

**IDENTIFICAÇÃO DO PERFIL
EMPREENDEDOR: UM ESTUDO DE CASO
COM ALUNOS DO CURSO DE
ADMINISTRAÇÃO DA UFPE-CAA**

08/12/2015

Lílian Alves Monteiro

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE
NÚCLEO DE GESTÃO
ADMINISTRAÇÃO

LÍLIAN ALVES MONTEIRO

IDENTIFICAÇÃO DO PERFIL EMPREENDEDOR: UM ESTUDO DE
CASO COM ALUNOS DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA UFPE-
CAA

CARUARU
2015

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE
NÚCLEO DE GESTÃO
ADMINISTRAÇÃO

LÍLIAN ALVES MONTEIRO

IDENTIFICAÇÃO DO PERFIL EMPREENDEDOR: UM ESTUDO DE CASO
COM ALUNOS DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA UFPE-CAA

Trabalho apresentado à Coordenação do Curso de Graduação em Administração, da Universidade Federal de Pernambuco, Centro Acadêmico do Agreste, como requisito parcial para aprovação na disciplina Trabalho de Conclusão de Curso.

Orientador: Profa. Dra. Maria Auxiliadora do Nascimento Mélo

CARUARU
2015

Catálogo na fonte:
Bibliotecária - Simone Xavier CRB/4-1242

M775i Monteiro, Lílian Alves.

Identificação do perfil empreendedor: um estudo de caso com alunos do curso de Administração da UFPE - CAA. / Lílian Alves Monteiro. - Caruaru: O Autor, 2015.
81f. il. ; 30 cm.

Orientadora: Maria Auxiliadora do Nascimento Mélo.

Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso) – Universidade Federal de Pernambuco, CAA, Administração, 2015.

Inclui referências bibliográficas

1. Empreendedorismo – Estudo e ensino. 2. Empreendedores. I. Mélo, Maria Auxiliadora do Nascimento. (Orientadora). II. Título

658 CDD (23. ed.)

UFPE (CAA 2015-246)

LÍLIAN ALVES MONTEIRO

IDENTIFICAÇÃO DO PERFIL EMPREENDEDOR: UM ESTUDO DE CASO
COM ALUNOS DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA UFPE-CAA

Este trabalho foi julgado adequado e aprovado para a obtenção do título de graduação em
Administração da Universidade Federal de Pernambuco - Centro Acadêmico do Agreste

Caruaru, 08 de dezembro de 2015.

Prof. Dr. Cláudio Montenegro
Coordenador do Curso de Administração

BANCA EXAMINADORA:

Profa. Dra. Maria Auxiliadora do Nascimento Mélo
Universidade Federal de Pernambuco - Centro Acadêmico do Agreste
Orientadora

Profa. Dra. Luciana Cramer
Universidade Federal de Pernambuco - Centro Acadêmico do Agreste
Banca

Profa. Dra. Alane Alves Silva
Universidade Federal de Pernambuco - Centro Acadêmico do Agreste
Banca

DEDICATÓRIA

Às pessoas que lutam diariamente ao meu lado, transmitindo fé, amor, alegria, determinação, paciência e coragem tornando meus dias mais leves, felizes e significativos. Por fim, dedico a todos que torceram e torcem por mim.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente ao meu bom Deus, pela graça, de ter ingressado nessa instituição, que sempre foi um sonho, pela força, sabedoria e coragem durante todos esses anos, pela intervenção, pela demonstração de amor e poder, exigindo e dando condições para que eu não desistisse nem desviasse ao longo desse trajeto.

Aos meus pais que me deram toda a estrutura para que me tornasse a pessoa que sou hoje. Agradeço o incentivo e palavras que me colocaram sempre em busca dos meus sonhos.

Aos meus irmãos, em especial a minha irmã gêmea Maísa, que se fez presente em toda essa caminhada, me ajudando e me incentivando. Não conto as vezes que pedi sua opinião para realização deste trabalho. Como também a minha irmã Vitória, que nos momentos de tensão, se fez presente com sua ternura e alegria de criança, tornando assim mais leve essa jornada.

Um agradecimento especial aos meus amigos conquistados durante esta graduação Bruna Costa, Thaís Brito e Wendson Batista. Vocês foram peças chave para esta conquista, tornando essa trajetória mais leve, como também foram a melhor parte desta história.

A todos os professores, que durante esse tempo foram essenciais na construção desse conhecimento. Em especial, ao professor, Dr. Francisco Machado pelo incentivo e pelas inúmeras vezes que me enxergou melhor do que eu sou. Pela sua capacidade de me olhar devagar, já que nessa vida muita gente já me olhou depressa demais.

Agradeço a todos que, de forma direta e indireta, contribuíram para realização desse sonho.

Por fim, agradeço a minha querida e amável orientadora, professora, Dra. Maria Auxiliadora do Nascimento Mélo, que me acolheu quando mais precisei, com toda atenção. Agradeço a paciência, a disponibilidade, a suas orientações eficazes e atentas e suas colocações acadêmico-científicas firmes, porém necessárias interferiram demasiadamente na qualidade dos resultados aqui obtidos. Este trabalho só se tornou possível, com sua ajuda. Princesa, obrigada por tudo!

A todos meu muito obrigada! Sem vocês esses 4 anos não teria acontecido.

EPÍGRAFE

“Se enxerguei mais longe, foi porque me apoiei sobre os ombros de gigantes”. Isaac Newton

“Se você pode sonhar, você pode realizar”.
Walt Disney

RESUMO

O presente estudo buscou identificar o perfil empreendedor dos alunos concluintes, que cursam a disciplina de empreendedorismo, do curso de administração. Para tanto, tomou-se como referencial teórico, o conceito de empreendedorismo e de empreendedor; o histórico e a evolução do empreendedorismo; o perfil e as características de um empreendedor; atitude e comportamento empreendedor; tipos de empreendedor; empreendedorismo por necessidade x oportunidade; empreendedorismo feminino e a diferença de gênero. Metodologicamente, foi utilizado um estudo de caso, realizado na Universidade Federal de Pernambuco – Campus do Agreste- Caruaru, foram pesquisados os alunos do 8º período, que cursam a disciplina de empreendedorismo. A pesquisa é caracterizada, por sua natureza, qualitativa-quantitativa. Classificada quanto ao seu objetivo, em exploratória e descritiva. A coleta dos dados se deu mediante levantamento bibliográfico, pesquisa de campo e questionário semi- estruturado, aplicados aos alunos. Os dados foram analisados através da escala Likert, a interpretação das informações levou em consideração as respostas obtidas pelos respondentes. O resultado obtido por meio deste estudo permitiu inferir, que os pesquisados têm perfil sim para empreender. Possuindo características, atitudes e comportamento próprios de um empreendedor.

Palavras- chave: Empreendedorismo, Empreendedor, Características empreendedora, perfil empreendedor.

ABSTRACT

This study tried to identify the entrepreneur of graduating students' profile who attend the Entrepreneurship subject of Administration / Marketing(veja como o professor prefere). For that, it was taken as the theoretical framework, the concept of entrepreneurship and entrepreneur; the history and evolution of entrepreneurship; an entrepreneur's profile and characteristics; attitude and entrepreneurial behavior; types of entrepreneur; entrepreneurship out of necessity x opportunity; women's entrepreneurship and gender difference. Methodologically, a case study was made, held at Federal Univeristy of Pernambuco - Campus Agreste - Caruaru, students of the 8th grade who attend the Entrepreneurship subject were surveyed. The research is characterized by its nature as qualitative-quantitative. Classified according to its purpose in exploratory and descriptive. The data collection took place through literature, field research and semi-structured questionnaire administered to students. The data were analysed using Likert scale, the information interpretation took account of the students' answers. The results obtained through this study let us infer that the researchers do have profile to undertake. Showing characteristics, attitudes and behavior of a proper entrepreneur .

Key-words: Entrepreneurship; Entrepreneur; Entrepreneurial Characteristic; Entrepreneur profile.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 2.1: Característica empreendedoras.....	30
Gráfico 4.1: Idade dos respondentes.....	51
Gráfico 4.2: Empreendedores.....	51
Gráfico 4.3: Deseja empreender.....	51
Gráfico 4.4: Principais características empreendedoras dos respondentes.....	57
Gráfico 4.5: Características com maior diferença entre os gêneros.....	63
Gráfico 4.6: Característica femininas empreendedoras.....	65

LISTA DE QUADRO

QUADRO 2.1: Características comportamentais do perfil empreendedor.....	32
---	----

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1 - INTRODUÇÃO	13
1.2 PERGUNTA DE PESQUISA	15
1.3 OBJETIVOS DA PESQUISA.....	15
1.3.1 Objetivo Geral	15
1.3.2 Objetivos Específicos	15
1.4 JUSTIFICATIVAS.....	16
1.5 ESTRUTURA DO TRABALHO	18
CAPÍTULO 2 - FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	19
2.1 O EMPREENDEDORISMO E O EMPREENDEDOR.....	19
2.1.1 HISTÓRICO E EVOLUÇÃO DO EMPREENDEDORISMO	21
2.2 PERFIL EMPREENDEDOR	23
2.3 CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR	26
2.4 ATITUDE E COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR	30
2.5 TIPOS DE EMPREENDEDOR	32
2.6 EMPREENDEDORISMO POR NECESSIDADE X OPORTUNIDADE	35
2.7 EMPREENDEDORISMO FEMININO	36
2.7.1 DIFERENÇA DE GÊNERO	41
CAPÍTULO 3 - METODOLOGIA	45
3.1 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA ESTUDO DE CASO	48
CAPÍTULO 4 - ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	50
4.1 PERFIL DOS RESPONDENTES	50
4.2 CARACTERÍSTICAS PRINCIPAIS DO PERFIL EMPREENDEDOR DOS RESPONDENTES	52
4.3 O PERFIL EMPREENDEDOR DOS RESPONDENTES FAZENDO O COMPARATIVO ENTRE OS GÊNEROS	58
4.4 ANÁLISES DAS PERGUNTAS RESPONDIDAS APENAS PELAS MULHERES	64
CAPÍTULO 6 - CONCLUSÕES.....	66
SUGESTÕES PARA TRABALHOS FUTUROS	67

LIMITAÇÕES DO TRABALHO DE PESQUISA.....	68
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	69

Capítulo 1 - INTRODUÇÃO

Dentro de um cenário de grandes transformações econômicas, políticas e tecnológicas e, conseqüentemente, do mercado de trabalho, vem-se consolidando no Brasil a necessidade de empreender. No contexto de um ambiente dinâmico, coloca-se, claramente, um desafio relativo à qualificação das pessoas para atuarem de forma efetiva na sociedade, como agentes de mudanças e como parceiros na criação de novas possibilidades.

Neste cenário, a competitividade é característica do mercado atual que exige resultados eficazes e práticas renovadas devido, principalmente, à rapidez da informação. As transformações ocorridas tanto nas organizações como na sociedade, propiciam inovação e criatividade e, conseqüentemente, o destaque da figura do empreendedor.

O processo de empreender não é simplesmente o fato de possuir a ideia, mas esse ato está relacionado com a identificação, análise e implementação de oportunidades de negócio, tendo como foco a inovação e criação de valor. Como Aidar (2007) menciona, ter a ideia de um novo negócio é relativamente simples, difícil é transformá-la em oportunidade de negócios. Mas, entre ter a idéia e de fato desenvolvê-la há um processo de desenvolvimento de negócios, conhecido como processo empreendedor, que se bem desenvolvido aumenta a possibilidade de sucesso, isto inclui principalmente o desenvolvimento de um plano de negócios.

O termo empreendedorismo advém do francês *entreprendre*, que designa um indivíduo que assume o risco de criar novos empreendimentos, com o que se pode conceituar o termo empreender como o estudo das ações do empreendedor, o estudo das necessidades, conhecimentos, habilidades e valores dos empreendedores que juntos podem levar a atitudes que resultem em empreendimentos (SANTOS, 2001).

Para os autores Fialho *et al.* (2007), Feuerschutte e Alperstedt (2008) empreender é gerar mudanças através da inovação por meio de ações individuais ou coletivas, nos diferentes ambientes e situações organizacionais, que causem ou aproveitem oportunidades, instituindo valor tanto para si como para a sociedade.

O empreendedorismo é um processo dinâmico e singular, que versa em reconhecer e aproveitar oportunidades, gerar idéias e consolidá-las, ressaltando que não finaliza com a efetivação de um projeto, pois cada vez que um projeto termina, inicia-se um novo, sempre na

tentativa de gerar novos produtos ou serviços, aproveitando assim, novas oportunidades e gerar mais valor para o indivíduo e para organização (RIBEIRO, 2009).

O empreendedor precisa ter características e competências que possibilitem, não só inserir uma empresa no mundo dos negócios, como, também, manter sua sobrevivência em um mercado altamente competitivo. Ele deve estar capacitado para criar e, também, para conduzir a prática do processo criativo, elaborando estratégias que permitam o desenvolvimento da sua organização (KETS DE VRIES, 2001).

Para Schumpeter (1997), os empreendedores têm a função de inovar, de combinar eficientemente os fatores de produção garantindo resultados positivos no negócio devido ao monopólio tecnológico e sua capacidade de transformação econômica. McClelland (1972) definiu-os relacionando-os à sua necessidade de sucesso, de reconhecimento e ao desejo de poder e de controle.

Neste sentido, pode-se afirmar que todo empreendedor é um apaixonado por seu empreendimento, e também por empreender. O perfil do empreendedor é o de uma pessoa visionária, que se apaixona por idéias, projetos, e até mesmo o de modificar algo já existente. O verdadeiro empreendedor possui em seu espírito a alegria, paixão e garra para alcançar e, conquistar o sucesso, tanto financeiro como a satisfação pessoal.

Assim, o objetivo deste trabalho é analisar o perfil dos alunos do curso de administração da Universidade Federal de Pernambuco- CAA, que cursam a disciplina de empreendedorismo, visando identificar o perfil empreendedor e características comportamentais empreendedoras predominantes.

O estudo se justifica pelo fato de que no Brasil, somente após a década de 1980, iniciou-se uma dinâmica para ações e políticas de atividades empreendedoras em paralelo ao surgimento de trabalhos acadêmicos (DUTRA; PREVIDELLI, 2003).

Segundo o documento *Empreendedorismo no Brasil (2014)* do GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*), em 2014, a taxa total de empreendedores – TTE (iniciais e estabelecidos), como percentual da população entre 18 e 64 anos foi de 34,5%. Estima-se que o número de empreendedores no Brasil é de 45 milhões de indivíduos. Assim, este trabalho será de muita importância para academia, bem como para os que desejam empreender.

Esta pesquisa terá uma abordagem qualitativa e quantitativa, descritiva exploratória, será feito um estudo de caso, que utilizará como método de coleta de dados a aplicação de questionários.

A seguir, será apresentada a pergunta de pesquisa a qual se deu origem esse estudo,

além dos objetivos (gerais e específicos) e justificativas.

1.2 PERGUNTA DE PESQUISA

Determinar se os alunos do curso de administração, da Universidade Federal de Pernambuco – Campus do Agreste (UFPE-CAA), que cursam a disciplina de empreendedorismo tem perfil para empreender.

1.3 OBJETIVOS DA PESQUISA

Aqui serão expostos os objetivos gerais e específicos, consecutivamente, para explicitar o propósito deste estudo.

1.3.1 Objetivo Geral

Essa pesquisa tem como objetivo geral: identificar e analisar o perfil empreendedor dos alunos do curso de administração da UFPE-CAA, que cursam a disciplina de empreendedorismo.

1.3.2 Objetivos Específicos

De acordo com o objetivo geral apresentado, abaixo seguem os objetivos específicos que irão nortear essa pesquisa:

- Realizar um estudo de caso.
- Desenvolver um questionário.
- Realizar a coleta dos dados.
- Conhecer e analisar o perfil dos alunos que cursam a disciplina de empreendedorismo.
- Identificar as características presentes.
- Fazer uma comparação das características entre os gêneros.
- Identificar características empreendedoras nas alunas do sexo feminino.
- Avaliar atitudes e comportamento.
- Avaliar motivação para empreender
- Definir a conclusão da pesquisa

1.4 JUSTIFICATIVAS

A presente pesquisa analisará o perfil dos discentes do curso de administração da Universidade Federal de Pernambuco, Campus do Agreste – UFPE-CAA que cursam a disciplina de empreendedorismo. A escolha de o estudo ocorrer no referido centro acadêmico se deu pelo fato de ser este um dos maiores formadores de administradores na região. Formando no ano de 2014, 77 novos administradores- sendo 36 no primeiro semestre e 41 no segundo. O curso possui conceito 5 no ENADE (Exame Nacional de Desempenho Estudantil) e Nota 4 em avaliação do MEC. Se mostra, portanto, um local adequado para realização deste estudo, pelo fato do curso reunir boa quantidade de alunos para pesquisa e qualidade no ensino.

O curso de administração engloba diversos aspectos importantes na formação de um empreendedor, pois possui em sua grade curricular disciplinas que auxiliam na busca de ferramentas para compreensão do mercado e análise dos riscos que serão assumidos. Riscos estes que são inerentes à atividade empreendedora.

Escolheram-se os alunos que cursam a disciplina de Empreendedorismo, porque além de já estarem terminando o curso, pois esta disciplina é do 8º período (o curso de Administração tem 9º períodos), desta maneira, a amostra será de alunos que possuem o conhecimento adequado para responderem melhor ao questionário apresentado.

Caruaru, onde se localiza o campus, faz parte de uma das principais regiões econômicas de Pernambuco. Existe o destaque desta cidade para o comércio e a confecção, há muito consolidado. Empreender nesta região, relevante para o estado, pode significar, portanto, uma grande oportunidade para quem se dispõe a assumir riscos.

De um ponto de vista teórico a pesquisa possui relevância para academia, pois enriquece a literatura referente aos estudos relacionados à análise e identificação do perfil dos concluintes do curso de administração que estão cursando a disciplina de empreendedorismo, incluindo a percepção destes em relação ao perfil do empreendedor. Além de trazer reflexões sobre o processo de empreender e a importância do reconhecimento do perfil para decidir trilhar nesse caminho.

Importante, também, para aquele indivíduo que deseja iniciar um projeto e não tem certeza se está preparado para tal, não sabe se possui características de perfil empreendedor necessário para desenvolvê-lo. Além disso, caso não se sinta preparado e considere suas características insuficientes, pode identificar seus pontos fracos e ir à busca de recursos (palestras, cursos, leituras) que possam enriquecê-los.

A ênfase no empreendedorismo, segundo Dornelas (2001), surge muito mais como uma consequência da rapidez dos avanços tecnológicos, do que como um modismo. Para Timmons (1990 *apud* Dornelas 2001), o empreendedorismo é uma revolução silenciosa, que será para o século XXI mais do que a revolução industrial foi para o século XX.

Conforme Hisrich, Peters e Shepherd (2009), o papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico envolve mais que o aumento de produção e de renda *per capita*; é também o de iniciar e constituir mudanças na estrutura do negócio e da sociedade, permitindo que mais riqueza seja dividida entre os agentes. É uma teoria de crescimento econômico em que a inovação é o fator preponderante no desenvolvimento de novos produtos (ou serviços) e no estímulo ao interesse em investir nos novos empreendimentos. As atividades empreendedoras afetam significativamente a economia de uma área ao construir sua base econômica e gerar empregos (Hisrich, Peters, & Shepherd, 2009).

Por fim, a identificação do perfil como o foco principal deste trabalho, deve-se a curiosidade da autora em identificar esse perfil e o desejo próprio de ingressar no mercado como empreendedora.

Conforme a literatura estudada, não existe um perfil padrão, uma característica única que seja determinante para a escolha, portanto, um estudo específico como este pode agregar valor a essa constatação, além de servir como base para outras pesquisas.

1.5 ESTRUTURA DO TRABALHO

No primeiro capítulo deste estudo, além da exposição do tema e da pergunta de pesquisa, encontram-se os objetivos da pesquisa. Na sequência, apresentam-se as justificativas e a relevância do estudo, seguidos da apresentação da estrutura.

O capítulo seguinte é dedicado à exposição do referencial teórico, abordando alguns conceitos sobre empreendedorismo e o empreendedor, um breve resumo histórico e a evolução do empreendedorismo, o perfil do empreendedor, algumas características, a atitude e o comportamento do empreendedor, os tipos de empreendedor, além da motivação para empreender – oportunidade/ necessidade, como também abordará o empreendedorismo feminino e a diferença de gênero.

O terceiro capítulo refere-se aos procedimentos metodológicos utilizados no presente estudo, descrevendo a pesquisa de campo desenvolvida, tipo da pesquisa, e a metodologia de coleta de dados, além do estudo de caso desenvolvido.

No quarto capítulo, são apresentados os resultados da pesquisa. E, finalmente, tem-se no quinto capítulo as principais conclusões do trabalho e as contribuições para futuros estudos.

Capítulo 2 - FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo serão expostos alguns principais conceitos relativos a empreendedorismo, o empreendedor, o perfil e as características do empreendedor que é o tema deste estudo, como também um resumo histórico e a evolução do empreendedorismo, a atitude e comportamento do empreendedor, tipos de empreendedor e a motivação para empreender – oportunidade/ necessidade, além do empreendedorismo feminino e diferença de gênero.

2.1 O EMPREENDEDORISMO E O EMPREENDEDOR

Existem muitas definições para o empreendedorismo. O termo empreendedor (*entrepneuer*) tem origem francesa e significa aquele que assume riscos e começa algo novo. Foi utilizado pela primeira vez por Jean Baptist Say, um economista francês, com o objetivo de distinguir o indivíduo que consegue transferir recursos econômicos de um setor com baixa produtividade para um setor com produtividade elevada e com maiores rendimentos. (DRUCKER, 1987).

Para Filion (1999), foi Schumpeter, em 1928, quem realmente lançou o campo do empreendedorismo, associando-o claramente à inovação e ao desenvolvimento econômico.

Na trilha de Schumpeter, Sales e Souza Neto (2004, p.9), afirmam que:

...o empreendedor pode ser caracterizado como um elemento essencial, senão o único, capaz de sugerir e introduzir inovações que venham a criar prosperidade e riqueza no contexto econômico, principalmente pelo fato do empreendedorismo ter destaque como uma das bases fundamentais para a compreensão do processo da criação de riquezas e ciclos de crescimento econômico (SALES; SOUZA NETO, 2004, p.9).

Corroborando com esta ideia, Dornelas (2001) afirma que o fenômeno do empreendedorismo está quebrando paradigmas, eliminando barreiras comerciais, renovando

conceitos e criando novas relações de mercado, traduzindo-se em importante fator para o desenvolvimento de um país. Segundo Farah *et al.* (2008, p. 1), “... geração de negócios está diretamente ligada à prosperidade das nações, e a ação empreendedora é o processo dinâmico pelo o qual se pode gerar mais riquezas”. Segundo Feuerschütte; Alperstedt (2008) há uma diversidade de interpretações dentre os estudiosos da área quanto ao conceito do empreendedorismo. Esse fato ocorre principalmente pelas influências das diferentes fontes de conhecimento do qual emergem as definições sobre o assunto. Essas conceituações geralmente originam-se a partir das duas principais correntes de pensamento empreendedoras: os economistas que associam o fenômeno à inovação e os comportamentalistas que se concentram nos aspectos da criatividade e intuição (FILION, 1999b).

Empreendedorismo é o processo de criar algo novo com valor dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as conseqüentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal. (HISRISH; PETERS, 2004, p.29).

A ideia de um empreendimento surge da observação, da percepção e análise de atividades, tendências e desenvolvimentos, na cultura, na sociedade, nos hábitos sociais e de consumo. As oportunidades detectadas ou visualizadas, racional ou intuitivamente, das necessidades e das demandas prováveis, atuais e futuras, e necessidades não atendidas definem a idéia do empreendedorismo (BERNARDI, 2009).

O empreendedorismo pode ser considerado como o despertar do indivíduo para o aproveitamento integral de suas potencialidades racionais e intuitivas. É a busca do autoconhecimento em processo de aprendizado permanente, em atitude de abertura para novas experiências e novos paradigmas. Portanto, é uma questão de liberdade individual, qualquer pessoa pode ativar a motivação para empreender (COSTA; CERICATO; MELO, 2007).

Para Filion (1999, p. 19) o empreendedor é a

“pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém um alto nível de consciência do ambiente em que vive usando-a para detectar oportunidades de negócios. Um

empreendedor que continua a aprender a respeito de possíveis oportunidades de negócios e a tomar decisões moderadamente arriscadas que objetivam a inovação, continuará a desempenhar um papel empreendedor”.

Os empreendedores são pessoas diferenciadas, que possuem motivação singular, apaixonadas pelo que fazem, não se contentam em ser mais um na multidão, querem ser reconhecidas e admiradas, referenciadas e imitadas, querem deixar um legado. Uma vez que os empreendedores estão revolucionando o mundo, seu comportamento e o próprio processo empreendedor devem ser estudados e entendidos (DORNELAS, 2001, p. 19).

2.1.1 HISTÓRICO E EVOLUÇÃO DO EMPREENDEDORISMO

Dornelas (2001) faz um resgate histórico e identifica que a primeira definição de empreendedorismo é creditada a Marco Pólo, sendo o empreendedor aquele que assume os riscos de forma ativa, físicos e emocionais, e o capitalista assume os riscos de forma passiva.

Segundo Santos (2001), a primeira pessoa a usar o termo *entrepreneur* na teoria econômica foi Richard Cantillon, de origem irlandesa. Cantillon se refugiou na França após a queda dos Stuarts. Morou principalmente em Paris, onde teve uma carreira bem-sucedida como banqueiro. Morreu assassinado por um ex-empregado em Londres, em 1734. Apesar de seus escritos ficarem famosos desde 1720, somente foram publicados após sua morte, em 1755.

Ainda para o autor, Cantillon tinha uma noção de empreendedor que se assemelha àquela de muitos autores contemporâneos. Ele via o empreendedor como um inovador e como um *risk-taker*, aquele que assume ou corre o risco, alguém que não somente lidava com a inovação, mas também investia e corria riscos com o seu próprio dinheiro.

Daquele tempo até hoje os economistas franceses usariam o termo *entrepreneur* cada vez mais e gradualmente passariam a integrá-lo à teoria econômica. A literatura anglo-saxônica geralmente considera que Schumpeter foi o primeiro a integrar o termo *entrepreneur* na teoria geral da economia. De fato, após Cantillon, o termo continuou a ser usado por economistas franceses. (Santos, 2001, p.10)

O próprio Schmpeter (*apud* Guilhon, 2000, p.13) percebeu isso quando escreveu:

“...Cantillon tinha um conceito bem claro da função do *entrepreneur*... Isto, é claro, é uma doutrina escolástica, mas ninguém antes de Cantillon o formulou de forma tão completa. E pode ser devido a ele que os economistas franceses, ao contrário dos ingleses, nunca perderam de vista a função empresarial e sua importância central”.

Segundo Santos (2001) foi somente muitas décadas após Cantillon, entretanto, que Jean Baptiste Say, um próprio *entrepreneur*, fez uma clara distinção entre o capitalista e o *entrepreneur* e eventualmente entre os lucros do primeiro e do segundo.

O autor afirma que é necessário apontar que Say tinha uma visão ampla da teoria econômica, pois foi ele que introduziu as idéias de Adam Smith na França. Ele também foi um admirador da Revolução Industrial na Inglaterra, que serviu de modelo para a França.

Surgindo na segunda metade do Século XIX, a palavra *entrepreneur* foi usada cada vez mais, à medida que se desenvolviam as atividades empresariais. Isso pode ser atribuído a muitos fatores, mas principalmente a dois: muitos capitalistas têm liquidez excedente que tentam investir e o *entrepreneur* oferece interessantes possibilidades.

Desde aquele tempo os *entrepreneurs* poderiam ser diferenciados cada vez mais dos capitalistas, estando estes à disposição dos primeiros para capacitá-los a fazer os mais vantajosos usos do capital e vice-versa, os primeiros à disposição dos capitalistas para abrirem negócios.

Naquela época, a Revolução Industrial estava em seu apogeu e o número de empresas industriais era cada vez maior. O capitalista que tinha ou gerenciava uma empresa começava a conhecer formas de inovar, de progredir e superar os concorrentes.

Dornelas (2001) define o processo evolutivo do empreendedorismo da seguinte forma:

- Idade Média

Na Idade Média, o termo empreendedor foi utilizado para definir aquele que gerenciava grandes projetos de produção. Esse indivíduo não assumia grandes riscos e apenas gerenciava os projetos, utilizando os recursos disponíveis, geralmente do governo do país.

- Século XVII

Os primeiros indícios de relação entre assumir riscos e empreendedorismo ocorreram nessa época, em que o empreendedor estabelecia um acordo contratual com o governo para realizar algum serviço ou fornecer produtos. Como geralmente os preços eram prefixados, qualquer lucro ou prejuízo era exclusivo do empreendedor.

- Século XVIII

Nesse século o capitalista e o empreendedor foram finalmente diferenciados, provavelmente devido ao início da industrialização que ocorria no mundo. Um exemplo foi o caso das pesquisas referentes aos campos elétricos, de Thomas Edison, que só foram possíveis com auxílio de investidores que financiaram os experimentos.

- Séculos XIX e XX

No final do século XIX e início do século XX, os empreendedores foram frequentemente confundidos com os gerentes ou administradores, não mais sendo analisados meramente de um ponto de vista econômico, como aqueles que organizam a empresa, pagam os empregados, planejam, dirigem e controlam as ações desenvolvidas na organização, mas sempre a serviço do capitalista.

No entanto, pode-se falar que todo empreendedor indispensavelmente deve ser um bom administrador para obter sucesso, entretanto, nem todo bom administrador é um empreendedor.

2.2 PERFIL EMPREENDEDOR

De acordo com Guimarães (2004), Schumpeter também estava interessado no papel do empreendedor como motor do sistema econômico, detector de oportunidades, criador de empreendimentos, e como aquele que corre riscos. A partir deste cenário, a figura do empreendedor começou a ganhar destaque em outras áreas do conhecimento, principalmente na escola dos comportamentalistas, que deram início aos estudos das características, ou seja, do perfil dos então chamados empreendedores.

Um dos estudos mais importantes sobre o perfil empreendedor surgiu na década de 1960, quando David C. McClelland identificou nos empreendedores bem-sucedidos um elemento psicológico crítico, denominado por ele de motivação da realização ou estímulo para melhorar. Pesquisas indicam que o empreendedorismo oferece graus elevados de realização pessoal, e as características empreendedoras fazem com que trabalho e prazer andem juntos (DOLABELA, 1999a).

O perfil do empreendedor contemporâneo é diferente dos antigos empreendedores,

principalmente pelas novas exigências mercadológicas exigindo deste empreendedor o desenvolvimento de habilidades que o qualifiquem (ALVES, 2011).

A definição do perfil do empreendedor, conforme Dolabela (1999a, p. 36), é importante “para que possamos aprender a agir, adotando comportamentos e atitudes adequadas”. Ainda para o autor, o perfil do empreendedor é descrito em sua obra da seguinte forma:

- O empreendedor é um ser social, produto do meio em que vive (época e lugar). Se uma pessoa vive em um ambiente em que ser empreendedor é visto como algo positivo, então terá motivação para criar o seu próprio negócio.

- É um fenômeno regional, ou seja, existem cidades, regiões, países mais — ou menos — empreendedores do que outros. O perfil do empreendedor (fatores do comportamento e atitudes que contribuem para o sucesso) pode variar de um lugar para outro. (Dolabela 1999a, p. 28)

Para Filion (1999) o empreendedor é alguém com capacidade de estabelecer objetivos claros e encontrar oportunidades de negócios. É um visionário e um indivíduo que faz uso de sua criatividade e conhecimento do ambiente no qual está inserido para vislumbrar oportunidades. Dolabela (1999b) amplia esta idéia definindo o empreendedor como indivíduo capaz de identificar as oportunidades, independentemente dos recursos que tem à mão, uma vez que sabe como buscar, gerenciar e capacitar recursos.

De acordo com Hisrich; Peters (2004, p. 37),

Os empreendedores são conhecidos por seus fortes valores e aspirações profissionais, suas longas jornadas de trabalho e seu estilo administrativo dominante. Os empreendedores tendem a se apaixonar pela organização e sacrificarão quase tudo para garantir sua sobrevivência (Hisrich; Peters 2004, p.37).

Para Morais (2000), os empreendedores possuem atitudes inteligentes. Eles aproveitam as oportunidades, não esperam as oportunidades surgirem repentinamente. Por terem o sucesso como objetivo, eles esperam sempre o melhor e estão sempre preparados para vencer. Essas pessoas não acreditam em fracassos, sabem que existem os obstáculos e

possuem disposição e coragem para enfrentá-los. Conseguem ter uma atitude mental direcionada para a realização de suas vitórias, possuem bons canais de comunicação com a sua equipe, baseados na confiança recíproca.

Souza e Lapolli (2010) afirmam que o espírito empreendedor está presente no ser humano, bem como o poder criativo, e podem ser estimulado ou bloqueado pelas variáveis internas e externas dentre elas educação formal e informal.

Bom Ângelo (*apud* BARROS, FIUSA E IPIRANGA, 2004) enumera cinco elementos fundamentais para a caracterização do perfil de um empreendedor:

- a. Criatividade e inovação: empreendedores conseguem identificar oportunidades antes das outras pessoas.
- b. Habilidade: direcionam seus esforços criativos para objetivos determinados e claros.
- c. Força de vontade e fé: acreditam fervorosamente em sua habilidade de mudar as coisas e com perseverança buscam seus objetivos.
- d. Foco na geração de valor: buscam fazer as coisas da melhor forma possível, do modo mais rápido e com os menores custos.
- e. Correr riscos: quebram regras pré-estabelecidas, arriscam buscando formas diferentes de fazer as coisas.

Nesta mesma linha de pensamento, o SEBRAE (2015) compreende que o perfil necessário ao empreendedor é definido através de aspectos fundamentais da personalidade, são eles:

- ✓ Criatividade: Aceitar desafios e buscar soluções viáveis para o equacionamento de problemas.
- ✓ Liderança: Inspirar confiança, motivar, delegar responsabilidades, formar equipe, criar um clima de moral elevado, saber compartilhar ideias, ouvir, aceitar opiniões, elogiar e criticar pessoas.
- ✓ Perseverança: Manter-se firme em seus propósitos, sem deixar de enxergar os limites de sua possibilidade, buscando metas viáveis até mesmo em situações adversas.
- ✓ Flexibilidade: Controlar seus impulsos para ajustar-se quando a situação demandar mudanças, estar aberto para estudar e aprender sempre.
- ✓ Vontade de trabalhar: Dedicar-se plenamente e de forma entusiasmada ao seu negócio.
- ✓ Automotivação: Encontrar a realização pessoal no trabalho e seus resultados.
- ✓ Formação permanente: Buscar constantemente informações sobre o mercado e atualização profissional sobre novas técnicas gerenciais.
- ✓ Organização: Compreender as relações internas para ordenar o processo produtivo e

administrativo de forma lógica e racional, entender as alterações ocorridas no meio ambiente externo de forma a estruturar a empresa para melhor lidar com essas mudanças.

- ✓ Senso crítico: Antecipar-se aos problemas principais, analisando-os friamente.

Segundo Gerber (1990), por exemplo, o indivíduo que realiza a atividade de empreender é um visionário, possuidor de uma imaginação que leva à mudança, dotado de uma personalidade capaz de lidar com o desconhecido e de criar novas possibilidades.

O espírito empreendedor compreende uma diversidade de variáveis peculiares a cada indivíduo, ou seja, características que levam alguém a iniciar um negócio, organizar os recursos necessários e assumir os riscos e recompensas. Robbins (2000, p. 129) define “[...] espírito empreendedor (*entrepreneurship*) como um processo pelo qual indivíduos procuram oportunidades, satisfazendo necessidades por meio da inovação, sem levar em conta os recursos que controlam no momento”.

2.3 CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR

Segundo Dolabela (1999) inúmeros estudos sobre as características dos empreendedores tem sido feito nos últimos anos, porém até a década de 1980 estes estudos eram feitos exclusivamente pelos comportamentalistas, os quais não consideravam as variáveis como experiência de trabalho, a origem das pessoas, o nível de escolaridade, a religião e a cultura familiar, para identificar as características empreendedoras. Com isso, a grande maioria dos resultados destas pesquisas apresentava-se diferenciados ou contraditórios, não sendo possível criar até hoje um padrão científico das características do empreendedor.

Lezana e Tonelli (1998) destacam que uma das formas de identificar as características ou traços dos empreendedores é a partir do estabelecimento de um perfil empreendedor.

Filion (2000) em seu artigo **Empreendedorismo e gerenciamento: processos distintos, porém complementares**, apresenta algumas características de empreendedores

bem sucedidos, destacando entre elas: experiência em negócios, diferenciação, intuição, envolvimento, sonhadores realistas (visionários), líderes, aprendizagem dos seus próprios padrões.

O empreendedor é dotado ainda de outras características. Para Dornelas (2001), os empreendedores 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 construtores do próprio destino, acreditam que o dinheiro é consequência do sucesso nos negócios, possuem liderança incomum, sabem construir uma rede de relacionamentos externos à empresa, planejam cada passo do negócio, possuem conhecimento, assumem riscos calculados e criam valor para a sociedade pela qual o empreendimento encontra-se inserido, em busca de soluções para melhorar a vida das pessoas.

Para Morais (2000), as características básicas de um empreendedor são: magnetismo pessoal, carisma e respeito pela dignidade das pessoas, e cabe a ele ser sensível e propiciar condições para que os subordinados tenham prazer com seu trabalho.

Para Longenecker *et al.* (1997), as características que melhor descrevem os empreendedores são:

- Necessidade de realização;
- Disposição para assumir riscos;
- Autoconfiança;
- Uma necessidade de refúgio;
- Estar pronto para um empreendimento;
- Eventos precipitadores;
- Preparação para carreiras como empreendedores.

A revista EXAME (2015) define cinco principais características de um empreendedor de sucesso, são elas:

1. Iniciativa: Colocar em prática uma ideia de negócio quando muitas pessoas tentam te convencer a não fazer é muito difícil.
2. Capacidade de planejamento: Ter metas e monitorar as informações de uma empresa são atitudes necessárias para quem deseja crescer de maneira planejada.
3. Autoconfiança: confiar em suas próprias opiniões e transmitir confiança para sua equipe são

comportamentos essenciais para quem almeja ter sucesso no mundo do empreendedorismo.

4. Liderança: Mesmo um profissional tendo trabalhado durante muito tempo como subordinado é possível que ele seja o líder de sua empresa.
5. Perseverança: Desistir com facilidade não faz parte do dia a dia de nenhum empreendedor de sucesso.

Para Carmo-Neto (*apud* LOPES, 2002, p.27), o empreendedor é um analista, que traz características como: imaginação, capacidade analítica (de reduzir à essência uma atividade, separando os fatos das opiniões, sugestões relevantes das irrelevantes), clareza de raciocínio, visão de conjunto, capacidade crítica, espírito de equipe, persistência, humildade, satisfação profissional e capacidade de comunicação.

Segundo o Portal educação (2013), baseado em estudo de Jeffrey A. Timmons e seus colaboradores foram traçadas algumas características de um empreendedor de sucesso. As características apresentadas nos resultados da pesquisa são:

- **Ter total comprometimento, determinação e perseverança** - O empreendedor deve estar preparado para “abrir mão” de muitas coisas. Para isso, ganhará muitas vantagens a seu favor, em relação às outras pessoas, se for totalmente comprometido, determinado e perseverante.
- **Buscar e obter feedback** - Os empreendedores mostram um insaciável desejo de saber se estão tendo um bom desempenho. Eles sabem que precisam obter feedback continuamente. Buscar e usar feedback é um hábito essencial para poder aprender com os erros e a lidar com o inesperado. Por essa razão também, os bons empreendedores são freqüentemente descritos como excelentes ouvintes e pessoas de rápida aprendizagem.
- **Ser decidido, urgente e paciente** - Um dos paradoxos com os quais os empreendedores se defrontam é a necessidade simultânea de obter soluções imediatas e de alcançar resultados de longo prazo. É necessário, portanto, ter paciência para gerenciar essas ações. O empreendedor é, ao mesmo tempo, um realizador e um visionário.
- **Ser formador de equipes** - Os empreendedores que criam e que constroem um empreendimento não são lobos solitários. Eles não precisam concentrar os esforços de todas as realizações em si mesmos. Reconhecem que, raramente, é possível construir um empreendimento substancial trabalhando sozinho. Portanto, constroem equipes de trabalho.

Timmons (1994) e Hornaday (1982) *apud* Dolabela (1999) resumem algumas das principais características dos empreendedores, são elas:

- O empreendedor tem um modelo, uma pessoa que o influencia.
- Tem iniciativa, autonomia, autoconfiança, otimismo, necessidade de realização.
- Tem perseverança e tenacidade.
- Considera o fracasso um resultado como outro qualquer; aprende com resultados negativos, com os próprios erros.
- Tem grande energia. É um trabalhador incansável. Ele é capaz de se dedicar intensamente ao trabalho e sabe concentrar seus esforços para alcançar resultados.
- Sabe fixar metas e atingi-las. Diferencia-se. Tem a capacidade de ocupar espaços não ocupados por outros no mercado; descobre nichos.
- Tem sempre alto comprometimento. Crê no que faz.
- Sabe buscar, utilizar e controlar recursos.
- É um sonhador realista.
- É líder. Pró-ativo. Inovador.
- Cultiva a imaginação e aprende a definir visões.
- Traduz seus pensamentos em ações.

O autor conclui mencionando que muitas dessas características são aprendidas. Outras já estão em você e são despertadas pela sua vontade de realizar os próprios sonhos (DOLABELA, 1999).

A Figura 2.1 sintetiza a visão das características do empreendedor e apresenta as inter-relações entre elas.

Fonte: Lapolli e Franzoni (2012, p. 123)

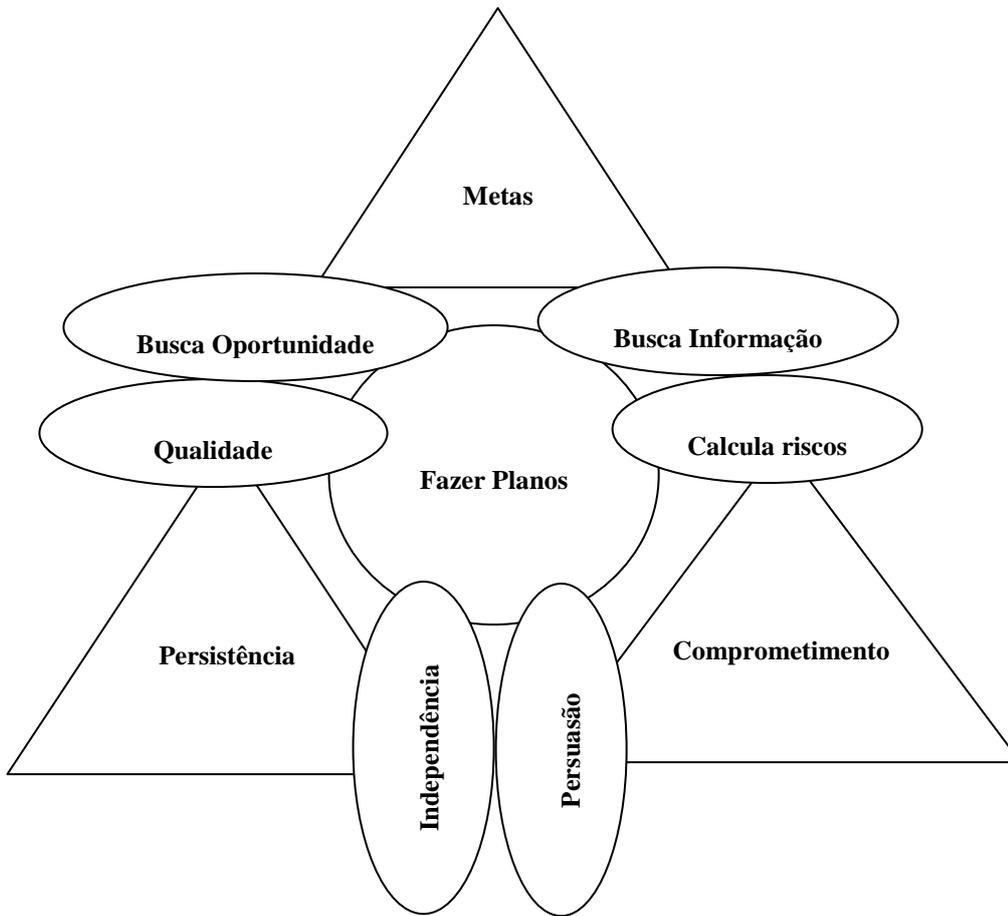


Figura 2.1 – Características empreendedoras

2.4 ATITUDE E COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR

De acordo com Bessant e Tidd (2009), para tentar explicar o comportamento empreendedor, pesquisadores tendem a examinar características e traços pessoais ou a influência de fatores contextuais, como a disponibilidade de recursos. É certo que indivíduos tidos como empreendedores têm um comportamento diferenciado de cidadãos comuns, conforme verificado nas próprias definições de empreendedorismo.

As características comportamentais empreendedoras podem ser divididas em: 1. realização – os comportamentos impulsionam os sujeitos a procurarem atividades desafiantes, fazendo-os alterar as condições ambientais com base em seus objetivos pessoais; 2. planejamento – supõe conhecer os processos para conduzir a organização na direção correta,

segundo o indivíduo, incluindo a capacidade de obter informações e avaliar uma oportunidade num ambiente contrário; 3. poder – potencial para elaborar as atividades como planejadas, a cooperação e a ação, em prol do atingimento dos objetivos traçados (Olivo, 2003 *apud* Oliveira, Silva e Araujo, 2014).

Souza (2005, p.18) afirma que:

O comportamento do indivíduo empreendedor é influenciado pelo seu contexto e momento histórico, pela sua conduta e sistema de valores, o que pode representar capacidade de se adaptar às mudanças em seu meio, despendendo esforço para conseguir soluções originais, ter sensibilidade para o mundo em sua volta, ir além do óbvio tendo idéias originais. Isso pode se traduzir por criatividade, busca de oportunidade, correr risco e, de uma forma global, inovação. O empreendedor, assim, é um indivíduo especial, principalmente ao considerar essa característica de inovação e as dificuldades que envolvem tratar o fato novo como uma possibilidade real (SOUZA, 2005, p.18).

A atitude empreendedora é um tema de destaque, devido a sua importância para o mundo empresarial.

Souza e Fracasso (2006) consideram a atitude como uma predisposição, aprendida ou não, para agir de forma inovadora, autônoma, planejada e criativa. Por meio dela, é possível estabelecer redes sociais, ações favoráveis ou desfavoráveis, positivas ou negativas, feitas pelos indivíduos em relação a pessoas, objetos e fatos, variando sob diversas formas, baseadas em emoções, crenças, experiências passadas e comportamentos, sendo internamente consistentes ou ambivalentes. Para Degen (1989, p.19), “a predisposição para identificar oportunidades é fundamental para quem deseja ser empreendedor e consiste em aproveitar todo e qualquer ensejo para observar negócios”.

Estudos anteriores como os de McClelland (1972), por exemplo, identificaram a atitude empreendedora como a necessidade de realização do indivíduo.

Filion (1999) destaca algumas características comportamentais do perfil empreendedor, conforme quadro 2.1, abaixo.

QUADRO 2.1 – Características Comportamentais Do Perfil Empreendedor

1. Inovação	11. Habilidade para conduzir situações
2. Otimismo	12. Criatividade
3. Liderança	13. Necessidade de realização
4. Iniciativa	14. Sensibilidade a outros
5. Flexibilidade	15. Autoconsciência
6. Independência	16. Agressividade
7. Tolerância à ambigüidade e à incerteza	17. Confiança
8. Orientação para resultado	18. Originalidade
9. Tendência a risco	19. Envolvimento em longo prazo
10. Capacidade de aprendizagem	20. Dinheiro como medida de desempenho

FONTE: Fillion (1999)

2.5 TIPOS DE EMPREENDEDOR

Segundo Dornelas (2007), não existe um único tipo de empreendedor ou um modelo-padrão que possa ser identificado, apesar de várias pesquisas existentes sobre o tema terem como objetivo encontrar um estereótipo universal. Por isso é difícil rotulá-lo. Por outro lado, esse fato mostra que tornar-se empreendedor é algo que pode acontecer a qualquer um.

Ainda para o autor, existem oito tipos de empreendedores, são estes:

Tipo 1 — O Empreendedor Nato (Mitológico)

Geralmente são os mais conhecidos e aclamados. Suas histórias são brilhantes e, muitas vezes, começaram do nada e criam grandes impérios. Começam a trabalhar muito jovens e adquirem habilidade de negociação e de vendas. São visionários, otimistas, estão à frente do seu tempo e comprometem-se 100% para realizar seus sonhos.

Tipo 2 — O Empreendedor que Aprende (Inesperado)

Este tipo de empreendedor tem sido muito comum. É normalmente uma pessoa que, quando menos esperava, se deparou com uma oportunidade de negócio e tomou a decisão de mudar o que fazia na vida para se dedicar ao negócio próprio. É o caso clássico de quando a oportunidade bate à porta.

Tipo 3 — O Empreendedor Serial (Cria Novos Negócios)

É aquele apaixonado não apenas pelas empresas que cria, mas principalmente pelo ato de empreender. É uma pessoa que não se contenta em criar um negócio e ficar à frente

dele até que se torne uma grande corporação. Como geralmente é uma pessoa dinâmica, prefere os desafios e a adrenalina envolvidos na criação de algo novo a assumir uma postura de executivo que lidera grandes equipes. Sua habilidade maior é acreditar nas oportunidades e não descansar enquanto não as vir implementadas.

Tipo 4 — O Empreendedor Corporativo

O empreendedor corporativo tem ficado mais em evidência nos últimos anos, devido à necessidade das grandes organizações de se renovar, inovar e criar novos negócios. Assumem riscos e têm o desafio de lidar com a falta de autonomia, já que nunca terão o caminho 100% livre para agir. São hábeis comunicadores e vendedores de suas idéias

Tipo 5 — O Empreendedor Social.

Tem como missão de vida construir um mundo melhor para as pessoas. Envolve-se em causas humanitárias com comprometimento singular. Tem um desejo imenso de mudar o mundo criando oportunidades para aqueles que não têm acesso a elas. Suas características são similares às dos demais empreendedores, mas a diferença é que se realizam vendo seus projetos trazerem resultados para os outros e não para si próprios.

Tipo 6 — O Empreendedor por Necessidade

Cria o próprio negócio porque não tem alternativa. Geralmente não tem acesso ao mercado de trabalho ou foi demitido. Não resta outra opção a não ser trabalhar por conta própria.

Tipo 7 — O Empreendedor Herdeiro (Sucessão Familiar)

Este recebe logo cedo a missão de levar à frente o legado de sua família. Empresas familiares fazem parte da estrutura empresarial de todos os países, e muitos impérios foram construídos nos últimos anos por famílias empreendedoras, que mostraram habilidade de passar o bastão a cada nova geração. O desafio do empreendedor herdeiro é multiplicar o patrimônio recebido. O empreendedor herdeiro aprende a arte de empreender com exemplos da família, e geralmente segue seus passos. Muitos começam bem cedo a entender como o negócio funciona e a assumir responsabilidades na organização, e acabam por assumir cargos de direção ainda jovens. Alguns têm senso de independência e desejo de inovar, de mudar as regras do jogo. Outros são conservadores e preferem não mexer no que tem dado certo. Esses extremos, na verdade, mostram que existem variações no perfil do empreendedor herdeiro.

Tipo 8 — O “Normal” (Planejado)

Toda teoria sobre o empreendedor de sucesso sempre apresenta o planejamento como uma das mais importantes atividades desenvolvidas pelos empreendedores. O empreendedor

que “faz a lição de casa”, que busca minimizar riscos, que se preocupa com os próximos passos do negócio, que tem uma visão de futuro clara e que trabalha em função de metas é o empreendedor aqui definido como o “normal” ou planejado. O empreendedor normal seria o mais completo do ponto de vista da definição de empreendedor e o que a teria como referência a ser seguida, mas que na prática ainda não representa uma quantidade considerável de empreendedores. (DORNELAS, 2007).

Já Miner (1998) identificou quatro tipos de empreendedores, são eles:

O realizador: são empreendedores clássicos que levam muita energia às suas empresas e dedicam inúmeras horas ao trabalho. Eles gostam de planejar e estabelecer metas para realizações futuras. São dotados de muita iniciativa e de um forte compromisso com a empresa. Os realizadores acreditam que controlam suas vidas por meio de suas ações, e não que são controlados pelas circunstâncias ou pelas atitudes de terceiros. Eles devem ser orientados por metas próprias (e não pelos objetivos de terceiros). É mais provável que os realizadores tenham êxito se percorrerem o caminho da realização: resolvendo problemas constantemente e lidando com crises, adequando-se para enfrentar a crise do momento e tentando ser bons em tudo.

O super vendedor: possuem uma grande sensibilidade em relação a outras pessoas e desejam ajudá-las de qualquer maneira possível. Os relacionamentos são muito importantes para eles, que gostam de reuniões sociais e de participar de grupos. Eles consideram as vendas como um elemento essencial para o sucesso de suas empresas. Para ter sucesso, os super vendedores precisam seguir o caminho das vendas e contratar alguém para administrar os negócios.

O autêntico gerente: gostam de assumir responsabilidades e saem-se bem em cargos de liderança nas empresas; eles são competitivos, decididos e possuem uma atitude positiva em relação àqueles que têm autoridade; gostam do poder e de desempenhar uma função. Muitas vezes saem de grandes empresas para iniciar seu empreendimento. Utilizam uma persuasão lógica e eficaz. Seu ponto forte está em levar os empreendimentos a um crescimento significativo. O caminho ideal para ser trilhado por eles é o de gerenciamento: encontrar ou iniciar um negócio grande o bastante para precisar de seus talentos administrativos.

O gerador de idéias: inventam novos produtos, encontram novos nichos, desenvolvem novos processos e, em geral, encontram uma forma de superar a concorrência. Eles se sentem fortemente atraídos para o mundo das idéias. Porém podem assumir riscos que

não foram suficientemente calculados. Normalmente se envolvem em empreendimentos de alta tecnologia.

2.6 EMPREENDEDORISMO POR NECESSIDADE X OPORTUNIDADE

Segundo Dolabela (1999b), os empreendedores podem ser voluntários (que têm motivação para empreender) ou involuntários (que são forçados a empreender por motivos alheios à sua vontade, como é o caso de desempregados, imigrantes etc.). Neste sentido, os voluntários empreendem por perceber oportunidade diferente dos involuntários que empreendem por alguma necessidade.

Para Fialho *et al.* (2007), a necessidade é uma condição de desequilíbrio no interior do empreendedor causada pela carência de algo, e que o dinamiza e predispõe para determinados tipos de comportamentos.

Abraham Maslow, um dos mais citados pesquisadores das necessidades humanas, propôs uma hierarquia das necessidades, um arranjo, que seriam responsáveis por ativar e direcionar o comportamento humano. Tais necessidades foram classificadas hierarquicamente em cinco níveis, capazes de justificar o comportamento humano. Maslow concluiu que cada pessoa nasce com as mesmas necessidades instintivas que nos concedem a sobrevivência; ao passar do tempo as necessidades vão se diferenciando e nos capacitam a crescer, nos desenvolver e a realizar nossos potenciais (SCHULTZ & SCHULTZ, 2002). Portanto, as necessidades são moldadas por características sociais, culturais e econômicas.

Faz-se aqui um paralelo do jovem empreendedor por necessidade e por oportunidade com uma distinção formulada por Guerreiro-Ramos (1989 apud Bulgacov *et al.* 2011) entre *comportamento e ação*. Para o teórico, o *comportamento* é aquele que é socialmente condicionado à mercê de eventos episódicos, ficando à mercê de necessidades e contingência; motivado por conveniência/necessidade. Para fins de comparação, corresponderia ao que se está chamando de *comportamento empreendedor motivado por necessidade*. Em contrapartida, propõe o autor o termo *ação*, que pressupõe escolha, consciência, reflexão e pro ação, correspondendo ao comportamento do empreendedor jovem motivado.

Uma visão a respeito das necessidades é apresentada por Cielo (2001), onde os empreendedores possuem as seguintes necessidades:

- Necessidade de reconhecimento: é primordial na vida do empreendedor que ele seja reconhecido por suas qualidades, realizações e integridade pessoal;
- Necessidade de independência: o empreendedor precisa impor seu ponto de vista no trabalho, controlar seu próprio tempo e obter flexibilidade, tanto em âmbito profissional quanto familiar;
- Necessidade de liberdade: para confrontar-se com problemas, analisar oportunidades e buscar soluções;
- Necessidade de segurança: a empresa é o local onde as capacidades do empreendedor podem ser aperfeiçoadas e melhor utilizadas.

Para Shane (2003) o processo empreendedor é uma seqüência de passos a partir da existência de uma oportunidade. O empreendedor, por conta de suas características e habilidades pessoais, e de como ele atua no ambiente, decide pela exploração da oportunidade. Neste ponto, parte em busca dos recursos necessários, após o qual estabelece a sua estratégia empreendedora, organiza o processo e o executa.

Segundo o documento *Empreendedorismo no Brasil (2014)* do GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*), em 2014 a proporção de empreendedores por oportunidade em relação à taxa de empreendedorismo inicial – TEA, no Brasil foi de 70,6%. Ou seja, do total de empreendedores brasileiros em 2014, 70,6% o foram por oportunidade. Em 2014, a razão entre oportunidade e necessidade alcançou 2,4. Isso indica que para cada empreendedor que iniciou suas atividades por necessidade, 2,4 o fizeram por oportunidade. (GEM, 2014)

Para Sipilä (2006) *apud* Santos *et al.* (2007) o reconhecimento de oportunidades pode ser pensado como um processo, onde empreendedores buscam identificar oportunidades para explorá-las; entretanto, para ser capaz de visualizar uma oportunidade, é necessário reconhecê-la, o que não é uma habilidade muito fácil de desenvolver. Por fim, conceitua oportunidade como uma situação futura desejada que tem um potencial valor econômico.

2.7 EMPREENDEDORISMO FEMININO

O empreendedorismo feminino é um fenômeno recente, estudos relacionados ao tema são poucos e a literatura encontrada é escassa e geralmente não faz distinção de gênero, considerando a figura do empreendedor como qualquer indivíduo que diante de uma

oportunidade de negócio consegue desenvolver e implementar soluções que supram alguma necessidade identificada no mercado (BARON, 2007).

Os conceitos existentes de empreendedorismo não fazem distinção de gênero, visto que as características empreendedoras podem ser encontradas tanto em homens quanto em mulheres. O empreendedorismo feminino é crescente; e vem crescendo também os estudos científicos nessa área (GOMES; SANTANA; ARAÚJO, 2009; SILVEIRA & GOUVEIA, 2008). Porém, segundo Cassol; Silveira; Hoelgebaum (2007), ainda são iniciantes os estudos acerca da profundidade do empreendedorismo feminino. Um dos fatores que contribuiu significativamente para o aumento da importância que vem sendo dada aos estudos na área do empreendedorismo feminino está relacionado com o aumento da participação da mulher no mercado de trabalho, (CASSOL, 2006; MARASEA & ANDRADE, 2006).

O empreendedorismo é um desses ramos de atividade onde as mulheres têm buscado não apenas retorno econômico e independência financeira, porém satisfação pessoal, elevação de autoestima e redução do preconceito histórico que rebaixou as representantes da ala feminina a uma posição de inferioridade em relação aos homens (GONZALEZ, 2012).

De acordo com Silveira (2008), das mudanças ocorridas no mercado de trabalho, o aumento significativo da participação feminina na população economicamente ativa (PEA) é o que merece maior destaque. Segundo Peñaloza, Diógenes e Souza (2008), a inserção das mulheres no mercado de trabalho deixou de ter a simples conotação do complemento financeiro familiar para expandir sua abrangência para o exercício vocacional, a formação da identidade profissional e a realização profissional. Dentre os novos papéis exercidos pelas mulheres que exercem múltiplas jornadas de trabalho e deixaram de restringir suas aspirações ao casamento e aos filhos, está o de empreendedora, de crescimento notável no mundo todo.

As mulheres empreendedoras possuem alguns perfis específicos para empreender: (1) faixa etária entre 35-50 anos; (2) a maioria é casada e com filhos; (3) possuem um nível de escolaridade alto; (4) geralmente atuam em pequenos negócios; (5) iniciam as empresas com baixo capital social; e (6) possuem experiências anteriores nos setores que desejam atuar, (Takahashi & Graeff, 2004). De fato, pesquisas recentes sobre o papel da mulher no mercado de trabalho mostram que a identidade feminina está voltada tanto para a atividade profissional como para a família, (Tonelli & Andreassi, 2013).

Para Garcia *et al.* (2011), o perfil feminino é um dos fatores que contribui para o sucesso dos empreendimentos geridos por mulheres. Características como intuição, flexibilidade, orientação a resultados, facilidade no contato social, bom nível educacional,

dentre outras, são comuns entre as mulheres empreendedoras. No tocante ao comportamento gerencial feminino, estudos realizados mostram que as mulheres possuem um estilo de liderança motivador, cooperativo e participativo, que faz com que as pessoas sintam-se valorizadas. Além disso, são inovadoras, enfatizam a qualidade, e buscam a satisfação geral.

A participação das mulheres no mercado de trabalho brasileiro tem aumentado linearmente ao longo dos anos (LINDO *et al.*, 2007). As mulheres avançaram no que se refere à conquista de espaço no mercado de trabalho, crescendo em diversos setores e, hoje em dia, conciliando as atividades profissionais com papéis familiares:

Em 1940, quase metade (48%) da população ativa feminina era focada no setor primário da economia, basicamente na agricultura. Em 1990, mais de dois terços (74%) da população economicamente ativa feminina era concentrada no setor terciário, ou seja, em serviços, principalmente em alguns setores da economia, como atividades comunitárias, áreas voltadas à educação, serviços de saúde e principalmente serviços domésticos. Hoje, versatilidade é a qualidade que resume a condição atual da vida feminina. (RAPOSO; ASTONI, 2007, p. 36-37).

Segundo Machado *et al.* (2003) as mulheres empreendem mais por necessidade do que por oportunidade; isso ocorre por diversos motivos: realização pessoal, frustração no emprego atual, mudança na situação pessoal, a exemplo de morte ou separação do cônjuge, ou ainda pela necessidade de buscar alternativas para suprir o sustento da família ou se auto sustentarem.

Para Brush *et al.* (2004), além dos motivos tradicionais para se empreender, como desejo por independência e de realização, as mulheres demonstram outras razões como: prover receitas para a família, ter um horário flexível, envolver questões sociais e encontrar uma atividade com muito significado pessoal. Segundo as autoras, as mulheres tendem a demonstrar uma ampla variedade de aspirações quanto a empreender, como encontrar um propósito social para seu trabalho, ao contrário dos homens que, de maneira geral, estão mais focados especificamente no aspecto econômico. Ou seja, as mulheres possuem aspirações mais holísticas em relação a possuir seu próprio negócio.

É possível verificar, ainda, que muitas mulheres motivadas para empreender o fazem em suas próprias residências, configurando o espaço do lar em *home office*, pois esse formato permite conciliar os dois afazeres, em muitas outras ocasiões também está relacionado pela dificuldade da mulher em empregar-se ou por ocasião dos cuidados necessários a outros membros da família

(NATIVIDADE, 2009).

Muitos motivos podem explicar esse aumento da participação feminina no nível de ocupação: o crescimento do setor de serviços, cujo perfil é majoritariamente feminino, maior flexibilização do mercado de trabalho, permitindo a compatibilização entre o trabalho doméstico e o remunerado, a redução dos postos de trabalho na indústria, e o aumento da ocupação por conta própria e da informalidade em geral, (Takahashi & Graeff, 2004). Por outro lado, são apontados limitantes à atuação feminina nesse mercado de trabalho:

Apesar de a escolaridade das mulheres ser comparativamente mais elevada do que a dos homens, as condições de trabalho e remuneração tendem a ser inferiores e ainda, podem ser consideradas limitadas as oportunidades de inserção das mulheres em posições mais qualificadas, estando estas mais restritas a alguns setores do mercado (LAGES, 2008, p. 3).

Os estudos apontam ainda que muitas mulheres iniciam o empreendimento sem ter uma visão clara do negócio, e muitas, o fazem apenas para exercitar algum hobby, por não ter uma profissão definida e, por incentivo familiar que vêem no empreendedorismo uma alternativa, (Machado *et al.*, 2003). O empreendimento parece ser uma estratégia de vida e não meramente uma ocupação ou meio de ganhar dinheiro, (Hisrich & Peters, 2004).

O fato real é que as mulheres estão marcando sua presença no mundo do trabalho, inclusive do trabalho por conta própria, apesar das dificuldades e barreiras impostas. No entanto, independente da natureza do empreendimento, o que se observa é que as mulheres estão à frente dos homens na abertura de empresas, principalmente em um setor que vem atraindo o crescimento da economia como a prestação de serviços, sobressaindo-se de forma inovadora, (Hisrich & Peters, 2004).

Para alguns autores, existem características semelhantes entre homens e mulheres, embora as mulheres revelem possuir características específicas como sensibilidade, versatilidade, flexibilidade, intuição, cooperação, atenção aos detalhes, deixar-se levar pela intuição, (Sina, 2005). Conforme Hisrich & Peters:

O crescimento significativo no número de mulheres trabalhando fora criou um novo campo de pesquisa interessado em verificar se mulheres trabalhadoras, administradoras e empreendedoras são diferentes dos seus colegas do sexo masculino. Está claro que

empreendedores e empreendedoras têm muito em comum. Porém, apesar de algumas características de histórico e de personalidade serem muito semelhantes, há diferenças notáveis entre os sexos em termos de motivação, ponto de partida e habilidades para negócios levadas para o empreendimento (Hisrich & Peters, 2004, p. 90).

Segundo Machado *et al.* (2003) a mulher empreendedora combina características masculinas (iniciativa, coragem, determinação) com características femininas (cooperação, intuição, sensibilidade) . Isso ocorre porque as mulheres, de modo geral, tem uma tendência para lidar com a multiplicidade de papéis desempenhados no ambiente familiar e profissional, além da habilidade para encontrar soluções criativas para as situações imprevistas, mesmo com a sobrecarga de atividade em família, (Stolcke, 1980 *apud* Franco, 2014).

Percebe-se que muitos estudos, na busca de compreender como se dá o exercício do empreendedorismo por mulheres, inevitavelmente, faz comparações de gênero e indica que há diferenças entre homens e mulheres. O estudo de Gouvêa, Silveira e Machado (2013) ressaltou diferenças na compreensão do fenômeno por ambos os sexos que se refletem na gestão, como por exemplo, que homens são mais objetivos e as mulheres são mais subjetivas e flexíveis; que são mais centralizadores enquanto que as mulheres compartilham mais as informações e objetivos.

Katia Simões (2013 *apud* FROTA *et al.* 2014) especialista em empreendedorismo e pequenas empresas, lista alguns pontos fortes da liderança feminina. Entre eles estão:

- Apresentam um estilo de comunicação assertivo para expor suas ideias e estratégias para a gestão do negócio, o que facilita a compreensão de suas orientações na delegação de responsabilidades.
- Mostram um estilo de liderança envolvente e gostam de levar as pessoas a pensar da mesma forma que elas. Assim, conquistam o apoio e o comprometimento da equipe em relação aos objetivos comuns.
- São rápidas e voltadas a resultados. Tendem a imprimir um ritmo acelerado à administração e sentem necessidade de realizar tarefas de imediato.
- Demonstram nos relacionamentos a empatia necessária para escutar as pessoas e perceber as necessidades de sua equipe, o que lhes permite realizar orientações personalizadas e bem direcionadas.
- Revelam flexibilidade para seus conceitos e para escutar pontos de vista diferentes dos seus durante a busca de soluções, o que favorece a avaliação de alternativas, enriquecendo o processo decisório.
- São ágeis na tomada de decisões, podendo transmitir um referencial de liderança positivo, enfatizando o dinamismo e o foco em resultados.
- Revelam maior motivação pelo relacionamento e

interagem com clientes, fornecedores e parceiros estratégicos com desenvoltura. Essa condição favorece a implantação de um ambiente amistoso de trabalho.

- Gostam de lidar com questões mais complexas em seu trabalho, o que as ajuda a compreender as estratégias de negócios e a implementar as mesmas na gestão de suas equipes, podendo identificar oportunidades e buscar soluções para atingir os resultados.

Quanto a suas características psicológicas e comportamentais, as mulheres empreendedoras são descritas como persistentes, com alto desejo de realização e independência, ativas, persuasivas, inovadoras, precisas e adaptáveis às mudanças, e acreditam ainda que seu destino seja fruto de suas ações (MACHADO, 1999).

No contexto brasileiro, segundo Machado (2002), o comportamento gerencial feminino se caracteriza por:

I - ter objetivos definidos e amplos, entre eles segurança e satisfação no trabalho, satisfação dos clientes, ética do cuidar e responsabilidade social;

II - manter as estruturas organizacionais simples, informais, horizontais e descentralizadas, dando ênfase à cooperação, à integração e aos relacionamentos interpessoais;

III - adotar estratégias inovadoras em busca de qualidade e da satisfação de todos os envolvidos;

IV - empregar muitas mulheres;

V- exercer uma liderança interativa e cooperativa, facilitando a adoção de um processo decisório participativo.

De forma geral, essas características permitem que as mulheres adotem um estilo peculiar próprio, o que se torna um diferencial em relação aos homens, (Hisrich & Peters, 2004).

2.7.1 DIFERENÇA DE GÊNERO

A palavra gênero pode descrever-se desde o sec. XV como “conjunto de seres ou objetos que possuem a mesma origem ou que se acham ligados pela similitude de uma ou mais particularidades” (DICIONÁRIO HOUAISS, 2009, p. 963). O gênero masculino representa os homens como um grupo de seres com características específicas e o gênero

feminino representa as mulheres como um grupo de seres com (diferentes) características específicas (BANDEIRA PAIS, 2014, p. 22)

Para Scott (1995) gênero é o conhecimento que permite definir as diferenças corporais. É a forma como uma comunidade se organiza face à diferença sexual. O gênero humano é uma categoria que tem vindo a ser alvo de estudos para uma melhor justificação das verdadeiras desigualdades entre sexo masculino e o sexo feminino em épocas históricas específicas e em diferentes culturas.

De acordo com Carvalho (2007 *apud* Leite e Pessoa Paraíba, 2011, p. 22), gênero refere-se a noções de masculinidade e feminilidade (dicotômicas, assimétricas, hierarquizadas) e a marcadores de identidade, aprendidos, não a características.

Silveira (2012 *apud* BANDEIRA PAIS, 2014) após o seu estudo revela que existem diferentes associações face ao gênero, sendo associados aos homens a racionalidade, o pensamento lógico e o cálculo, e às mulheres o afeto, as emoções e a intuição. Este autor sublinha a existência de uma assimetria valorativa entre o sexo masculino e o sexo feminino tendo por base a diferença de sexo e de cultura. Afirma que as relações de gênero não são apenas um prolongamento das desigualdades biológicas, mas sim fruto de uma aprendizagem contínua que surge da interação social.

Sob a perspectiva dos estudos de gênero, categorias como ‘homem’ e ‘mulher’ devem ser entendidas dentro de seus contextos sociais e culturais, levando-se em conta não apenas a constituição biológica, mas, principalmente, questões sobre como se articulam as práticas dos indivíduos, além de sua inserção dentro de um determinado contexto sócio-cultural (MONTEIRO, 2002; PAIVA, 2000 *apud* CRAMER, 2009).

Ao longo da história da humanidade, homens e mulheres desempenharam papéis sociais nitidamente distintos e opostos. Por ser associada com frequência à ideia de fragilidade, a figura feminina foi, durante incontáveis anos, alçada a uma posição de absoluta dependência dos homens (pai, irmão, marido...). Esse padrão indicava que qualquer menina, moça ou senhora tinha sua vida subordinada aos mandos e desmandos de indivíduos do sexo masculino antes e depois do matrimônio (RIBEIRO, 2012).

As mulheres sempre foram consideradas inaptas para o trabalho fora de casa, mas a Revolução Industrial começou a mudar esta crença. Entre os séculos XVIII e XIX, quando surgiram novos processos de manufatura e a máquina passou a ser utilizada na produção (substituindo métodos fabris mais antigos), houve um aumento na demanda de trabalhadores industriais e, com isso, a incorporação da mão de obra feminina. Nesta época, a quantidade de

mulheres empregadas aumentou sobremaneira. As condições de trabalho às quais eram submetidas e os salários que recebiam eram bastante desiguais o que propiciou, nesse mesmo período, o início de algumas reivindicações sobre igualdade de jornada de trabalho e direitos trabalhistas (AMORIM; BATISTA, 2010).

Segundo Flores *et al.* (2014), não é tarefa difícil perceber que homens e mulheres ocupam, nas mais variadas sociedades, diferentes posições, bem como desempenham diferentes papéis. A divisão desses papéis (de gênero), por sua vez, é feita pela sociedade que, com base muitas vezes na diferença sexual, define o campo de atuação do masculino e do feminino, estabelecendo representações que delimitam o trânsito de homens e de mulheres, impondo aos sujeitos um *script* social bastante preciso. As relações de gênero, entretanto, assim pautadas na diferença sexual, acabam por fornecer diferentes oportunidades para mulheres e homens, implicando, na maioria das vezes, em relações que supervalorizam o que é próprio do masculino, em detrimento do que é do feminino. Nas palavras de Macêdo (2003, p. 6 *apud* Flores *et al.* 2014), “a diferença sexual é usada para, arbitrariamente, limitar a autonomia feminina, suas atividades econômicas e o seu acesso ao poder político”.

Apesar do discurso de igualdade de condições e oportunidades, há evidências de que existem desigualdades na participação masculina e feminina no mercado de trabalho, seja em relação aos níveis salariais, possibilidade de crescimento na carreira ou oportunidade de exercer determinadas funções. Neste contexto a teoria das relações de gênero auxilia a compreensão dessas questões, bem como a discussão do processo de construção da identidade da mulher no mundo dos negócios. (CRAMER *et al.* 2012)

As mulheres são capazes de executar várias atividades ao mesmo tempo e lidar com várias responsabilidades (lar, marido, filhos, trabalho). Segundo Villas Boas (2010, p.51) “Existem importantes diferenças entre os estilos de empreender masculino e feminino. Elas têm uma ótima capacidade de persuasão e se preocupam com clientes e fornecedores, o que contribui para o progresso da empresa”, o que se torna um diferencial em relação aos homens. Embora ainda se note desigualdade entre o gênero feminino e o masculino, a mulher vem conquistando seu espaço de forma eficaz, (Amorim e Batista, 2012 *apud* Franco, 2014).

As diferenças nos valores e princípios morais homenageados por homens e mulheres muitas vezes levam estas a preferirem um formato organizacional diferente do tradicional, de estrutura burocrática e rigidez hierárquica o que permite caracterizar o modelo feminino de gestão como aquele que mais valoriza os indivíduos como seres humanos. (FROTA *et al.*, 2014). As diferenças entre homens e mulheres empreendedores têm suas raízes nas tradições

da sociedade e da persistência da ideia de que as mulheres têm responsabilidades de cuidar da família e da casa (LINDO *et al.*, 2007).

O relatório GEM (2008) aponta que as mulheres têm mais dificuldade de identificar oportunidades de negócio, tem menor percepção sobre oportunidades de negócio na região que residem e se consideram mais inseguras para iniciar um novo negócio. Em sua maioria, as mulheres começam a empreender mais tarde que os homens, o que faz com que desenvolvam e potencializem competências que já são características femininas, como: sensibilidade, paciência, capacidade de trabalhar em equipe, melhores em comunicação e ainda a capacidade indiscutível de fazer várias coisas ao mesmo tempo (RATCHEVA, 2014).

No aspecto da motivação para empreender, a pesquisa GEM 2007 (GEM, 2008) nota que há uma diferença na maneira como homens e mulheres desenvolvem o empreendedorismo. Os homens, em sua maioria, empreendem visando explorar novas oportunidades, ou seja, empreendem utilizando novas tecnologias de ponta, e buscam nos mercados internacionais as condições necessárias ao crescimento sustentável e à efetiva geração de riqueza. Por outro lado, as mulheres empreendem principalmente motivadas pela necessidade, ou seja, na busca de alternativas satisfatórias de trabalho e renda, como saída para a adversidade da pobreza e exclusão.

Segundo o documento Empreendedorismo no Brasil (2014) do GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*), homens e mulheres são igualmente ativos em termos de atividade empreendedora inicial, dos 23 milhões de empreendedores em estágio inicial, 49% são homens e 51% são mulheres.

CAPÍTULO 3 - METODOLOGIA

Esta pesquisa foi realizada com 55 discentes que cursam a disciplina de empreendedorismo do curso de administração da UFPE-CAA, para identificação do perfil empreendedor, seguindo um modelo semi- estruturado de questionário, que segundo Lakatos e Marconi (2003), questionário é um instrumento de coleta de dados, constituído por uma série ordenada de perguntas, que devem ser respondidas por escrito e sem a presença do entrevistador. O questionário aplicado foi elaborado pela autora, baseado no referencial teórico e será exposto no apêndice A desta pesquisa.

Este trabalho utilizou o método de pesquisa de campo para colher as informações aqui tratadas. Segundo Rodrigues (2007), pesquisa de campo é uma forma de estudar os fatos tal como ocorrem, sem permitir isolar as variáveis, mas permitindo o estudo tal como elas ocorrem.

Utilizou o questionário com perguntas de múltipla escolha, que, segundo Pradanov e Ernani (2013), são perguntas fechadas, mas apresentam uma série de respostas possíveis. Como também, perguntas com respostas escalonadas, que para os autores, são perguntas de múltipla escolha, nas quais as opções são destinadas a captar a intensidade das respostas dos entrevistados. Que vão da opção nunca à sempre. As perguntas escalonadas são dadas por um nível de frequência ou hierarquia em que são enumeradas; conforme a pergunta, o entrevistado responde quanto à intensidade. E, uma pergunta aberta que segundo Prodanov e Ernani (2013), nas questões abertas, os respondentes ficam livres para responderem com suas próprias palavras, sem se limitarem à escolha entre um rol de alternativas. Para Cervo e Bervian (2002, p. 48), as abertas possibilitam respostas mais ricas e variadas.

O questionário, também incluiu perguntas filtros – específica para as mulheres -, estas perguntas que foram adicionadas no final do questionário têm por finalidade analisar características distintas e específicas do sexo feminino, bem como responder a um dos objetivos específicos, que é o de identificar características empreendedoras nas alunas.

Este estudo, contou com pesquisas bibliográficas, que, segundo Lakatos e Marconi (2003), a pesquisa bibliográfica é um apanhado geral sobre os principais trabalhos já realizados, revestidos de importância, por serem capazes de fornecer dados atuais e relevantes relacionados com o tema. O estudo da literatura pertinente pode ajudar a planificação do trabalho, evitar publicações e certos erros, e representa uma fonte indispensável de informações, podendo até orientar as indagações.

Seguindo o modelo de estudo de caso, que para Yin (2001) é uma investigação empírica de um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto real, principalmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto são definidos. Para os autores Pradanov e Ernani (2013), o estudo de caso consiste em coletar e analisar informações sobre determinado indivíduo, uma família, um grupo ou uma comunidade, a fim de estudar aspectos variados de sua vida, de acordo com o assunto da pesquisa.

É um tipo de pesquisa qualitativa e quantitativa, entendido como uma categoria de investigação que tem como objeto o estudo de uma unidade de forma aprofundada, podendo tratar-se de um sujeito, de um grupo de pessoas, de uma comunidade etc. São necessários alguns requisitos básicos para sua realização, entre os quais, severidade, objetivação, originalidade e coerência.

Nesta perspectiva, esta pesquisa de natureza exploratória e descritiva foi realizada por meio de um estudo de caso, que teve como objeto de análise os egressos do curso de administração da UFPE-CAA, situada em Caruaru, agreste de Pernambuco. Gil (2002) destaca que a pesquisa exploratória é desenvolvida no sentido de proporcionar uma visão geral acerca de determinado fato. De acordo com Prodanov e Ernani (2013), a pesquisa exploratória visa proporcionar maior familiaridade com o problema, tornando-o explícito ou construindo hipóteses sobre ele.

Para Lakatos e Marconi (2003), são investigações de pesquisa empírica cujo objetivo é a formulação de questões ou de um problema, com tripla finalidade: desenvolver hipóteses, aumentar a familiaridade do pesquisador com um ambiente, fato ou fenômeno, para a realização de uma pesquisa futura mais precisa ou modificar e clarificar conceitos.

De acordo com Triviños (1987, p. 110), “o estudo descritivo pretende descrever “com exatidão” os fatos e fenômenos de determinada realidade”, de modo que o estudo descritivo é utilizado quando a intenção do pesquisador é conhecer determinada comunidade, suas características, valores e problemas relacionados à cultura.

Na visão de Gil (2002), a pesquisa descritiva tem como principal objetivo descrever características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre as variáveis. Para Prodanov e Ernani (2013), esta pesquisa observa, registra, analisa e ordena dados, sem manipulá-los, isto é, sem interferência do pesquisador.

A pesquisa foi de caráter qualitativo e quantitativo. Segundo Triviños (1987), a abordagem de cunho qualitativo trabalha os dados buscando seu significado, tendo como base a percepção do fenômeno dentro do seu contexto. O uso da descrição qualitativa procura

captar não só a aparência do fenômeno como também suas essências, procurando explicar sua origem, relações e mudanças, e tentando intuir as consequências. Por sua vez, segundo Richardson (1999), a pesquisa quantitativa é caracterizada pelo emprego da quantificação, tanto nas modalidades de coleta de informações quanto no tratamento delas por meio de técnicas estatísticas.

Para Malhotra (2001, p.155), “a pesquisa qualitativa proporciona uma melhor visão e compreensão do contexto do problema, enquanto a pesquisa quantitativa procura quantificar os dados e aplica alguma forma da análise estatística”. A pesquisa qualitativa pode ser usada, também, para explicar os resultados obtidos pela pesquisa quantitativa.

Na coleta dos dados utilizou-se a Escala Likert, com quatro opções de resposta: 1- Nunca, 2- Raramente, 3- Às vezes e 4- Sempre, para análise e identificação do perfil empreendedor. Segundo Júnior e Costa (2014, p. 4), esta escala foi desenvolvida para mensurar atitudes no contexto das ciências comportamentais. A escala de verificação de Likert consiste em tomar um construto e desenvolver um conjunto de afirmações relacionadas à sua definição, para as quais os respondentes emitirão seu grau de concordância.

A autora Brandalise (2005, p.4) explica que:

As principais vantagens das escalas Likert, são a simplicidade de construção; o uso de afirmações que não estão explicitamente ligadas à atitude estudada, permitindo a inclusão de qualquer item que se verifique, empiricamente, ser coerente com o resultado final; e ainda, a amplitude de respostas permitidas apresenta informação mais precisa da opinião do respondente em relação a cada afirmação. Como desvantagem, por ser uma escala essencialmente ordinal, não permite dizer quanto um respondente é mais favorável a outro, nem mede o quanto de mudança ocorre na atitude após expor os respondentes a determinados eventos.

Para Polit *et al.* (2011), a escala tipo Likert não é uma escala que se destina a determinar o valor dos itens, mas sim o grau de concordância do sujeito com as afirmações declaratórias; este expressa o ponto de vista sobre determinado assunto, podendo ser favorável ou desfavorável em relação ao objeto do construto.

3.1 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA ESTUDO DE CASO

Este estudo foi realizado com alunos do curso de administração, que estão cursando a disciplina de empreendedorismo da Universidade Federal de Pernambuco- Campus do Agreste. Além de possuir essa disciplina na grade curricular do 8º período, conta também com algumas disciplinas como: Administração estratégica e Ética e responsabilidade social. Possui também, as disciplinas de Gestão de pessoas I, Administração financeira I, Administração de Marketing I e Administração de produções e operações como pré-requisitos. O curso de administração da UFPE/CAA, possui 9 períodos, pressupõe-se que os alunos que cursam essa disciplina estão no fim de seus estudos.

A interiorização do curso de administração, na cidade de Caruaru no ano de 2006 se justifica por ser a UFPE a principal instituição de Ensino Superior da região nordeste e está entre as dez melhores instituições públicas do País. E, por ser Caruaru um dos grandes pólos texteis da região.

Assim, o campus está inserido em um contexto no qual se destacam as seguintes características:

- a) Cadeias e arranjos produtivos predominantes nas áreas da confecção e da agro-indústria;
- b) Conexões leste-oeste, da Região Metropolitana do Recife ao Sertão Pernambucano; e norte-sul, da Paraíba a Alagoas; ou seja, a própria localização geográfica projeta Caruaru como um dos principais centro urbanos do Nordeste brasileiro;
- c) Desigualdade sócio-econômica no desenvolvimento de seu território, apresentando, ao norte da região, uma realidade econômica e social próspera e, ao sul, uma grave situação de pobreza concentrando, inclusive, vários dos municípios de menor Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) do estado de Pernambuco.

O centro acadêmico do agreste conta com 6 núcleos e 11 cursos. O núcleo de gestão é responsável e composto pelo curso de graduação em administração e também pelo curso de graduação em economia.

O curso de administração objetiva-se:

- ✓ A formação de profissionais com senso de cidadania ampliado pelo exercício acadêmico, voltando-o para reflexões críticas de natureza humana, social, ambiental, e organizacional;

- ✓ Construção de competências e habilidades para trabalhar em estudos administrativos, organizacionais, estratégicos, qualitativos e quantitativos nas diversas áreas da administração, tais como: gestão da produção e serviços, recursos humanos, comercialização e marketing, finanças, gestão tecnológica, ambiental, comércio exterior, gestão da informação, e suas metodologias;
- ✓ Habilitar o profissional para trabalhar nas áreas sociais, econômicas, políticas, culturais, relações internacionais, investigação científica, e suas metodologias; - Proporcionar a capacitação para lidar com temas transversais, tais como: gênero, transculturalismo, globalização da economia, desenvolvimento, qualidade de vida no trabalho, entre outros.

O curso de Administração do Campus do Agreste objetiva formar cidadãos conscientes de sua capacidade de renovação do conhecimento em Administração, construindo e reconstruindo sua visão sobre o ambiente dinâmico das organizações, de modo a transformar sua realidade de trabalho, resolvendo problemas gerenciais. Tem como missão, capacitar cidadãos para a gestão transformadora, assumindo as organizações como instrumento para o desenvolvimento sustentável.

O perfil almejado de um egresso do curso de administração é o de um bacharel apto a atuar como gestor consciente, ético e responsável em organizações, articulando o conhecimento formulado durante a graduação com os diversos contextos organizacionais com os quais possa vir a interagir.

Baseado nessa concepção, o Curso de Administração do CAA da UFPE volta-se para a formação de administradores competentes, éticos e comprometidos com o desenvolvimento sustentável, por meio de sua atuação nas organizações. A proposta visa à formação de um profissional capaz de esclarecer-se – e esclarecer seus pares –, refletir, questionar e reinventar a atividade organizacional e seus procedimentos administrativos, compreendendo o papel político, econômico, social, cultural e ambiental, tanto das organizações nas quais atuam, como de sua própria atividade profissional.

CAPÍTULO 4 - ANÁLISE DOS RESULTADOS

A pesquisa foi realizada no dia 11 de novembro, valendo-se de um questionário com 39 questões fechadas e uma questão aberta, aplicadas a 55 respondentes. Dentre eles, 27 são do sexo masculino e 28 do sexo feminino. Além, de 7 questões fechadas aplicadas apenas para as mulheres.

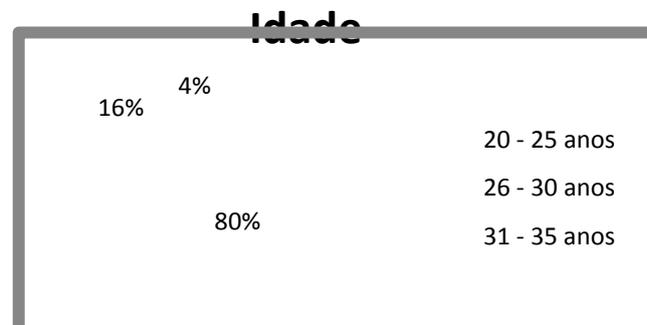
A análise dos questionários foi dividida em quatro pontos chaves: o primeiro destaca o perfil dos respondentes, o segundo identificou as características principais do perfil empreendedor dos respondentes, no geral, o terceiro, focou o perfil dos respondentes fazendo o comparativo entre os gêneros, e o quarto analisou as características das perguntas respondidas apenas pelas mulheres.

4.1 PERFIL DOS RESPONDENTES

Notou-se que os respondentes em sua maioria são jovens de idade entre 20 - 25 anos, são solteiros e não possuem filhos. Observou-se ainda que dos 55 respondentes, 38 possui parentesco com algum empreendedor - o que é um fator motivador para criação do próprio empreendimento, como afirma Dolabela (1999a, p. 36) “o empreendedor é um ser social, produto do meio em que vive (época e lugar). Se uma pessoa vive em um ambiente em que ser empreendedor é visto como algo positivo, então terá motivação para criar o seu próprio negócio.”

O gráfico 4.1 a seguir apresenta a porcentagem da faixa etária dos respondentes

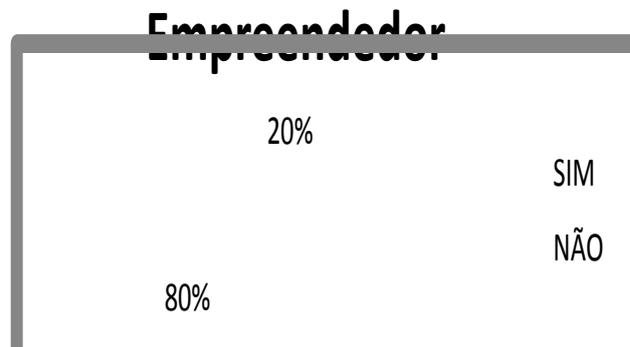
Gráfico 4.1 – Idade dos Respondentes



Fonte: A autora (2015)

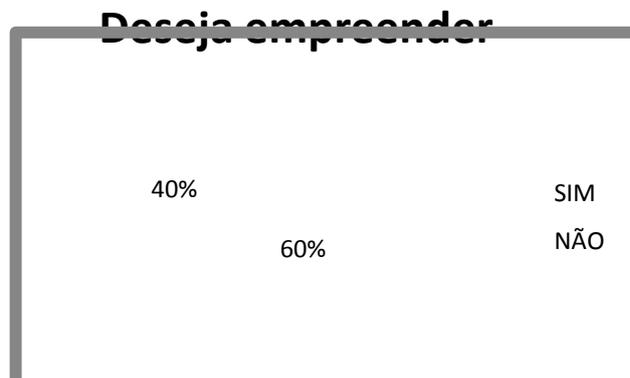
Dos 55 respondentes, apenas 11 (20%) já possuem seu próprio negócio, são empreendedores e 33 (60%) disseram que desejam empreender. É o que se pode observar nos gráficos 4.2 e 4.3 abaixo:

Gráfico 4.2 - Empreendedores



Fonte: A autora (2015)

Gráfico 4.3 - Deseja empreender



Fonte: A autora (2015)

Quanto à questão sobre por qual motivo deseja empreender, observou-se que os respondentes contestaram os mais diversos motivos, mas os mais citados por eles foram:

- “Ter o próprio negócio.”
- “Desejo natural.”
- “Trabalhar sem chefe – ser o próprio patrão.”
- “Independência.”
- “Fazer o próprio horário, não receber ordens.”
- “Possibilidade de maior crescimento pessoal, profissional e financeiro.”
- “Fazer o que gosta e ter mais rentabilidade.”
- “Por ser algo que desperta a vontade, pelo perfil e pelo que se é possível colocar em prática.”
- “Interesse pela área.”
- “Autoconfiança e pro atividade que tenho. Deixar de gerar lucros para os outros, gerar para mim e minha família.”
- “Acredito ter competência, além de ter referências familiares.”
- “Idealização pessoal.”

Assim, com estas respostas observa-se que a maioria dos respondentes poderia ser classificada como aqueles que desejam empreender por necessidade. E que, sua motivação é essencialmente voltada para necessidade como um meio de refúgio, do que para oportunidade. Com estas respostas, corrobora a visão a respeito das necessidades apresentada por Cielo (2001), onde os empreendedores possuem diversas necessidades, dentre elas: a necessidade de independência, em que o empreendedor precisa impor seu ponto de vista no trabalho, controlar seu próprio tempo e obter flexibilidade, tanto em âmbito profissional quanto familiar; como também a necessidade de liberdade, para confrontar-se com problemas, analisar oportunidades e buscar soluções.

4.2 CARACTERÍSTICAS PRINCIPAIS DO PERFIL EMPREENDEDOR DOS RESPONDENTES

Com relação à característica de serem persistentes, 31 respondentes marcaram na opção sempre, afirmando que são perseverantes, já os 24 restantes afirmam ser às vezes. O que chama a atenção é que desses 31, 21 deles disseram que desejam empreender. A revista

EXAME (2015) define a perseverança como uma das cinco principais características de um empreendedor de sucesso, e que desistir com facilidade não faz parte do dia a dia de nenhum empreendedor de sucesso, e com essas respostas esses respondentes mostram ser persistentes.

Para Moraes (2000), os empreendedores possuem atitudes inteligentes. Eles aproveitam as oportunidades, não esperam as oportunidades surgirem repentinamente. Ou seja, são pessoas proativas que possuem dinamismo. Neste sentido, para o quesito proatividade, disseram ser sempre uma pessoa proativa 40%, 58% relataram ser de vez em quando e os 2% restante afirmaram ser raramente, demonstrando assim que a proatividade está presente no perfil da maioria dos respondentes.

Na pergunta que se desejou saber se os respondentes são pacientes e sabem ouvir, obteve-se as seguintes respostas: 32 pessoas responderam sempre, 16 responderam que são às vezes e 07 raramente são pacientes e sabem ouvir. Com isto, observa-se que os respondentes em sua maioria são pacientes e sabem ouvir. Confirmando assim o que o Portal educação (2013) menciona, os bons empreendedores são freqüentemente descritos como excelentes ouvintes e que é necessário, ter paciência para gerenciar ações.

E, quando questionados se agem com inovação, 65% assinalaram que às vezes agem de forma inovadora, 20% raramente tem essa atitude e 15% sempre agem desta forma. A inovação é destacada por Filion (1999) como uma característica comportamental do perfil empreendedor. Deste modo, as respostas obtidas indicam que os respondentes, possuem essa característica em seu comportamento.

Em relação a ter facilidade de tomar decisão, mais da metade, 65% afirmou possuir essa característica de vez em quando, 18% marcaram que sempre possuem esta aptidão, 15% raramente tem essa facilidade e 2% nunca tem facilidade para decidir. Ao serem perguntados se tem facilidade de trabalhar em equipe, 32 assinalaram contar com esta característica sempre, 19 tem esta facilidade às vezes, 02 raramente e 02 nunca dispõe desta facilidade. Com essas respostas, nota-se a presença de características empreendedoras definidas pelo autor Dornelas (2001) que reitera dizendo que o empreendedor sabe tomar decisões, sabe construir redes de relacionamentos.

Seguindo com a questão de ter facilidade de perceber desafios e novas oportunidades, 22% disseram que raramente tem esta percepção, 65% de vez em quando percebem e apenas 13% apontou ter sempre esse feeling. Para Degen (1989, p.19), “ a predisposição para identificar oportunidades é fundamental para quem deseja ser empreendedor e consiste em aproveitar todo e qualquer ensejo para observar negócios”.

Observa-se que os respondentes não tem tanta facilidade para perceber, mesmo sendo característica fundamental.

No item 20 do questionário, em que se pergunta, quando está realizando alguma atividade faz o que é necessário, sem que os outros tenham que pedir, obtiveram-se as seguintes respostas: 31 pessoas afirmaram que sempre fazem, 22 às vezes e 02 fazem raramente sem que os outros tenham que pedir. Consideram-se uma pessoa movida pela necessidade de crescer e atingir melhores metas e resultados 54% dos respondentes marcaram que sempre, 44% assinalaram ter essa motivação às vezes e 2% raramente são instigados para isto. É atitude empreendedora a necessidade de realização, identificada em estudos anteriores como os de McClelland (1972), por exemplo.

No tocante a estar aberto para estudar e aprender sempre, observou que a maioria, 71% das pessoas apontaram que estão abertas sempre, 25% de vez em quando se abrem e 4% raramente tem esta abertura. Com isto, pode-se dizer que para esta característica a maioria desempenham um papel empreendedor, afirmando assim o que diz o autor Filion (1999, p.19), um empreendedor que continua a aprender a respeito de possíveis oportunidades de negócios e a tomar decisões moderadamente, e que objetivam a inovação, continuará a desempenhar um papel empreendedor.

Para a pergunta que trata da determinação e dedicação ao realizar alguma atividade, constatou que 38 dos respondentes realizam sempre suas atividades com estas características, 16 às vezes realizam e apenas 01 raramente utiliza a determinação e dedicação em suas atividades. O que confirma a presença de características empreendedoras resumida por Timmons (1994) e Hornaday (1982) *apud* Dolabela (1999) em que falam, que o empreendedor é capaz de se dedicar intensamente ao trabalho e sabe concentrar seus esforços para alcançar resultados.

A respeito da questão de ter habilidade para conduzir situações das mais variadas possíveis, foi verificado que 09 dos respondentes raramente possuem esse *know-how*, 32 às vezes possuem essa capacidade e 14 tem sempre esta habilidade. Quanto à questão de serem otimistas, 53% afirmaram ser de vez em quando, 42% disseram ser sempre otimistas e apenas 5% consideram ser raramente.

Para o quesito criatividade, 30 respondentes afirmam ser uma pessoa criativa às vezes, 19 responderam sempre ser uma pessoa criativa, 07 declaram que raramente são criativos e 1 nunca é criativo. Criatividade para Filion (1999, p. 19) é fator importante, pois para ele empreendedor é a pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir

objetivos e que mantém um alto nível de consciência do ambiente em que vive usando-a para detectar oportunidades de negócios. Sobre, ser uma pessoa ousada 10 pessoas consideram ser ousadas sempre, 28 pessoas às vezes, 15 raramente possuem esta coragem e 2 responderam que nunca são.

Em relação a ser uma pessoa organizada, 29% consideram sempre ser, 49% dizem que às vezes são, 20% mencionaram ser organizadas raramente e apenas 2% afirmaram que nunca são. Tratando-se de terem iniciativa 51% dos respondentes relataram ter iniciativa às vezes, 40% responderam possuir sempre iniciativa e 9% raramente possuem essa disposição.

E quanto à questão de considerar-se líder, 29 deles assinalaram possuir liderança de vez em quando, 13 consideram-se sempre um líder e a mesma quantidade também respondeu que se considera líder raramente. Timmons (1994) e Hornaday (1982) *apud* Dolabela (1999) ao resumirem algumas características principais dos empreendedores, afirmam que os empreendedores são líderes. Constata-se nas respostas que os respondentes possuem essa característica.

Segundo Dornelas (2001), é uma das características principais dos empreendedores, assumirem riscos calculados. E, nesta pesquisa verificou que 27 pessoas responderam que calculam os riscos antes de agirem sempre, 25 disseram que às vezes calculam, 02 raramente e 01 nunca medem os riscos antes de agir. Logo, ao calcularem os riscos, os respondentes mostram que admitem todos os riscos possíveis.

Dos respondentes, 27 assinalaram que sempre planejam as coisas antes de agirem – são planejadores, 26 às vezes tomam essa atitude, 01 raramente planeja e 01 nunca faz planejamento. A capacidade de planejamento é característica de um empreendedor de sucesso, definida pela Revista Exame (2015). Com as respostas obtidas, verifica-se que os discentes são planejadores.

Com relação a detectarem oportunidades com facilidade, 27% apontaram ter sempre esta facilidade, 51% de vez em quando tem e 22% raramente conseguem detectar. Assim, confirma-se a ideia de Dolabela (1999b) que define o empreendedor como indivíduo capaz de identificar as oportunidades, independentemente dos recursos que tem à mão, uma vez que sabe como buscar, gerenciar e capacitar recursos.

Agora, quando questionados se tem medo de falhar/errar, 31% indicaram ter sempre essa preocupação, 51% tem às vezes e 18% raramente se preocupam. Timmons (1994) e Hornaday (1982) *apud* Dolabela (1999) mencionam que os empreendedores aprendem com resultados negativos, com os próprios erros. Considera o fracasso um resultado como outro

qualquer. Assim sendo, as respostas diferem do que foi mencionado pelos autores.

No que se refere a preferir trabalhar sozinho ou em equipe, 08 pessoas disseram que preferem trabalhar sozinho sempre, 28 responderam às vezes, 15 responderam raramente e 04 nunca preferem sozinho, os que preferem trabalhar sempre em equipe foram detectados 12, 37 de vez em quando, 05 raramente e 01 nunca prefere trabalhar em equipe. Verifica-se que, os respondentes tem uma preferência maior para trabalharem em equipe.

Quando perguntados se insistem varias vezes para que as pessoas façam suas vontades, foi obtida as seguintes respostas: 4% deles disseram que nunca insistem, 33% raramente persistem, 47% insistem às vezes e 16% assinalaram que isistem para que as pessoas façam o eles querem sempre. O que se pode observar é que os alunos, não são insistentes quanto a pedir várias vezes para que os outros façam a suas vontades.

Na questão 22 em que questiona se tentam pensar em todos os problemas que possam ocorrer e planejam as soluções caso um deles apareçam, analisou que 17 pessoas pensam sempre em todos os problemas e planejam, 29 delas de vez em quando pensam, 08 raramente fazem isto e 01 nunca chega a pensar, nem planejar as soluções. Essas respostas mostram que os respondentes em sua maioria possuem senso crítico, antecipa-se aos problemas principais, analisando-os friamente. Aspecto fundamental da personalidade de um empreendedor definido pelo SEBRAE (2015).

E, quanto a disposição ao sacrifício para atingir as próprias metas, 2% nunca se dispõe, 11% raramente, 49% às vezes e 38% sempre se dispõe ao sacrifício para atingir suas metas. Realizam as tarefas com disciplina e dedicação, 17 realizam sempre desta forma, 11 de vez em quando desempenham com essas características e apenas 02 raramente faz com disciplina e dedicação suas atividades.

Bom Ângelo (*apud* BARROS, FIUSA E IPIRANGA, 2004) enumera cinco elementos fundamentais para a caracterização do perfil de um empreendedor, dentre eles está o foco na geração de valor, que busca fazer as coisas da melhor forma possível, do modo mais rápido e com menores custos. Desta forma, para esta questão, constatou que 03 dos respondentes buscam raramente exercer desta forma, 25 às vezes realizam e 27 sempre executam da melhor forma possível.

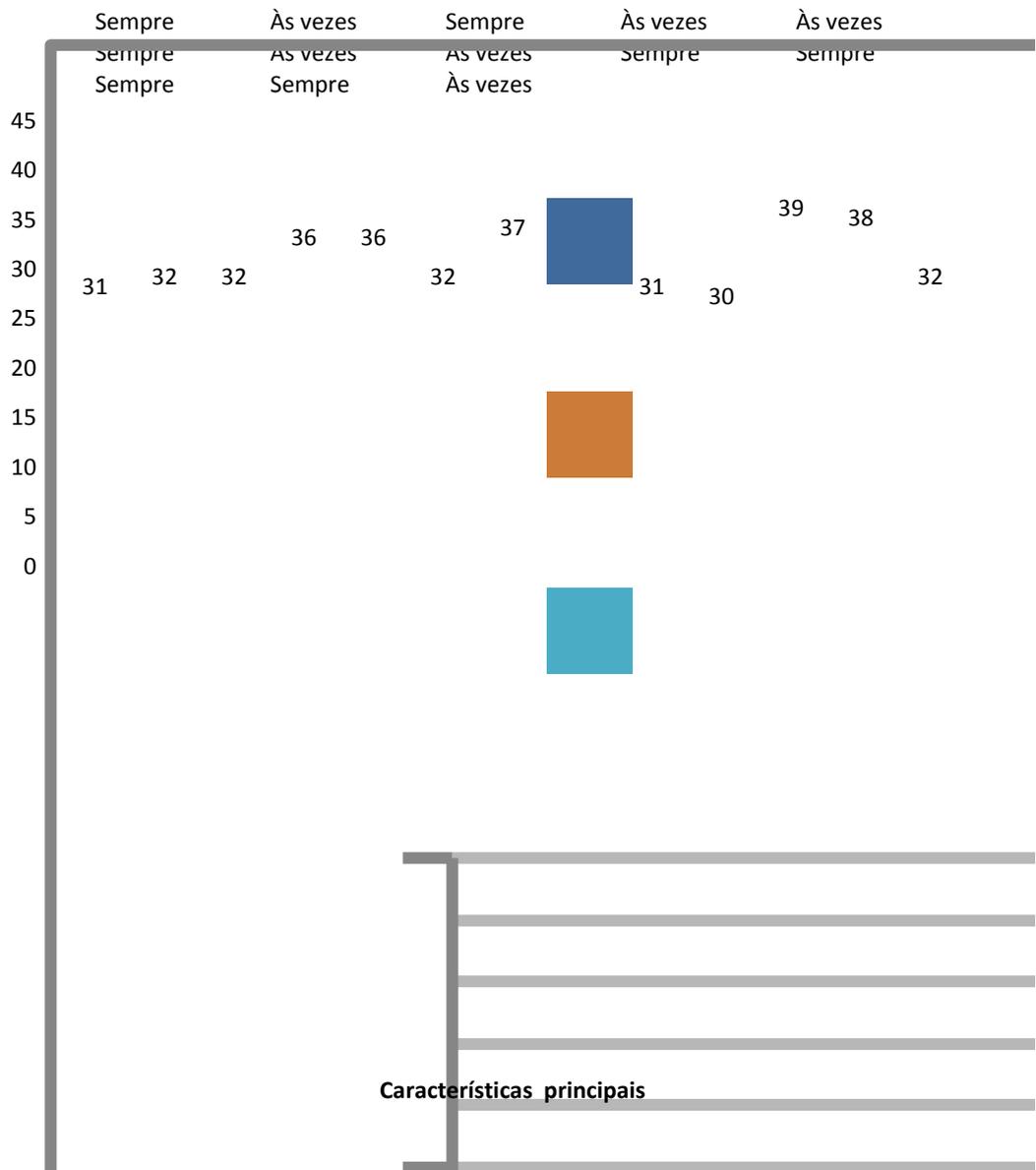
Já para as questões que tratam de possuir autoconfiança as respostas foram as seguintes: 40% sempre possuem autoconfiança, 53% às vezes apresentam e 7% raramente tem autoconfiança. Para Longenecker *et al.* (1997), a autoconfiança é uma das características que melhor descrevem os empreendedores, no entanto, para esta questão, observa-se que os

respondentes podem ser considerados aptos ao empreendimento.

Em relação a ter facilidade de comunicação, 42% tem essa aptidão sempre para a comunicação, 47% de vez em quando tem e 11% raramente tem essa facilidade para se comunicar. Segundo Carmo-Neto (*apud* Lopes, 2002, p. 27) o empreendedor é um analista, que traz características como capacidade de comunicação, por tanto, essa característica está sim presente nos alunos.

No gráfico 4.4, abaixo, estão apresentadas as características que receberam mais respostas de acordo com o questionário:

Gráfico 4.4 - Principais características Empreendedoras dos respondentes



Fonte: A autora (2015)

As características apontadas no gráfico acima merecem destaque, pois foram estas que receberam mais respostas e, por isso, correspondem às características que mais aparecem e que foram as mais mencionadas pelos respondentes.

4.3 O PERFIL EMPREENDEDOR DOS RESPONDENTES FAZENDO O COMPARATIVO ENTRE OS GÊNEROS

Para as respostas obtidas na questão discursiva, no que se refere à motivação para empreender, as mulheres mostraram, além dos motivos tradicionais, como desejo de independência e de realização, também demonstraram outras razões como: idealização pessoal, interesse pela área, desafios, gerar lucros para família, flexibilidade – fazer o próprio horário. Ao contrário dos homens, que de maneira geral, focam mais o aspecto econômico. Confirmando assim o que as autoras Brush *et al.*(2004) mencionam, que as mulheres demonstram outras razões para empreender como: prover receitas para a família, ter um horário flexível, envolver questões sociais e encontrar uma atividade com muito significado pessoal. As mulheres possuem aspirações mais holísticas em relação a possuir seu próprio negócio.

Na pesquisa, o que se pode observar é que os homens se declararam mais persistentes que as mulheres, pois em suas respostas 67% afirmaram ser sempre persistentes e os 33% restante disseram possuir essa característica às vezes, já as mulheres, 46% disseram ser sempre persistentes e 54% de vez em quando.

Souza e Lapolli (2010) declaram que o poder criativo pode ser estimulado ou bloqueado pelas variáveis internas e externas. Na questão que tratou da criatividade, os homens mostraram em suas respostas serem mais criativos que as mulheres. 14 deles responderam ser sempre uma pessoa criativa, 12 de vez em quando são e 01 raramente é criativo, já as mulheres, 05 disseram ser criativas sempre, 16 às vezes, 06 raramente e 01 nunca é criativa. Assim sendo, tanto os homens como as mulheres são considerados empreendedores, pois para Filion (1999, p. 19) o empreendedor é a “pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém um alto nível de consciência do ambiente em que vive usando-a para detectar oportunidades de negócios.”

Em relação à pro atividade, as mulheres mostraram ser menos proativas e menos

inovadoras que os homens, 3% delas disseram ter essa característica raramente, 68% às vezes e 29% afirmaram ser sempre, os homens, 48% assinalaram ser às vezes e os 52% restante marcaram ser sempre uma pessoa proativa. Já, quando questionados se agem de forma inovadora, 06 homens e 02 mulheres responderam que sempre agem, 19 deles e 17 delas de vez em quando têm essa atitude e, 02 deles e 09 delas raramente agem com inovação. Souza e Fracasso (2006) consideram a atitude como uma predisposição, aprendida ou não, para agir de forma inovadora, autônoma, planejada e criativa. Nesta perspectiva os homens mostraram possuir essa capacidade de inovar, bem como o agir por antecipação.

Os homens possuem maior facilidade para tomar decisão que as mulheres. Destes, 4% raramente tem essa facilidade, 70% de vez em quando e 26% deles sempre possuem simplicidade para decidir. Para as mulheres 3% nunca tem essa facilidade, 25% raramente tem essa aptidão, 61% às vezes e 11% delas tomam decisão com facilidade sempre.

Os homens também mostraram ser mais planejadores que as mulheres. Dos 27 do gênero masculino, 17 deles assinalaram que sempre planejam antes de agirem e 10 deles de vez em quando tem esse comportamento. Já às mulheres, apenas 10 delas possuem sempre essa prática, 16 às vezes fazem planejamento, 01 raramente tem esse hábito e 01 nunca faz planejamento.

“A predisposição para identificar oportunidades é fundamental para quem deseja ser empreendedor e consiste em aproveitar todo e qualquer ensejo para observar negócios” (Degen, 1989, p. 19). Identificam oportunidade com facilidade sempre, 11 homens e 04 mulheres, para a opção às vezes 11 homens e 17 mulheres, 05 deles e 07 delas raramente detectam com facilidade. Deste modo, observa-se que as mulheres têm mais dificuldade de identificarem as oportunidades, o que vem a confirmar o que foi apontado pelo relatório GEM (2008).

Quanto a ter medo de falhar/ errar, as mulheres apresentaram ser mais medrosas que os homens. Assinalaram na alternativa sempre 10 mulheres e 07 homens, para a opção de vez em quando as quantidades foram iguais, 14 delas e 14 deles e na raramente, marcaram 04 mulheres e 06 homens.

No item 16 do questionário que pergunta se tem facilidade de trabalhar em equipe, o gênero masculino mencionou ter mais facilidade que o gênero feminino. Dos homens, 67% sempre possuem facilidade, 22% às vezes, 4% raramente e 7% nunca possuem esta simplicidade. As mulheres, 50% tem sempre essa facilidade, 46% às vezes e 4% raramente tem essa capacidade. Quanto à preferência por trabalhar sozinho sempre 06 homens e 02

mulheres optaram por esta opção, 11 deles e 17 delas mostraram preferência às vezes, 09 deles e 06 delas raramente preferem e 01 deles e 03 delas nunca tem essa prioridade.

Quanto à disposição ao sacrifício para atingir as metas, o gênero masculino demonstraram maior disposição comparando com o gênero feminino. Observe as respostas dadas pelo gênero masculino e feminino, respectivamente: 13 e 08 disseram estar sempre dispostos a se sacrificarem para atingir suas metas, 12 e 15 de vez em quando se dispõem, 01 e 05 raramente tem essa disposição e apenas 01 deles assinalou que nunca está disponível ao sacrifício. Ao realizar as tarefas com disciplina e dedicação as mulheres mostraram ser mais disciplinadas e dedicadas que os homens. 61% delas sempre realizam desta forma, 39% às vezes realizam já os homens 45% sempre são disciplinados e dedicados, 48% às vezes realizam as tarefas com essas características e 7% raramente realizam suas tarefas com esses atributos.

A revista EXAME (2015) cita que: confiar em suas próprias opiniões e transmitir confiança para sua equipe são comportamentos essenciais para quem almeja ter sucesso no mundo do empreendedorismo. Para a autoconfiança, os homens apresentaram ser mais autoconfiantes quando comparado com as mulheres, pois dos 27 homens, 15 disseram ter sempre autoconfiança, 11 às vezes possuem essa autoconfiança e 01 raramente tem. Das mulheres, são autoconfiantes sempre 07 mulheres, 18 de vez em quando tem autoconfiança e 03 raramente tem esse atributo. Nesta pesquisa as mulheres mostraram ter maior facilidade de comunicação. Das 28, 14 delas sempre possuem esta facilidade, 13 delas às vezes se comunicam com facilidade e apenas 01 disse raramente ter facilidade, o que vem a confirmar o elucidado por Katia Simões (2013 *apud* FROTA *et al.* 2014), especialista em empreendedorismo e pequenas empresas, a qual lista a comunicação como um dos pontos fortes da liderança feminina, enfatizando que elas apresentam um estilo de comunicação assertivo para expor suas ideias e estratégias para a gestão do negócio, o que facilita a compreensão de suas orientações na delegação de responsabilidades.

No tocante de ser uma pessoa otimista e ousada, não houve muita diferença entre os gêneros. Ambos possuem essas características empreendedoras, é o que se pode observar nas seguintes respostas, respectivamente: dos 27 homens, 01 respondeu ser raramente, 15 responderam ser às vezes e 11 assinalaram que são sempre. Das 28 mulheres, 02 marcaram que raramente são otimistas, 14 às vezes e 12 disseram ser sempre uma pessoa otimista. 06 deles, disseram ser sempre ousados, 14 de vez em quando são 07 raramente possuem essa atitude, e das mulheres, 04 são sempre ousadas, 14 às vezes, 08 raramente possuem essa

característica e 02 delas nunca são pessoas ousadas.

Sobre ser uma pessoa organizada, 22% dos homens apontaram raramente ser, 45% às vezes e 33% sempre são. As mulheres, 4% marcaram nunca ser, 18% raramente, 53% às vezes e 25% disseram ser sempre organizadas. Constata-se com essas respostas que tanto os homens quanto as mulheres consideram ser uma pessoa organizada, bem como possuem iniciativa. Para a característica iniciativa, as respostas foram iguais tanto para os homens como para as mulheres, 11 deles e 11 delas disseram ter sempre iniciativa, 14 deles e 14 delas de vez em quando possuem iniciativa, 02 deles e 03 delas disseram que raramente tem.

Quanto a ser paciente e saber ouvir, 4 % deles disseram ser raramente, 33% às vezes e 63% sempre são pacientes e sabem ouvir. Já as mulheres, 21% delas raramente tem essa característica, 25% às vezes e 54% sempre são. O que se pode constatar é que os homens são mais pacientes que as mulheres. E, como a maioria das mulheres empreende mais tarde que os homens, elas desenvolvem e potencializam a paciência que já são características femininas (RATCHEVA, 2014).

O gênero masculino mostrou que considera ser mais líder, como também mostrou calcular os riscos mais que as mulheres, e é o que podemos observar nas respostas dadas: consideram-se sempre líder, 08 homens e 05 mulheres, julgam ser às vezes 14 homens e 15 mulheres, e raramente declaram ser líder, 05 homens e 08 mulheres. Calculam os riscos antes de agirem, 14 deles e 13 delas sempre, 13 deles e 12 delas às vezes medem, 02 mulheres raramente calculam e 01 nunca faz isso. Tanto os homens como as mulheres calculam os riscos, assumem os riscos, que fazem parte do perfil empreendedor determinado por Dornelas (2001). As respostas obtidas com relação a calcular os riscos diferem da teoria, mencionada pelo autor.

Obtiveram-se as seguintes respostas para os homens e para as mulheres respectivamente com relação à preferência de trabalhar em equipe: marcaram a opção sempre 06 e 06, 17 e 20 preferem às vezes, 03 e 02 raramente têm essa preferência e apenas 01 deles nunca prefere.

Questionados se tem facilidade de perceber desafios e novas oportunidades, 11% raramente possuem esta percepção, 74% de vez em quando captam e 15% sempre percebem. Considerando as mulheres, 32% delas raramente tem essa facilidade, 57% às vezes e 11% sempre tem essa predisposição. Com isto, pode-se afirmar que os homens têm mais facilidade de perceber desafios e novas oportunidades. O que vem a confirmar o exposto no relatório GEM (2008), no qual aponta que as mulheres têm mais dificuldades de identificar

oportunidades de negócio, tem menor percepção sobre oportunidades.

No quesito que trata de realizar as atividades sem que os outros tenham que pedir, 15 homens e 16 mulheres disseram que fazem sempre, sem que precisem pedir, 11 homens e 11 mulheres às vezes realizam sem precisar pedir, 01 deles e 01 delas raramente realiza. Para Villas Boas (2010, p.51) “Existem importantes diferenças entre os estilos de empreender masculino e feminino. Elas têm uma ótima capacidade de persuasão e se preocupam com clientes e fornecedores, o que contribui para o progresso da empresa”, o que se torna um diferencial em relação aos homens. E, esta afirmação pode ser confirmada nas respostas a seguir, em que foi identificado que: 06 mulheres insistem sempre para que as pessoas façam o que elas querem, 11 às vezes e 11 raramente insistem, comparado com os homens, 03 deles sempre pedem várias vezes, 15 de vez em quando insistem, 07 raramente e 02 nunca são persuasivos. Com isto, as mulheres mostram ser mais persuasivas que os homens.

Dos 27 homens, 33% sempre tentam pensar em todos os problemas que possam ocorrer e planejam as soluções caso um deles ocorram, 41% de vez em quando tem essa preocupação, 22% raramente e 4% nunca procura pensar. Com as mulheres há uma variação, 29% sempre têm essa preocupação, 64% às vezes buscam pensar e 7% raramente pensam. As mulheres mostram pensar mais nos problemas que possam vir a ocorrer e logo planejam as soluções, caso apareçam. Ao considerar-se uma pessoa movida pela necessidade de crescer e atingir melhores metas e resultados, 16 homens afirmaram ser sempre instigados e 14 mulheres também, 10 homens às vezes bem como 14 mulheres, 01 homem raramente tem essa motivação.

Em relação a fazer as coisas da melhor forma possível, do modo mais rápido e com menores custos, os homens se destacaram mais que as mulheres, pois 15 deles afirmaram fazer da melhor forma sempre, 10 de vez em quando buscam realizar desta forma e 02 deles raramente se preocupam em buscar realizar desta forma. As mulheres, 12 delas sempre procuram realizar visando à melhor forma, a rapidez e os custos menores, 15 às vezes buscam fazer assim e 01 raramente busca fazer deste modo.

Para a pergunta que deseja saber se estão abertos para estudar e aprender sempre, 21 homens e 18 mulheres afirmaram estar sempre disponíveis, 06 homens e 08 mulheres confirmaram que às vezes possuem esta abertura e 02 mulheres raramente estão. Os dois gêneros mostraram-se abertos para estudar e para aprender constantemente.

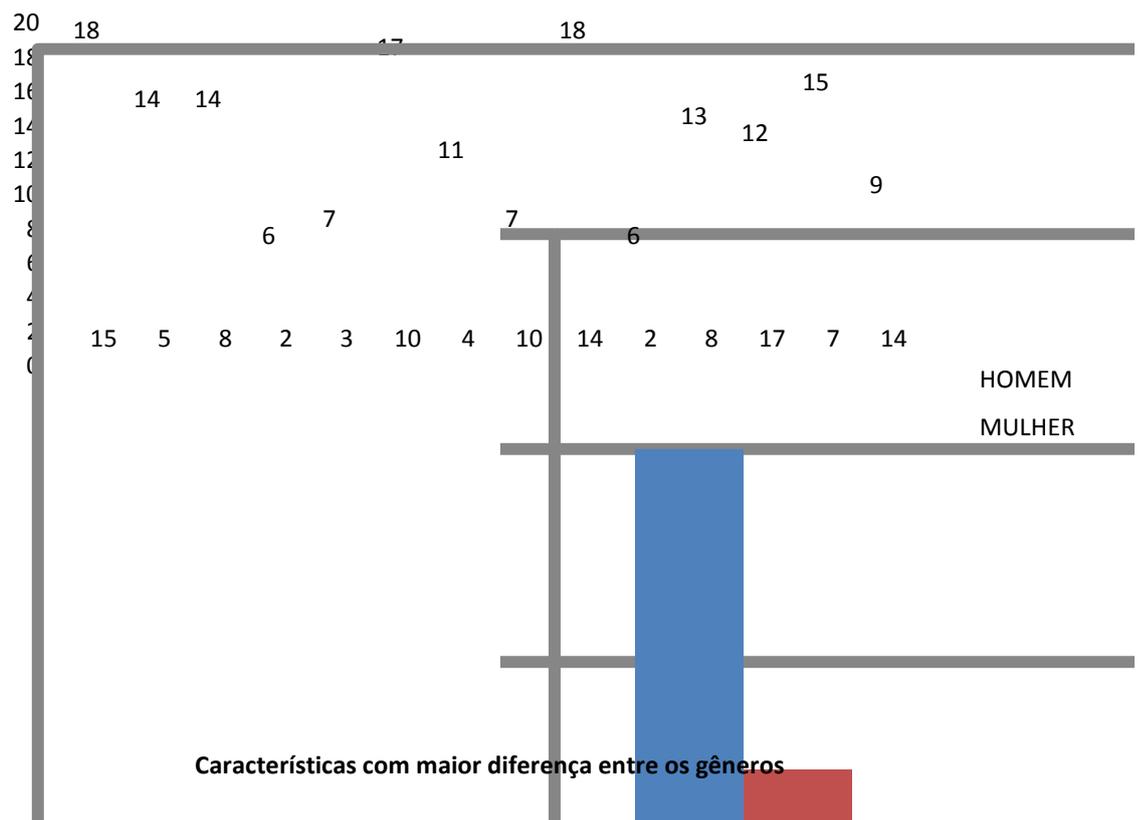
O que se pode observar é que os homens realizam as atividades com determinação e dedicação mais que as mulheres, 20 deles versus 18 delas sempre realizam com essas

características, 07 deles e 09 delas às vezes realizam e apenas 01 mulher raramente realiza com determinação e dedicação.

Concluindo as diferentes características em relação ao gênero, o quesito de possuir habilidade para conduzir situações diversas, obteve-se quase que os mesmos resultados em relação a homens e mulheres, observe: 07 deles e 07 delas sempre têm essa capacidade, 15 e 17 respectivamente de vez em quando tem essa maestria e, 05 e 04 raramente possuem esse *know-how*. Tanto os homens como as mulheres possuem essa habilidade de conduzir situações as mais variadas possíveis.

A seguir, no gráfico 4.5, abaixo, estão apresentadas as características por diferença de gênero que obtiveram mais respostas para a opção sempre e com maior disparidade.

GRÁFIO 4.5 – Características com maior diferença entre os gêneros



Fonte: A Autora (2015)

4.4 ANÁLISES DAS PERGUNTAS RESPONDIDAS APENAS PELAS MULHERES

Observa-se que para o item que utiliza a intuição para analisar as situações, 12 delas mostraram colocar a intuição sempre, 14 delas às vezes utilizam e 02 raramente fazem uso desta característica para as situações. Já no quesito de utilizar a intuição para resolução dos problemas, 16 delas afirmaram fazer uso de vez em quando, 09 sempre utilizam e 03 delas, raramente resolvem os problemas utilizando a intuição. Com estas respostas vem afirmar o que foi exposto por Sina (2005), que para alguns autores, existem características semelhantes entre homens e mulheres, embora as mulheres revelem possuir características específicas como sensibilidade, versatilidade, flexibilidade, intuição, cooperação, atenção aos detalhes, deixar-se levar pela intuição.

Quando questionadas se usam o sentimento para decidir, das 28 mulheres 17 delas assinalaram que às vezes utilizam apenas 01 sempre faz uso e 10 raramente usa o sentimentalismo para tomar decisão. Quanto a ter facilidade para compreensão, 13 delas disseram possuir sempre, 14 responderam às vezes e apenas 01 raramente compreende com facilidade. Segundo Machado *et al.* (2003) a mulher empreendedora combina características masculinas (iniciativa, coragem, determinação) com características femininas (cooperação, intuição, sensibilidade). É o que se observa nas respostas dadas, a maioria delas, utiliza a sensibilidade – sentimento – na hora de decidir.

Para Garcia *et al.* (2011) as mulheres possuem um estilo de liderança cooperativo e participativo, que faz com que as pessoas sintam-se valorizadas. As respostas obtidas corroboram para esta afirmação, pois 13 delas assinalaram que sempre conseguem desenvolver interação com facilidade, 14 de vez em quando e 01 raramente tem facilidade para interagir. São detalhistas sempre, 14 delas, 13 às vezes são e 05 raramente.

Das respondentes, 10 sempre agem de forma objetiva, 16 às vezes realizam com objetividade e 02 raramente possuem essa característica para realização de suas atividades. Com isto, observar-se que as mulheres são mais subjetivas na hora de agir, característica que foi ressaltada no estudo das autoras. (Gouvêa, Silveira e Machado, 2013)

No que diz respeito ao objetivo específico de identificar características empreendedoras nas alunas do sexo feminino, o gráfico 4.6 apresenta os resultados das

características respondidas apenas por elas, que obtiveram mais respostas.

GRÁFICO 4.6- Características femininas empreendedoras



Percebe que o gráfico exposto acima expõe as principais respostas assinaladas pelo sexo feminino. Mostrando também que a maioria escolheu como resposta a opção às vezes. É importante observar também que essas características presentes nas respondentes agregam valor para a análise e determinação do perfil empreendedor.

Assim, conclui-se que as características empreendedoras femininas apresentadas estão presentes nas alunas que responderam a pesquisa. Desta forma, pode-se afirmar que elas também possuem características e perfil empreendedor.

CAPÍTULO 6 - CONCLUSÕES

O presente trabalho é resultante da análise teórico-prática do fenômeno do empreendedorismo, que vem aumentando e se destacando. Segundo Hisrich e Peters (2004, p.29). Empreendedorismo é o processo de criar algo novo com valor dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as conseqüentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal.

Os respondentes em sua maioria são jovens de idade entre 20 – 25 anos, solteiros e sem filhos. A escolha pelos alunos do curso de administração, que cursam a disciplina de empreendedorismo se deu pelo fato destes estarem cursando a disciplina e por possuírem o conhecimento adequado para responderem melhor ao questionário. Além, de reunir boa quantidade de alunos e possuir diversos aspectos importantes para a formação de um empreendedor. O estudo realizado demonstrou que estes alunos têm grandes tendências para empreender.

A pesquisa apresentou o perfil, as características, atitudes e comportamento dos 55 respondentes, que cursam a disciplina de empreendedorismo, e a análise dos dados foi comparada ao referencial teórico apresentado.

A partir da análise qualitativa dos questionários constata-se que esta pesquisa teve seu objetivo geral, de identificar e analisar o perfil empreendedor dos egressos do curso de administração da UFPE-CAA, que cursam a disciplina de empreendedorismo alcançado. Bem como seus objetivos específicos.

Lezana e Tonelli (1998) destacam que uma das formas de identificar as características ou traços dos empreendedores é a partir do estabelecimento de um perfil empreendedor. E este perfil foi estabelecido, pois o estudo com os concluintes demonstrou que a maioria deles possui características, atitudes e comportamento voltados para o empreendedorismo.

Características como persistência, pro atividade, paciência, inovação, facilidade para tomar decisão, trabalhar em equipe, perceber desafios e oportunidade, necessidade de atingir metas, determinação e dedicação estiveram presentes em suas respostas, confirmando assim possuírem perfil empreendedor mencionado pelos autores utilizados na fundamentação teórica.

Quanto à presença de características e atitudes empreendedoras na diferença de gênero, concluiu-se que os homens possuem uma aptidão maior para empreender, o que não

exclui o perfil empreendedor das mulheres e a presença de características. Já para os resultados obtidos apenas com as mulheres, constatou-se que suas respostas, em sua maioria, mantiveram-se presente na opção às vezes, o que vem a constatar que as respondentes possuem perfil empreendedor.

Foi avaliado que nas respostas dos alunos, a maioria das vezes eles utilizam características comportamentais empreendedoras, como: inovação, iniciativa, criatividade entre outras e que suas atitudes, são atitudes de empreendedor. Ser empreendedor significa ter, acima de tudo, a necessidade de realizar coisas novas, colocar em prática idéias próprias, características de personalidade e comportamento. E, quanto à motivação para empreender, avaliou que os respondentes são motivados mais pela necessidade do que pela oportunidade.

SUGESTÕES PARA TRABALHOS FUTUROS

Espera-se que em trabalhos futuros, essa pesquisa possa estender-se a um número maior de alunos, não só do curso de administração, como também de outros cursos, visto que, características empreendedoras não estão somente presentes nos discentes que cursam a disciplina de empreendedorismo e realizam o curso de Administração.

Para isso o esforço aqui empreendido pode ser uma base para o levantamento de pressupostos e/ou hipóteses que embasem estudos com métodos quantitativos capazes de iluminar novos aspectos das questões aqui analisadas e ressaltadas, utilizando técnicas de inferência estatísticas mais apuradas para a análise dos resultados. Seria também pertinente recomendar novos estudos comparativos, que tragam informações relacionadas a inúmeras outras questões próprias do universo do empreendedorismo, e que não foram aqui abordadas.

A continuidade deste estudo, assim como a realização de outros que investiguem o perfil empreendedor em seus inúmeros aspectos e contextos diferenciados, é importante para ampliar e consolidar o conhecimento no assunto, tanto do ponto de vista teórico, como prático.

LIMITAÇÕES DO TRABALHO DE PESQUISA

Este estudo aponta as limitações inerentes aos delineamentos exploratórios, com método qualitativo- quantitativo, também quanto ao contexto de estudo e ao número de respondentes. Limitações estas que impedem derivações para universos mais amplos, visto que, por possuir disciplinas que são pré-requisitos para cursar empreendedorismo, a pesquisa se limitou a aplicação dos questionários apenas para os que cursam a disciplina de empreendedorismo. Desta forma fica limitada a generalização dos resultados e a comparação dos dados com alunos de outros períodos do curso de administração.

A utilização de outros métodos para coletar as informações, poderia aumentar a precisão e a qualidade dos resultados obtidos, já que o questionário foi o único método utilizado para obtenção dos dados. Considero importante mencionar que, como a realização da pesquisa foi através do questionário com perguntas fechadas, em sua maioria, e com escala, pode ter levado alguns respondentes a não marcarem com veracidade ou com maior precisão.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AIDAR, Marcelo Marinho. **Empreendedorismo**. São Paulo: Thomson Learning, 2007
- ALVES, M. J. G. O novo perfil do empreendedor contemporâneo. 14 mar. 2011. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/o-novo-perfil-do-empendedor-contemporaneo/53109/>. Acesso em: 05/10/2015.
- AMORIM, R.; BATISTA L.E. **Empreendedorismo Feminino: Razão do Empreendimento**. Trabalho de conclusão de curso de Administração do Centro de Ensino Superior de Primavera (CESPRI), 2010.
- BANDEIRA PAIS, João. Diferenças entre Gêneros no Empreendedorismo. 2014. Dissertação de Mestrado em Empreendedorismo e Gestão da Inovação, Lisboa. Disponível em: http://comum.rcaap.pt/bitstream/123456789/8664/1/T-MEG_14_09_Jo%C3%A3o%20Bandeira%20Pais.pdf. Acesso em: 06/10/15.
- BARROS, F. S. O. ; FIÚSA, J. L. A.; IPIRANGA, A. S. R.; O empreendedorismo como Estratégia emergente de gestão: histórias de sucesso. In: 3º ENCONTRO DE ESTUDOS ORGANIZACIONAIS DA ANPAD - EnEO (2004: Atibaia - SP). **Anais...** Atibaia ANPAD, 2004.
- BARON; Shane. Empreendedorismo: uma visão do processo. Thomsow Learning, 2007, São Paulo.
- BERNARDI, Luiz Antonio. **Manual de empreendedorismo e gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicos**. São Paulo: Atlas, 2009.
- BESSANT, J., & TIDD, J. *Inovação e empreendedorismo*. Porto Alegre: Bookman. 2009.
- BRANDALISE, L. T. **Modelos de medição de percepção e comportamento**: uma revisão. Florianópolis: LGTI. Laboratório de Gestão Tecnologia e Informação. Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil, 2005. Disponível em: <http://www.lgti.ufsc.br/brandalise.pdf>. Acesso em: 02/11/2015
- BRUSH, Candida G. et al. **Clearing the Hurdles: Women Building High-Growth Businesses**. 1. ed. New Jersey: Pearson Education Inc, 2004.
- BULGACOV, Yára Lúcia M. 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, 2011. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rap/v45n3/07.pdf>. Acesso em: 28/09/2015.
- CASSOL, N. K. A produção Científica na Área de Empreendedorismo Feminino: Análise dos

Estudos Indexados na Base de Dados do Institute for Scientific Information (ISI). Blumenau, 2006.

CASSOL, N. K. SILVEIRA, A.; HOELEBAUM, M. Empreendedorismo Feminino: Análise da Produção Científica da Base de Dados do Institute for Scientific Information (ISI), 1997 – 2006. XXXI Encontro da ANPAD. Rio de Janeiro, 22 a 26 set. 2007.

CERVO, A. L. BERVIAN, P. A. **Metodologia científica**. 5.ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

CIELO, I. D. Perfil do pequeno empreendedor: uma investigação das características empreendedoras nas empresas de pequena dimensão. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2001.

COSTA, A. M.; CERICATO, D.; MELO, P. A. de. **Empreendedorismo corporativo**: uma nova estratégia para a inovação em organizações contemporânea. **Revista de Negócios**, Blumenau, v.12, n. 4, p. 32-43, out./dez. 2007.

CRAMER, Luciana. Relações de gênero, poder e profissão em organizações hospitalares: um enfoque sócioconstrucionista. **Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração**, 2009.

Disponível em: <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/EOR1477.pdf>. Acesso em: 28/10/15

CRAMER, L.; CAPPELLE, M. C. A.; ANDRADE, A. L. S.; BRITO, M. J. Representações femininas da ação empreendedora: uma análise da trajetória das mulheres no mundo dos negócios. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas - REGEPE*, v. 1, n. 1, jan/abril de 2012.

CRUZ, Carlos Fernando. **Os motivos que dificultam a ação empreendedora conforme o ciclo de vida das organizações: um estudo de caso: Pramp's lanchonete**. 2005. Tese de Doutorado. Dissertação de Mestrado–UFSC, Florianópolis. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/102208/225135.pdf?sequence=1>

Acesso em: 24/09/15

Degen, R. *O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial*. São Paulo: MacGraw-Hill, 1989.

Dicionário Houaiss da língua portuguesa/ Antônio Houaiss e Mauro de Salles Villar, elaborado pelo Instituto Antônio Houaiss de Lexicografia e Banco de Dados da Língua Portuguesa S/C Ltda. 1. ed. – Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.

DOLABELA, Fernando. *Oficina do empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza*. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999a.

DOLABELA, Fernando. *O segredo de Luísa*. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999b.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso**. 2º ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: Transformando idéias em negócios**. 3º ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

DRUCKER, Peter F. (1987) - **Inovação e Espírito Empreendedor** - Entrepreneurship. São Paulo: Editora Pioneira.

DUTRA, I. de S.; PREVIDELLI, J. J. Perfil do empreendedor versus mortalidade de empresas: Estudo de caso do perfil do micro e pequeno empreendedor. In: XXVII Encontro da Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Administração (ENANPAD). Atibaia, SP. Set. 2003.

EMPREENDEDORISMO NO BRASIL. **SEBRAE, GEM(Global Entrepreneurship Monitor)**, 2008. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/GEM-Brasil-2008.pdf>. Acesso em: 27/10/15.

EMPREENDEDORISMO NO BRASIL. **SEBRAE, GEM (Global Entrepreneurship Monitor)**, 2014. Disponível em: http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/gem%202014_rel%C3%B3rio%20executivo.pdf. Acesso em: 03/09/2015

EXAME. 5 principais características de um empreendedor de sucesso. 2015. Disponível em: <http://exame.abril.com.br/pme/noticias/5-principais-caracteristicas-de-um-empreendedor-de-sucesso>. Acesso em :02/10/2015

FALEIRO, S. N.; SALVI, E. J.; MARMITT, C.; PEREIRA, B. A.; DALMORO, M. Comportamento Empreendedor dos Proprietários de Micro e Pequenas Empresas. In: XXIV Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica, Gramado, RS – 17 a 20 de outubro de 2006

FARAH, O. E.; CAVALCANTI, M.; MARCONDES, L. P. **Empreendedorismo estratégico**. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

FEUERSCHÜTTE, S. G.; ALPERSTEDT, G. D. Empreendedorismo e competência: um ensaio sobre a complementaridade e a convergência dos construtos. **Anais XXXII EnANPAD**, Rio de Janeiro, 2008, CD-ROM.

FIALHO, Francisco Antonio Pereira et al. **Empreendedorismo na Era do Conhecimento**. São Paulo: Visual Books, 2007.

FILARDI, F., BARROS, F., FISCHMANN, A.. From the Homo Entrepreneur to the Contemporary Entrepreneur: The Evolution of the Entrepreneurial Characteristics From 1848

To 2014. **Iberoamerican Journal of Strategic Management (IJSM)**, North America, 13, sep. 2014. Disponível em: <http://www.revistaiberoamericana.org/ojs/index.php/ibero/article/view/2130>. Acesso em: 09/09/ 2015.

FILION, L. J. Empreendedorismo e Gerenciamento: Processos Distintos, Porém Complementares. *RAE- Revista de Administração de Empresas*, v. 40, n. 3, jul-set, 2000. Disponível em: http://rae.fgv.br/sites/rae.fgv.br/files/artigos/10.1590_S0034-75902000000300012.pdf. Acesso em: 03/09/2015.

FILION, Louis Jacques. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**. São Paulo, v. 34, n. 2, p. 05-28, Abril/Junho 1999.

FLORES, Paula Lacerda Pio; GOMES, Almira Ferraz; SANTANA, Wesley Gusmão Piau. Empreendedorismo e Relações de Gênero: Adversidades no Interior Baiano. VIII encontro de estudos em empreendedorismo e gestão de pequenas empresas- (EGEPE). Goiânia, 24 a 26 de março de 2014. Disponível em: <http://www.egepe.org.br/anais/tema14/135.pdf>. Acesso em: 13/10/2015.

FRANCO, Michele Maria Silva. Empreendedorismo Feminino: Características Empreendedoras das Mulheres na Gestão das Micro e Pequenas Empresas. VIII encontro de estudos em empreendedorismo e gestão de pequenas empresas- (EGEPE). Goiânia, 24 a 26 de março de 2014. Disponível em: <http://www.egepe.org.br/anais/tema07/333.pdf>. Acesso em: 13/10/2015.

FROTA, Estefânia dos Reis; NASCIMENTO, Joice Jurema do; LUCAS, Marília Ramos; XERUTI, Matheus Diniz Berteli; CUNHA, Sílvia Alonso Y Alonso Bittar. O EMPREENDEDORISMO FEMININO E SUA PRESENÇA NAS MPE'S. UNI- FACEF, v.6, n. 1, p. 02-26, 2014. Disponível em: <http://periodicos.unifacef.com.br/index.php/forumadm/article/view/949/761>. Acesso em: 28/10/2015

GARCIA, A. P. F., PARREIRA, C. C. O., ZANATELLI, F. M., & de ASSIS, F. M. F. Empreendedorismo Feminino: Luiza Helena Trajano e o caso da Rede Magazine Luiza. 2011. Disponível em: <http://www.ifbae.com.br/congresso6/pdf/51.pdf>. Acesso em : 26/10/2015

GERBER, M. **O mito do empreendedor**: Como fazer de seu empreendimento um negócio bem-sucedido. São Paulo: Saraiva, 1990.

GIL, A.C. **Como elaborar projeto de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

- GOMES, A. F. SANTANA, W. G. P.; ARÁUJO, U. P. Empreendedorismo Feminino: o estado da arte. XXXIII Encontro da ANPAD. São Paulo, 19 a 23 set, 2009.
- GOUVÊA, A. B. C. T.; SILVEIRA, A.; MACHADO. H. P. V. Mulheres empreendedoras: compreensões do empreendedorismo e do exercício do papel desempenhado por homens e mulheres em organizações. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 2, n.2, p. 32-54, 2013.
- GUILHON, Paulo. Empreendedorismo. Revista OMB. Organização Montessori do Brasil, Niteroi, n° 3, agosto, 2000.
- GUIMARÃES, T. B. C. **Análise Epistemológica do Campo do Empreendedorismo**. Anais do XXVIII ENAMPAD, Curitiba, 2004.
- GONZALEZ, V. **As mulheres e o empreendedorismo**. Disponível em: <http://www.pensandogrande.com.br/as-mulheres-e-o-empreendedorismo/>. Acesso em: 27/10/15
- HISRICH, R. D. ; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.
- HISRICH, R. D., PETERS, M. P., & SHEPHERD, D. A. (2009). *Empreendedorismo*. (7a ed.). Porto Alegre: Bookman.
- Júnior, Enaldo Pires Montanha, Orlando Pitondo Júnior, and Rodrigo Sanches Rodrigues. "EMPREENDEDOR CONTEMPORÂNEO." *COGNITIO/PÓS-GRADUAÇÃO UNILINS 1* (2013).
- JÚNIOR, S. D. da S.; COSTA, F. J. Mensuração e Escalas de Verificação: uma Análise Comparativa das Escalas de Likert e Phrase Completion. *PMKT – Revista Brasileira de Pesquisas de Marketing, Opinião e Mídia* (ISSN 1983-9456 Impressa e ISSN 2317-0123 Online), São Paulo, Brasil, V. 15, p. 1-16, outubro, 2014. Disponível em: http://www.revistapmkt.com.br/Portals/9/Volumes/15/1_Mensura%C3%A7%C3%A3o%20e%20Escalas%20de%20Verifica%C3%A7%C3%A3o%20uma%20An%C3%A1lise%20Comparativa%20das%20Escalas%20de%20Likert%20e%20Phrase%20Completion.pdf. Acesso em 02/11/2015
- KETS DE VRIES, Manfred. **Rebeldes criativos com causa**. In: *Dominando os desafios do empreendedor: o seu guia para se tornar um empreendedor*. São Paulo: Makrom Books, 2001, pg. 04-07.
- LAGES, Sônia Regina Corrêa. Desafios do empreendedorismo feminino: uma reflexão sobre as dificuldades das mulheres pobres na condução de projetos geradores de renda. *Revista Estação Científica*, 2005.

- LAKATOS, Eva Maria. Fundamentos de metodologia científica / Marina de Andrade Marconi, Eva Maria Lakatos. - 5. ed. - São Paulo : Atlas 2003.
- LAPOLLI, E.; FRANZONI, A. M. **Vitrine de Talentos**. Florianópolis: Pandion, 2012.
- LINDO, M. R; CARDOSO, P. M.; RODRIGUES, M. E.; WETZEL, U. Vida pessoal e vida profissional: os desafios do equilíbrio para mulheres empreendedoras do Rio de Janeiro. **RAC- Eletrônica**, v.1, n.1, art.1, p.1-15, Jan/Abr. 2007.
- LEITE, Anilza de Fátima Medeiros; PESSOA-PARAÍBA, João. **Empreendedorismo feminino: uma análise a partir das perspectivas da educação e das relações de gênero**. 2011. Tese de Doutorado. Dissertação (Mestrado em Educação) Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Federal da Paraíba.
- LENZI, Fernando Cesar; VENTURI, James Luiz; DUTRA, Ivan Souza. Estudo comparativo das características e tipos de empreendedores em pequenas empresas. **ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO**, v. 29, 2005.
- LONGNECKER, J.; MOORE, C. W.; PETTY, J. W. Administração de pequenas empresas. São Paulo: Pearson, 1997.
- LOPES, Jorge Rafael da Costa. **O perfil empreendedor e a competitividade empresarial na indústria da construção civil de Natal (RN)**. 2002. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Rio Grande do Norte.
- MACHADO, H. P.; DE BARROS, G. V., PALHANO, D. Y. M., Conhecendo a empreendedora norte paranaense: perfil, porte das empresas e dificuldades de gerenciamento. Anais do III EGEPE, Brasília, Novembro/2003.
- MACHADO, Francisco Oliveira; SILVA, Josineide Santos da. O EMPREENDEDOR SOB ALGUMAS PERSPECTIVAS: UM CASO NO SETOR DE ALUMÍNIO E ACRÍLICO EM RECIFE/PE. **Administração de Empresas em Revista**, v. 13, n. 14, p. 8-27, 2014.
- MACHADO, H. V. Tendências do comportamento gerencial da mulher empreendedora. In: XXIII ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO. 23., 1999, Foz do Iguaçu. *Anais...* Foz do Iguaçu: ANPAD, 1999, p. 139-148.
- MALHOTRA, N. Pesquisa de marketing. 3.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001. MARASEA, D. C. C.; ANDRADE, P. Mulheres empreendedoras: análise de caso de uma cooperativa feminina. XIII SIMPEP. Bauru, SP, 6 a 8 Nov, 2006.

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

MINER, John B. **Os quatro caminhos para o sucesso empresarial**: como acertar o alvo no mundo dos negócios. São Paulo: Ed Futura, 1998.

MORAIS, C. **Atitudes de empreendedores**. Rio de Janeiro: Quality Mark, 2000.

NATIVIDADE, Daise Rosas . Empreendedorismo feminino no Brasil: políticas públicas sob análise. **RAP** – Rio de Janeiro 43(1):231-56 Jan./Fev. 2009.

OLIVEIRA, José Roberto Cajaíba de; SILVA, Wendel Alex Castro; ARAUJO, Elisson Alberto Tavares. Características comportamentais empreendedoras em proprietários de mpes longevas do vale do mucuri e Jequitinhonha/MG. **RAM, Rev. Adm. Mackenzie**, São Paulo , v. 15, n. 5, p. 102-139, Oct. 2014 . Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1678-69712014000500005&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 21/09/2015.

PEÑALOZA, V.; DIÓGENES, C. G.; SOUSA, S. J. A. Escolha profissional no curso de administração: tendências empreendedoras e gênero. **ram- revista de administração mackenzie**, V. 9, N. 8, Edição Especial. P. 151-167. Nov/dez. 2008

POLIT DF, BECK CT, HUNGLER BP. Fundamentos de pesquisa em enfermagem: análise de evidências para a prática de enfermagem. 7th ed. Porto Alegre (RS): Artmed; 2011.

Portal Educação. **Perfil Empreendedor**. 2013. Disponível em: <<http://www.portaleducacao.com.br/Artigo/Imprimir/36666>>

Prodanov, Cleber Cristiano. Metodologia do trabalho científico [recurso eletrônico]: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico / Cleber Cristiano

Prodanov, Ernani Cesar de Freitas. – 2. ed. – Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

UFPE-CAA. Projeto Pedagógico do Curso de Administração. Disponível em:

<https://www.ufpe.br/caa/index.php?option=com_content&view=article&id=55&Itemid=z>

Acesso em: 02/11/2015.

RATCHEVA, ACEA EVGUENI. As principais características de uma mulher empreendedora, 2014. Disponível em:

[HTTP://SITES.PR.SEBRAE.COM.BR/BLOGS/2014/03/13/PRINCIPAIS-](HTTP://SITES.PR.SEBRAE.COM.BR/BLOGS/2014/03/13/PRINCIPAIS-CARACTERISTICAS-DE-UMA-MULHER-EMPREENDEDORA/)

[CARACTERISTICAS-DE-UMA-MULHER-EMPREENDEDORA/](HTTP://SITES.PR.SEBRAE.COM.BR/BLOGS/2014/03/13/PRINCIPAIS-CARACTERISTICAS-DE-UMA-MULHER-EMPREENDEDORA/) Acesso em: 29/10/2015.

RAPOSO, Kariny C. de Souza; ASTONI, Sílvia A. Ferreira. A mulher em dois tempos: a construção do discurso feminino nas revistas dos anos 50 e na atualidade. Cadernos Camilliani. Revista do Centro Universitário São Camilo, ES, v. 8, n. 2, p. 36-37, 2007.

- RIBEIRO, A. M. M.e D. A. **Empreendedorismo e formação para inovar na agricultura**. 2009. 101f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Educação) – Universidade de Lisboa, Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação, 2009.
- RIBEIRO, Paulo Silvino. O papel da mulher na sociedade ; *Brasil Escola*. Disponível em < <http://www.brasilecola.com/sociologia/o-papel-mulher-na-sociedade.htm> >. Acesso em 13 de outubro de 2015.
- RICHARDSON, R. J. Pesquisa social: métodos e técnicas. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- ROBBINS, Stephen. **Administração: mudanças e perspectivas**. São Paulo: Atlas, 2000.
- RODRIGUES, William Costa. **Metodologia Científica**. FAETEC/IST: Paracambi, 2007. Disponível em: < http://pesquisaemeducaacaoufrgs.pbworks.com/w/file/fetch/64878127/Willian%2520Costa%2520Rodrigues_metodologia_cientifica.pdf > Acesso em: 18/10/15
- SALES, Alessandro Heleno e SOUZA NETO, Silvestre Prado de. **Empreendedorismo nas Micro e Pequenas Empresas no Brasil**. RPA – Revista de Práticas Administrativas, v.1 nº, 2 Set/Out. 2004.
- SANTOS, Osmar dos. **Estratégias para capacitação dos administradores com visão empreendedora**. 2001. 134f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Centro Tecnológico, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2001.
- SANTOS, P.C.F; MINUZZI, J; GARCIA, J. R; LENAZA, A. G. R. Empreender por oportunidade versus necessidade: Um estudo com empreendedores Catarinenses. XXVII Encontro Nacional de Engenharia de Produção. Foz do Iguaçu: 09 a 11 de outubro de 2007. Disponível em: http://www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGERP2007_TR630470_9378.pdf. Acesso em: 30/09/2015
- SCHULTZ, D. P. & SCHULTZ, S. E. *Teorias da personalidade*. São Paulo: Pioneira Thomson, 2002.
- SCHUMPETER, J. A. (1997). Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. São Paulo: Nova Cultural. (Obra original publicada em 1934).
- Scott, J. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. *Educação e Realidade*, 1995, 20(2), 71-99.
- SEBRAE, 2015. Conheça o perfil necessário ao empreendedor. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/Conhe%C3%A7a-o-perfil-necess%C3%A1rio-ao-empendedor>. Acesso em: 05/10/2015

SHANE, S. *A general theory of entrepreneurship: the individual-opportunity nexus*. Cheltenham: Edward Elgar, 2003.

SILVEIRA, A.; GOUVÊA, A. B. C. T. de. Empreendedorismo feminino: mulheres gerentes de empresas. **FACES R. Adm.** Belo horizonte, v. 7, n. 3, p. 124-138, jul/set. 2008.

SOUZA, E. C. L.; FRACASSO, E. Empreendedorismo: conceitos, abordagens,

SOUZA, Eda Castro Lucas de. Empreendedorismo: da gênese à contemporaneidade in:

SOUZA, Eda Castro Lucas de; GUIMARÃES Tomás de Aquino (org.) **Empreendedorismo além do plano de negócios**. São Paulo: Atlas, 2005.

SOUZA, Vitória Augusta Braga de; LAPOLLI, Édis Mafra. O perfil criativo e o perfil empreendedor In: **Criatividade e conhecimento**. 1 ed. Florianópolis: Editora Pandion, 2010. v.1. p. 211-225.

TAKAHASHI, A. R. W.; GRAEFF, J. F. Gestão Feminina e Planejamento Estratégico em MPE's: Uma Análise Preliminar do Perfil no setor educacional de Curitiba. VII SEMEAD, 2004.

TONELLI, M. J.; ANDREASSI, T. Mulheres empreendedoras. *GV-executivo*, v. 12, n. 1, p. 50- 53, janeiro-junho, 2013. Disponível em: <http://rae.fgv.br/gv-executivo/vol12-num1-2013/mulheres-empendedoras>. Acesso em: 13/10/2015

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação. 1987. São Paulo: Atlas

UFPE - CAA. Disponível em: <
https://www.ufpe.br/caa/index.php?option=com_content&view=article&id=55&Itemid=71 >

VILLAS BOAS, Andréa. Valor Feminino: desperte a riqueza que há em você – São Paulo: Ed. Do autor, 2010.

YIN, Robert. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Porto alegre: Bookman, 2001.

APÊNDICE A – Questionário aplicado aos alunos da disciplina de empreendedorismo



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO – UFPE
CAMPUS ACADÊMICO DO AGRESTE – CAA
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

Questionário de coleta de dados para a pesquisa: “Identificação do Perfil Empreendedor: um estudo de caso com alunos do curso de administração da UFPE-CAA”

1. IDADE

20 – 25 anos

26-30 anos

31-35 anos

36 -40 anos

Mais de 40 anos

2. SEXO

Feminino

Masculino

3. ESTADO CIVIL

Solteiro (a)

Casado (a)

Separado (a)

4. POSSUI FILHOS?

0

1

2 ou Mais

5. POSSUI PARENTESCO COM ALGUM EMPREENDEDOR?

Sim

Não

6. É EMPREGADO?

Sim

Não

7. É EMPREENDEDOR?

Sim

Não

8. DESEJA EMPREENDER – TER SEU PRÓPRIO NEGÓCIO?

Sim

Não

9. SE SIM, POR QUAL MOTIVO? * Responda de forma objetiva

10. DE UMA ESCALA - DE 1 A 4, (SENDO 1- NUNCA, 2- RARAMENTE, 3- ÀS VEZES E 4- SEMPRE) MARQUE A RESPOSTA A SEGUIR DE ACORDO COM SEU PERFIL. (* APENAS UMA)

	NUNCA	RARAMENTE	ÀS VEZES	SEMPRE
1. Você é persistente?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. É uma pessoa otimista?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. É uma pessoa criativa?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. É uma pessoa proativa?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. É uma pessoa ousada?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. É organizado (a)?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. Tem iniciativa?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. É paciente e sabe ouvir?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9. Considera-se um líder?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10. Você age de forma inovadora?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	NUNCA	RARAMENTE	ÀS VEZES	SEMPRE
11. Antes de agir, calcula os riscos? (analisa tudo antes de agir)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12. Tem facilidade de tomar decisão?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13. Planeja as coisas antes de agir?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
14. Detecta oportunidades com facilidade?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15. Tem medo de falhar-errar?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16. Tem facilidade de trabalhar em equipe?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
17. Prefere trabalhar sozinho?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
18. Prefere trabalhar em equipe?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
19. Tem facilidade de perceber desafios e novas oportunidades?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
20. Quando está realizando alguma atividade faz o que é necessário, sem que os outros tenham que pedir?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
21. Insisto várias vezes para que as pessoas façam o que eu quero.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
22. Tento pensar em todos os problemas que possam ocorrer e planejo as soluções, caso um deles apareça.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
23. Disponho-me ao sacrifício para atingir minhas metas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
24. Considero-me uma Pessoa movida pela necessidade de crescer e atingir melhores metas e resultados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
25. Realizo minhas tarefas com disciplina e dedicação.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	NUNCA	RARAMENTE	ÀS VEZES	SEMPRE
26. Busca fazer as coisas da melhor forma possível, do modo mais rápido e com menores custos?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
27. Estou aberto para estudar e aprender sempre?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
28. Quando realiza alguma atividade, realiza com determinação e dedicação?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
29. Tem autoconfiança?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
30. Tem habilidade para conduzir situações das mais variadas possíveis?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
31. Tem facilidade de comunicação?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11. SÓ AS MULHERES RESPONDEM ÀS QUESTÕES ABAIXO.

	NUNCA	RARAMENTE	ÀS VEZES	SEMPRE
1. Usa a intuição para analisar situações?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Usa a intuição para resolver problemas?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. Usa o sentimentalismo para tomar decisão?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. Tem facilidade para compreensão?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. Você consegue, com facilidade, desenvolver interação?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. É detalhista?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. Age de forma objetiva?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Obrigada!