



UNIVERSIDADE FEDERAL DO TOCANTINS
CAMPUS UNIVERSITÁRIO DE ARAGUAÍNA
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM LOGÍSTICA

THAUENE ARAÚJO DA PENHA

PROPENSÃO EMPREENDEDORA: estudo comparativo com participantes e não participantes de Empresas Juniores

**ARAGUAÍNA
2021**

THAUENE ARAÚJO DA PENHA

PROPENSÃO EMPREENDEDORA: estudo comparativo com participantes e não participantes de Empresas Juniores

Trabalho de Conclusão de Curso, na modalidade de artigo, apresentado à Universidade Federal do Tocantins (UFT) - Campus Universitário de Araguaína para a obtenção do título de Tecnólogo em Logística, sob a orientação do Professor Dr. Warton da Silva Souza.

**ARAGUAÍNA
2021**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Tocantins

P399p Penha, Thauene Araújo da.
 Propensão Empreendedora: estudo comparativo com participantes
 e não participantes de Empresas Juniores . / Thauene Araújo da
 Penha. – Araguaína, TO, 2021.
 20 f.

 Artigo de Graduação - Universidade Federal do Tocantins –
 Câmpus Universitário de Araguaína - Curso de Logística, 2021.
 Orientador: Warton da Silva Souza

 1. Empreendedorismo. 2. Educação empreendedora. 3. Empresa
 Júnior. 4. Propensão empreendedora. I. Título

CDD 658.5

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS – A reprodução total ou parcial, de
qualquer forma ou por qualquer meio deste documento é autorizado desde que
citada a fonte. A violação dos direitos do autor (Lei nº 9.610/98) é crime
estabelecido pelo artigo 184 do Código Penal.

**Elaborado pelo sistema de geração automática de ficha catalográfica da
UFT com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).**

THAUENE ARAÚJO DA PENHA

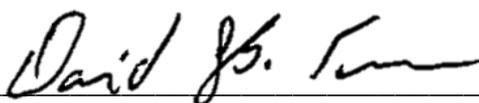
PROPENSÃO EMPREENDEDORA: estudo comparativo com participantes e não participantes de Empresas Juniores

Trabalho de Conclusão de Curso, na modalidade de artigo, apresentado à Universidade Federal do Tocantins (UFT), Campus Universitário de Araguaína para a obtenção título de Tecnólogo em Logística, e aprovado em sua forma final pelo orientador e pela Banca Examinadora.

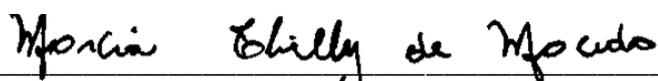
Data da aprovação: 14/04/2021

Banca examinadora:

Orientador: Prof. Dr. Warton da Silva Souza - Universidade Federal do Tocantins (UFT)



Membro: Prof. Dr. David Gabriel de Barros Franco - Universidade Federal do Tocantins (UFT)



Membro: Prof. Ma. Marcia Thiely de Macedo - Universidade Federal do Tocantins (UFT)

Sumário

1 INTRODUÇÃO	6
2. REFERENCIAL TEÓRICO	7
2.1 Empreendedorismo	7
2.2 Educação empreendedora.....	8
2.3 Empresa Júnior.....	9
2.4 Propensão empreendedora	10
2.4.1 Autorrealização	11
2.4.2 Líder.....	11
2.4.3 Planejador.....	11
2.4.4 Inovador	12
2.4.5 Assume riscos.....	12
2.4.6 Sociável.....	12
3. METODOLOGIA	13
3.1 Participantes.....	13
3.2 Análise dos dados	14
4. RESULTADOS E DISCUSSÕES	14
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	16
REFERÊNCIAS	17

PROPENSÃO EMPREENDEDORA: estudo comparativo com participantes e não participantes de Empresas Juniores

Thauene Araújo da Penha¹
Warton da Silva Souza²

RESUMO

O objetivo desta pesquisa é verificar se a participação em Empresas Juniores contribui para a propensão empreendedora dos alunos que a compõem, analisando a partir dos seis fatores relacionados as características atitudinais de um empreendedor determinadas por Schmidt e Bohnenberger. O método *survey* foi o utilizado neste estudo. A amostra da pesquisa incluiu 18 estudantes que participam ou participaram do programa de Empresa Júnior e 24 estudantes que não participam. Quando os dois grupos foram comparados, os resultados da pesquisa mostraram que a média do comportamento empreendedor dos alunos integrantes de Empresa Júnior foi superior em todas as hipóteses testadas, que são: autorrealização, líder, planejador, inovador, assume riscos e sociável. Além disso, em comparação com os alunos que não participam de empresas juniores, os integrantes de Empresa Júnior mostraram maior interesse em abrir um negócio. A possível implicação é que a experiência em Empresa Júnior contribui para a propensão empreendedora dos estudantes, através de atitudes empreendedoras e o interesse em iniciar um novo negócio.

Palavras chaves: Empreendedorismo; Propensão Empreendedora; Empresa Júnior.

ABSTRACT

The objective of this research is to verify whether participation in Junior Enterprises contributes to the entrepreneurial propensity of the students that compose it, analyzing the six factors related to the attitudinal characteristics of an entrepreneur determined by Schmidt and Bohnenberger. The survey method was the one used in this study. The research sample included 18 students who participate or have participated in the Junior Enterprise program and 24 students who do not. When the two groups were compared, the results of the research showed that the average entrepreneurial behavior of the students who were members of Junior Enterprise was higher in all the hypotheses tested, which are: self-fulfillment, leader, planner, innovator, risk-taker, and sociable. In addition, compared to students who do not participate in Junior Enterprises, Junior Enterprise members showed greater interest in starting a company. The possible implication is that Junior Enterprise experience contributes to students' entrepreneurial propensity through entrepreneurial attitudes and interest in starting a new business.

Keywords: Entrepreneurship; Entrepreneurial Propensity; Junior Enterprise.

¹ Aluna do Curso de Logística da UFT. Contato: thauenearaujo@gmail.com

² Professor Orientador. Contato: wartonsilva@uft.edu.br

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é um tema que tem sido explorado em diversos estudos devido ao reconhecimento do papel do empreendedor e seus impactos no desenvolvimento econômico, bem como os fatores que influenciam a propensão ao empreendedorismo (BYGRAVE, 2003). Este papel está relacionado com as características peculiares deste fenômeno, que se trata da criação de novos negócios por sujeitos empreendedores (DEGEN, 2009; HISRICH, PETERS, & SHEPHERD, 2009; MARTES, 2010).

No contexto da atual mudança e progresso tecnológico, a estrutura do emprego mudou, surgindo novas ocupações, qualificações, carreiras, e novas competências precisam ser desenvolvidas a partir do sistema educacional. Essas habilidades precisam proporcionar esse ambiente de desenvolvimento, e as Instituições de Ensino Superior têm o papel de disseminar a cultura empreendedora (SOUZA *et al.* 2006). Para Souza (2001), desenvolver uma imagem empreendedora é o processo de capacitar o aluno a criar, liderar e implementar novos planos de vida. Conforme apontado por Aiub (2002), a educação para o empreendedorismo proporciona aos alunos um espaço para estimular o desenvolvimento de suas competências.

Machado e Carvalho (2001) discutiram a importância das Instituições de Ensino Superior na formação do empreendedor. Para eles, utilizando a metodologia ideal e fortalecendo a reflexão em equipe, por meio da convivência de alunos com empresas, o empreendedorismo pode ser verificado na atuação de Empresas Juniores. Essas empresas são consideradas organizações sem fins lucrativos compostas por alunos de graduação que têm por objetivo aliar a teoria à prática (BRASIL JÚNIOR, 2008). Nessas organizações, os alunos podem ter experiência em gestão de empresas antes de deixar a IES.

Desse modo, procura-se responder a seguinte questão: a experiência em Empresas Juniores contribui para a criação de propensão empreendedora em seus participantes?

O objetivo é verificar se a participação em Empresas Juniores contribui para a propensão empreendedora dos alunos que a constituem por meio do desenvolvimento de características comportamentais relacionadas ao empreendedorismo. Para isso, será testada seis hipóteses: participantes de empresas juniores possuem maior

autorrealização que aqueles que não participam; participantes de empresas juniores possuem maior espírito de liderança que aqueles que não participam; participantes de empresas juniores possuem maior planejamento que aqueles que não participam; participantes de empresas juniores são mais inovadores que aqueles que não participam; participantes de empresas juniores assumem mais riscos que aqueles que não participam; participantes de empresas juniores são mais sociáveis que aqueles que não participam.

Para tanto, será aplicado um estudo composto por dois grupos de graduandos, um grupo de alunos que participam ou participaram de Empresas Juniores e o outro grupo de alunos que não vivenciaram a mesma experiência. Para alcançar o objetivo deste trabalho, foi utilizada uma escala de medição do perfil empreendedor desenvolvida e validada por Schmidt e Bohnenberger (2009).

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Empreendedorismo

O conceito mais popular sobre empreendedorismo é o proposto pelo economista Joseph Schumpeter (1982), que argumentou que empreendedores são aqueles que desenvolvem novas formas de gerar novos mercados, novos produtos, novos serviços e novos métodos de produção e distribuição, em outras palavras, empreendedores são aqueles que fornecem soluções para problemas não resolvidos.

Kwasnicka (1995) sintetiza o empreendedorismo como um processo em que um indivíduo cria, dirige, mantém, opera e controla um empreendimento buscando obter resultados específicos, desenvolvendo ou adquirindo competências que levem à geração de valor para clientes, funcionários e acionistas.

De acordo com Maximiano (2004), o empreendedorismo estabelece os seguintes pressupostos: incentivo à iniciativa, responsabilidade e tomada de decisão; rejeição do fracasso e insucesso; flexibilidade no uso de recursos e tempo organizacionais; formação de equipes multifuncionais capazes de descobrir oportunidades no ambiente; capacidade de explorar e transformar essas oportunidades em empreendimentos reais.

2.2 Educação empreendedora

As mudanças dinâmicas no mundo e no mercado de trabalho têm exigido dos indivíduos características e competências que antes não eram exigidas e que, hoje, precisam ser desenvolvidas para o desempenho que as organizações buscam (OLIVEIRA, MELO E MUYLDER, 2016). Desse modo, observa-se a importância da educação empreendedora nos planos de estudos de diversos cursos.

Para Andrade e Torkomian (2001), a educação empreendedora é um processo de desenvolvimento humano no campo da “identificação e valorização de oportunidades e sua posterior transformação em realidade, contribuindo assim para a geração de valores econômicos, sociais e culturais pela sociedade em que o ser humano está inserido”.

Para os autores, a educação para o empreendedorismo pode ser realizada em diferentes formas ou etapas, a saber: atividades isoladas, incluindo ações informais exigidas por alunos ou professores, tais como informação sobre a criação de empresas e tendências de mercado; disciplinas eletivas específicas ou disciplinas obrigatórias, constituem ações formais no âmbito do curso, com o objetivo de serem incluídas na formação para o empreendedorismo; a criação de uma cultura empreendedora nas disciplinas do curso de graduação, que inclui nortear as atividades realizadas em cada disciplina do curso para desenhar uma cultura que possa apoiar e estimular o espírito empreendedor dos alunos; e o centro de empreendedorismo, caracteriza-se pelo elevado nível de participação da instituição, estimulando a cultura empreendedora através da criação de incubadoras de empresas, Empresa Junior e outras ações, construindo pontes entre universidades e empresas, proporcionando experiência e enriquecimento de vivência para os alunos (ANDRADE; TORKOMIAN, 2001).

De acordo com Souza *et al.* (2006) desenvolver o perfil empreendedor no aluno é capacitá-lo a criar, liderar e realizar o processo criativo, proporcionando a oportunidade de desenvolver novos planos de vida, trabalho, estudo e negócios, transformando-se assim no ator responsável por seu desenvolvimento pessoal, bem como por sua organização.

Incorporado nas Instituições de Ensino Superior, o empreendedorismo fornece a expectativa de mudança no sistema de educação e formação de empreendedores. Um estudo realizado por Cheung *et al.* (2012) sobre a educação empreendedora,

mostrou que a experiência de administrar uma pequena empresa dentro de uma instituição de ensino, em Hong Kong, aumentou o número de partes interessadas para se tornar empreendedores. Outra descoberta desta mesma pesquisa apresentou que, após a experiência prática a possibilidade de empreender foi fortalecida como uma alternativa de trabalho caso os participantes ficassem desempregados no futuro. Portanto, compreender os desafios da educação empreendedora e a importância de desenvolver comportamentos empresariais e a aliança entre a teoria e a prática consistente na experiência de gestão de negócios, as Empresas Juniores são exemplos de programas de educação empreendedora vinculadas a Instituições de Ensino Superior.

2.3 Empresa Júnior

Segundo a Brasil Júnior (2007), Federação Brasileira das Empresas Juniores, uma Empresa Júnior é composta por alunos colaboradores com entidades, sem fins lucrativos matriculados em cursos universitários de Instituições de Ensino Superior e organizados na sociedade civil. O objetivo é desenvolver projetos e serviços que contribuam para o desenvolvimento do país e formar profissionais qualificados e dedicados a este fim.

No Brasil, o movimento foi fundado em 1987, pelo então presidente da Câmara de Comércio Franco-Brasileira, Sr. João Carlos Chaves, que convidou jovens empreendedores dedicados em formar a primeira Empresa Junior. Assim nasceram as duas primeiras Empresas Juniores no Brasil: FGV Empresa Júnior da Fundação Getúlio Vargas e Júnior FAAP da Fundação Armando Álvares Penteado (BRASIL JÚNIOR, 2013).

Zillioto e Berti (2012) acreditam que, vivenciando o mercado de trabalho e lançando projetos, os alunos desenvolvem o empreendedorismo e proporciona-lhes uma formação profissional mais qualificada para encarar desafios diários.

Compreendendo a importância da vivência prática do empreendedorismo como um método de ensino envolvente, Lopes *et al.* (2007) defendem que as Empresas Juniores podem ter uma experiência de trabalho mais rica em aprendizagem. Isso ocorre porque as Empresas Juniores exigem que seus membros assumam responsabilidades maiores e criem oportunidades mais enérgicas para o

desenvolvimento do empreendedorismo, liderança, visão holística, trabalho em equipe e habilidades interpessoais.

2.4 Propensão empreendedora

Ao estudar sobre empreendedorismo, é possível descobrir fatores ou características que influenciam o comportamento empreendedor. O perfil empreendedor está ligado a uma série de características pessoais, que estão associadas a maior probabilidade de sucesso na ação empreendedora. A Propensão Empreendedora refere-se a um conjunto de características apresentadas no desempenho de empreendedores de sucesso (ROBINSON *ET AL.* 1991).

Pardini e Santos (2010) afirmam que para atingir esse objetivo é preciso aprender a ser e conviver. O conhecimento é a base do perfil empreendedor. Além disso, os empreendedores também precisam entender aspectos como ousadia, assertividade, autoconfiança, liderança, criatividade, satisfação pessoal entre outras. Essas são características essenciais no processo de aprendizagem e, hoje, estas representam um grande desafio para a formação do empreendedor nos cursos de graduação.

De acordo com estudos realizados por Bernadette e Travaglione (2003), os empreendedores possuem algumas características em comum, tais como: propensão a assumir riscos, criatividade, perseverança, consciência, prontidão para enfrentar as incertezas, capacidade de inovação, adaptabilidade, resiliência, conhecimento de mercado e capacidade de lidar com adversidades.

Para tanto, Schmidt e Bohnenberger (2009) realizaram um estudo com o intuito de desenvolver uma ferramenta de pesquisa que pudesse verificar o impacto do perfil empreendedor no desempenho organizacional. Esses autores listaram oito variáveis em suas pesquisas que distinguem os empreendedores em suas características atitudinais, são elas: 1 - auto eficaz (AE); 2 - assume riscos calculados (AR); 3 - planejador (PL); 4 - detecta oportunidades (DO); 5 - persistente (PE); 6 - sociável (SO); 7 - inovador (IN); e 8 - líder (LI). Com base na literatura, descobriram que auto eficácia, detecção de oportunidades e persistência, juntas, constituem o conceito de autorrealização. Percebe-se que as características agem de forma complementar, a seguir a descrição dos seis fatores definidos por Schmidt e Bohnenberger.

2.4.1 Autorrealização

A autorrealização é a necessidade de crescimento, isso revela a tendência do ser humano em realizar todo o seu potencial, isso pode ser expresso como um desejo pessoal de sempre se tornar maior do que si mesmo e de se tornar tudo o que ele mesmo pode ser (MASLOW, 1954). Conforme Hersey e Blanchard (1996), “autorrealização é a necessidade que as pessoas sentem de maximizar seu próprio potencial”, sendo assim, autorrealização está relacionada ao senso de autonomia, independência, autocontrole, habilidade e plena compreensão de que todos têm potencial.

Filion (1999) acredita que a relação direta entre a realização do empreendedor e o sucesso da empresa dependerá, em primeiro lugar, dos valores sociais que predominam onde se encontra o empreendedor. Em outras palavras, a necessidade de realização do indivíduo o levará a estabelecer um novo empreendimento, se os valores sociais enfatizam o sucesso de um negócio.

2.4.2 Líder

Líder é uma pessoa que a partir de um objetivo próprio, influencia outras pessoas a adotarem, de forma voluntária, o mesmo objetivo (SCHMIDT E BOHNENBERGER, 2009).

Segundo Markman & Baron (2003) uma vez que os empreendedores reconhecem a importância do contato face a face com os outros indivíduos, os mesmos agirão de forma rápida e ativa. Dornelas (2001) considera a liderança como a principal característica do sucesso dos empreendedores. Segundo o autor, os empreendedores possuem habilidades de liderança que superam os padrões, assim formam equipes onde são respeitados e queridos, sabem gerenciar, avaliar, motivar e recompensar, estabelecendo assim a lealdade, que faz da equipe um time.

2.4.3 Planejador

De acordo Filion (2000) os empreendedores não apenas definem a situação, mas também concebem uma visão sobre os objetivos que desejam alcançar. Sua principal tarefa parece ser imaginar e definir o que querem fazer e, quase sempre,

como irão fazer. Os empreendedores são pessoas que fazem as coisas acontecerem, preveem os fatos e têm uma visão futura da organização (DORNELAS, 2001).

2.4.4 Inovador

A capacidade de inovação, segundo descreve Schumpeter (1982), está relativamente ligada ao empreendedor. Os empreendedores são os catalisadores da mudança, indivíduos de pensamento e ação, ajudando a descobrir novas oportunidades de negócios (SCHUMPETER, 1982). Da mesma forma, para Marvel e Lumpkin (2007), uma das principais características dos empreendedores é a capacidade de inovar.

2.4.5 Assume riscos

Indivíduos que precisam confiar na certeza, é absolutamente impossível se tornar um bom empresário (DRUCKER, 1986). Segundo Lumpkin e Dess (1996), os empreendedores costumam apresentar características de admissão de risco, como alto endividamento ou utilização de recursos na perspectiva de obtenção de altos retornos na exploração de novos empreendimentos.

Por sua vez, a disposição para correr riscos é um comportamento que envolve aspectos afetivos como, ambição, perseverança, insistência, paciência, otimismo, ousadia, coragem e não aceitar o fracasso (NASSIF; GHOBIL; SILVA, 2010). Desse modo, Moraes, Hashimoto e Albertini (2013) impõem ressalvas ao comportamento empreendedor que está disposto a assumir riscos, que é justamente a aplicabilidade calculável do risco, ou seja, assumir riscos calculados.

2.4.6 Sociável

Nos últimos anos, Santos (2008) destacou que o empreendedor estabelece redes de relações formais e informais para atingir seus objetivos pessoais e empresariais. Por isso, segundo Schmidt e Bohnenberger (2009), um empreendedor é, ou torna-se, em sua essência, uma pessoa sociável e/ou extrovertida.

Kristiansen e Indarti (2004) na perspectiva de sistemas e gestão revelaram que os empreendedores são inseridos nas redes sociais para encontrar parceiros e aliados

estratégicos. Nassif, Ghobril e Silva (2010) apontam que as habilidades de comunicação são as características básicas dos empreendedores para estabelecer parcerias.

Diante dos conceitos apresentados e discutidos, propõe-se as seguintes hipóteses:

H1 – Participantes de empresas juniores possuem maior autorrealização que aqueles que não participam;

H2 – Participantes de empresas juniores possuem maior espírito de liderança que aqueles que não participam;

H3 – Participantes de empresas juniores possuem maior planejamento que aqueles que não participam;

H4 – Participantes de empresas juniores são mais inovadores que aqueles que não participam;

H5 – Participantes de empresas juniores assumem mais riscos que aqueles que não participam;

H6 – Participantes de empresas juniores são mais sociáveis que aqueles que não participam.

3. METODOLOGIA

3.1 Participantes

Considerando-se que foram utilizadas apenas análises de estatísticas descritivas e comparação de médias, atendeu-se aos critérios recomendados por Hair, Anderson, Tatham e Black (2005) e Tabachnick e Fidell (2001). Nesta pesquisa foram coletados dados junto aos alunos participantes e não participantes de Empresas Juniores. Os mesmos participaram do estudo respondendo ao questionário de autopreenchimento, por meio de uma escala Likert de cinco pontos que variava do discordo totalmente (1) até o concordo totalmente (5). O total de participantes foram 42 alunos, sendo 18 os que participam\participaram de Empresas Juniores, e 24 alunos que nunca participaram de Empresas Juniores. Do total da amostra 54,8% são homens e 45,2% mulheres.

No que diz respeito à intenção de iniciar um negócio próprio, observa-se que os alunos participantes de Empresa Júnior apresentaram média superior ao alunos que não participam ($M_{(sim)}=8$, $dp=2,49$; $M_{(não)}=7,33$, $dp=2,42$).

3.2 Análise dos dados

Os dados coletados, todos representados por indicadores numéricos, formaram um banco de dados para tratamento no software estatístico *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS), versão 22.0. Foi realizada, a priori, uma análise exploratória dos dados para verificar a precisão de entrada de dados, *outliers* e respostas omissas. Após a exploração, foi realizada uma análise descritiva para caracterizar os participantes. Após a exploração dos dados, a ferramenta de análise estatística (Teste *t de student*) foi utilizada para comparar as médias dos fatores de propensão empreendedora entre o grupo que participam/participaram das empresas juniores e o grupo que não participam de Empresas Juniores. A seguir estão apresentados os resultados obtidos, suas explicações e discussões baseadas na literatura.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Os resultados obtidos com as comparações de médias dos fatores da propensão empreendedora entre participantes e não participantes de Empresas Juniores estão apresentados na Tabela 1 a seguir.

Tabela 1: Comparação das médias dos fatores da propensão empreendedora entre participantes e não participantes de Empresas Juniores

FATOR DE PROPENSÃO	PARTICIPANTE	N	Média	Desvio Padrão	Test <i>t</i>	sig.
AUTORREALIZAÇÃO	NÃO	24	3,07	0,90	-3,570	0,001
	SIM	18	3,97	0,66		
LIDER	NÃO	24	3,31	1,01	-3,110	0,003
	SIM	18	4,13	0,57		
PLANEJADOR	NÃO	24	3,29	0,87	-3,157	0,003
	SIM	18	4,04	0,56		

INOVADOR	NÃO	24	3,23	1,08	-2,777	0,008
	SIM	18	4,05	0,74		
ASSUME RISCOS	NÃO	24	2,96	0,64	-3,401	0,002
	SIM	18	3,69	0,76		
SOCIÁVEL	NÃO	24	3,24	1,26	-5,684	0,000
	SIM	18	4,28	0,98		

Fonte: dados da pesquisa

Em relação ao fator autorrealização, os alunos que não participam de Empresa Júnior apresentaram média inferior àqueles que participam/participaram ($M_{(n\grave{a}o)}=3,07$, $dp=0,90$; $M_{(sim)}=3,97$, $dp=0,66$; Test $t_{(40)}= -3,57$, $p<0,001$). Nesse sentido, pode-se observar que os participantes de Empresa Júnior possuem mais controle sobre os fatores relacionados a sua plena realização profissional, como também se consideram persistentes e encontram soluções criativas para problemas profissionais.

No que se refere ao fator líder, os não participantes de Empresa Júnior apresentaram média inferior àqueles que participam/participaram ($M_{(n\grave{a}o)}=3,31$, $dp=1,01$; $M_{(sim)}=4,13$, $dp=0,57$; Test $t_{(40)}= -3,11$, $p<0,003$). Nesse sentido, os participantes de Empresa Júnior disseram serem frequentemente escolhidos como líder em projetos ou atividades profissionais e possuem um bom plano na vida profissional.

No fator planejador, os alunos que não participam de Empresa Júnior apresentaram média inferior àqueles que participam/participaram ($M_{(n\grave{a}o)}=3,29$, $dp=0,87$; $M_{(sim)}=4,04$, $dp=0,56$; Test $t_{(40)}= -3,157$, $p<0,003$). Constatamos desta forma, que os participantes de Empresa Júnior planejam tudo o que fazem, procuram estudar a respeito de cada situação profissional que envolve algum tipo de risco, e possuem assuntos a respeito do trabalho sempre muito bem planejados.

Ao que se refere ao fator inovador, os participantes que não participam de Empresa Júnior apresentaram média inferior àqueles que participam/participaram ($M_{(n\grave{a}o)}=3,23$, $dp=1,08$; $M_{(sim)}=4,05$, $dp=0,74$; Test $t_{(40)}= -2,777$, $p<0,008$), mostrando assim que os participantes de Empresa Júnior preferem um trabalho repleto de novidades que uma rotineira e gostam de mudar a forma de trabalho sempre que possível. Uma explicação para este resultado é a autonomia de trabalho que os Empresários Juniores possuem em seu dia-a-dia, bem como o trabalho concentrado,

geralmente, mais em projetos do que em processos – atividades rotineiras. A oportunidade de interagir com novas situações é uma característica da Empresa Junior valorizada pelos seus componentes: “os jovens são descritos como ansiosos por novidades, desafios e pouco tolerantes ao cotidiano e procedimentos sempre iguais e rotineiros” (LEMOS, *et al.* 2012).

No fator assume riscos, os alunos que não participam de Empresa Junior apresentaram média inferior àqueles que participam/participaram ($M_{(n\tilde{a}o)}=2,96$, $dp=0,64$; $M_{(sim)}=3,69$, $dp=0,76$; Test $t_{(40)}= -3,401$, $p<0,002$), Estas médias podem ser resultantes de uma característica semelhante entre as Empresas Juniores que é o poder de opinião que os jovens participantes possuem, pois são eles que formam e gerenciam estas organizações. Com a experiência de gerenciar os participantes de Empresa Júnior assumiriam dívidas de longo prazo, acreditando nas vantagens que uma oportunidade de negócio o trariam.

Por fim, no fator sociável, os participantes que não participam de Empresa Junior apresentaram média inferior àqueles que participam/participaram ($M_{(n\tilde{a}o)}=3,24$, $dp=1,26$; $M_{(sim)}=4,28$, $dp=0,98$; Test $t_{(40)}= -5,684$, $p<0,000$). O resultado deste fator pode ser resultante da interação social obtida na experiência de gestão do empreendimento, no relacionamento com os demais membros participantes, clientes e parceiros, possuindo assim contatos de pessoas que poderiam o auxiliar profissionalmente, caso precisasse.

Com os resultados da média, observa-se que os alunos que participam/participaram de uma Empresa Júnior possuem médias superiores em todos os fatores referentes aos comportamentos atitudinais de um empreendedor.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Entendendo o crescimento do número de Empresas Juniores em nosso país, e o discurso de que essa experiência ajuda a formar profissionais qualificados, o objetivo desta pesquisa é verificar se a experiência em Empresa Júnior, desenvolve propensão empreendedora em seus participantes.

Conforme apurado no estudo, através da verificação quantitativa do valor médio nas hipóteses testadas: autorrealização, planejador, inovador, assume riscos, líder e sociável os alunos que participam ou participaram de Empresa Júnior apresentaram

variáveis de comportamento empreendedor superiores do que àqueles que não participam, o que mostra que a experiência em Empresa Júnior contribui na propensão empreendedora dos seus integrantes. Outra descoberta importante identificada foi que os alunos que participam ou participaram de empresas juniores apresentaram mais interesse em iniciar um negócio próprio do que os alunos que não participaram.

É importante frisar as limitações deste trabalho. Em primeiro lugar, deve-se observar que a pesquisa se limitou a estudantes de cinco Instituições de Ensino Superior localizadas no Estado do Tocantins, portanto, a generalização dos resultados não é recomendada. Em segundo lugar, devido ao questionário ter sido aplicado de forma online, não podemos controlar completamente a atenção dos participantes ao responderem as questões, podendo assim interferir nas respostas dada por eles.

Dessa forma, sugere-se o desenvolvimento de outras pesquisas a serem realizadas com egressos que abriram negócio próprio, comparando o perfil desse grupo com o dos estudantes pesquisados nesta pesquisa. Sugerimos que outros métodos estatísticos sejam testados.

Com base nas evidências deste estudo, concluímos que a vivência em Empresa Júnior é uma oportunidade de desenvolver características profissionais relevantes, que serão utilizadas independentemente da ocupação que o aluno escolher. Isso mostra que o aluno que participa do movimento Empresa Júnior, desenvolve características empreendedoras, enriquece sua graduação e inicia a carreira profissional com uma valiosa experiência de gestão e empreendedorismo.

REFERÊNCIAS

AIUB, G. W. **Inteligência empreendedora**: Uma proposta para capacitação de multiplicadores da cultura empreendedora. Dissertação de mestrado, Florianópolis, 2002.

ANDRADE, R. F.; TORKOMIAN, A. L. V. **Fatores de influência na estruturação de programas de educação empreendedora em Instituições de Ensino Superior**. Encontro De Estudos Sobre Empreendedorismo e Gestão De Pequenas Empresas - EGEPE, 2, 2001, Londrina.

BERNADETTE, C.; TRAVAGLIONE, A. (2003). *The Untold Story: Is the Entrepreneur of the 21st Century defined by Emotional Intelligence?* International Journal of Organizational Analysis, 2003, 11, 3, 221-228.

BRASIL JÚNIOR. **Conceito nacional de empresa júnior (CNEJ)**. 2007. Disponível em <<https://brasiljunior.org.br>>. Acesso em: 20 março 2021.

BRASIL JÚNIOR. **Confederação Brasileira de Empresas Juniores**. 2013. Disponível em: <<http://www.brasiljunior.org.br>>. Acesso em: 20 de março 2021.

_____. **DNA Jr Empresa Júnior**. Sistema Brasil Jr - 2008 – Arquivos. Disponível em: <<https://brasiljunior.org.br>>. Acesso em: 02 abril 2021.

BYGRAVE, W. D. The entrepreneurial process. In: W.D. BYGRAVE AND A. ZACHARAKIS (EDS.), **The Portable MBA in Entrepreneurship**, 3rd ed, New York: John Wiley and Sons, 2003.

CHEUNG, Chi-Kim; AU, E. *Running a small business by students in a secondary school: its impact on learning about entrepreneurship*. *Journal of Entrepreneurship Education*, v. 13, p. 45-63, 2012.

DEGEN, R. J. **O empreendedor: empreender como opção de carreira**. São Paulo: Pearson Prentice Hall. 2009.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo, transformando ideias em negócios**. São Paulo: Campus. 2001.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor**. São Paulo: Pioneira.1986.

FILION, L. J. Empreendedorismo e gerenciamento: processos distintos, porém complementares. **Revista de Administração da Universidade de São Paulo**. 2000.

_____. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **RAUSP**, São Paulo, abril/junho, 1999.

HAIR, J. F.; ANDERSON, R.E.; TATHAM, R.L.; BLACK, W. **Análise multivariada de dados**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

HERSEY, Paul; BLANCHARD, Kenneth H. **Psicologia para Administradores: a teoria e as técnicas da liderança situacional**. São Paulo: EPU, 1996.

HISRICH, R. D., PETERS, M. P., & SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo** (7a ed.). Porto Alegre: Bookman. 2009.

KRISTIANSEN, S.; INDARTI, N. *Entrepreneurial intention among Indonesian and Norwegian students*. *Journal of Enterprising Culture*, Toronto, v. 12, n. 1, p. 55-78, 2004.

KWASNICKA, E. L. **Introdução à administração**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1995.

LEMONS, A. H. C.; COSTA, A. M.; VIANA, M. D. A. Empregabilidade e inserção profissional: expectativas e valores dos participantes de empresas juniores. **Revista do Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 6, n. 1, p. 91-104, 2012.

LOPES, M.C.; LOPES, P.C.; LIMA, Z.A.A. **Contribuição da Empresa Junior de Administração no Brasil**. Revista ANGRAD, v.8, n.1, 2007.

LUMPKIN, G.; DESS, G. G. Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy Management Review*, 135–172.1996.

MACHADO, E. C. e CARVALHO, H. G. **Mecanismos de Estímulo ao Empreendedorismo aos Alunos de Engenharia.** In: Empreendedorismo: competência essencial para pequenas e médias empresas. Anais... Brasília: Anprotec, 2001.

MARKMAN, G. D., & BARON, R. A. Person-entrepreneurship fit: why some people are more successful as entrepreneurs than others. *Human Resource Management Review*, 13(2), 281-301.2003.

MARTES, A. C. B. **Weber e Schumpeter:** a ação econômica do empreendedor. *Revista de Economia Política*, 30(2), 254-270, 2010.

MASLOW, ABRAHAM H. *Motivación y Personalidad.* Barcelona: Sagitário, 1954.

MARVEL, M. R.; LUMPKIN, G. T. *Entrepreneurs Human Capital and Its Effects on Innovation Radicalness.* *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 807–828. 2007.

MAXIMIANO, A.C.A. **Introdução à administração.** 6. ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 2004.

MORAES, M. J.; HASHIMOTO, M.; ALBERTINE, T. Z. **Perfil empreendedor:** estudo sobre características empreendedoras de motoristas funcionários e autônomos do transporte rodoviário de cargas. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, Curitiba, v. 2, n. 1, p. 132-157, 2013.

NASSIF, V. M. J.; GHOBRI, A. N.; SILVA, N. S. *Understanding the entrepreneurial process: a dynamic approach.* *Brazilian Administration Review*, Rio de Janeiro, v. 7, n. 2, p. 213-226, 2010.

OLIVEIRA, A.G.M.; MELO, M.C.O.L., MUYLDER, C.F. **Educação empreendedora:** o desenvolvimento do empreendedorismo e inovação social em instituições de ensino superior. *Revista Administração em diálogo*. V.18, n.1, JAN/FEV/MAR/ABR, p.29-56. 2016.

PARDINI, D. J., & SANTOS, R. V. Empreendedorismo e interdisciplinaridade: uma proposta metodológica no ensino de graduação. **Revista de Administração FEAD**, 5(1/2). 2010.

ROBINSON, P. B.; STIMPSON, D. V.; HUEFNER, J. C.; HUNT, K. *An Attitude Approach to the Prediction of Entrepreneurship.* *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15, 4, 13–31. 1991.

SANTOS, P. C. F. **Uma escala para identificar potencial empreendedor.** Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC, Brasil, 2008.

SOUZA, E. C. L. de. **A disseminação da cultura empreendedora e a mudança na relação universidade-empresa.** Empreendedorismo: competência essencial para pequenas e médias empresas. Brasília, DF: ANPROTEC, 2001.

_____ *et al.* **Métodos, técnicas e recursos didáticos de ensino do empreendedorismo em IES brasileiras.** São Paulo: Atlas, 2006.

SCHMIDT, S; BOHNENBERGER, M. C. Perfil empreendedor e desempenho organizacional. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 13, n. 3, p. 459-467, 2009.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico.** São Paulo: Abril Cultural, 1982.

TABACHNICK, B.; FIDELL, L. S. *Using multivariate statistics.* 3 ed. New York: Harper Collins, 2001.

ZILLIOTO, D. M.; BERTI, A. R. **A aprendizagem do aluno inserido em empresa júnior.** Revista Conexão, Novo Hamburgo, v.8, n.2, p. 210-217, 2012.