

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
ESCOLA DE DIREITO, NEGÓCIOS E COMUNICAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

Potencial empreendedor dos acadêmicos de Administração da Pontifícia Universidade Católica de Goiás

Entrepreneurial potential of Administration students at the Pontifical Catholic University of Goiás

Juliana Vieira Corte
Profª. Dra. Tereza Cristina Pinheiro de Lima
Profª. Dra. Silvana de Brito Arrais Dias
Prof. Msc. Wanessa Pazini Rocha

RESUMO

A pesquisa faz uma abordagem sobre empreendedorismo e se propõe a analisar o perfil e o potencial empreendedor dos discentes de Administração da Pontifícia Universidade Católica de Goiás, por meio do *Carland Entrepreneurship Index* (CEI). A metodologia utilizada faz uso de uma pesquisa descritiva exploratória com abordagem quantitativa em campo dentro de um universo de 350 alunos e amostra de 103 por meio da aplicação de questionários, realizada no período de abril e maio de 2025. Os resultados apontam potencial empreendedor dos alunos com foco no planejamento, capacidade de assumir riscos, foco no desenvolvimento de características pessoais como otimismo, capacidade de enfrentar desafios e correr riscos, credibilidade, excelência estratégica e operacional do negócio, qualidade e desenvolvimento de uma boa imagem e por fim, ver sempre as oportunidades para empreender e crescer.

PALAVRAS CHAVES: Empreendedorismo, Perfil empreendedor, Potencial Empreendedor, Característica empreendedora, Índice de Empreendedorismo de Carland.

ABSTRACT

The research addresses entrepreneurship and aims to analyze the profile and entrepreneurial potential of Administration students at the Pontifical Catholic University of Goiás, using the Carland Entrepreneurship Index (CEI). The methodology used uses descriptive research with a quantitative approach in the field within a universe of 350 students and a sample of 103 through the application of questionnaires. The results indicate the entrepreneurial potential of students with a focus on planning, the ability to take risks, the development of personal characteristics such as optimism, the ability to face challenges and take risks, credibility, strategic and operational excellence of the business, quality and development of a good image and, finally, always seeing opportunities to undertake and grow.

KEYWORDS: Entrepreneurship, Entrepreneurial Profile, Entrepreneurial Potential, Entrepreneurial Character, Carland Entrepreneurship

INTRODUÇÃO

As mudanças no cenário econômico atual em direção à globalização e à competitividade vêm exigindo cada vez mais novas formas de capacitação, mudança de comportamento e competências, formação empreendedora e as instituições de ensino superior precisam assumir seu papel na formação de jovens comprometidos com as mudanças sociais, gerando riqueza, por meio de iniciativas empreendedoras, capazes de administrarem seu próprio negócio. (DORNELAS, 2016)

O estudo do empreendedorismo é atual e muito importante, pois está interligado ao desenvolvimento social e econômico da sociedade e, com a competitividade cada vez maior, a necessidade de entrar no mercado e se manter nele, depende cada vez mais do ato de empreender.

A pesquisa tem como objetivo analisar o potencial empreendedor dos discentes do curso de Administração da Escola de Direito, Negócios e Comunicação da Pontifícia Universidade Católica de Goiás – PUCGO.

Os objetivos específicos foram de realizar a fundamentação teórica, estruturar a metodologia tendo como instrumento de pesquisa o *Carland Entrepreneurship Index* (CEI); realizar a coleta e análise dos dados, a partir dos resultados levantados.

O estudo justifica-se pela importância da relação do empreendedorismo com a sociedade por meio dos alunos universitários, especialmente quando se faz referência a um curso de Administração.

A identificação do perfil e das características que elevam o potencial empreendedor desta comunidade acadêmica é totalmente benéfica tanto para a formação destes alunos quanto para todo o ambiente em que eles estão inseridos. Tendo-se que o empreendedorismo é uma forma de criar valor, envolver pessoas para criar oportunidades, criar riquezas e realizar transformações sociais e econômicas e o empreendedor é aquele que inicia algo e corre riscos, é criativo e proativo, tem visão real e futuro e é uma pessoa que inova.

Metodologicamente, realizou-se uma pesquisa no campo da ciência interdisciplinar com finalidade aplicada abrangendo estudos transversais com objetivo descritivo por meio de pesquisa quantitativa. O procedimento técnico foi a pesquisa bibliográfica e de campo utilizando dados primários.

A problematização que orienta a pesquisa está alicerçada na seguinte questão: Qual é o potencial empreendedor dos alunos de Administração da Escola de Direito, Negócio e Comunicação da Pontifícia Universidade Católica de Goiás?

No primeiro momento apresenta-se o capítulo de fundamentação teórico, seguido pelos caminhos metodológicos percorridos e por fim, a coleta e análise de dados a partir do levantamento do perfil dos alunos analisados, visando atender aos objetivos propostos e responder as questões problematizadas.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O mercado de trabalho encontra-se em constante mudança e têm exigido cada vez mais, profissionais versáteis que se adaptam ao contexto das transformações do mercado. As alterações no mundo do trabalho e nas condições de ensino, principalmente de um curso de Administração, certamente têm modificado os motivos da escolha pelo curso.

EMPREENDEDORISMO

O desenvolvimento da atividade econômica depende diretamente de inovações; em produtos e serviços, em processos, em formas de avaliação de um mesmo produto e em

abordagens administrativas. O pensamento empreendedor contempla essa necessidade natural da economia em inovação. Para que haja esse fator de diferenciação de mercado para a alavancagem econômica de determinado setor torna-se necessário a intervenção de agentes inovadores, conhecidos como empreendedores. As pesquisas realizadas revelam que o “empreendedor é o responsável pelo crescimento econômico e pelo desenvolvimento social. Por meio da inovação dinamiza a economia”. (DOLABELA, 2006, p. 26)

Evidencia-se então que o empreendedor é um indivíduo que, por meio do seu comportamento, desestabiliza e reconfigura o mercado apontando novos rumos para a economia de um país. Infere-se que do encontro entre necessidade econômica e perfil de comportamento nascem os empreendedores, que são capazes de dar propulsão na atividade econômica de uma nação. Dornelas (2016, p. 02) relata que:

O que é diferente é que o avanço tecnológico tem sido de tal ordem, que requer um número muito maior de empreendedores. A economia e os meios de produção e serviços também se sofisticaram, de forma que hoje existe a necessidade de se formalizarem conhecimentos, que eram apenas obtidos empiricamente no passado. Portanto, a ênfase em empreendedorismo surge muito mais como consequência das mudanças tecnológicas e sua rapidez, e não apenas como mais um modismo.

O empreendedorismo é uma consequência natural da globalização, pois para que haja essa integração entre os mercados é necessária a integração de todos os recursos seja financeiros, tecnológicos, humanos e materiais. Nos estudos desenvolvidos por Hirisch, Peter e Sheperd (2009, p.30) o empreendedorismo pode ser definido como:

Processo de criar algo novo com valor, dedicando tempo e o esforço necessários, assumindo riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e da independência financeira e pessoal.

Dando continuidade, os autores acima referenciados, destacam os aspectos básicos de ser empreendedor, e são eles: processo de criação, tempo e esforço, recompensas e assumir riscos.

O primeiro, diz respeito a criar algo de valor para o empreendedor e para o público. O segundo, trata do esforço e tempo dedicados para empreender em algo para torná-lo operacional. O terceiro aborda as recompensas conquistadas pelo empreendedor, tais como a independência e a satisfação pessoal e a última, trata dos riscos que são assumidos em um futuro desconhecido.

Em definição semelhante, Dornelas (2016, p.22) define o empreendedorismo como “o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades”. Assim, para o autor, as ideias dos empreendedores alinhadas a processos operacionais, podem levar a oportunidades que existem no mercado.

O empreendedorismo é um movimento pelo qual pode criar riquezas capaz de ser o catalisador de profundas transformações sociais, políticas, culturais e econômicas (FARAH; CAVALCANTE; MARCONDES, 2008).

Neste sentido, o tema empreendedorismo torna-se totalmente atual e importante, especialmente quando se trata de um país como o Brasil, que possui índices altíssimos de empreendedorismo e ao mesmo tempo um índice preocupante de empresas fechando as portas nos primeiros anos de vida.

Assim, o construto sobre empreendedorismo é variadamente discutido, referindo-se: criação de valor, dedicação de tempo, assunção de riscos e recompensas, envolvimento de pessoas e processos com fins a criar oportunidades de criação de riquezas e transformações sociais, culturais e econômicas (FARAH; CAVALCANTE; MARCONDES, 2008).

Mas quem é o empreendedor? Afirma-se que “o empreendedor é aquele que assume riscos e inicia algo novo”. O empreendedor decide, mesmo diante de incertezas, assumindo riscos, criam e modificam situações através de sua ação empreendedora, que se refere “ao comportamento em resposta a uma decisão sob incerteza a respeito de uma possível oportunidade” (HIRISCH; PETERS; SHEPHERD, 2009, p. 30).

Os indivíduos que têm uma visão empreendedora são capazes de detectar em uma oportunidade, investindo recursos financeiros, assumindo riscos estrategicamente calculados, possuem iniciativa e normalmente, são “apaixonados” pelo que empreendem. Conseguem fazer as coisas acontecerem transformando ideias em negócios e assim, nos estudos e pesquisa realizados afirma-se que:

por ter criatividade e um alto nível de energia, o empreendedor demonstra imaginação e perseverança, aspectos que, combinados adequadamente, o habilitam a transformar uma ideia simples e mal estruturada em algo concreto e bem-sucedido no mercado (CHIAVENATO, 2012, p. 8).

Nos estudos desenvolvidos por Dornelas (2016, p. 8), o empreendedor é “aquele que faz acontecer, se antecipa aos fatos e tem uma visão futura da organização”. Assim, o empreendedor pode ser definido como aquele que: inicia algo e corre riscos, criativo e proativo, uma pessoa que imagina e tem visão real do futuro, inova e é proativo com atitude.

PERFIL EMPREENDEDOR

Ao discutir o tema empreendedorismo o foco da pesquisa é discutir o potencial empreendedor uma vez que a temática tem se tornado um campo de estudo cada vez mais relevante no contexto contemporâneo. Discute-se o perfil empreendedor como um conjunto de características e habilidades que distinguem os indivíduos capazes de transformar ideias em negócios de sucesso. Este estudo busca aprofundar a compreensão desse perfil, explorando seus componentes essenciais e a sua importância no cenário empresarial atual.

Dornelas (2016) destaca que o empreendedorismo pode surgir tanto por necessidade quanto por oportunidade. No primeiro caso, indivíduos são impulsionados a empreender pela falta de alternativas no mercado de trabalho, enquanto no segundo, a motivação provém da identificação de uma lacuna ou demanda não atendida. Independentemente da origem, o sucesso empreendedor está intrinsecamente ligado ao perfil do indivíduo.

O perfil empreendedor é multifacetado, abrangendo características comportamentais, habilidades e competências. Entre as características comportamentais, destacam-se a iniciativa, a persistência, a capacidade de correr riscos calculados e a busca incessante por qualidade e eficiência (CHIAVENATO, 2012).

A iniciativa se manifesta na proatividade em identificar e aproveitar oportunidades, enquanto a persistência é crucial para superar os obstáculos inerentes ao processo empreendedor. A habilidade de correr riscos calculados envolve a avaliação criteriosa das possibilidades e a tomada de decisões conscientes, minimizando as chances de fracasso. A busca por qualidade e eficiência reflete o compromisso com a excelência e a melhoria contínua dos produtos e serviços oferecidos.

Além das características comportamentais, o perfil empreendedor também engloba habilidades e competências essenciais para a gestão do negócio. Conhecimento técnico na área

de atuação, habilidade de negociação, planejamento e organização, gestão financeira e competências em marketing e vendas são cruciais para o sucesso. (CHRISTENSEN, 2012)

Os empreendedores que buscam a inovação, seja em produtos, processos ou modelos de negócio, têm maior probabilidade de se destacar e obter sucesso em um mercado competitivo.

O perfil de competências compreendidas como conhecimento, habilidades e atitudes define o potencial empreendedor que ao desenvolver e aprimorar qualidades, os indivíduos podem aumentar suas chances de transformar ideias em realidade e contribuir para o desenvolvimento econômico e social.

O perfil empreendedor é, portanto, um constructo complexo e multifacetado, abrangendo características comportamentais, habilidades técnicas e competências de gestão. As características comportamentais, conforme detalhado por Chiavenato (2012), incluem: Iniciativa e Proatividade, Persistência e Resiliência, Propensão a Correr Riscos Calculados, Comprometimento e Dedicação, Busca por Qualidade e Eficiência, Visão Estratégica, Liderança Inspiradora e Otimismo e Confiança. (DRUCKER, 2003).

Em conclusão, o perfil empreendedor é um mosaico complexo de características comportamentais, habilidades técnicas e competências de gestão que desempenham um papel crucial no sucesso dos empreendimentos. Ao desenvolver e aprimorar essas qualidades, os indivíduos podem aumentar suas chances de transformar ideias em realidade, criar valor para a sociedade e contribuir para o desenvolvimento econômico sustentável.

A pesquisa contínua sobre o perfil empreendedor, explorando suas nuances e adaptando-o aos diferentes contextos e desafios do mundo contemporâneo, é fundamental para impulsionar o empreendedorismo e a inovação em todas as esferas da sociedade.

O perfil empreendedor é, portanto, um constructo multifacetado, abrangendo características comportamentais, habilidades técnicas e competências de gestão.

DESAFIOS NA ARTE DE EMPREENDER

O empreendedorismo, motor propulsor da inovação e do desenvolvimento econômico, apresenta um cenário complexo e repleto de desafios que podem comprometer o sucesso e a longevidade das empresas. Compreender esses obstáculos é fundamental.

Um dos principais desafios enfrentados pelos empreendedores brasileiros é a burocracia excessiva. A complexidade do sistema tributário, a morosidade dos processos de licenciamento e a profusão de regulamentações dificultam a abertura e a gestão das empresas, consumindo tempo e recursos que poderiam ser direcionados para a inovação e o crescimento (DORNELAS, 2016).

A carga tributária elevada, aliada à complexidade do sistema, onera os custos de produção e reduz a competitividade das empresas brasileiras no mercado global (SEBRAE, 2023).

Outro obstáculo significativo é a dificuldade de acesso ao crédito. As altas taxas de juros, as exigências de garantias e a burocracia dos processos de financiamento dificultam o acesso ao capital necessário para investir em expansão, modernização e capital de giro. A falta de acesso a crédito, especialmente para os pequenos e médios empreendedores, limita o potencial de crescimento e inovação das empresas (BNDES, 2022).

A falta de qualificação da mão de obra também representa um desafio importante. A escassez de profissionais qualificados em áreas estratégicas, como tecnologia, gestão e finanças, dificulta a contratação de pessoal capacitado e eleva os custos de treinamento e desenvolvimento (Chiavenato, 2012). A falta de qualificação da mão de obra impacta a produtividade, a qualidade dos produtos e serviços e a capacidade de inovação das empresas (FGV, 2021).

Dornelas, 2016, faz referência também a falta de planejamento estratégico, a má gestão financeira, a dificuldade em delegar tarefas e a resistência à inovação podem comprometer o sucesso das empresas.

Para superar esses desafios, é fundamental que os empreendedores brasileiros busquem capacitação, desenvolvam habilidades de gestão, invistam em inovação e busquem parcerias estratégicas. Além disso, é essencial que o governo implemente políticas públicas que reduzam a burocracia, facilitem o acesso ao crédito, invistam em infraestrutura e promovam a qualificação da mão de obra. (DUTRA, 2018)

O empreendedorismo no Brasil é uma jornada desafiadora, mas repleta de oportunidades. Ao compreender os obstáculos e adotar estratégias eficazes, os empreendedores brasileiros podem superar os desafios e construir negócios de sucesso, contribuindo para o desenvolvimento econômico e social do país. (ENDEAVOR, 2019).

METODOLOGIA

O campo da ciência da pesquisa é interdisciplinar, uma vez que ela aborda de forma integrada temas de administração, antropologia e psicologia. Segundo Filho e Filho (2013, p. 61) “a integração das partes ou elementos de uma disciplina acadêmica é o que une as ciências”.

A pesquisa é aplicada, uma vez que é utilizado o índice *Carland Entrepreneurship Index (CEI)* para analisar os dados e aplicar seus resultados.

O estudo tem sua abrangência temporal limitada, ou seja, o levantamento do referencial teórico, a coleta dos dados e sua análise foram feitos representando um determinado momento. Sendo assim o estudo é apresentado com características transversais.

Com um dos intuitos de descrever o perfil dos alunos de administração e levantar informações sobre suas características empreendedoras, esta pesquisa é considerada descritiva, pois, segundo Filho e Filho (2013, p. 63) a pesquisa descritiva “visa descrever as características de determinada população, ou o estabelecimento de relações entre variáveis”.

Quanto a sua natureza, o trabalho faz uma abordagem quantitativa uma vez que traduz em porcentagem os dados para depois classificá-los e em seguida é feita sua análise e interpretação correlacionando com a fundamentação teórica.

Foi feito uso de uma pesquisa bibliográfica como procedimento técnico para o levantamento de informações de diversos autores.

A realização da pesquisa de campo aplicada na Pontifícia Universidade Católica de Goiás utilizando 100% do universo dos alunos do curso de administração, totalizando 350. Foi utilizada uma amostra de 103 alunos dentro deste universo com erro amostral 6% e confiabilidade de 95%.

O tamanho de uma amostra deve alcançar determinadas proporções mínimas, estabelecidas estatisticamente, e depende dos seguintes fatores: amplitude do universo; nível de confiança estabelecido; erro de estimação permitido; proporção da característica pesquisada no universo. (FILHO & FILHO, 2013)

Quanto à coleta dos dados sua procedência é primária, uma vez que foi aplicado os questionários diretamente aos alunos do curso, com 76 questionários físicos respondidos pelos alunos em sala de aula e 27 respondidos on-line perfazendo um total de 103 respostas.

RESULTADOS: COLETA E ANÁLISE DOS DADOS

COLETA DE DADOS

A pesquisa foi realizada no Curso de Administração da PUC- GO com uma população de 350 alunos obtendo a resposta de uma amostra de 103 alunos dentro deste universo com erro amostral 6% e confiabilidade de 90%.

Os alunos pesquisados em sua maioria do sexo feminino, idade entre 19 a 21 anos, cursando 4 e 5 período, e 90% dos alunos já trabalham.

O instrumento de pesquisa conforme descrito a seguir solicitava que o aluno marcasse a frase com a qual ele mais se identificava, sendo que as frases com maior número de respostas encontram-se em negrito, obtendo-se assim, os seguintes resultados:

0

QUESTÕES	%
01)	
Objetivos por escrito para este negócio são cruciais	66
É eficiente saber a direção geral em que você está indo	34

02)

Eu gosto de pensar em mim mesmo como uma pessoa habilidosa	67
Eu gosto de pensar em mim mesmo como uma pessoa criativa	33

03)

Eu não teria iniciado este negócio se eu não tivesse certeza de que daria certo	46
Eu nunca terei certeza se este negócio dará certo ou não	54

04

Eu quero que este negócio cresça e torne-se poderoso	70
O real propósito deste negócio é dar suporte a minha família	30

05)

A coisa mais importante que eu faço para este negócio é planejar	60
Sou mais importante no gerenciamento do dia a dia deste negócio	40

06)

Eu gosto de abordar situações de uma perspectiva otimista	41
Eu gosto de abordar situações de uma perspectiva analítica	59

07)

Meu objetivo primário neste negócio é sobreviver	26
Eu não descansarei até que nós sejamos os melhores	74

08)

Um plano deveria ser escrito para ser efetivo	94
Um plano não escrito para desenvolvimento é suficiente	6

09)

Eu provavelmente gasto muito tempo com este negócio	19
Eu divido meu tempo entre este negócio, família e amigos	81

10)

Eu tendo a deixar meu coração governar minha cabeça	26
Eu tendo a deixar minha cabeça governar meu coração	74

11)

Minhas prioridades incluem um monte de coisas fora este negócio	22
Uma das coisas mais importantes em minha vida é este negócio	78

12)

Eu sou aquele que tem de pensar e planejar	60
Eu sou aquele que tem de fazer as coisas	40

13)

As pessoas que trabalham para mim trabalham duro	36
As pessoas que trabalham para mim gostam de mim	64

14)

Eu anseio pelo dia em que gerenciar este negócio seja simples	50
Se gerenciar ficar muito simples, eu iniciarei outro negócio	50

15)

Eu penso que sou uma pessoa prática	71
Eu penso que sou uma pessoa imaginativa	29

16)

O desafio de ser bem-sucedido é tão importante quanto o dinheiro	78
O dinheiro que vem com o sucesso é a coisa mais importante	22

17)

Eu sempre procuro por novas maneiras de se fazer as coisas	39
Eu procuro estabelecer procedimentos padrões para que as coisas sejam feitas certas	61

18)

Eu penso que é importante ser otimista	48
Eu penso que é importante ser lógico	52

19)

Eu penso que procedimentos operacionais padrões são cruciais	74
Eu aprecio o desafio de inventar mais do que qualquer coisa	26

20)

Eu gasto tanto tempo planejando quanto gerenciando este negócio	57
Eu gasto a maior parte do meu tempo gerenciando este negócio	43

21)

Eu tenho percebido que gerenciar este negócio cai na rotina	37
Nada sobre gerenciar este negócio é sempre rotina	63

22)

Eu prefiro pessoas que são realistas	82
Eu prefiro pessoas que são imaginativas	18

23)

A diferença entre os concorrentes é a atitude do proprietário	41
Nós temos alguma coisa que fazemos melhor do que os concorrentes	59

24)

Meus objetivos pessoais giram em torno deste negócio	51
Minha vida real é fora deste negócio, com minha família e amigos	49

25)

Eu adoro a ideia de tentar ser mais esperto que os concorrentes	77
Se você mudar muito, você pode confundir os clientes	23

26)

A melhor abordagem é evitar o risco tanto quanto possível	14
Se você quer exceder a concorrência, você tem que assumir alguns riscos	86

27)

Eu odeio a ideia de pegar dinheiro emprestado	38
---	----

Empréstimo é somente outra decisão de negócios	62
28)	
Qualidade e serviços não são suficientes. Você tem que ter uma boa imagem.	50
Um preço justo e boa qualidade é tudo o que qualquer cliente realmente deseja.	50
29)	
As pessoas pensam em mim como um trabalhador esforçado	59
As pessoas pensam em mim como uma pessoa fácil de se relacionar.	43
30)	
Os únicos empreendimentos que este negócio faz são aqueles relativamente seguros	27
Se você quer que este negócio cresça, você tem que assumir alguns riscos	73
31)	
A coisa que mais sinto falta em trabalhar para alguém é a segurança	56
E realmente não sinto falta de trabalhar para alguém	44
32)	
É mais importante ver as possibilidades nas situações	67
É mais importante ver as coisas das maneiras que elas são	33

ANÁLISE DOS DADOS

A análise dos dados trabalhados, nas afirmações enfatizadas e escolhidas pelos alunos, revela em um primeiro momento que para empreender os alunos acreditam que os objetivos por escrito para este negócio são cruciais; 67 % gostam de se verem como pessoas habilidosas; eu nunca terei certeza que esse negócio vai dar certa (54%); 70% para aqueles que querem que o negócio cresça e seja poderoso e sobre a coisa mais importante para o negócio é planejar com 60 %, Afirmam que gostam de abordar situações de uma perspectiva analítica com 59% ; o desejo de não descansar até ser o melhor com 74%; a percepção de que um plano deve ser escrito para ser efetivo (94%); divide o tempo entre o negócio, família e amigos com 81% e na questão 10, afirma que tenta deixar a cabeça governar o coração com 74%.

Esses dados obtidos nas questões de 1 a 10. indicam que o potencial empreendedor requer criação de valor, dedicação de tempo, assunção de riscos e recompensas, envolvimento de pessoas e processos com fins a criar oportunidades de criação de riquezas e transformações sociais, culturais e econômicas (FARAH; CAVALCANTE; MARCONDES, 2008).

Ainda, nos estudos desenvolvidos “o empreendedor demonstra imaginação e perseverança, aspectos que, combinados adequadamente, o habilitam a transformar uma ideia simples e mal estruturada em algo concreto e bem-sucedido no mercado (CHIAVENATO, 2012, p. 8).

Na continuidade dos dados coletados 78% dos alunos afirmam que uma das coisas mais importante de sua vida é seu negócio com 78%; revela a necessidade de ter de pensar e planejar (60%); as pessoas que trabalham para mim gostam de mim (64%); om 50% afirmam tanto que “eu anseio pelo dia que gerenciar esse negócio seja simples” como “ se gerenciar ficar muito simples iniciarei outro negócio”, seguido pela afirmação de ser uma pessoa prática (71%); que o desafio de ser bem sucedido é tão importante quanto o dinheiro (78%); procura estabelecer procedimentos padrões para que as coisas sejam feitas certas com 61%; eu penso que é importante tanto ser otimista quanto lógico com 48% e 52% respectivamente e que os procedimentos operacionais padrões são cruciais (74%) e por fim, na questão 20, que gasta tanto tempo planejando quanto gerenciado o negócio (57%).

Percebe-se com clareza nos dados obtidos nas afirmações de 11 a 20, que o empreendedor decide, mesmo diante de incertezas, assumindo riscos, criam e modificam situações através de sua ação empreendedora, que se refere “ao comportamento em resposta a

uma decisão sob incerteza a respeito de uma possível oportunidade” (HIRISCH; PETERS; SHEPHERD, 2009, p. 30). Esses dados confirmam que o perfil empreendedor é, portanto, um constructo complexo e multifacetado, abrangendo características comportamentais, habilidades técnicas e competências de gestão.

Assim, o empreendedor pode ser definido como aquele que: inicia algo e corre riscos, criativo e proativo, uma pessoa que imagina e tem visão real do futuro, inova e é proativo com atitude. (DORNELAS, 2016, p. 8).

Nas afirmações de 21 a 32, os alunos ressaltam que nada sobre gerenciar um negócio é sempre rotina (63%); preferencia por pessoas realistas (82%); ter alguma coisa e fazer melhor do que os concorrentes (77%); se quer exceder a concorrência e assumir riscos, tem que assumir riscos com 86%; empréstimo é somente outra decisão de negócios (62%); com 50% para as duas afirmações de que qualidade e serviços não são suficientes, você tem que ter uma boa imagem e um preço justo e boa qualidade é tudo o que qualquer cliente realmente deseja; as pessoas pensam em mim como um trabalhador esforçado (59%); se você quer que esse negócio cresça, você tem que assumir riscos (73%); a coisa que mais sinto falta em trabalhar para alguém é a segurança (56%) e por fim, é mais importante ver as possibilidades nas situações (67%).

Pode-se afirmar que as pessoas que têm uma visão empreendedora detectam oportunidade, investindo recursos financeiros, assumindo riscos estrategicamente calculados, possuem iniciativa e normalmente, são “apaixonados” pelo que empreendem.

Chiavenato, 2007, p. 8, afirma que “por ter criatividade e um alto nível de energia, o empreendedor demonstra imaginação e perseverança, aspectos que, combinados adequadamente, o habilitam a transformar uma ideia simples e mal estruturada em algo concreto e bem-sucedido no mercado”.

Conseguem fazer a coisas acontecerem transformando ideias em negócios e assim, nos estudos e pesquisa realizados afirma-se que o empreendedor é “aquele que faz acontecer, se antecipa aos fatos e tem uma visão futura da organização”. Assim, o empreendedor pode ser definido como aquele que: inicia algo e corre riscos, criativo e proativo, uma pessoa que imagina e tem visão real do futuro, inova e é proativo com atitude. (DORNELAS, 2016, p. 8).

Por fim, o CEI revelou a presença do potencial empreendedor entre os discentes analisados do curso de Administração e que o indivíduo empreendedor é capaz de identificar oportunidades, utilizar-se de criatividade para aproveitá-las, além de deter capacidade para implementar essas ideias e ainda estar propenso a correr os riscos relativos para obter o sucesso nos processos inovadores que pretende realizar. (PENZ; AMORIM; NASCIMENTO; SILVEIRA, 2024)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo teve como objetivo identificar o potencial empreendedor dos alunos do curso de Administração e analisar as características empreendedoras tendo atingidos seus objetivos.

Os resultados indicam que os alunos possuem características empreendedoras na medida em que revelam uma postura empreendedora, ter interesse em empreender planejando, correndo riscos, acreditando que o negócio vai dar certo, buscando atuar na tentativa de fazer o seu melhor.

Através deste estudo e em resposta a problematização mencionada no início, existe um potencial empreendedor nos discentes de Administração da Escola de Direito, Negócios e Comunicação da PUC-GO, enfatizando na necessidade de desenvolver competências tendo como foco conhecimento do mercado e seus concorrentes, na habilidade de gerenciar, planejar, buscar excelência pessoal e profissional e ter como atitudes, iniciativa, otimismo, a busca de ser melhor investindo na qualidade, foco no cliente e desenvolvendo uma imagem que o coloque no mercado de forma competitiva.

Importante salientar que o estudo apesar de ter atendido aos objetivos propostos sugere-se sempre novas pesquisas tendo em vista o dinamismo do mercado e das pessoas, em um mundo de grandes e rápidas mudanças.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BNDES. *Relatório Anual de Atividades*. Rio de Janeiro, 2022.
- CHIAVENATO, Idalberto. *Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor*. 5. ed. Barueri: Manole, 2012.
- CHRISTENSEN, C. M. *O Dilema da Inovação*. São Paulo: M. Books do Brasil, 2012.
- DORNELAS, J. C. A. *Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios*. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2016.
- DOLABELA, Fernando; FILION, Louis Jacques. Fazendo Revolução no Brasil: A Introdução da Pedagogia Empreendedora nos Estágio Iniciais da Educação. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, São Paulo, 2006, v. 3, p. 134-181, 2013.
- DUTRA, F. G. *Empreendedorismo no Brasil: Desafios e Perspectivas*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2018.
- DRUCKER, P. F. *Inovação e Espírito Empreendedor*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.
- ENDEAVOR. *Pesquisa de Clima Empreendedor*. São Paulo, 2019.
- FARAH, O. E.; CAVALCANTI, M.; MARCONDES, L. P. *Empreendedorismo Estratégico: criação e gestão de pequenas empresas*. São Paulo: Cengage Learning, 2008.
- FILHO, Milton Cordeiro Farias; FILHO, Emílio, J. M. Arruda. *Planejamento da Pesquisa Científica*. 1 ed – São Paulo: Atlas, 2013.
- FGV. *Mercado de Trabalho brasileiro: Análise e Tendências*. Rio de Janeiro, 2021.
- HISRIC, R. D; PETERS, M. P; SHEPHERD, D. A. *Empreendedorismo*. 7ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.
- PENZ, Daniel; AMORIM, Bianca Costa; NASCIMENTO, Sabrina do; SILVEIRA, Amélia. Potencial Empreendedor dos Discentes do Curso de Administração de uma Instituição de Ensino Superior Privada a Luz do *Carland Entrepreneurship Index* (Ceí). *VII Encontro de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (EGEPE)*. Goiânia, Goiás. 2014.
- SEBRAE. *Anuário do Trabalho na Micro e Pequena Empresa*. Brasília, 2023.
- YIN, Robert K. *Estudo de caso. Planejamento e métodos*. 3ª. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2005