COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR DE ESTUDANTES DE GRADUAÇÃO DE INSTITUIÇÕES PRIVADAS DO DISTRITO FEDERAL

Veruska Albuquerque Pacheco¹

Mauro Celio Araújo Dos-Reis²

Sandson Azevedo³

Paulo Roberto Danelon Lopes⁴

¹ Faculdade Projeção

² ESCOLA DE NEGÓCIOS / CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS / FACULDADE PROJEÇÃO - SOBRADINHO/DF

³ Centro Universitário UDF

⁴ Escola de Negócios / Faculdade Projeção

DOI: 10.14211/xi-egepe-118046

COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR DE ESTUDANTES DE GRADUAÇÃO DE INSTITUIÇÕES PRIVADAS DO DISTRITO FEDERAL

Resumo: O empreendedorismo tem sido visto como uma atividade que promove descoberta, aprovação, avaliação e utilização de oportunidades existentes no mercado com o propósito de disponibilizar futuros bens e serviços a sociedade. A literatura sobre empreendedorismo apresenta como os empreendedores se comportam de acordo com diferentes aspectos. Dentro desta perspectiva, este trabalho tem como objetivo principal analisar o comportamento empreendedor de alunos de graduação de duas instituições de ensino superior privadas do Distrito Federal a partir da integração entre o *Framework* das relações entre competências empreendedoras e comportamento estratégico desenvolvido por Behling e Lenzi (2019) e do modelo de práticas de gestão de recursos humanos para o desenvolvimento de comportamento empreendedor de Hernandez (2019). Os resultados apontam para a necessidade de desenvolvimento de práticas de recursos humanos, principalmente, dentro da linha motivacional, para o fortalecimento de importantes comportamentos empreendedores de iniciativa e persuasão, e estratégicos de análise e prospecção.

Palavras Chave: Comportamento Empreendedor. Comportamento Estratégico. Educação Empreendedora. Características do Comportamento Empreendedor.

1 Introdução

É sabido que nos últimos anos a discussão acerca da importância do empreendedorismo para a sociedade tem se destacado. Diversos acontecimentos socioeconômicos têm feito emergir essas discussões: a internet e o advento da globalização, as mudanças econômicas que têm levado ao declínio de setores industriais tradicionais e impactado no mercado de trabalho, o aumento populacional e o aumento do desemprego são alguns desses fenômenos. Tal cenário tem potencializado, portanto, os estudos do empreendedorismo no âmbito de diversas áreas do conhecimento, considerando seu papel para o desenvolvimento econômico e social (OLIVEIRA et. al, 2016; PARREIRA et. al, 2017; DA ROCHA et. al, 2016).

Como pano de fundo para a temática do empreendedorismo, tem-se o papel do indivíduo que empreende. Assim, ao longo das últimas décadas foram tomando vulto também os estudos voltados para a compreensão das características desses indivíduos, denominadas características do comportamento empreendedor ou CCEs. McClelland (1972) foi o precursor dos estudos acerca das CCEs, cujo modelo que apresenta tais características é referenciado e utilizado vastamente ainda hoje.

Outros estudos, como apontam Oliveira et. al (2016), buscam a compreensão dos traços do comportamento empreendedor associados às características psicológicas dos indivíduos que podem influenciar em seu comportamento. De forma similar, algumas linhas, num movimento crítico aos estudos sobre as características psicológicas, vêm analisando a chamada intenção empreendedora.

Entendendo a importância do empreendedorismo nos contextos educacionais, em especial no ensino superior, bem como compreendendo o papel dos estudos sobre o comportamento

empreendedor, o objetivo deste trabalho é analisar as características do comportamento empreendedor (CCEs) presentes em estudantes de graduação de instituições privadas.

O presente artigo, caracterizado, quanto aos procedimentos, como descritivo de abordagem quantitativa, encontra-se estruturado da seguinte forma: na próxima seção, apresenta-se o referencial que subsidiou o aprofundamento teórico acerca do empreendedorismo e do comportamento empreendedor. Na sequência, apresentam-se os métodos e técnicas que nortearam a condução do estudo, seguido da apresentação dos resultados e discussão. Por fim, apresentam-se as considerações finais do estudo, apontando limitações, contribuições e perspectivas de estudos futuros.

2 Referencial Teórico

Esta seção apresenta o resultado da pesquisa bibliográfica que serviu de base para a construção do trabalho, envolvendo as temáticas empreendedorismo e comportamento empreendedor, temas centrais do artigo, e perfil de estudantes de graduação, visando caracterizar o perfil do estudante de graduação atual, para possibilitar analisar os traços do público alvo da presente pesquisa.

2.1 Empreendedorismo

O fenômeno da globalização nas últimas décadas contribuiu de forma significativa para as pessoas buscarem novas formas de atuar no mercado de trabalho, uma vez que reduziu as barreiras comerciais entre os países e incentivou o crescimento das importações e exportações entre empresas de grande, médio e pequeno porte.

Diante dessa conjuntura, houve um crescimento do empreendedorismo no mundo. Procurar-se-á assinalar algumas ideias sobre esse tema com base na literatura acadêmica.

Para Davidsson (2016) apud Lopes e Lima (2019), há duas formas de se idealizar o que é o empreendedorismo. Uma diz respeito à criação ou tentativa de uma nova atividade econômica; a outra baseia-se em profissionais que criam e dirigem seus próprios negócios/empresas/organizações.

De acordo com Baggio e Baggio (2014, p. 26), “o empreendedorismo pode ser compreendido como a arte de fazer acontecer com criatividade e motivação”. Eles assinalam que a mudança faz parte do cotidiano das pessoas. Aquelas que conseguem enxergar essa mudança como uma oportunidade possuem grandes possibilidades de se tornarem boas empreendedoras, caso consigam gerir com eficiência e eficácia os recursos existentes na criação de produtos e serviços em benefício da sociedade.

Esses autores registram que no Brasil há uma perspectiva de crescimento do número de empreendedores, desde que sejam superados seis obstáculos: autoconfiança, falta de confiança que existe entre os brasileiros, necessidade de desenvolver abordagens próprias, disciplina, necessidade de compartilhamento e burocracia.

Brush, Greene e Hart (2002) abordam a importância da construção da base de recursos para o empreendedorismo. Um dos maiores desafios do empreendedor é criar vantagem competitiva na identificação de quais são os fornecedores potenciais de recursos que deverão ser disponibilizados para a execução da estratégia básica do negócio a ser implementado. Eles

alertam que se faz necessário agregar aos recursos o conhecimento e a habilidade dos empreendedores.

De acordo com Harper e Lawson (2003) apud Lima (2010), o comportamento do empreendedor não se limita a uma perspectiva racional baseada na utilização de recursos para atingir um determinado fim; ele envolve fatores subjetivos tais como: força de vontade e motivação.

2.2 Comportamento Empreendedor

Entendendo a transversalidade e a importância do empreendedorismo, tem-se visto um movimento nas instituições de ensino, que busca superar os desafios de desenvolver nos estudantes um conjunto de competências voltadas ao empreendedorismo.

A literatura aponta que os indivíduos empreendedores se distinguem dos demais em função de uma série de traços ou características, denominadas características do comportamento empreendedor (CCE's). Segundo Minuzzi et. al (2017, p. 146), “as características empreendedoras denotam as principais atitudes que os empreendedores exteriorizam no desempenho das suas funções”. Os autores apontam que existem muitas abordagens que buscam definir e explicar essas características, destacando que, via de regra, essas abordagens se complementam sem necessariamente conflitarem entre si.

Acerca do comportamento empreendedor, um modelo clássico, apontado como referência na literatura ainda hoje, é o de McClelland (1972). Tal modelo apresenta um conjunto de dez características comportamentais que devem ter os empreendedores, características estas divididas nos seguintes fatores: a) realização (abrange a busca de oportunidades, a persistência, o comprometimento, a exigência de qualidade e eficiência e a capacidade de correr riscos calculados); b) planejamento (abrangendo a busca de informações, o estabelecimento de metas e o planejamento e monitoramento sistemáticos); e c) poder (abarca a independência e autoconfiança e a persuasão e redes de contato). O modelo encontra-se ilustrado na Figura 1.

Figura 1. Características do comportamento empreendedor segundo o modelo de McClelland

Fonte: Albuquerque e Barbosa (2018).

2.3 Perfil de estudantes de graduação

No âmbito universitário há uma imensa diversidade de comportamentos, valores e atitudes entre os discentes, uma vez que esses são oriundos dos mais diversos núcleos familiares. A realização profissional é um dos motivos que pode direcionar uma pessoa para o empreendedorismo. Um desafio hoje é identificar até que nível o perfil do estudante de graduação pode influenciar o futuro profissional de determinada área de ensino a se tornar um empreendedor.

Para Ristoff (2014), na última década o perfil do estudante que ingressou no campus brasileiro mudou de forma considerável. Por intermédio de pesquisas baseadas no questionário socioeconômico do Exame Nacional de Desempenho do Estudante (ENADE), ele constatou que houve uma maior democratização do acesso pelos alunos oriundos do ensino médio ao campus brasileiro.

Constatou-se uma tendência de redução a determinados cursos de graduação por parte da população de cor branca, particularmente aqueles cursos que apresentam uma maior demanda: Medicina e Odontologia.

No que diz respeito à renda familiar do estudante de graduação, observou-se que o campus brasileiro é relativamente mais rico que a sociedade brasileira. No entanto, um número cada vez menor de estudantes, cujas famílias dispõem de maior capital, ingressa na educação superior pública. Isso reflete os efeitos da política de inclusão social que vem sendo implementada pelo governo.

Em relação à origem escolar, a maioria dos estudantes de graduação das Instituições de Ensino Superior é oriunda de escolas públicas. Todavia, os alunos que se direcionam para os cursos mais concorridos fizeram o ensino médio em escolas particulares.

Normalmente, os universitários que ingressam nos cursos mais procurados são filhos de pais que possuem nível superior, mas essa premissa tem mudado, uma vez que tem crescido o número de alunos de graduação que representam a primeira geração da família.

De acordo com a V Pesquisa Nacional do Perfil Socioeconômico e Cultural dos Graduandos das Instituições Federais de Ensino Superior de 2018, p.18, 59,6% dos estudantes são do sexo feminino, 45,1% do sexo masculino e 0,3% não declararam. A média de idade dos alunos do sexo feminino é de 24 anos e do sexo masculino 24,7 anos, não declararam 24,9 anos (p.20). Em relação a cor ou raça (p.21): 43,3 % branca, 39,2% parda; 12% preta, 2,1% amarela, 0,9% indígena e não declararam 2,5%. Com respeito à faixa de renda familiar (p.26): sem salário 0,7%, até meio salário mínimo (SM) 2,0%, entre meio e um SM 9,7%, entre 1 e 2 SM 23,5%, entre 2 e 3 SM 15,8%, entre 3 e 4 SM 11,9%, entre 4 e 5 SM 7,1%, entre 5 e 6 SM 7,6%, entre 6 e 7 SM 3,9%, entre 7 e 8 SM 2,8%, entre 8 e 9 SM 2,7%, entre 9 e 10 SM 1% e acima de 10 SM 11,5%.

3. Metodologia

Nesta seção apresentam-se os métodos e técnicas utilizadas para a realização do estudo, que se caracteriza, quanto aos procedimentos, como descritivo, e quanto à forma de abordagem, como pesquisa quantitativa (Cervo, Bervian e Silva, 2007).

A pesquisa foi realizada em 2 instituições do Distrito Federal em instituições que possuem experiências em atividades ligadas ao empreendedorismo, sendo uma localizada no centro de Brasília, que passará a ser denominada IES A e outra em uma região administrativa distante 25 km denominada como IES B, sendo a primeira um Centro Universitário e a outra uma faculdade.

Foram aplicados 242 questionários, sendo 119 da IES A e 123 da IES B, em turmas matriculadas no 1º e 2º semestre de 2019. Na IES A os alunos respondentes foram dos cursos de: Administração, Gestão de Recursos Humanos, Odontologia, Direito, Pedagogia, Designer Gráfico, Desenvolvimento de Sistemas, Arquitetura, Ciência Política, Gestão Pública e Engenharia Civil, e na IES B alunos de Administração, Gestão de Recursos Humanos e Ciências Contábeis.

Para realizar a coleta de foi utilizado um questionário quantitativo, composto por 30 questões fechadas aplicados pelo *Google Forms®*. Utilizou-se a escala de *Likert sendo*, 1 - nunca pratico este comportamento; 2 - raramente pratico este comportamento; 3 - algumas vezes pratico este comportamento; 4 - a maioria das vezes pratico este comportamento; e, 5 - sempre pratico este comportamento.

O questionário divide-se em duas partes: a primeira contendo dados gerais do discente e a segunda parte contendo 30 questões sobre as características do comportamento empreendedor dos entrevistados, visando analisar 10 características deste comportamento, apontadas por McClelland (1987) no Quadro abaixo:

Figura 2. Atributos Instrumento de Mapeamento das Características do Comportamento Empreendedor segundo McClelland

CCE	Descrição	Item	Item	Item
1	Busca de oportunidades e iniciativa	1	11	21

2	Persistência	10	20	22
3	Comprometimento	9	19	23
4	Exigência de qualidade e eficiência	8	18	24
5	Correr riscos calculados	7	17	25
6	Estabelecimento de metas	6	16	26
7	Busca de informação	5	15	27
8	Planejamento e monitoramento sistemático	4	14	28
9	Persuasão e rede de contatos	3	13	29
10	Independência e autoconfiança	2	12	30

Fonte: Elaborado pelos autores, com base em SEBRAE (2016)

As 5 primeiras CCE referem-se ao conjunto de realização, enquanto as CCE 6 a 8 referem-se ao conjunto de planejamento, e as 2 últimas destinam-se ao conjunto de poder.

O questionário foi aplicado em sala de aula o que garantiu a autenticidade do respondente. Foram respeitados todos os preceitos éticos, como a garantia de anonimato e o tratamento agrupado dos dados. Os dados foram tratados com o auxílio do software Excel® para geração de resultados descritivos.

4. Resultados e Discussão

Este trabalho possui o objetivo de analisar o comportamento empreendedor de alunos de ensino superior. Para tanto, foi aplicado um questionário com escala tipo likert de cinco pontos a um total de 242 alunos de duas IES, sendo cada um dos pontos: 1 - nunca pratico este comportamento; 2 - raramente pratico este comportamento; 3 - algumas vezes pratico este comportamento; 4 - a maioria das vezes pratico este comportamento; e, 5 - sempre pratico este comportamento.

A elaboração do questionário fundamentou-se no conjunto de competências empreendedoras de Cooley (1990), subdivididas em dez categorias: busca de oportunidades e iniciativa; persistência; comprometimento; exigência de qualidade e eficiência; correr riscos calculados; estabelecimento de metas; busca de informação; planejamento e monitoramento sistemático; persuasão e rede de contatos; independência e autoconfiança.

Cada uma das categorias foi pontuada pelos alunos a fim de identificar questões relacionadas ao seu comportamento frente as categorias do comportamento empreendedor de Cooley (1990). Os gráficos utilizados para apresentação dos resultados seguem o modelo de auto avaliação das características do comportamento empreendedor desenvolvido por SEBRAE (2016). Os resultados podem ser observados a seguir nos gráficos de um a quatro.

Gráfico 1 – Média Geral

Fonte: Desenvolvido pelos autores com base nos dados coletados

Como pode-se observar no gráfico 1, as maiores médias identificadas referem-se, de forma decrescente, às categorias: exigência de qualidade e eficiência (3,92); comprometimento (3,89); busca de informação (3,76); e, persistência (3,74).

Segundo Dolabela (2008), o comportamento empreendedor não é de exclusividade de algumas pessoas, mas, algo que pode ser desenvolvido e trabalhado durante toda a vida. Para o autor, todos podem agir de forma empreendedora a depender da força de vontade, considerando empreendedor, em qualquer área, todos aqueles que sonham e buscam transformar o seu sonho em realidade.

Portanto, exigir qualidade e eficiência é um comportamento coerente com o público analisado visto que são pessoas em busca de melhorias em ambas as áreas - profissional e pessoal. Garantir o título de nível superior representa a abertura de um novo ciclo, de novas oportunidades que ficam travadas até que se conclua a graduação, contudo, escolher e monitorar o desenvolvimento deste caminho é fundamental para a realização de uma formação de excelência.

O comprometimento reflete o empenho, engajamento com os acordos realizados dos alunos consigo e com aqueles envolvidos direta e indiretamente com a oportunidade de alcance do seu sucesso. Portanto, comprometer-se deve ser um comportamento de alta consciência do indivíduo não só com os seus objetivos, mas com o meio ambiente e com a comunidade no desenvolvimento de tecnologias e solução de problemas coletivos (SCHUMPETER, 1934; DOLABELA, 2008).

A busca de informação significa dedicar-se pessoalmente na obtenção de informações importantes para o atingimento dos objetivos estabelecidos, é pesquisar, consultar especialistas,

obter assessoria técnica de maneira a entender a si e aos fatos que lhes rodeiam. Isto é fundamental para os alunos de graduação para o desenvolvimento de autonomia de aprendizagem e conhecimento (SEBRAE, 2016).

Persistir representa a busca de soluções diante de obstáculos significativos, significando algumas vezes a encolha por estratégias alternativas, a fim de enfrentar e vencer os desafios (SEBRAE, 2016). Para os alunos de nível superior o sacrifício pessoal ou esforço para completar tarefas muitas vezes é inevitável levando em consideração que muitos destes alunos realizam outras atividades sejam elas pessoais, profissionais ou familiares. Portanto, persistir na busca pela realização dos objetivos é fundamental (DOLABELA, 2008).

Com isso, reforça-se que empreendedores são pessoas que agem com comprometimento e persistência diante das diversas situações da vida, aprendem e se desenvolvem a cada dia enquanto seres sociais, estabelecendo e desenvolvendo continuamente suas capacidades individuais no meio em que vivem (SEBRAE, 2016).

O trabalho árduo dos alunos de nível superior enfrenta constantemente muitos desafios, daí a importância de agirem como verdadeiros empreendedores no comprometimento e persistência em seus propósitos, pois o empreendedor, segundo Dolabela (2008, p. 83), caracteriza-se como alguém que sonha e busca transformar o seu sonho em realidade, sendo capaz de identificar e aproveitar oportunidades em seu campo de atuação, oportunizando o desenvolvimento de valores para si e para a comunidade sob a forma de bem-estar, conhecimento, saúde, liberdade, democracia, riqueza material e espiritual.

Segundo Andrade (2010) aqueles que possuem o comportamento empreendedor são comprometidos e persistentes com o desenvolvimento e a realização de seus projetos. Isto passa a ser sua fonte de energia em um processo tão poderoso que o indivíduo se torna capaz de enfrentar barreiras, superar os obstáculos e conseguir realizar seus objetivos por meio da sua capacidade de articular recursos para a concretização de propósitos.

Gráfico 2 – Média IES A

Fonte: Desenvolvido pelos autores com base nos dados coletados

Como pode-se observar, as médias da IES A no gráfico 2, referente a resposta de 119 alunos, assemelham-se à média geral verificada no gráfico 1, calculada a partir da resposta de 242 alunos.

Em termos de classificação, as médias mais altas estão na mesma sequência do gráfico de média geral, porém houve mudança dos valores como segue: exigência de qualidade e eficiência (3,86), comprometimento (3,80), busca de informação (3,79) e persistência (3,71).

No entanto, vale ressaltar as médias mais baixas que ocorrem tanto na média geral quanto na média da IES A. De acordo com as respostas dos alunos, os comportamentos menos frequentes são: planejamento e monitoramento sistemático (3,30); e, busca de oportunidade e iniciativa (3,39), dados da IES A.

Segundo o SEBRAE (2016), estabelecer metas e objetivos mensuráveis de curto e médio prazos e que possuam significado pessoal é elemento fundamental do comportamento empreendedor, assim como manter, de forma clara e específica, a visão de longo prazo do que se espera alcançar,

É essencial planejar dividindo as tarefas de grande porte em subtarefas com prazos definidos revisando constantemente os planos em função dos resultados obtidos e das mudanças que possam ter ocorrido, registrando ganhos e perdas para tomada de novas decisões. Esta é atividade essencial para os alunos de graduação sabendo-se da quantidade de disciplinas, trabalhos, conteúdos, provas, seminários, congressos científicos e práticas que necessitam realizar. A falta de planejamento pode acarretar sobrecarga, descumprimento de prazos,

diminuição escore e até reprovações. Portanto, no resultado específico deste estudo é preciso dar atenção a estes aspectos a fim de compreender possíveis razões da nota média da categoria de planejamento e monitoramento sistemático.

Do mesmo modo a busca por oportunidade e iniciativa é essencial para um comportamento empreendedor a fim de manter o foco em realizar trabalhos, ações antes mesmo de solicitado e a isto chama-se proatividade, tanto em relação a propostas já estabelecidas quanto ao desenvolvimento de novas ideias e novos projetos.

Este é um comportamento que potencializa o aproveitamento de momentos oportunos, propícios ao estabelecimento de novos contatos, novas parcerias, ampliação de conhecimento e início de novas atividades (DOLABELA, 2008; SEBRAE, 2016), prática essencial para os alunos de ensino superior, porém, de acordo com os dados coletados apresenta média inferior as outras categorias.

Gráfico 3 – Média IES B

Fonte: Desenvolvido pelos autores com base nos dados coletados

Em relação à IES B, o gráfico 3 mostra o mais baixo índice de busca por oportunidade e iniciativa (3,26), e os mais altos índices de exigência de qualidade e eficiência (3,99), comprometimento (3,97), e persistência (3,76).

No que se refere exclusivamente à busca de oportunidades e iniciativa, este é um alerta para as instituições no sentido de investigar suas causas e promover ações a fim de fomentar este comportamento nos alunos, além disso, investigar a relação dessa média com outros fenômenos no ambiente acadêmico.

Sensibilizar os alunos para o desenvolvimento de características do comportamento empreendedor tem como objetivo torna-los capazes de reconhecer seu potencial empreendedor, ou seja, de possibilitar que ajam como verdadeiros empreendedores na busca e alcance de seus objetivos.

Vale ressaltar que embora haja diferenças entre as médias das Instituições de Ensino superior A e B os níveis em geral são muito semelhantes, como se pode observar no gráfico 4.

Gráfico 4 – Comparativos entre IES A e IES B

Fonte: Desenvolvido pelos autores com base nos dados coletados

Schumpeter (1934) e Dolabela (2008) trazem um elemento determinante e comum que é a ação geradora de resultados desenvolvida pelos empreendedores. Segundo os autores, o que diferencia os que possuem comportamento empreendedor daqueles que ainda não os desenvolveram é justamente a forma como agem na busca daquilo que esperam alcançar. São seus comportamentos que determinam seus resultados (SEBRAE, 2016).

No gráfico 4 podemos comparar as médias do comportamento empreendedor entre os alunos das duas IES. Maiores médias em relação a comprometimento e exigência de qualidade e eficiência na IES A, e em relação a persuasão e rede de contatos e busca de oportunidade e iniciativa na IES B. No entanto, os traços apresentados pelos alunos das IES A e B, bem como seus padrões de conduta não afirmam de forma absoluta quem certamente irá obter sucesso.

O que se pode dizer é que os alunos que possuem os comportamentos mais comumente encontrados nos empreendedores, mais chances terão de atingir seus objetivos ou de alcançar resultados esperados. Contudo, reforça-se a atenção para as menores médias identificadas, visto que a pesquisa foi realizada em instituições diferentes, é importante investigar os fatores que ocasionam principalmente as médias inferiores de planejamento e monitoramento sistemático e busca por oportunidade e iniciativa.

Para o SEBRAE (2019), na prática, a verdadeira diferenciação está no elevado grau de realização que cada indivíduo possui. Pois, empreendedores são essencialmente realizadores, pessoas que realmente são capazes de traçar objetivos e persegui-los de forma planejada. Para estes alunos é fundamental persistir e acreditar em sua capacidade enxergando os fracassos como oportunidades de aprendizado, planejando e avaliando seus resultados alcançados a fim de obter excelência naquilo que pretendem desenvolver.

5. Considerações Finais

Em conformidade com os dados obtidos, pode-se assegurar que o objetivo do trabalho foi atingido, pois se conseguiu, por intermédio das pesquisas de campo, analisar o comportamento empreendedor de alunos que se encontram cursando o nível superior nas IES investigadas.

Constatou-se, no gráfico 1, que os alunos apresentam em níveis variáveis as competências empreendedoras de acordo com os ensinamentos de Cooley (1990). A categoria empreendedora que alcançou a pontuação mais elevada foi a exigência de qualidade e eficiência (3,92 – 78%) e a mais baixa planejamento e monitoramento sistemático (3,31 – 66%).

Comparando-se os dados da IES-A e IES-B, gráfico 4, verifica-se que as categorias de empreendedorismo que apresentam índices mais baixos são planejamento e monitoramento sistemático e busca de oportunidades e iniciativa: gráfico 2, IES-A 3,35 e 3,39, respectivamente, e gráfico 3, IES-B 3,32 e 3,26, respectivamente.

Com base nos dados obtidos, atesta-se a importância de as instituições de ensino superior trabalharem de forma mais aprofundada em metodologias de ensino que tornem o aluno uma pessoa mais dotada de iniciativa para explorar as oportunidades que surgem no mercado. Uma das áreas que deve ser focada é o planejamento, pois ele implica a implementação de um conjunto de ações para se atingir um futuro desejado. O empreendedor que não possui iniciativa em um elevado grau e desconhece a importância do planejamento, terá grandes chances de estruturar um empreendimento que tenha um curto período de existência.

No presente estudo, não há pretensão de esgotar a análise do tema, mas demonstrar a importância desse assunto. Investigações posteriores podem trazer maiores subsídios para a compreensão das ações que podem ser implementadas para que concludentes do ensino superior possam se tornar grandes empreendedores.

Referências

ALBUQUERQUE, V. P.; BARBOSA, S. A. Como estruturar, implantar e acompanhar projetos integradores voltados ao desenvolvimento do comportamento empreendedor. In: Educação

empreendedora no Distrito Federal: experiências e descobertas de professores, estudantes e empreendedores do ensino superior / organizadores Gabriel Fernandes Cardoso, Sandson Barbosa Azevedo. - São Paulo: Cruzeiro do Sul Educacional, 2018.

ANDIFES. V Pesquisa Nacional de Perfil Socioeconômico e Cultural dos (as) Graduandos (as) das IFES – 2018. Disponível em: <http://www.andifes.org.br/wp-content/uploads/2019/05/V-Pesquisa-do-Perfil-Socioecon%C3%B4mico-dos-Estudantes-de-Gradua%C3%A7%C3%A3o-das-Universidades-Federais-1.pdf> Acesso em: 9 out. 2019

ANDRADE, R. F. (2010). *Conexões empreendedoras*. São Paulo: Editora Gente.

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. Empreendedorismo: conceitos e definições. Rev. de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia, 1(1): 25-38, 2014 - ISSN 2359-3539.

BEHLING, G., & Lenzi, F. C. (2019) Competências Empreendedoras e Comportamento Estratégico: um Estudo com Microempreendedores em um País Emergente. *Brazilian Business Review*. 255-272

BRUSH, Candida G.; GREENE, Patricia G.; HART, Myra M. Empreendedorismo e construção da Base de recursos. RAE - Revista de Administração de Empresas • Jan./Mar. 2002 São Paulo, v. 42 • n. 1 • p. 20-35

CERVO, A. L. (2007). Bervian, Pedro Alcino. Silva, Roberto da. *Metodologia científica*, 6.

COOLEY, L. COOLEY, Lawrence. Entrepreneurship training and the strengthening of entrepreneurial performance. Final Report. Contract No. DAN-5314-C-00-3074-00. Washington: USAID, 1990.

DA ROCHA, A. C., Machado, R., Moro, S., & Halicki, Z. (2016). Comportamento, atitudes e práticas empreendedoras: um resgate teórico dos pressupostos que abordam a temática. *Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo*, 1(1), 44-60.

DOLABELA, F. (2008). *Oficina do Empreendedor*. Rio de Janeiro: Sextante, 2008

HERNANDEZ, M. A. (2019) Unveiling International New Ventures' Success: Employee's Entrepreneurial Behavior. *Administrative Sciences*, 9(56), 1-32.

LEPAK, David P., Hui Liao, Yunhyung Chung, and Erika E. Harden. 2006. A conceptual review of human resource management systems in strategic human resource management research. *Research in Personnel and Human Resources Management* 25: 217–71.

LIMA, Jacob Carlos. Participação, empreendedorismo e autogestão: uma nova cultura do trabalho? *Sociologias*, Porto Alegre, ano 12, no 25, set./dez. 2010, p. 158-198

LOPES, Rose Mary Almeida; LIMA, Edmilson. Desafios atuais e caminhos promissores para a pesquisa em empreendedorismo RAE | São Paulo | V. 59 | n. 4 | jul-ago 2019 | 284-292.

MCCLELLAND, David C. Characteristics of successful entrepreneurs. The journal of creative behavior, v. 21, n. 3, p. 219-233, 1987.

MCCLELLAND, David C. A sociedade Competitiva – Realização e Progresso Social. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

MILES, R. E., C.C. Snow, A. D. Meyer and, H.J. Coleman. Organizational strategy, structure, and process. Academy of management review, v. 3, n. 3, p. 546-562, 1978.

MINUZZI, C. D. O.; VARGAS, K. S.; FIALHO, C. B. . Características comportamentais empreendedoras: em cena os futuros administradores. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, v.5, n.1, 2016.

OLIVEIRA, B. M., VIEIRA, D. A., Laguía, A., Moriano, J. A., & SOARES, V. J. S. (2016). Intenção empreendedora em estudantes universitários: adaptação e validação de uma escala (QIE). *Avaliação Psicológica*, 15(2), 187-196.

PARREIRA, P. M. S. D., Carvalho, C. M. S. D., Mónico, L. D. S., & Santos, A. S. M. D. O. (2017). Empreendedorismo no ensino superior: estudo psicométrico da escala oportunidades e recursos para empreender. *Revista Psicologia Organizações e Trabalho*, 17(4), 269-278.

RISTOFF, Dilvo. O novo perfil do campus brasileiro: uma análise do perfil socioeconômico do estudante de graduação. Avaliação, Campinas; Sorocaba, SP, v. 19, n. 3, p. 723-747, nov. 2014

SCHUMPETER, J. (1934). *The Theory of Economic Development*. Harvard University Press, Cambridge Massachusetts.

SEBRAE (2016). *Disciplina de empreendedorismo: manual do professor* – Brasília : Sebrae,

SUBRAMONY, Mahesh. 2009. A meta-analytic investigation of the relationship between HRM bundles and firm performance. Human Resource Management 48: 745–68. [CrossRef]