível em: <<http://web.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=d37a99b2-ee65-40e4-8677-4fc2f319a2d5%40sessionmgr11&vid=7&hid=12>>. Acesso em: 25 Setembro 2012.

SEBRAE. Pesquisa GEM 2007: Empreendedorismo no Brasil. São Paulo, 2007. Disponível em: <[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/481370DF1218C401832574C70045E2E7/\\$File/NT00038EAE.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/481370DF1218C401832574C70045E2E7/$File/NT00038EAE.pdf)> Acesso em 10 Setembro 2012.

SEBRAE. Pesquisa GEM 2010: Empreendedorismo no Brasil. São Paulo, 2010. Disponível em: <[www.agenciasebrae.com.br/anexo\\_download.kmf?cod=314](http://www.agenciasebrae.com.br/anexo_download.kmf?cod=314)> Acesso em 10 Setembro 2012.