

João Dallamuta
Luiz César de Oliveira
Henrique Ajuz Holzmann
(Organizadores)



Administração, Empreendedorismo e Inovação 4

João Dallamuta
Luiz César de Oliveira
Henrique Ajuz Holzmann
(Organizadores)



Administração, Empreendedorismo e Inovação 4

Atena
Editora

Ano 2019

2019 by Atena Editora
Copyright © Atena Editora
Copyright do Texto © 2019 Os Autores
Copyright da Edição © 2019 Atena Editora
Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira
Diagramação: Lorena Prestes
Edição de Arte: Lorena Prestes
Revisão: Os Autores



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição Creative Commons. Atribuição 4.0 Internacional (CC BY 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Profª Drª Adriana Demite Stephani – Universidade Federal do Tocantins
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Faria – Universidade Estácio de Sá
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima
Prof. Dr. Fabiano Tadeu Grazioli – Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Universidade Federal do Maranhão
Profª Drª Miranilde Oliveira Neves – Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Sandra Regina Gardacho Pietrobom – Universidade Estadual do Centro-Oeste
Profª Drª Sheila Marta Carregosa Rocha – Universidade do Estado da Bahia
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Ciências Agrárias e Multidisciplinar

Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano
Prof. Dr. Antonio Pasqualetto – Pontifícia Universidade Católica de Goiás
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Profª Drª Diocléa Almeida Seabra Silva – Universidade Federal Rural da Amazônia
Prof. Dr. Écio Souza Diniz – Universidade Federal de Viçosa
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás
Prof. Dr. Edson da Silva – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri
Profª Drª Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Magnólia de Araújo Campos – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto
Prof. Dr. Alexandre Leite dos Santos Silva – Universidade Federal do Piauí
Profª Drª Carmen Lúcia Voigt – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará
Prof. Dr. Juliano Carlo Rufino de Freitas – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Neiva Maria de Almeida – Universidade Federal da Paraíba
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)	
A238	Administração, empreendedorismo e inovação 4 [recurso eletrônico] / Organizadores João Dallamuta, Luiz César de Oliveira, Henrique Ajuz Holzmann. – Ponta Grossa, PR: Atena Editora, 2019. – (Administração, Empreendedorismo e Inovação; v. 4) Formato: PDF Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader Modo de acesso: World Wide Web Inclui bibliografia ISBN 978-85-7247-774-1 DOI 10.22533/at.ed.741191111 1. Administração. 2. Empreendedorismo. 3. Inovações tecnológicas. I. Dallamuta, João. II. Oliveira, Luiz César de. III. Holzmann, Henrique Ajuz. IV. Série. CDD 658.421
Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422	

Atena Editora
Ponta Grossa – Paraná - Brasil
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br

Atena
Editora

Ano 2019

APRESENTAÇÃO

Esta obra é composta por pesquisas realizadas por professores de cursos de gestão. Optamos por uma abordagem multidisciplinar por acreditarmos que esta é a realidade da pesquisa em nossos dias.

Optamos pela separação em áreas amplas de conhecimento. No volume 1, trabalhos com uma abordagem empreendedora. No volume 2, trabalhos com vertentes em comportamento do consumidor e mercados. E no volume 3 uma abordagem gerencial ampla.

A realidade é que não se consegue mais compartimentar áreas do conhecimento dentro de fronteiras rígidas, com a mesma facilidade do passado recente. Se isto é um desafio para trabalhos de natureza mais burocrática como métricas de produtividade e indexação de pesquisa, para os profissionais modernos está mescla é bem-vinda, porque os desafios da multidisciplinariedade estão presentes no mercado e começam a ecoar no ambiente mais ortodoxo da academia.

Aos autores e editores, nosso agradecimento pela oportunidade de organização da obra, críticas e sugestões são sempre bem-vindas.

Boa leitura

João Dallamuta
Luiz César de Oliveira
Henrique Ajuz Holzmann

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
FORMAÇÃO CONTINUADA DE PROFESSORES: DELINIAMENTO DE AÇÕES DIDÁTICAS PARA GESTORES EMPREENDEDORES	
Creuza Martins França Jair de Oliveira	
DOI 10.22533/at.ed.7411911111	
CAPÍTULO 2	13
ALICERCES DO DESENVOLVIMENTO: CULTURA EMPREENDEDORA E REDES DE SUPORTE AO EMPREENDEDORISMO (ECOSSISTEMA)	
Audemir Leuzinger de Queiroz Celia Lima Paradela	
DOI 10.22533/at.ed.7411911112	
CAPÍTULO 3	25
DESAFIOS E FACILIDADES QUE IMPACTAM NA CRIAÇÃO DE <i>STARTUPS</i>	
Antonio Aparecido de Carvalho Maria do Socorro de Souza Milton Carlos Farina	
DOI 10.22533/at.ed.7411911113	
CAPÍTULO 4	44
EMPREENDEDORISMO COMPORTAMENTAL NA GERAÇÃO Z: UM ESTUDO COM ESTUDANTES DE UMA ESCOLA PROFISSIONALIZANTE	
Henrique Pereira da Silva Jorge Lucas Nogueira Valter de Souza Pinho	
DOI 10.22533/at.ed.7411911114	
CAPÍTULO 5	56
EVOLUÇÃO DA POLÍTICA PÚBLICA DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO NO BRASIL	
Patricia Gava Ribeiro Vanessa Ishikawa Rasoto	
DOI 10.22533/at.ed.7411911115	
CAPÍTULO 6	75
O EMPREENDEDORISMO E O EMPREENDEDORISMO SOCIAL: UM ESTUDO DA ÁREA RURAL	
Antonio Costa Gomes Filho Roni Antonio Garcia da Silva Luana da Silva Garcia Christlaine Caroline de Souza Adriane de Fátima Machado	
DOI 10.22533/at.ed.7411911116	

CAPÍTULO 7	82
ESTUDO DAS ESTRATÉGIAS GENÉRICAS DE PORTER NO POLO SETORIAL MOVELEIRO DO OESTE DE SANTA CATARINA	
José Valci Pereira Rios Rodrigo Barichello	
DOI 10.22533/at.ed.7411911117	
CAPÍTULO 8	98
FATORES DETERIMANTES PARA O SUCESSO EM NOVOS EMPREENDIMENTOS	
Douglas Schmidt Tania Marques Tybusch	
DOI 10.22533/at.ed.7411911118	
CAPÍTULO 9	110
IMPACTO DO CUSTO BRASIL NO DESENVOLVIMENTO DAS ORGANIZAÇÕES	
Gilmar Antônio Vedana Gilmar Ribeiro de Mello	
DOI 10.22533/at.ed.7411911119	
CAPÍTULO 10	123
EDUCAÇÃO FINANCEIRA PARA PROFESSORES DA REDE PÚBLICA ESTADUAL	
Claudio Alvim Zanini Pinter Domingos Pignatel Marcon Marcelo Miguel da Silva Marilene da Rosa Lapolli Bárbara Beatriz da Silva Domingos	
DOI 10.22533/at.ed.74119111110	
CAPÍTULO 11	136
DESENVOLVIMENTO DE DISCIPLINA EAD PARA ALUNOS DE PÓS- GRADUAÇÃO: “EMPREENDEDORISMO DE BIOPRODUTOS”	
Cesar Augusto de Oliveira Júnior Rui Seabra Ferreira Junior Ana Silvia Sartori Barraviera Seabra Ferreira	
DOI 10.22533/at.ed.74119111111	
CAPÍTULO 12	145
AS PERSPECTIVAS DE CRESCIMENTO DO NEGÓCIO COM A FORMALIZAÇÃO: UMA ANÁLISE DO CRESCIMENTO DE MEI NO BRASIL	
Marcelo da Costa Borba Josefa Edileide Santos Ramos Maria do Carmo Maracajá Alves Jose Eduardo Melo Barros Luiz Gustavo Lovato João Armando Dessimon Machado	
DOI 10.22533/at.ed.74119111112	
CAPÍTULO 13	158
AS INFLUÊNCIAS DA LIDERANÇA NOS AMBIENTES ORGANIZACIONAIS	
Osnei Francisco Alves	

Eliete Cristina Pessôa

DOI 10.22533/at.ed.74119111113

CAPÍTULO 14 173

ANÁLISE DO PROCESSO DECISÓRIO EM FUNDOS TECH VENTURE CAPITAL
SOB A ÓTICA DE FINANÇAS COMPORTAMENTAIS

Eduardo da Costa Ibrahim

DOI 10.22533/at.ed.74119111114

CAPÍTULO 15 195

COMO É EMPREENDER EM PERÍODOS TURBULENTOS: UM ESTUDO DO
COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR BRASILEIRO EM PERÍODO DE CRISE

Ellen Carvalho Alves

Paulo Roberto Alves

Cristina Becker Matos Nabarro

Marcos Antonio Maia de Oliveira

DOI 10.22533/at.ed.74119111115

CAPÍTULO 16 207

IMPLANTAÇÃO DA EMPRESA JÚNIOR DO CURSO BACHARELADO EM
AGROINDÚSTRIA

Maycon Fagundes Teixeira Reis

Edilaine Alves da Silva Santos

Everton Oliveira Cassemiro Aragão

Fabiana Oliveira da Silva

Claudia Regina Lima Cruz

Claudenice dos Santos

Graciele de Souza Aragão

Katydyane da Silva Sá

Flávio Américo Fernandes de Oliveira

Fábio de Melo Resende

Danilo Santos Souza

Anny Kelly Vasconcelos de Oliveira Lima

DOI 10.22533/at.ed.74119111116

CAPÍTULO 17 220

ANÁLISE COMPARATIVA DA VIABILIDADE ECONÔMICA DA INSTALAÇÃO DE
ENERGIA SOLAR FOTOVOLTAICA EM UNIDADES FAMILIARES

José Barbosa Filho

Lucas Majedieu Damasceno da Cunha

DOI 10.22533/at.ed.74119111117

CAPÍTULO 18 245

RELAÇÃO ENTRE STARTUPS E GRANDES EMPRESAS – COPORATE VENTURE
E ESTUDO DE CASO DE AQUISIÇÃO DE UMA STARTUP

Anna Patrícia Teixeira Barbosa

Arthur Guimaraes Carneiro

Débora Franceschini Mazzei

Eraldo Ricardo dos Santos

Fernanda Zambon de Carvalho

Higor dos Santos Santana

Krishna Aum de Faria

Marcus Vinicius Lopes Bezerra

DOI 10.22533/at.ed.74119111118

CAPÍTULO 19 262

REDES DE COOPERAÇÃO: TRAÇANDO UM NOVO MAPA CONCEITUAL

Franciani Fernandes Galvão Mulina

DOI 10.22533/at.ed.74119111119

CAPÍTULO 20 275

PERCEPÇÕES DE MICRO E PEQUENOS EMPRESÁRIOS QUANTO À UTILIDADE DE INFORMAÇÕES FINANCEIRAS

Deisy Cristina Corrêa Igarashi

Solange Pimentel

Wagner Igarashi

Flávia Mayara Segate

DOI 10.22533/at.ed.74119111120

CAPÍTULO 21 289

A IMPORTÂNCIA DA UTILIZAÇÃO DAS FERRAMENTAS FINANCEIRAS NAS ORGANIZAÇÕES

Jean Gleyson Farias Martins

Jizabely de Araujo Atanasio Martins

Rodrigo José Guerra Leone,

Soraya Campos da Costa

Ricardo Vitor Fernandes da Silva,

Daniyel Ferreira de Medeiros

DOI 10.22533/at.ed.74119111121

CAPÍTULO 22 302

ESTUDO SOBRE A GESTÃO DE RESÍDUO: PROPOSTA DE APLICAÇÃO DAS FERRAMENTAS 5S E FLUXOGRAMA NO AMBIENTE HOSPITALAR

Mariangela Catelani Souza

Elizângela Cristina Begido Caldeira

Bruna Grassetti Fonseca

Carlos Alípio Caldeira

Lygia Aparecida das Graças Gonçalves Corrêa

Anderson G. Penachiotti

Fausto Rangel Castilho Padilha

Patricia Cristina de Oliveira Brito Cecconi

Humberto Cecconi

Ana Paula Garrido de Queiroga

Tulio do Amaral Pessoa

Felipe Fonseca dos Santos Marques

DOI 10.22533/at.ed.74119111122

CAPÍTULO 23 314

PREVIDÊNCIA COMPLEMENTAR PARA O SERVIDOR PÚBLICO E GOVERNANÇA

Edson Wasem

DOI 10.22533/at.ed.74119111123

SOBRE OS ORGANIZADORES..... 347

ÍNDICE REMISSIVO 348

EMPREENDEDORISMO COMPORTAMENTAL NA GERAÇÃO Z: UM ESTUDO COM ESTUDANTES DE UMA ESCOLA PROFISSIONALIZANTE

Henrique Pereira da Silva

Unicatólica de Quixadá

Jorge Lucas Nogueira

Unicatólica de Quixadá

Valter de Souza Pinho

Unicatólica de Quixadá

RESUMO: O presente trabalho tem como objetivo central investigar as Características Comportamentais Empreendedoras (CCEs) mais evidentes nos estudantes do curso de Administração da escola profissionalizante de Senador Pompeu-CE. Para a melhor realização desta pesquisa, o estudo foi embasado nos estudos de McClelland, Dornelas, Lopes, dentre outros, tidos como suporte teórico para alicerces desta pesquisa prática. Por tais objetivos, a pesquisa classifica-se como descritiva e quantitativa considerando a abordagem do problema. Quanto aos resultados, conclui-se que as Características Comportamentais Empreendedoras do conjunto de realização que estão ligadas ao desafio pessoal e na competição em caráter de autoavaliação, destacam-se entre alguns dos estudantes. Quando essas características se relacionam ao gênero, evidencia-se que as mulheres, geralmente, expressam as maiores médias. Contudo, em análise final do grupo, a diferença da média do grupo entre os gêneros foi pouco

expressiva.

PALAVRAS-CHAVE: Empreendedorismo; Características Comportamentais Empreendedoras; Geração Z.

BEHAVIORAL ENTREPRENEURSHIP IN GENERATION Z: A STUDY WITH STUDENTS IN A PROFESSIONAL SCHOOL

ABSTRACT: The main objective of this study is to investigate the most evident Entrepreneurial Behavioral Characteristics (EBC) in the students of the Administration course of Senator Pompeu-CE's vocational school. For the better performance of this research, the study was based on the studies of McClelland, Dornelas, Lopes, among others, considered as theoretical support for this practical research. For these purposes, the research is classified as descriptive and quantitative considering the approach of the problem. Regarding the results, it is concluded that the Entrepreneurial Behavioral Characteristics of the achievement set that are linked to the personal challenge and in the competition in a self-assessment character, stand out among some of the students. When these characteristics are related to gender, it is evident that women generally express the highest averages. However, in the final analysis of the group, the difference of the mean of the group of genera was not very expressive.

KEYWORDS: Entrepreneurship; Entrepreneurial Behavioral Characteristics; Generation Z.

1 | INTRODUÇÃO

No mundo contemporâneo, muito se tem discutido acerca das diversas questões que compreendem o fenômeno do empreendedorismo e seus impactos para a sociedade. O empreendedorismo se constitui como um dos fatores que impulsionam o desenvolvimento econômico, social e inovativo, a distribuição de renda e a geração de empregos, o que faz com que essa área se conceba como um campo fértil para a produção de conhecimento científico (ULBRICHT et al., 2013).

Levantamentos quantitativos do empreendedorismo no Brasil apontam que jovens entre 25 e 34 anos demonstram-se mais ágeis na concepção de novos negócios, sendo que 30,5% dos brasileiros dessa faixa etária são proprietários e responsáveis por criar, administrar e consolidar diversos empreendimentos em estágio inicial. Os reflexos da atividade empreendedora é algo predominante entre os mais jovens, posto que 20,3% dos que tem entre 18 e 24 anos estão envolvidos com a criação de novos negócios (GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR [GEM], 2017).

Os jovens dessa faixa etária representam a “Geração Z”, que é o grupo social de indivíduos que nasceram a partir da metade da década de 90, e que cujo termino ainda não fora determinado (BERNARDY et al., 2017). Essa geração emergiu a partir do processo de globalização e do desenvolvimento tecnológico que se desencadearam nas últimas décadas. Em vista disso, os sujeitos que nasceram nessa geração possuem características intrínsecas como a busca constante por inovação, a competitividade, a sustentabilidade e o potencial empreendedor. Essa geração é comumente chamada de nativos digitais, tendo em vista que dependem constantemente dos recursos tecnológicos para firmarem presença no contexto social (SCHAWBEL, 2014).

Em virtude do exposto, este trabalho possui como objetivo identificar as características do comportamento empreendedor presentes nos estudantes de ensino médio que cursam Administração em uma escola profissionalizante localizada na cidade de Senador Pompeu, no interior do Estado do Ceará. Para atingir o objetivo geral, foram estabelecidos os seguintes específicos: i) identificar o perfil socioeconômico dos estudantes de ensino médio profissionalizante; ii) verificar sua autoavaliação conforme o teste de perfil empreendedor. Justifica-se a escolha pelas temáticas do empreendedorismo, aliado ao comportamento empreendedor da Geração Z justamente pela relevância que tais temas têm no meio acadêmico, além da possibilidade de analisar as características comportamentais e as aptidões empreendedoras de um geração até então emergente.

2 | DESENVOLVIMENTO

2.1 Empreendedorismo, Comportamento Empreendedor e a Geração Z

Nas definições iniciais do conceito de empreendedorismo, compreende-se que o mesmo é associado ao processo de criação de um negócio. Entretanto, a depender de vários aspectos, ter um negócio em si não constitui necessariamente uma premissa obrigatória para se delimitar alguém como um sujeito empreendedor, sobretudo pelo prisma comportamental. Em meados do século XIX, a figura do empreendedor passou a ser vista como a de um sujeito que tinha as habilidades necessárias para mobilizar o capital econômico de um lugar com baixa produtividade para outro que lhe auferisse maior renda e possibilidades de ampliação do capital investido (FERREIRA, 2015).

O empreendedorismo é algo que tem sido bastante difundido no Brasil ao longo dos últimos anos, onde vem apresentando uma intensificação bastante notória desde o desfecho da década de 1990, se estendendo até as décadas seguintes (2000 e 2010) onde o tema se consolidou como um marco econômico importante para o desenvolvimento do país (DORNELAS, 2012).

Todavia, a figura do empreendedor deixou de ser atrelada apenas às possibilidades de gerenciamento de negócios. Com a democratização do empreendedorismo ao longo dos anos, o empreendedor passou a ser aquele sujeito inovador, com potencial criativo, que sabe mediar as circunstâncias e tirar proveito delas da melhor maneira possível.

A evolução do empreendedorismo ramificou-se e se estendeu para diversas áreas do conhecimento e campos de atuação (social, profissional, comportamental, etc.) e uma das que mais vem se destacando são as discussões relacionadas ao comportamento empreendedor das pessoas nos mais diversos ambientes (MCCLELLAND, 1961). Para McClelland (1961, p. 259) o sujeito empreendedor pode ser definido como sendo “aquele que tem o desejo de fazer algo melhor ou mais eficientemente do que já tenha feito anteriormente”. O autor buscou ao longo de seus estudos identificar e compreender as características do comportamento que compõem o perfil dos grandes empreendedores de sucesso (SARKAR, 2010). Em sua teoria das necessidades, McClelland (1961, p. 201) afirma que a motivação se constitui a partir de três necessidades imperantes, que são “a necessidade de realização, a necessidade de planejamento e a necessidade de poder”.

A realização abrange tudo o que se refere à questão de iniciativas, seguidas dos resultados positivos alcançados por elas, como por exemplo, produtividade, crescimento e lucratividade na atividade planejada e exercida. Além de instigar o empreendedor a colocar-se em situações que exijam determinação e compromisso a fim de atingir seu foco. Na necessidade de realização, o indivíduo busca antepor-se aos fatos criando novas oportunidades de negócio, enfrentando os mais diversos obstáculos, até mesmo sacrifícios pessoais inclinando e dispondo-se sempre às necessidades do seu projeto, responsabilizando-se pelos resultados, assumindo

e respondendo-os, expondo então, a coragem do empreendedor de desafiar o desconhecido (MCCLELLAND, 1961).

O planejamento envolve os passos pelo quais se deve passar para formular uma referida atividade focada em um determinado ponto e chegar aos resultados pretendidos por este, até mesmo expor-se a situações de riscos para a partir disso controlar e reduzi-los, para tanto, se faz necessário a realização de pesquisas especificando a evolução do processo, de forma orientada. Ou seja, o planejamento estabelece metas, busca informações, planeja e monitora de forma global, assumindo desafios enquanto objetivos, atualizando as informações necessárias e ainda, organização, no que se refere à tarefas, prazos e resultados excedendo padrões qualitativos previamente combinados e satisfatórios, diminuindo o tempo e reduzindo os custos (MCCLELLAND, 1961).

O poder centra-se na autoconfiança do indivíduo, garantindo a realização de atividades diversas, estabelecendo contatos de liderança relevantes para obter os resultados planejados, bem como a habilidade de persuasão e influência exercida pelo mesmo aplicando estratégias de forma consciente para determinado propósito. E todos esses pontos formam e dão consistência ao que chamamos de características do comportamento empreendedor, que relaciona conceito de empreendedorismo à necessidade de obter sucesso, reconhecimento, poder e controle (MCCLELLAND, 1961).

Os resultados dos estudos de McClelland indicaram a construção de um conjunto de características que foram denominadas de Características do Comportamento Empreendedor (CCEs), o que resultou em uma listagem de dez características comportamentais subdivididas em três grupos de competências, que são: o grupo de realização; grupo de planejamento e o grupo de poder (SEBRAE, 2013). As CCEs mais comuns entre os grandes empreendedores de sucesso identificadas nos estudos de McClelland são: a busca de informações, busca de oportunidades e iniciativa, comprometimento, correr riscos calculados, exigência de qualidade e eficiência, estabelecimento de metas, independência e autoconfiança, persuasão e rede de contatos, planejamento e monitoramento sistemático e persistência.

De uma forma geral, o modelo de competências é identificado a partir das características comportamentais que regem a personalidade do indivíduo, o que está intimamente relacionado as suas ações, e faz com que o sujeito detentor de tais características pense de uma forma diferente (DORNELAS, 2012). A conscientização e o desenvolvimento das características empreendedoras impulsionam o sujeito a buscar por novas oportunidades e conseqüentemente pela criação de algo novo, algo que lhe traga benefícios e que seja favorável, independentemente de qual seja o seu ramo de atuação (JULIEN, 2010).

O empreendedorismo não está mais ligado unicamente ao conceito de criação e/ou gerenciamento de organizações. Sob o prisma comportamental, a temática do empreendedorismo passou a assumir um papel fundamental na vida dos indivíduos,

pois a capacidade de criar/aproveitar oportunidades, inovar e ser criativo em todas as esferas da vida é algo bastante pessoal, ou seja, que provém do próprio indivíduo (SCHAWBEL, 2014).

A Geração Z, popularmente conhecida como a geração que nasceu com a internet, detém como características fundamentais a facilidade de acesso a informação, além de apresentarem bastante autonomia nos processos de gestão da aprendizagem. Inevitavelmente, os sujeitos dessa geração almejam a independência financeira, além de serem autenticamente criativos, em função de estarem inseridos em um prisma social que é subsidiado pelo desenvolvimento tecnológico (TELLES JUNIOR, 2018).

Todos esses aspectos se constituem como mecanismos que podem conduzir o indivíduo nativo da Geração Z a um eventual futuro empreendedor, tanto no aspecto econômico quanto comportamental (LOPES, 2017). Estatísticas da Organização das Nações Unidas (ONU) apontam que a Geração Z, nascida no século XXI, já representa cerca de 32% da população mundial. A ONU utiliza como parâmetro de divisão geracional o início da década de 2000/2001 (AGÊNCIA O GLOBO, 2018).

A Geração Z se destaca pelas grandes mudanças dos padrões de comportamento, tanto em termos culturais quanto sociais. Algumas correntes de pensamento sociológico afirmam que essa geração nasceu no ano de 1995, enquanto outros determinam que a mesma se desencadearia a partir de 1998 e vigorara até o presente. Mesmo com a divergência que concerne ao período exato de iniciação geracional, há um fato acerca da Geração Z que é unânime em todos os pesquisadores: os membros da Geração Z constituem a nova geração digital (MENDES, 2012).

Além disso, essa geração é testemunha de mudanças significativas nos paradigmas sociais e econômicos que transpuseram a cultura midiática. Por ser bastante familiarizada com recursos digitais como *Smartphones (Iphones, IPads)*, tablets, computadores, as redes sociais e a portabilidade tecnológica como um todo, essa geração está imersa em um novo modelo de vida, que detém um universo multidigital, onde os livros, os hábitos cotidianos, os relacionamentos interpessoais, entre outros aspectos, são constantemente mediados pela tecnologia (CORTELLA, 2014).

A Geração Z se pauta pela vontade de aprender a descobrir coisas novas de forma constante, pois muitos começam a se relacionar com a tecnologia quando ainda eram crianças. Ou seja, a busca por respostas sempre ocorreu de forma imediata, pois a internet veio com a possibilidade de aproximar cada vez mais a solução para todo e qualquer tipo de problema (GRUBB, 2018). Essa geração compreende os processos de simplificação e proatividade como algo imperativo. Geralmente são jovens com o pé no chão, ou seja, bastante realistas acerca das circunstâncias em que vivem, mas que ao mesmo tempo buscam constantemente a independência financeira, o êxito pessoal e/ou emocional, além de possuírem um pensamento lógico, serem autodidatas e bastante responsáveis. No campo de atuação profissional, os jovens

dessa geração acreditam na possibilidade de exercerem tarefas multivariadas, pois eles não se apegam a ideia de exercer apenas uma única atividade por toda a sua vida (PEDRO, 2018).

Como principais características da Geração Z, observa-se: a ansia em desempenhar funções multivariadas, a responsabilidade social e o desenvolvimento, a autonomia, relações sociais mediadas por recursos tecnológicos, imposicionismo de opiniões e inovação tecnológica (Palfrey & GASSER, 2011). Contudo, é importante salientar que muitas das inovações provenientes do avanço tecnológico contemporâneo não estão direramente disponíveis a toda a essa geração, pois o processo de consumo e aquisição de bens tecnológicos está diretamente relacionado ao aspecto socioeconômico, algo que influencia significativamente na utilização desses recursos (BERNARDY et al., 2017).

2.1 Metodologia

A metodologia utilizada consiste em uma pesquisa de campo que foi realizada na sede de uma escola profissionalizante da cidade de Senador Pompeu/CE, junto a uma amostra do tipo não-probabilística constituída por 110 alunos matriculados no curso técnico em Administração. A presente pesquisa é de natureza quantitativa, em função de seu instrumento dimensional (questionário), bem como pela forma com que os dados da pesquisa foram extraídos e posteriormente analisados.

O estudo caracterizou-se pela natureza descritiva em função do seu objetivo, pois consistiu em identificar quais as características do comportamento empreendedor presentes nos estudantes de uma escola de ensino médio profissionalizante, observando ainda os posicionamentos vinculantes à temática abordada, bem como seus conceitos pré-moldados em relação ao mundo empreendedor. A amostra deste estudo é do tipo não-probabilística, transcendendo-se assim para um projeto subjetivo sem a intenção de gerar uma amostragem estatisticamente representativa. A escolha se deu pelo critério de acessibilidade e a pesquisa foi aplicada durante o mês de abril do ano de 2019.

O instrumento para a realização deste foi um questionário impresso, baseado no modelo teórico de Dornelas (2009) e McClelland (1961) que fora aplicado à 110 alunos do curso técnico de Administração de uma escola de ensino médio profissionalizante, dentre os quais destacam-se 71 alunos do primeiro ano, 11 do segundo ano e 28 alunos do terceiro ano. O questionário fora dividido em duas partes: a primeira continha perguntas que permitiram identificar características sociais como sexo, idade, titulação acadêmica, entre outros aspectos vinculantes, além de cinco afirmativas a fim de identificar se os estudantes possuem alguma afinidade com o empreendedorismo.

A segunda parte trata-se de um questionário comportamental que visa analisar o grau de concordância e discordância indireta dos correspondentes. Considerando

para as perguntas as seguintes opções de resposta: (1. Insuficiente); (2. Fraco); (3. Regular); (4. Bom) e (5. Excelente). Após o preenchimento e análise de todas as características, é possível atribuir uma pontuação com o somatório das questões elencadas, estabelecendo assim uma pontuação mínima e máxima para as categorias de análise. Os dados obtidos por meio da pesquisa de campo foram tabulados através do programa *Microsoft Excel*, onde se utilizou a análise de frequência versada com a estatística descritiva.

2.2 Apresentação dos dados e discussão dos resultados

Após a aplicação do questionário, a apreciação dos dados foi dividida em duas partes, sendo a primeira denotar o perfil socioeconômico dos respondentes e a segunda identificar o perfil empreendedor mediante aplicação de questionário semiestruturado constituído por 30 perguntas fechadas. Indo de encontro ao objetivo específico I, identificar o perfil socioeconômico dos estudantes da escola profissional de Senador Pompeu, o presente estudo, inicialmente, dividia-se em três vertentes: gênero, idade e estado civil. Com relação ao gênero denota-se que 37% da amostra é do sexo masculino e 63% do sexo feminino. Ainda assim, todos os respondentes (100%) possuem idades de até 20 anos, sendo destes 95% solteiros e 5% possuem união estável.

Todavia, foram contestadas mais cinco perguntas com relação ao perfil dos entrevistados, onde pode-se identificar alguma afinidade dos respondentes com o empreendedorismo, sendo por meio dos pais ou por interesse próprio. Os mesmos foram contestados se já participaram de algum curso voltado para a formação empreendedora, assim, denota-se que 72% já participaram e 28% não participaram. Outra questão abordada foi se os respondentes já exerceram ou exercem atividade empresarial, onde 76% destes nunca exerceram e 24% exerceram. Com isso, McClelland (1987, p. 32) complementa que não há maneira melhor de qualificar “a base para o rápido crescimento econômico do que incrementar dramaticamente o número de empreendedores ativos na sociedade”.

Silva et al (2018) ressaltam que empreender vem de herança herdada por familiares, mas é possível que pessoas busquem informações que os ajudem os empreender. Desse modo, ratifica-se que a maioria com 57% não possui vínculo direto com o empreendedorismo, sendo este por meio dos pais que são ou já foram donos do próprio negócio. Apesar disso, 65% dos respondentes se consideram um empreendedor e 81% pretendem abrir o próprio negócio. Na segunda parte do trabalho, foram abordadas questões pertinentes ao teste de perfil empreendedor de acordo com Dornelas (2009). Tais questões permitiram que os respondentes classificassem suas respostas de acordo com uma ordem de classificação. Cada característica expressada pelo autor propõe três afirmações, que a partir daí irá dizer se o entrevistado possui essa característica ou não.

A primeira característica é a busca por oportunidade e iniciativa (CCE 1), onde é questionado se os respondentes agem com proatividade, se buscam expandir suas ideias e se aproveitam oportunidades incomuns para ampliar suas ideias. A maioria marca as categorias 4 e 5, onde expressam maior concordância com as afirmativas. Perguntando aos respondentes se eles desistem diante dos obstáculos (CCE 2), mais de 50% marcam os itens 1 e 2, destacando baixa concordância com essa afirmação.

Ainda assim, 75% (82 respondentes) afirmaram que os mesmos reavaliam e insistem em seus planos quando precisam superar os objetivos. Outro ponto destacado foi a característica “correr riscos calculados” (CCE 3), onde por meio das afirmativas respondidas é possível ver que os respondentes possuem essa característica, pois avaliam positivamente que além de procurar e avaliar alternativas para tomar decisões, eles também buscam reduzir as chances de erro e aceitam desafios moderados, com boas chances de sucesso. No quarto item foram analisados tópicos relacionados a exigência de qualidade e eficiência (CCE 4), sendo respondidas da seguinte forma, a maioria (80%) dos entrevistados afirmaram que são bons quando o assunto é buscar melhorias contínuas no âmbito profissional; quando o assunto é satisfazer e exceder as expectativas projetadas no ambiente de trabalho, (70%) responderam que são bons; quando o assunto é criar procedimentos para cumprir prazos padrões de qualidade, a maioria (74%) também se auto avaliam bons e excelentes.

O quinto tópico aborda assuntos sobre comprometimento (CCE 5), o primeiro item procura identificar se os respondentes trazem para si mesmo as responsabilidades sobre sucesso e fracasso, grande parte (73%) assumiram que são bons, mais uma afirmativa sobre o assunto comprometimento, “atua em conjunto com a sua equipe para atingir resultados”, foi possível identificar que 79% responderam que são bons, com relação a colocar o relacionamento com os demais acima das necessidades foi identificado que 6% se auto avaliam insuficientes, 16% fracos, com a maioria dos respondentes (31%) afirmando que são regulares, 30% bons e apenas 14% excelentes.

No sexto tópico (CCE 6) são questionadas três características, sendo a primeira identificar se os alunos se envolvem pessoalmente na avaliação de seus projetos, tendo a maioria (59%) respondendo que são bons e excelentes. A segunda característica é identificar se os alunos buscam melhorar suas práticas profissionais através de capacitações, 74% responderam que são bons. Por fim, a última afirmativa é observar se o aluno busca a orientação de especialistas para tomar decisões, onde 74% pedem orientações de especialistas.

No sétimo tema busca-se identificar características sobre estabelecimentos de metas (CCE 7), tendo como a primeira afirmativa “persegue objetivos desafiantes e importantes para si mesmo”, somando entre bons e excelentes obteve a maioria das respostas com 73%. Quando o assunto é ter clara visão de longo prazo, apenas 1% respondeu que é insuficiente, 4% fraco, com a maioria respondida 36% são regulares, 33% bons e 23 % excelentes, a terceira característica busca saber se

os alunos buscam criar objetivos mensuráveis com indicadores de resultados, com 37% responderam que são regulares, com a mesma porcentagem responderam que são bons, 19% afirmam que são excelentes, com 3% são ruins, com apenas 1% é insuficiente e 3 % deixaram o questionário em branco.

Planejamento e monitoramento sistemático (CCE 8) foi o oitavo assunto tratado, sua primeira característica busca identificar se os alunos enfrentam grandes desafios, agindo por etapas, 1% respondeu que é insuficiente, 4 % responderam que são fracos, 30% responderam que são regulares, com a maioria (39%) destacando-se como bons e 26 % excelentes. Na segunda afirmação, busca-se identificar se os alunos adequam rapidamente seus planos às mudanças e variáveis em seu ambiente de trabalho, 22% responderam que são excelentes e a maior parte dos alunos apresentam-se bons (45%), 29% sendo regulares, restando 3% que afirmam fracos e um aluno (1%) assumiu que é insuficiente com relação a característica.

Ainda na perspectiva da CCE 8, questiona-se se os alunos acompanham os indicativos externos e os levam em consideração no momento da tomada de decisão, no qual, o resultado fica empatados com 32% destacando-se excelentes, bons e regulares, 3% que responderam ser fracos e apenas 1% se identifica como insuficiente. O nono assunto aborda características sobre persuasão e rede de contatos (CCE 9), tendo como primeira afirmativa “criar estratégias para conseguir apoio para seus projetos”, foi respondido da seguinte forma, 2% afirmaram que são insuficientes, 3% dizem serem fracos, 21% se identificam como regulares, 40% sendo a maioria dos respondentes que afirmam serem bons, 33% se reconheceram como excelentes e 1% não respondeu.

Obter apoio de pessoas chave para seus objetivos foi a segunda afirmativa da CCE 9, onde empatados com 2% responderam insuficientes e fracos, 22% responderam que são regulares, a maioria com 41% disse que são bons, 32% dos alunos dizem ser excelentes e 1% deixou a questão em branco. Com relação a desenvolver redes de contatos e construir bons relacionamentos no âmbito profissional, sendo esta a terceira afirmativa, foi descoberto o seguinte resultado, 3% afirmam ser insuficientes, 6% concordam que são fracos, 16% dizem ser regulares, 35% bons e 40% se identificam como excelentes.

O décimo e último assunto aborda características sobre independência e autoconfiança (CCE 10), a primeira é identificar se os alunos buscam autonomia em relação a normas e controles de outros, onde 1% assumiu ser insuficiente, 3% afirmaram ser fracos, 29% regulares, 43% bons, 23% excelentes e 1% não respondeu. Em seguida, questionou-se se os mesmos mantem seu ponto de vista mesmo diante da oposição ou de resultados inicialmente desanimadores, 3% informaram que são insuficientes, 9% fracos, 18% regulares 45 % bons e 25% se identificaram como excelentes. A terceira afirmativa busca saber dos respondentes se eles expressam confiança na sua própria capacidade de completar tarefa difícil ou de enfrentar um desafio, 2% responderam que são insuficientes, 4% concordaram ser fracos, 18%

regulares, 37% bons e 39% afirmaram serem excelentes.

Consecutivamente, analisando o desempenho dos respondentes, com o resultado das questões aplicadas individualmente, foi possível classificar em quatro categorias para avaliação dos resultados. 120 a 150 pontos são alunos comuns empreendedores; 90 a 119 pontos são alunos caracterizados empreendedores, mas que precisam equilibrar seus pontos fracos e fortes buscando melhorias. A pontuação que se enquadram 60 a 89 pontos são pessoas que não são tão bons quando assunto é empreender, e que se comportam na maior parte como um “Fazedor” (DORNELAS, 2009). E por último com a pontuação abaixo de 59 pontos estão as pessoas que não detém nenhuma característica comportamental empreendedora diante do estudo apresentado.

Por fim, temos resultados relevantes da pesquisa. Na opção que os identifica como depositários das características do comportamento empreendedor, 46 alunos (42%) obtiveram características e pontuação máxima onde se enquadram os comuns empreendedores (Escala 120-150). Em seguida foram identificados 59 alunos (53%) que apresentam uma pontuação que corresponde a empreendedor (Escala 90-119), 4 alunos (4%) não são empreendedores e precisam melhorar (Escala 60-89) e por último apenas 1 aluno (1%) entrevistado não possui nenhuma característica empreendedora (<59).

Corroborando com os resultados postos, Lopes (2010) aborda que um empreendedor não deve isolar-se mantendo uma única visão. Este deve abranger-se e comunicar-se dentro do contexto a qual está inserido. Com o mesmo seguimento, o espírito empreendedor, para Dolabela (2003), é o que proporciona o diferencial a cada indivíduo, estabelecendo condições necessárias para produzir os efeitos desejados.

3 | CONCLUSÃO

Com base na pesquisa e nos resultados encontrados, é possível abordar algumas considerações com relação ao comportamento empreendedor sob a perspectiva dos alunos de ensino médio profissionalizante. Para tanto, o objetivo geral desse estudo foi identificar as características do comportamento empreendedor presentes nos estudantes de ensino médio profissionalizante do curso de administração da cidade de Senador Pompeu/CE.

De acordo com o objetivo específico I, foi possível identificar o perfil socioeconômico dos respondentes, sendo que a maioria é do sexo feminino e todos os respondentes com idades abaixo de 20 anos, ou seja, membros que constituem a Geração Z. Foi possível destacar também que a maior parte dos respondentes já participou de cursos voltados para a formação empreendedora e conseqüentemente adquiriram conhecimento voltado para o empreendedorismo, no qual se destaca também que a maioria dos alunos pretende abrir o seu próprio negócio.

Com relação às características comportamentais empreendedoras elencadas no objetivo específico II, destaca-se que a maioria dos alunos possuem características empreendedoras, podendo no futuro torna-se empreendedores de sucesso, ou até mesmo aplicar essas características em outras esferas de atuação profissional. Por fim, foi decidido abordar a temática sob a visão de estudantes do ensino médio profissionalizante, onde destaca-se também a resistência dos alunos que responderam um questionário longo e cheio de informações para a finalidade do trabalho, o que a princípio demonstrou-se como algo bastante desafiador para o pesquisador.

Desse modo, considera-se o fato de implementar uma pesquisa comportamental um tanto quanto longa para um público jovem algo bastante desafiador, e até em alguns pontos limitante. Acredita-se que o fato de alguns jovens se distraírem constantemente com fenômenos externos seja um parâmetro que inevitavelmente acaba dando margem para a inviabilização ou um eventual comprometimento das respostas que foram abordadas ao longo da pesquisa de campo. Todavia, os resultados da pesquisa obtiveram êxito quanto a escolha deste tema para o estudo das características empreendedoras encontradas nos alunos e contribui com informações relevantes para a escola pesquisada, que poderá utilizá-las para desenvolver atividades específicas no tocante ao comportamento empreendedor dos alunos do curso de administração.

Acredita-se que a implementação de pesquisas que abordam a temática empreendedora com os jovens seja algo importante no campo da pesquisa científica, pois os resultados obtidos podem criar subsídios teóricos implementáveis na prática, com vistas a despertar nos jovens a possibilidade de empreender, além da conscientização de que é possível tornar-se uma pessoa empreendedora a partir do desenvolvimento e aperfeiçoamento das características comportamentais. Por fim, sugere-se a aplicação da pesquisa em cursos de ensino superior da área da saúde, que podem ou não aliar a temática do empreendedorismo com a carreira profissional, especificamente os cursos de Medicina, Farmácia, Odontologia, Fisioterapia, entre outros que formam profissionais que venham a tornar-se empreendedores.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA O GLOBO. **Geração Z será a maior em 2019**. Rio de Janeiro, RJ: Globo, 2018. Disponível em: <https://revistapegn.globo.com/Negocios/noticia/2018/08/geracao-z-sera-maioria-em-2019.html>

BERNARDY, T. A. S. et al. **Gerações, perfil de carreira profissional e o programa de desenvolvimento industrial catarinense** - PDIC 2022/FIESC: Resultados esperados pelas indústrias do município de Caçador/RS. Erechim, RS: Editora Deviant, 2017.

CORTELLA, M. S. **Educação, escola e docência**: novos tempos, novas atitudes. São Paulo, SP: Cortez, 2014.

DOLABELA, F. O. **Pedagogia empreendedora**. São Paulo, SP: Editora de Cultura, 2013.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo corporativo**. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier, 2009.

- _____. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier, 2012.
- FERREIRA, P. J. S. **Empreendedorismo**: uma análise sintética. Faro: PT, Editora Silabas e Desafios, 2015.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil**: Relatório Executivo 2017. Curitiba, PR: IBQP, 2019. Disponível em: https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL_web.pdf (29 de maio de 2019).
- GRUBB, V. M. **Conflito de gerações**: desafios e estratégias para gerenciar quatro gerações no ambiente de trabalho. São Paulo, SP: Autêntica Business, 2018.
- JULIEN, P. A. **Empreendedorismo regional e economia do conhecimento**. São Paulo, SP: Saraiva, 2010.
- LOPES, R. M. A. **Educação empreendedora**: conceitos, modelos e práticas. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier, 2010.
- _____. **Ensino de empreendedorismo no Brasil**: panorama, tendências e melhores práticas. Rio de Janeiro, RJ: Alta Books, 2017.
- MCCLELLAND, D. C. **The achieving society**. Princeton, NJ: Van Nostrand, 1961.
- _____. **Characteristics of successful entrepreneurs**. The Journal of Creative Behavior, 21(3), 219-233, 1987.
- MENDES, G. **Geração Net**: relacionamento, espiritualidade, vida profissional. São Paulo, SP: Paulinas, 2012.
- PALFREY, J., Gasser, U. **Nasvidos na era digital**: entendendo a primeira geração dos nativos digitais. Porto Alegre, RS: Artmed, 2011.
- PEDRO, K. M. **Precariedade, superdotação e tecnologias digitais**: uma análise comparativa de desempenhos. Curitiba, PR: Appris, 2018.
- SARKAR, S. **Empreendedorismo e inovação**. Lisboa, PT: Escolar Editora, 2010.
- SCHAWBEL, D. **Promova-se**: as novas regras para uma carreira de sucesso. São Paulo, SP: Cultrix, 2014.
- SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Conheça as características empreendedoras desenvolvidas no Empretec**. Brasília, BR: Sebrae Nacional, 2013.
- SILVA, H.P. et al. **A identificação das características do perfil empreendedor dos discentes do curso de administração de uma instituição de Ensino superior a partir de sua auto avaliação**. Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo. (3) edição especial, pp. 89-108, 2018.
- TELLES JUNIOR, H. O. **Olhares acadêmicos sobre a educação**. Porto Alegre, RS: Plus/Simplíssimo, 2018.
- ULBRICHT, V. R., et al. **Contribuições da criatividade em diferentes áreas do conhecimento**. São Paulo, SP: Pimenta Cultural, 2013.

SOBRE OS ORGANIZADORES

João Dallamuta - Professor assistente da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). Graduação em Engenharia de Telecomunicações pela UFPR. MBA em Gestão pela FAE *Business School*, Mestre pela UEL. Doutorando pelo INPE na área de pesquisa de gestão de projetos e produtos espaciais. Trabalha com os temas: Inteligência de mercado, Engenharia da Qualidade, Planejamento Estratégico, Empreendedorismo.

Luiz César de Oliveira - Professor adjunto da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR)- Campus Cornélio Procópio. Graduação em Economia, Especialista em Economia Empresarial pela UEL e Mestrado em Desenvolvimento Econômico pela UFPR. Doutorado em andamento em Economia, Gestão e Tecnologia pela Universidade de Coimbra - Portugal. Trabalha com os temas: Economia, Gestão e Desenvolvimento Econômico, Empreendedorismo e “Triple Helix”.

Henrique Ajuz Holzmann - Professor da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). Graduação em Tecnologia em Fabricação Mecânica e Engenharia Mecânica pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Mestre em Engenharia de Produção pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Doutorando em Engenharia e Ciência dos Materiais pela Universidade Estadual de Ponta Grossa. Trabalha com os temas: Revestimentos resistentes a corrosão, Soldagem e Caracterização de revestimentos soldados.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Ações didáticas 1, 2, 5

Agricultura familiar 75, 76, 77, 78, 80, 217

ANEEL 220, 221, 224, 228, 229, 230, 231, 232, 243, 251, 252

C

Características comportamentais empreendedoras 44, 54

Competitividade 38, 40, 45, 59, 64, 68, 69, 74, 95, 110, 111, 112, 113, 114, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 213, 246, 251, 268, 269, 273, 290, 303, 304

Cooperação 23, 66, 163, 262, 263, 264, 266, 267, 268, 270, 271, 272, 273, 274, 318, 346

CT&I 56, 59, 60, 61, 62, 66, 70, 71, 72

Cultura empreendedora 13, 15, 16, 17, 23, 210

Custo Brasil 110, 111, 112, 113, 114, 117, 118, 119, 120, 121, 122

D

Desafios 2, 8, 11, 25, 26, 27, 30, 31, 32, 33, 36, 37, 39, 40, 44, 47, 51, 52, 55, 98, 99, 102, 103, 105, 108, 109, 116, 121, 136, 138, 158, 159, 162, 163, 171, 175, 177, 208, 213, 222, 223, 226, 240, 244, 250, 255, 263, 269, 318

Desenvolvimento 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 11, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 24, 25, 26, 27, 29, 31, 32, 34, 35, 37, 38, 39, 40, 45, 46, 47, 48, 49, 54, 56, 57, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 71, 72, 73, 74, 76, 80, 83, 86, 99, 110, 111, 112, 113, 116, 117, 118, 120, 121, 136, 138, 139, 141, 144, 148, 150, 157, 159, 164, 171, 174, 177, 198, 204, 208, 209, 212, 213, 214, 216, 217, 218, 219, 223, 225, 232, 240, 244, 246, 247, 250, 251, 252, 253, 257, 258, 259, 260, 266, 268, 270, 271, 272, 273, 276, 281, 283, 289, 290, 291, 299, 300, 308, 312, 315, 316, 318, 323, 324, 327, 330, 340, 344, 345, 346

Desenvolvimento organizacional 110, 216, 217

Dívidas 32, 123, 125, 295

E

Ecossistemas 13, 23, 255, 256

Educação 1, 2, 4, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 14, 17, 20, 54, 55, 64, 80, 96, 100, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 133, 134, 136, 142, 144, 145, 158, 164, 169, 207, 208, 214, 218, 274, 301, 317, 331, 342

Educação a distância 1, 12, 136, 144, 274

Empreendedor 4, 7, 8, 9, 10, 11, 13, 14, 17, 18, 19, 20, 24, 26, 27, 28, 30, 31, 37, 38, 40, 41, 43, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 53, 54, 55, 75, 76, 80, 81, 98, 99, 100, 102, 105, 106, 107, 109, 137, 138, 141, 147, 148, 149, 157, 174, 175, 176, 193, 195, 197, 198, 202, 203, 204, 205, 206, 208, 212, 213, 216, 219, 247, 248, 255, 258, 261, 288

Empreendedorismo rural 75, 77, 80

Empreendedorismo social 11, 21, 77, 98, 100, 109, 208, 217

Empreendimento 30, 33, 37, 39, 40, 98, 99, 102, 107, 108, 109, 156, 176, 197, 198, 204, 231, 255, 257

Energia convencional elétrica 220, 235, 236
Energia solar fotovoltaica 220, 222, 223, 224, 225, 232, 236, 237, 240, 241, 242, 243, 244
Equity 21, 173, 174, 177, 178, 179, 180, 182, 187, 191, 192, 193, 250, 314
Estratégia 9, 11, 31, 34, 38, 39, 64, 69, 72, 81, 82, 85, 86, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 109, 125, 204, 253, 265, 270, 280, 287, 288, 297, 298
Estudos de validação 136

F

Finanças 19, 105, 123, 124, 127, 131, 134, 135, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 182, 191, 192, 193, 194, 245, 286, 287, 289, 290, 294, 297, 300, 335, 343
Finanças comportamentais 173, 174, 176, 177, 178, 182, 191, 192, 193, 194
Forças competitivas 84, 96

G

Geração Z 44, 45, 46, 48, 49, 53, 54
Gestão escolar 1, 2, 3, 4, 6, 11

I

Índice de Validade de Conteúdo 136, 138, 139, 140
Influência 17, 37, 47, 59, 84, 107, 154, 158, 160, 161, 165, 166, 167, 170, 182, 202, 272
Informalidade 21, 113, 145, 156, 157, 264, 269
Inovação aberta 246, 247, 250

L

Liderança 47, 71, 85, 86, 158, 159, 160, 161, 162, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 170, 171, 209

M

Mercado 17, 18, 19, 23, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 34, 37, 38, 39, 40, 41, 59, 63, 65, 71, 72, 83, 86, 92, 100, 102, 103, 105, 106, 111, 114, 116, 119, 120, 126, 143, 145, 146, 147, 149, 153, 174, 175, 176, 177, 179, 181, 192, 193, 194, 195, 196, 197, 198, 199, 201, 203, 204, 205, 208, 209, 210, 211, 213, 216, 222, 228, 246, 247, 250, 251, 252, 253, 254, 258, 259, 261, 264, 265, 266, 268, 270, 278, 289, 290, 291, 300, 311, 340
Microempresas 145, 146, 148, 149, 150, 250
Móveis 82, 83, 84, 86, 87, 88, 96, 97
Mudança 99, 100, 158, 160, 161, 168, 170, 182, 249, 305, 306, 308, 315

N

Necessidade 1, 3, 4, 16, 27, 28, 29, 31, 39, 40, 46, 47, 59, 63, 65, 69, 72, 80, 93, 102, 105, 127, 140, 147, 190, 195, 196, 197, 198, 199, 202, 203, 204, 211, 230, 232, 238, 249, 267, 271, 277, 299, 301, 304, 305, 314, 315, 316, 318, 321, 325, 332, 333, 337, 340, 341, 344

O

Oportunidade 2, 27, 28, 29, 42, 51, 59, 99, 100, 106, 137, 147, 150, 162, 195, 197, 198, 200, 202, 203, 204, 206, 255, 256, 258, 309

P

Perfil 4, 7, 9, 11, 24, 45, 46, 50, 53, 54, 55, 78, 80, 105, 106, 109, 113, 157, 158, 159, 161, 166, 167, 170, 171, 182, 187, 204, 206, 215, 219

Política industrial 56, 57, 59, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 72, 73, 74

Porter 82, 83, 84, 85, 86, 88, 89, 92, 96, 97, 122, 150, 157

Produtor rural 75

Propriedade intelectual 56, 62, 71, 72, 73, 245

R

Redes 13, 14, 17, 18, 19, 21, 22, 35, 48, 52, 59, 105, 108, 115, 218, 226, 246, 251, 262, 263, 264, 265, 266, 267, 268, 269, 270, 271, 272, 273, 274

Redes de cooperação 262, 263, 264, 266, 267, 268, 270, 272, 273

S

Startup 25, 26, 27, 29, 30, 33, 34, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 173, 174, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 187, 189, 190, 191, 245, 246, 253, 255, 256, 257, 258, 259, 260, 261

T

Tech venture capital 173, 174, 175, 191

Técnicas de análise de investimentos 220, 232, 233, 238, 240

Teoria da ancoragem 173

Teoria de representatividade 173

Teoria dos prospectos 173, 193

Tomada de decisão 5, 6, 52, 173, 174, 175, 176, 177, 191, 234, 275, 277, 278, 281, 282, 283, 284, 285, 286, 287, 290, 294, 298, 299

Turbulência 195, 198, 204

V

Venture capitalist 173, 174, 175, 176, 182, 191

Viabilidade econômica 220, 222, 243

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-7247-774-1



9 788572 477741