

Questões contemporâneas - 02



imagem retirada de : commons.wikimedia.org

O PERFIL EMPREENDEDOR DO ESTUDANTE DO CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS DA UEPB

Allan Carlos Alves

Doutorando em Ciências da Administração pela Universidade do Minho em Portugal. Mestre em Administração pela Universidade Federal da Paraíba – UFPB (2007). Professor da Universidade Estadual da Paraíba – UEPB. E-mail: allan@ccsa.uepb.edu.br.

Letícia Maria Belarmino Gonçalves

Graduada em Ciências Contábeis pela UEPB (2015).

Vânia Vilma Teixeira Nunes

Mestre pelo Programa de Mestrado da FECAP – Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado (2015). Possui graduação em Ciências Contábeis pela UEPB (1998). Professora da UEPB.

Lucia Silva Albuquerque

Mestrado em Programa de Pós-graduação Multi-institucional e Inter-Regional pela UFPB (2007). Possui graduação em Ciências Contábeis pela UEPB (1998). Professora da UEPB.

Resumo: Observa-se que o empreendedorismo tem tido uma importância cada vez mais crescente no mundo, em virtude das inúmeras mudanças que vêm ocorrendo, principalmente nas relações de trabalho. Vários países têm realizado ações no sentido de incluir o ensino de empreendedorismo em suas estruturas curriculares da educação. Nesse sentido, o objetivo deste estudo foi identificar o perfil e a intenção empreendedora de alunos de ciências contábeis da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), Campus I. Para tanto, realizou-se um *survey*, no qual foram entrevistados 301 alunos em diferentes turnos de aula, por meio da utilização da escala de medição do perfil empreendedor validada por Schmidt e Bohnenberger (2009). Utilizou-se de uma escala em formato Likert composta de 22 itens. Para análise dos dados, utilizou-se técnicas estatísticas destacando a análise fatorial exploratória com o método de extração dos componentes principais e rotação ortogonal varimax, coeficiente de confiabilidade Alfa de Cronbach. Os resultados evidenciaram que os estudantes que participaram de atividades educacionais de formação em Empreendedorismo apresentaram alterações significativas no perfil empreendedor. As principais contribuições mostram crescimento nas dimensões *Autorrealização*, *Planejador*, *Inovador* e *Assume riscos* no perfil estudado.

Palavras-chave: Educação empreendedora. Empreendedorismo. Perfil empreendedor.

THE ENTREPRENEUR PROFILE OF STUDENT ACCOUNTING COURSE OF UEPB

Abstract: It is observed that entrepreneurship has had an ever increasing importance in the world, because of the numerous changes taking place, particularly in labor relations. Several countries have carried out actions to include entrepreneurship education in their curriculum structures of education. In this sense, the objective of this study was to identify the profile and entrepreneurial intentions of students in accounting sciences at the State University of Paraíba (UEPB), Campus I. To this end, we carried out a survey in which they interviewed 301 students in different shifts class. Through the use of entrepreneurial measuring scale validated by Schmidt and Bohnenberger (2009). It used a Likert scale format consists of 22 items. For data analysis, we used statistical techniques highlighting the exploratory factor analysis with the extraction method of the main components and varimax orthogonal rotation, alpha reliability coefficient of Cronbach. The results showed that students who participated in Entrepreneurship educational training activities showed significant changes in their entrepreneurial profiles. The main contributions showed growth in the *Self-realization, Planner, Innovative* and *Risks Assumed* dimensions.

Keywords: Entrepreneurial Education. Entrepreneurship. Entrepreneur profile.

Introdução

O empreendedorismo é um tema que vem sendo explorado em diversas pesquisas devido ao papel que desempenha na economia e no desenvolvimento de regiões e países. Este papel está associado a uma característica peculiar desse fenômeno, que se trata da criação de novos negócios por sujeitos empreendedores (DEGEN, 2009; HISRICH, PETERS, & SHEPHERD, 2009; MARTES, 2010). Os empregos e a geração de renda criados a partir da abertura de novas empresas tornam o empreendedorismo um destacado fenômeno socioeconômico, o que desperta o interesse de governos e sociedades que buscam alternativas de políticas públicas com vistas a combater o desemprego e gerar crescimento econômico.

É nesse sentido que se discute neste artigo que, em muitas ocasiões, são adotadas práticas de ensino voltadas para a empregabilidade e o serviço especializado exigido nas grandes empresas, o que é fundamental para o desenvolvimento intelectual dos alunos.

Mas é preciso repensar o compasso entre a realidade do desenvolvimento brasileiro, as novas formas de produção e estruturação das empresas e o que, de fato, se está ensinando no banco das instituições de ensino superior brasileiras. Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2007), alia-se a esse ponto que a alta taxa de mortalidade de empresas registrada no Brasil é uma questão preocupante, no momento em que as relações de trabalho estão mudando e o emprego formal dá lugar a novas formas de geração de renda, sobretudo o trabalho autônomo e a abertura de novos negócios, tais como os empreendedores individuais e as empresas individuais de responsabilidade limitada.

Frente a esses fatos, admite-se o paradigma de que a tradição do ensino superior no Brasil é a de formar empregados e que essa metodologia de ensino tradicional não é adequada para a formação de empreendedores, uma vez que não estimula, nesses indivíduos, as características empreendedoras que os tornaria aptos a desenvolver sua carreira empresarial, notadamente porque ainda há uma percepção insuficiente da importância das pequenas e médias empresas no desenvolvimento econômico do país (SCHMIDT et al., 2005).

Segundo Niveiros, Almeida e Arenhardt (2008), o empreendedorismo tem com a contabilidade um elo fortíssimo, pois a formação de novos empreendedores e o sucesso dos mesmos estão diretamente ligados ao aumento do mercado de atuação contábil, que por sua vez exigirá profissionais contábeis cada vez mais hábeis a fornecer às empresas e consequentemente aos empreendedores ferramentas mais eficientes e eficazes que garantam a continuidade e sucesso dos empreendimentos. O contador da atualidade precisa também ser empreendedor, pronto para gerir um negócio, seja ao abrir um escritório de contabilidade que possa oferecer serviços de alta qualidade aos seus usuários ou auxiliando as empresas nas tomadas de decisões, ampliando desse modo seu mercado de atuação.

Isto torna o estudo do empreendedorismo relevante e oportuno, principalmente nos cursos superiores, formando profissionais com espírito empreendedor na busca da autorrealização profissional e aptos a contribuir com o desenvolvimento socioeconômico do país.

O presente estudo está baseado na metodologia proposta por Schmidt e Bohnenberger (2009), com um modelo de medição para o perfil e a intenção empreendedora, relacionando-os com o desempenho organizacional. Schmidt e Bohnenberger (2009) construíram e validaram um instrumento de medição, propondo um modelo estrutural para esta finalidade. Os resultados sugerem que o perfil empreendedor é construto multidimensional, composto por oito atributos: autoeficaz; assume riscos; planejador; detecta oportunidades; persistente; sociável; inovador; e líder. O objetivo deste trabalho é, portanto, identificar o perfil e a intenção empreendedora de alunos de ciências contábeis da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), Campus I.

Revisão da Literatura

Conceituação de Empreendedorismo



Antes de se iniciar a discussão do tema, é importante buscar sua origem e referencial ao longo da história. Segundo Cunha (2004), a palavra empreender, implehendere, tem origem no latim medieval, antes do século XV e significa tentar “empresa laboriosa e difícil”, ou ainda, “pôr em execução” (p. 293).

A definição que se propõe aqui pretende ser um denominador comum bastante abrangente, cobrindo um espectro tão amplo quanto possível. Reflete as principais teorias da literatura empreendedora. Vérin estudou o desenvolvimento do termo *entre-preneur* através da história. No século XII, a palavra “empreendedor” era associada a “aquele que incentivava brigas” (VÉRIN, 1982 apud FILION, 1999, p. 18). Já no século XVI, o termo descrevia uma pessoa que assumia responsabilidade e dirigia uma ação militar. Somente no final do século XVII e início do século XVIII o termo foi utilizado para referir-se à pessoa que criava e conduzia projetos ou empreendimentos (SCHMIDT, BOHNENBERGER, 2009).

Segundo Filion (1999, p.18), quando o termo ganhou seu significado atual, *entre-preur*, era usado para descrever uma pessoa que comprava matéria-prima (insumo), processava-a e vendia-a para outra pessoa. O *entre-preur* era, então, uma pessoa que havia identificado uma oportunidade de negócio e assumido o risco, decidido processar e revender matéria-prima. Dessa maneira, o elemento risco apareceu nas descrições da atividade empreendedora no início do século XVIII.

Segundo o Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2014, p. 7), o empreendedorismo pode ser considerado qualquer tentativa de criação de um novo empreendimento. Já Hisrich e Peters (2004, p. 29) conceituam o empreendedorismo como o processo de criação de uma atividade ou produto assumindo todos os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas do empreendimento.

Quanto ao termo empreendedor, Drucker (1987) afirma que o empreendedor é aquele que cria algo aproveitando as oportunidades que lhe surgem e que normalmente não são detectadas por outras pessoas, assumindo as incertezas e os riscos inerentes ao empreendimento. Para Stoner (1985), *entrepreneurship*¹ é um processo que combina recursos para produzir novos bens e serviços. Já para Timmons (1994, p. 41) o empreendedor é “[...]”

¹ *Empreendedorismo*. O empreendedorismo é o processo de concepção, lançamento e execução de um novo negócio, ou seja, uma empresa iniciante que oferece um produto, processo ou serviço. Foi definido como “[...] capacidade e disposição para desenvolver, organizar e gerenciar um risco de negócio, juntamente com qualquer um dos seus riscos, a fim de fazer um lucro”.

alguém capaz de identificar, agarrar e aproveitar uma oportunidade, buscando e gerenciando recursos para transformar a oportunidade em negócio de sucesso”.

Para Timmons (2004, p 41) o “empreendedor é alguém capaz de identificar, agarrar e aproveitar oportunidade, buscando e gerenciando recursos para transformar a oportunidade em negócio de sucesso”. De acordo com Filion (1999, p19), “o empreendedor imagina, desenvolve e realiza visões”. Já para Dolabela (2001, p97.), empreendedor é alguém que sonha e tenta transformar o seu sonho em realidade.

O empreendedor é, por natureza, um ser que sonha acordado e que, com isso, concebe como transformar uma ideia em uma realidade lucrativa. Resumidamente, o empreendedor é alguém que sabe combinar visão mais ação. Para Amit (2003), os empreendedores são indivíduos que identificam e criam oportunidades de negócios, montam e coordenam novas combinações de recursos (funções de produção) para extrair os maiores benefícios de suas inovações. Bringuenti et al. (1999, p. 207), apoiados na mesma linha de pensamento de Amit (2003), propõem a descrição genérica de empreendedor como “aqueles que perseguem o benefício, trabalham individual ou coletivamente e podem ser definidos como indivíduos que inovam e obtêm resultados de suas inovações em um meio incerto”

Tomando como base os conceitos acima apresentados, pode-se dizer que empreendedor é a pessoa que consegue enxergar algo que ainda não existe, transformando conhecimento, sonhos, criatividade e energia através do estabelecimento de metas para enfrentar riscos, e de competências para fazer as coisas acontecerem.

A Contabilidade e o Empreendedorismo

A ciência contábil está em fase de transformações, seguindo a própria dinâmica socioeconômica, que gera, segundo Figueiredo e Fabri (2000), a necessidade de se reavaliar os seus objetivos numa perspectiva mais ampla. Dessa forma, de acordo com as palavras de Figueiredo e Fabri (2000, p. 35), “muito do que hoje é aceito como contabilidade não era reconhecido há 50 anos, e, seguramente, daqui a 50 anos a contabilidade se modificará profundamente em relação ao que é hoje”.

Pode-se afirmar que a imagem do profissional contábil, segregado da realidade das empresas e preso à tarefa de registrar contabilmente os fatos ou de simplesmente fornecer informações para outros profissionais tomarem decisões, está ultrapassada. O profissional de hoje e do futuro em Contabilidade é aquele que faz parte da decisão, que auxilia os outros a

tomarem decisões, o que significa trabalhar conjuntamente com uma gama variada de outros profissionais (SERRA NEGRA, 2004, p.12).

Nesse contexto é que se destacam os profissionais das ciências contábeis como grandes incentivadores do empreendedorismo, por serem esses indivíduos capazes de estimular os empresários, com suas atribuições que estão relacionadas com planejamento, acompanhamento da execução e controles financeiros e operacionais na empresa, citados em diversas características empreendedoras. Nas palavras de Athayde e Martins (2010, p.10), “os contadores possuem uma posição estratégica para as empresas, no estímulo ao desenvolvimento empreendedor e consequente desenvolvimento econômico do país”.

No entanto, essa vocação ainda precisa ser despertada entre os contadores. Para que isto aconteça de fato, os próprios contadores precisam entender e desenvolver seu potencial empreendedor, para, na sequência, incentivar e estimular o desenvolvimento deste potencial nos empresários (ATHAYDE, MARTINS, 2010).

O Empreendedorismo nas Universidades

As universidades desempenham um papel importante no clima empresarial regional porque concentram grande número de institutos e centros de pesquisas que podem ser exploradas como fonte de conhecimento e inovação por novos empreendimentos (EDMONDSON, MCMANUS, 2007; SHANE, 2004).

Etzkowitz (2001) fala sobre revolução acadêmica destacando três fases importantes desse processo: a primeira é a pesquisa, a segunda é a educação/formação dos alunos e a terceira é o empreendedorismo nas universidades. Como se vê o empreendedorismo acadêmico tornou-se uma prioridade na formulação política das universidades, dos governos locais e do mercado, como destaca Potter e Storey (2007).

Mas para que as academias trabalhem efetivamente o empreendedorismo, é preciso que elas desenvolvam um conjunto significativo de evidências, ligado a atividade empreendedora, tais como: a competitividade econômica, geração de emprego, redução do desemprego, inovação e mobilidade econômica e social. Muitas universidades ao longo do mundo empregam uma combinação dessas iniciativas para criar um clima empresarial atraente. No entanto, as iniciativas nem sempre são bem-sucedidas (ROTGER, GØRTZ, STOREY, 2012; VAN PRAAG, VERSLOOT, 2007).

É por isso que os governos de praticamente todos os países desenvolvidos têm colocado o estímulo do empreendedorismo no topo de sua agenda política educacional (POTTER, STOREY, 2007). E também é por isso que as grandes nações estão se esforçando para se tornar economias empresariais e lograr o êxito do capitalismo dinâmico (THURIK, STAM, AUDRETSCH, 2013).

Cabe às universidades observarem e analisarem seus próprios ecossistemas empresariais, a fim de encorajar os discentes a um empreendimento de sucesso. Por esse motivo, vários estudos relativos à promoção do espírito empresarial dos estudantes foram realizados, a exemplo de Frankee Lüthje (2004), Huffmane Quigley (2002), Liñán, Urbano e Guerrero (2011), Lüthjee Franke (2003), Nab, Piloto, Brinkkemper e Ten Berge (2010) entre outros.

Segundo Dornelas (2002), proporcionar aos indivíduos educação específica voltada ao empreendedorismo já é uma realidade em escolas e universidades brasileiras. O referido autor defende que qualquer indivíduo pode aprender o que é ser um empreendedor de sucesso. Desde sua concepção, as instituições de ensino sempre estiveram preocupadas em formar excelentes profissionais voltados para a grande empresa.

Já para identificar e avaliar oportunidades, a metodologia de desenvolvimento de projetos é a técnica de ensino que pode vir a surtir maior efeito. A escolha entre as opções de técnicas pedagógicas deve ser feita sob o pressuposto de que educação empreendedora deve se centrar no desenvolvimento de habilidades que facilitem a tomada de decisões, as quais englobariam capacidade de inovar, assumir riscos e resolver problemas (GUIMARÃES, 2002).

No Brasil o empreendedorismo acadêmico ainda caminha a passos lentos devido a fatores históricos e culturais, no sentido que o Brasil tem seus cursos universitários voltados para a formação de profissionais que irão buscar emprego no mercado de trabalho, como afirma Dolabela (2001, p. 35).

O Perfil Empreendedor

A formação de um perfil profissional empreendedor tem ênfase em algumas características peculiares e multifuncionais, tais como: o domínio de informática, conhecimento das diretrizes e princípios básicos de administração para desenvolver habilidades específicas à gestão de negócios e resultados, competência para trabalhar em

equipe e prazer pelo que faz (LEITE, 1999). Cunha e Ferla (1997) afirmam que esse perfil profissional pode ser definido através de metas próprias e características que podem ser apreendidas à medida que o empreendedor é moldado pelo mercado de trabalho.

O desenvolvimento do perfil empreendedor se relaciona diretamente com a situação de mercado, que não dispõe de tantos empregos e que conduz as pessoas a criar seus próprios negócios para obter renda. Todavia, merece ênfase o fato de que criar empreendimentos requer medidas que ultrapassam a existência de perfil empreendedor. Vêras (1999) contribui para esse entendimento ao levantar que 80% dos novos empreendimentos fracassam em seu primeiro ano de funcionamento. A autora explica que realmente há uma dificuldade burocrática e financeira na manutenção de novos negócios. Porém, as características das pessoas que o conduzem são essenciais para o sucesso. Talvez essas não possuam, ainda, o perfil necessário para empreender com sucesso.

Uma pesquisa realizada por Fillion (1999) afirma que o empreendedor é um ser social, ou seja, é um produto do meio em que vive. Significa dizer que se uma pessoa vive em um ambiente empreendedor, ela se sentirá estimulada a criar seu próprio negócio. Nessa perspectiva, é possível afirmar que o empreendedorismo é um fenômeno cultural que nasce por influência do meio e que é influenciado pelos hábitos, práticas e valores das pessoas. É por isso que existem famílias mais empreendedoras do que outras, assim como cidades, regiões e países.

Para Hisrich e Peters (2004), existe um perfil exato do empreendedor, em termos de características e história, que engloba fatores como controle, independência, desejo de correr riscos, motivação, habilidades e histórico familiar, educacional e ocupacional.

Apesar do acompanhamento e análise dos estudos realizados por diversos autores como Kaufman (1991), McClelland (1961), Bandura (2001), Shane (2003), Markman, Baron e Balkin (2005), o presente trabalho é embasado em Schmidt e Bohnenberger (2009). Estes propuseram um modelo de medição para o perfil e a intenção empreendedora, no qual um instrumento de medição foi construído e validado (ver Quadro 1).

Quadro – 1: Características do Perfil do Empreendedor

Características	Descrição
Autoeficaz	É a estimativa cognitiva que uma pessoa tem das suas capacidades de mobilizar motivação, recursos cognitivos e cursos de ação necessários para exercer controle sobre eventos na sua vida.
Assume riscos	Pessoa que, diante de um projeto pessoal, relaciona e analisa as variáveis que podem

calculados	influenciar o seu resultado, decidindo, a partir disso, a continuidade do projeto.
Planejador	Pessoa que se prepara para o futuro.
Detecta oportunidades	Habilidade de capturar, reconhecer e fazer uso efetivo de informações abstratas, implícitas e em constante mudança.
Persistente	Capacidade de trabalhar de forma intensiva, sujeitando-se até mesmo a privações sociais, em projetos de retorno incerto.
Sociável	Grau de utilização da rede social para suporte à atividade profissional.
Inovador	Pessoa que relaciona ideias, fatos, necessidades e demandas de mercado de forma criativa.
Líder	Pessoa que, a partir de um objetivo próprio, influencia outras pessoas a adotarem voluntariamente esse objetivo.

Fonte: Schmidt, S., & Bohnenberger, M. C. (2009).

O estudo de Schmidt e Bohnenberger (2009) teve como objetivo a construção e validação de um instrumento de medição do perfil empreendedor e sua relação com o desempenho organizacional. O instrumento de medição foi iniciado com a definição de oito constructos oriundos das características do perfil empreendedor, assim descritos pelos autores: (a) autoeficaz (AE); (b) assume riscos calculados (AR); (c) planejador (PL); (d) detecta oportunidades (DO); (e) persistente (PE); (f) sociável (SO); (g) inovador (IN); e (h) líder (LI). Itens de medição foram criados para cada constructo, resultando em um questionário estruturado por meio de uma escala Likert.

Quadro – 2: Itens de Medição do Perfil Empreendedor

Características	Descrição
Autoeficaz	Acredito que sou plenamente capaz de organizar e executar ações para atingir o sucesso profissional. Tenho controle sobre os fatores críticos para minha plena realização profissional. Tenho capacidade para transformar meus sonhos em realidade.
Assume riscos calculados	Eu assumiria uma dívida de longo prazo acreditando nas vantagens que uma oportunidade de negócio me traria. Admito correr riscos em troca de possíveis benefícios. Sempre procuro estudar muito a respeito de cada situação profissional que envolva algum tipo de risco.
Planejador	Me incomoda muito ser pego de surpresa por fatos que eu poderia ter previsto. Tenho os assuntos referentes ao trabalho sempre muito bem planejados. Tenho um bom plano da minha vida profissional. No meu trabalho, sempre planejo muito bem tudo que faço.
Detecta oportunidades	Frequentemente detecto oportunidades promissoras de negócio no mercado. Me interesse em saber as necessidades do mercado para novos produtos ou serviços. Creio que tenho uma boa habilidade em detectar oportunidades de negócio no mercado.
Persistente	Profissionalmente, me considero uma pessoa muito mais persistente que as demais. Muito raramente me abato pelas dificuldades encontradas em meu trabalho. Sempre que encontro situações de adversidade, me proponho a trabalhar além do normal para superá-las.
Sociável	Os contatos sociais que tenho são muito importantes para minha vida profissional. Me relaciono muito facilmente com outras pessoas. Conheço várias pessoas que poderiam me auxiliar profissionalmente, caso eu precisasse. Me dedico muito a auxiliar profissionalmente as pessoas. Meus contatos sociais influenciam muito pouco na minha vida profissional.
Inovador	Sempre encontro soluções muito criativas para problemas profissionais com os quais me deparo. Prefiro um trabalho repleto de novidades a uma atividade rotineira. Gosto de mudar minha forma de trabalho sempre que possível.

	Gosto de sugerir mudanças no meu ambiente de trabalho.
Líder	No trabalho, normalmente influencio a opinião de outras pessoas a respeito de um determinado assunto. Frequentemente sou escolhido como líder em projetos ou atividades profissionais. As pessoas respeitam a minha opinião. Frequentemente as pessoas pedem minha opinião sobre os assuntos de trabalho.

Fonte: Schmidt, S., & Bohnenberger, M. C. (2008).

Com base na literatura, Schmidt e Bohnenberger (2009) verificaram que as características autoeficácia, detecção de oportunidades e persistência, juntas, compõem o conceito de Autorrealização. Dessa forma, o fator 1 ficou denominado de Autorrealização. Os demais fatores foram assim descritos: fator 2 - Líder; fator 3 - Planejador; fator 4 - Inovador; fator 5 - Assume riscos; e fator 6 - Sociável. Com o teste de confiabilidade composto dos constructos, ficaram asseguradas a validação e a confiabilidade do instrumento de medição, como expressa a afirmação de Schmidt e Bohnenberger (2009, p. 464): “foi utilizado um método robusto de validação do instrumento, o que abre uma série de possibilidades quanto a sua utilização”. A Tabela 1 apresenta os fatores e seus respectivos itens.

Tabela – 1: Itens Representativos dos Fatores

Fatores	Itens
Autorrealização	Frequentemente, detecto oportunidades de negócio no mercado.
	Creio que tenho uma boa habilidade em detectar oportunidades de negócio no mercado.
	Tenho controle sobre os fatores para minha plena realização profissional.
	Profissionalmente, considero-me uma pessoa muito mais persistente que as demais.
Líder	Frequentemente sou escolhido como líder em projetos ou atividades profissionais.
	Frequentemente as pessoas pedem minha opinião sobre os assuntos de trabalho.
	As pessoas respeitam a minha opinião.
	No trabalho, normalmente influencio a opinião de outras pessoas a respeito de um determinado assunto.
Planejador	Tenho um bom plano da minha vida profissional.
	No meu trabalho, sempre planejo muito bem tudo o que faço.
	Tenho os assuntos referentes ao trabalho sempre muito bem planejados.
	Me incomoda muito ser pego de surpresa por fatos que eu poderia ter previsto.
Inovador	Sempre encontro soluções muito criativas para problemas profissionais com os quais me deparo.
	Prefiro um trabalho repleto de novidades a uma atividade rotineira.
	Gosto de mudar minha forma de trabalho sempre que possível.
Assume Riscos	Sempre procuro estudar muito a respeito de cada situação profissional que envolva algum tipo de risco.
	Eu assumiria uma dívida de longo prazo, acreditando nas vantagens que uma oportunidade de negócio me traria.

	Admito correr riscos em troca de possíveis benefícios.
Sociável	Me relaciono muito facilmente com outras pessoas.
	Meus contatos sociais influenciam muito pouco a minha vida profissional.
	Os contatos sociais que tenho são muito importantes para minha vida profissional.
	Conheço várias pessoas que poderiam me auxiliar profissionalmente, caso eu precisasse.

Fonte: Schmidt, S., & Bohnenberger, M. C. (2009).

Metodologia de pesquisa

Segundo Vergara (2009), esta pesquisa pode ser caracterizada como descritiva quanto aos fins, e de campo quanto aos meios. Descritiva porque descreve alguma situação por meio da mensuração de um evento ou atividade, que no caso foi feita através do uso de estatísticas descritivas obtidas através da análise de dados capturados por uma estrutura específica (HAIR et al., 2005). E quantitativa por apresentar investigações de natureza empírica, com a finalidade de analisar as características de grupos de indivíduos, mensuradas por meio de variáveis quantificadas nos dados coletados (MARCONI, LAKATOS, 2006).

Trata-se de um estudo empírico porque é realizada no local que dispõe de elementos para explicar o fenômeno estudado (VERGARA, 2009), que tem delimitação de corte transversal visto que efetua a coleta de dados de forma instantânea, ou seja, de uma única vez no momento da coleta (COOPER, SCHINDLER, 2003, p. 43).

Diante do exposto acima, a presente pesquisa tem por finalidade descrever as características percebidas entre grupos de estudantes universitários, através de dados empíricos, coletados instantaneamente por meio de questionário estruturado para mensurar os aspectos delineados no objetivo deste estudo.

O universo desta pesquisa é composto por 438 estudantes universitários matriculados em Curso de Ciências Contábeis da Universidade Estadual da Paraíba – UEPB, localizada na cidade de Campina Grande - PB, Campus I. A amostra foi de 301 alunos, que representa 68,72% do Universo. O critério de seleção deu-se por acessibilidade.

Os dados foram coletados pelo método *survey*, utilizando-se uma escala métrica de Likert com cinco pontos para a mensuração do perfil empreendedor. O objetivo da coleta de dados foi proporcionar informações que permitissem análise consistente. A intensidade do nível de concordância é determinada mediante a variação de 1 para discordo totalmente e 5 para concordo totalmente (COOPER, SCHINDLER, 2003).

O instrumento de coleta de dados usado consiste de um questionário estruturado, autoadministrado e composto de 22 itens que se referem à escala de medição do perfil empreendedor validada por Schmidt e Bohnenberger (2009). O *Software Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) 16.0 foi o recurso utilizado no tratamento e análise dos dados. O questionário aplicado foi dividido em 22 itens, baseado no trabalho de Rocha (2012) e avalia as oito (08) características atitudinais do perfil empreendedor de Schmidt e Bohnenberger (2009).

Após a análise fatorial, os vinte e dois itens puderam ser agrupados em sete conjuntos de componentes. São eles: fator 1: Comprometimento com o Planejamento; fator 2: Perfil de liderança; fator 3: Propensão a assumir riscos; fator 4: Vantagens em ter contatos sociais; fator 5: Visão sobre oportunidades; fator 6: Satisfeito com a vida profissional; e fator 7: Boa convivência social.

Análise de dados

As características sociais acadêmicas dos estudantes respondentes revelam que a proporção entre homens e mulheres é bem próxima (48,26% e 51,74% respectivamente), tendo a maioria dos estudantes idade entre 19 e 30 anos (73,13%), o que demonstra a jovialidade do grupo. A participação por ano acadêmico foi bem distribuída, com 34,82% de representantes do 1º ano do curso, 13,93% do 2º ano, 34,32% do 3º ano e 16,93% do 4º e último ano e 63% são casados ou vivem em união estável.

Com o emprego da técnica de análise fatorial, objetivou-se verificar a possibilidade de condensar a informação contida nas variáveis originais da escala do perfil empreendedor em um conjunto menor de fatores (HAIR JR. et al., 2009).

O tamanho final utilizado da amostra (N = 301) pode ser classificado como adequado, uma vez que a relação entre o tamanho da amostra e o número de variáveis analisadas (22) não ultrapassa a proporção de $10 \div 1$ (neste caso, obteve-se 13,77), sugerida por Hair Jr. et al. (2009). A análise fatorial exploratória foi realizada usando-se o método de extração dos componentes principais e o método ortogonal Varimax na rotação dos fatores.

Além do tamanho da amostra, testes estatísticos foram executados a fim de se avaliar a aplicabilidade da amostra para a análise fatorial. A adequação da amostra foi medida por meio

do teste de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO), sendo indicados valores acima de 0,50 como o mínimo aceitável nesse teste. Associado a isso, o teste de esfericidade de Bartlett indica a presença de correlações significantes entre os itens da escala, não devendo o teste de significância ultrapassar 0,05 (CORRAR et al., 2011).

Segundo Andy Field (2009, p. 571), um valor da estatística KMO acima de 0,90 é considerado excelente para dizer que a(os) amostra(dados) é(são) adequada(os) para a análise fatorial. No presente trabalho, verificou-se um KMO igual a 0,697, que na escala de Field (2009), é um valor medíocre, já que valores entre 0,60 e 0,69 são classificados assim. Já Hair et al (2006) sugerem 0,50 como patamar aceitável.

Tabela – 2

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,697
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	857,702
	df	231
	Sig.	,000

Fonte: O autor (2016).

Já teste de esfericidade de Bartlett, conforme observa-se na Tabela 2, foi bastante significativo (Sig. = 0,000), o que confirma mais uma vez a existência de correlação entre as variáveis (informações sobre este teste veja, por exemplo, Andy Field (2009, p. 571-79)). O teste estatístico da matriz de correlação anti-imagem avalia a adequação de cada variável ao modelo de análise fatorial. Valores abaixo de 0,50 indicam baixo poder de explicação dos fatores em relação a cada variável (CORRAR et al., 2011; HAIR JR. et al., 2009). Com exceção de uma variável, os resultados apontaram valores acima de 0,7, evidenciando a boa adequação para a aplicação da análise fatorial.

A variância total dos fatores atingiu 57,268%. Malhotra (2012) recomenda que este valor seja acima de 60%. Entretanto, Hair Jr. et al. (2009) acrescentam que, nas pesquisas em ciências sociais, cujas informações tendem a ser menos precisas, é possível considerar uma solução que explique menos que 60% como satisfatória. Assim, considerando-se que a variância total explicada na análise fatorial efetuada por Schmidt e Bohnenberger (2009) atingiu 57,268%, o valor encontrado nesta pesquisa também foi aceito.

O Alfa de Cronbach (α) foi a medida utilizada para medir o coeficiente de confiabilidade de escalas múltiplas. Para pesquisas exploratórias, o valor mínimo sugerido para o α é de 0,60 (HAIR et al., 2009). Desse modo, os resultados obtidos nesta análise

estatística revelam Alfa de Cronbach não padronizado de 0,816 e padronizado de 0,818; considerado de boa consistência por Pestana e Gageiro (2008), que indicam o intervalo de 0,8 a 0,9 para esta classificação.

Validação do Instrumento de Pesquisa

O primeiro passo para validação do instrumento de medição foi verificar se os itens referentes ao perfil empreendedor apresentavam a estrutura latente observada na literatura. Para tanto uma análise fatorial exploratória foi efetuada, após obter as cargas fatoriais rotacionadas de forma oblíqua, através do método “Promax” que possibilita a existência de correlação entre os fatores, podemos observar a contribuição de cada variável sobre cada um dos fatores e, assim, interpretar os fatores segundo as magnitudes das cargas fatoriais apresentadas na Tabela 3.

Tabela – 3: Pattern Matrix^a

Afirmativas	Component						
	1	2	3	4	5	6	7
Tem assuntos de trabalho bem planejados	,905						
Sempre procura estudar muito situação de risco	,773						
Sempre planejo muito bem	,670						
Frequentemente escolhido como líder		,760					
Frequentemente pedem opinião		,732					
Sempre encontra soluções criativas		,682					
Assumiria dívida de longo prazo			,709				
Admito correr riscos			,690				
Contatos sociais influenciam pouco minha vida profissional			,647				
Influencia opinião de outras pessoas			,492				
Contatos sociais são muito importante				,746			
Conheço várias pessoas poderiam me auxiliar				,726			
Prefere trabalho repleto de novidades*							
Gosta de mudar forma de trabalho*							
Freq. detecta oportunidade					,831		
Crê boa habilidade detectar oportunidade					,780		
Tem controle realização profissional						,838	
Considera-se mais persistente profissionalmente						,652	
Tem bom plano vida profissional						,464	
Relacionamento fácil							,724
Pessoas respeitam minha opinião							,589
Incomoda-se ser pego surpresa que poderia ter previsto							,502

Notas: Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Promax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 8 iterations.

O ponto de corte para se analisar a contribuição de cada variável para a explicação de cada fator, a ser obtido

pela análise, foi de cargas fatoriais maiores que 0,364 que elevado ao quadrado corresponde a explicação aproximada de 13,25% da variância da variável. Para um tamanho de amostra 200, uma carga maior do que 0,364 pode ser considerada significativa (FIELD, p. 569).

* Itens desconsiderados na análise por terem obtidos cargas fatoriais abaixo do ponto de corte de 0,364.

Fonte: O autor (2015).

Como pode ser observado na Tabela 3, alguns itens não ficaram agrupados conforme observado na literatura. O fator 1 consolidou itens que se referiam principalmente à detecção de oportunidades, autoeficácia e persistência. Uma investigação da literatura, direcionada para explicar o construto latente por trás dessa estrutura de itens, levou à identificação do conceito de autorrealização. A autorrealização pode ser definida como uma atitude direcionada à competição utilizando padrão de excelência.

Pessoas com níveis elevados de autorrealização tendem a estabelecer objetivos desafiadores, valorizam o feedback e o utilizam para medir seus resultados, têm um forte desejo de autoeficácia e persistem em tarefas com possibilidade de sucesso. A autorrealização é aceita como uma importante característica pessoal e influencia significativamente o comportamento dos indivíduos nas organizações (MCCLELLAND apud Lumpkin e Erdogan, 1999).

Esta definição proposta por McClelland, um dos primeiros autores a tratar deste conceito, aborda a autorrealização de forma muito próxima aos conceitos de autoeficácia, persistência e detecção de oportunidades. Dessa forma, o fator 1 resultante da análise fatorial foi denominado “Autorrealização”.

Os fatores 2 e 3 corroboraram a literatura, no sentido de representar os construtos de Intenção Empreendedora e de Líder. Quanto ao fator 4, os itens apresentaram proximidade ao conceito de Planejador, uma vez que dois dos itens originalmente atribuídos a este construto estão presentes nesse fator. O item “sempre procuro estudar muito a respeito de cada situação profissional que envolva algum tipo de risco”, que estava originalmente associado à característica Assume Riscos, ficou associado à característica Planejador.

Talvez a expressão “estudar muito” tenha reforçado a ideia do cálculo dos riscos levando o respondente a interpretá-la como planejamento, o que o levou a esta proximidade com esta característica. Dois dos itens do fator 5 referiam-se originalmente à característica Inovador, o que trouxe a identidade a esse fator. Outro item que obteve carga fatorial significativa com esse fator foi “me relaciono muito facilmente com outras pessoas”, que a princípio estava relacionado à característica Sociável.

Por um lado, talvez este perfil socialmente expansivo realmente esteja associado à ideia de provocar mudanças no ambiente de trabalho, mas não é uma associação óbvia. Por outro lado, este item também obteve carga fatorial significativa com o fator 3, referente à Liderança. A partir de discussões entre os autores deste trabalho e com especialistas no assunto, este item foi considerado como pertencente à característica de Líder, representado por este fator.

O fator 6 traz dois itens que originalmente estavam associados à característica Assume Riscos, um item que estava associado ao Planejamento e um item relacionado ao perfil de Líder. O item “me incomoda muito ser pego de surpresa por fatos que eu poderia ter previsto”, originalmente concebido para a característica de Planejador, pode ter sido associado à ideia da utilização do planejamento para evitar riscos, ou “ser pego de surpresa”. Uma pessoa que assume esta atitude provavelmente calcula extensivamente os riscos que está sujeita a correr no futuro.

O item foi, então, mantido no fator 6. O item “no trabalho, normalmente influencio a opinião de outras pessoas a respeito de um determinado assunto”, originalmente associado à característica de Líder, pode por um lado ter sido associado a uma ideia de exposição pessoal no ambiente de trabalho, levando a assumir os riscos inerentes a esta exposição. Por outro lado, a utilização do poder de influência sobre as pessoas também pode ser vista como uma ferramenta para minimizar riscos, tornando o ambiente mais receptível às ideias próprias. O item foi considerado como associado às duas características.

O fator 7 obteve cargas fatoriais significativas e seus itens representam o construto relacionado ao perfil Sociável. Vale observar que o item “Meus contatos sociais influenciam muito pouco na minha vida profissional” obteve carga fatorial negativa, pois possui escala de interpretação reversa.

Considerações Finais

Este tópico final tem como propósito abordar as descobertas provenientes dos resultados empíricos, alinhados com a pesquisa realizada na literatura, a qual serviu de sustentação teórica a este estudo. Desse modo, os comentários esclarecem como a questão de partida foi respondida, complementados com considerações, implicações, limitações e sugestões para futuras pesquisas.

A princípio, cabe registrar a participação de 68,72% dos estudantes pesquisados. Isso pode ser considerado uma aceitação da importância do Empreendedorismo na formação do estudante de Ciências Contábeis, que destaca o interesse no Empreendedorismo no ensino superior, sob o argumento do melhor aproveitamento da conexão entre inovação, oportunidade e gestão do negócio.

O instrumento de avaliação do perfil empreendedor foi considerado válido por meio de testes empíricos de confiabilidade e validade de constructos, podendo ser indicado como uma opção para a mensuração do perfil empreendedor entre estudantes universitários.

O perfil empreendedor encontrado nos resultados empíricos também foi sustentado pela pesquisa teórica. As seis dimensões (características) que o compõem: planejador líder, assume riscos, sociável, autorrealizador, e inovador, são encontradas em diversos estudos, confirmando a característica multidimensional do sujeito empreendedor. A estrutura encontrada do perfil do empreendedor foi, portanto, uma condição importante para poder responder ao questionamento de partida desta pesquisa.

A pesquisa referenciada (SCHMIDT, BOHNENBERGER, 2009) avaliou a relação entre o perfil empreendedor e o desempenho organizacional, enquanto a presente pesquisa utilizou-se da escala desenvolvida para identificar o perfil empreendedor dos alunos de Ciências Contábeis da UEPB.

O perfil inicia-se pela característica Planejamento que foi fortemente identificada nas cargas fatoriais de *tenho os assuntos referentes ao trabalho sempre muito bem planejados* (0,905) e *no meu trabalho, sempre planejo muito bem tudo o que faço* (0,670). Segundo Schmidt e Bohnenberger (2008), não era esperado encontrar nesse grupo o perfil Planejador. Pode-se explicar a presença dessa dimensão, pela formação acadêmica e o contato empresarial, que os alunos de ciências contábeis têm. Isso reforça, de certa forma, a questão da necessidade do ensino em trabalhar de forma mais intensiva os aspectos atitudinais dos acadêmicos.

A Liderança foi destacada com *frequentemente sou escolhido como líder em projetos ou atividades profissionais* (0,760) e *frequentemente as pessoas pedem minha opinião sobre assuntos de trabalho* (0,732). A idade – 19 e 30 anos (73,13%) – por sua vez, está positivamente relacionada ao perfil de Líder. Pode-se supor que o amadurecimento da pessoa, paralelamente à sua experiência, auxilie no desenvolvimento do seu perfil de liderança.

Talvez por sua suposta relação não linear com o perfil empreendedor, conforme abordado na literatura (LONGENECKER, MOORE, PETTY, 1997), não tenham sido verificadas associações entre idade e outros construtos, contrariando estudos nesta área.

Já Assumir Riscos seria evidenciada como a terceira dimensão na formação do perfil, com *sempre procura estudar muito situação de risco* (0,773) e *assumiria dívida de longo prazo* (0,709). Segundo Vianna (2004), o acadêmico que se preocupa com aspectos relacionados à continuidade dos negócios é influenciado pela formação que recebeu e, dessa forma, sente-se mais preparado para assumir riscos. Isto é corroborado na medida em que a predisposição a assumir riscos está associada mais fortemente aos antecedentes familiares, o que caracteriza a importância na formação para o desenvolvimento deste perfil.

O perfil Sociável evidenciou-se através de *contatos sociais são muito importantes* (0,746) e *conheço várias pessoas que poderiam me auxiliar* (0,726). Esse fato pode estar relacionado ao estado civil, pois, 45,3% dos empreendedores são casados, 16,4% vivem em união estável e 29,7% são solteiros em empreendimentos iniciais, e 50,5% dos empreendedores são casados, 13% vivem em união estável e 25,5% são solteiros em empreendimentos estabelecidos (SEBRAE, 2014). É possível que o fato de ter um maior número de dependentes financeiros amplie as habilidades sociais.

Já o Autorrealizador, é identificado por *frequentemente detecta oportunidade* (0,831) e *tem controle realização profissional* (0,38). Esse perfil está intimamente ligado à percepção que o indivíduo tem de si mesmo, ou seja, à sua autoestima. Seu sufixo “auto” “[...] nos remete ao sujeito, ao agente, e nos vai abordar, portanto, o problema da identidade [...]” (IRIONDO, 2001, p. 6). O indivíduo se dirige intencionalmente à um objetivo, à sua realização e integração e, ainda de acordo com Iriondo (2001), precisa lidar com uma intermediação dos valores e motivações, que pode, de acordo com o grau de coerência, impulsionar ou frear o processo de desenvolvimento. O estudo do empreendedorismo como disciplina, a utilização de planos de negócios, a educação empreendedora, a realização de seminários com empresários de sucesso e o exame de estudo de casos em sala de aula, favorece e estimula esse perfil. Conforme Souza (2001), algumas atividades desenvolvidas no âmbito da universidade contribuem positivamente para a formação empreendedora.

Já o perfil Inovador quase não pode ser identificado, pois apenas *sempre encontra soluções criativas* (0,682) foi validado. As outras afirmativas que constituem essa dimensão,

não foram validadas e por isso descartadas do estudo, que foram: *Prefere trabalho repleto de novidades* e *Gosta de mudar forma de trabalho*. Esse fato pode ser explicado, pois 85% dos alunos querem ser funcionários públicos e por isso, adquirem uma aversão a inovação, visto que empreendedor é aquele “que tem capacidade de identificar, explorar e capturar o valor das oportunidades de negócio” (BIRLEY, MUZYKA, 2001, p.22).

A partir dos resultados obtidos na pesquisa trabalhada junto aos estudantes do curso de Ciências Contábeis da referida instituição, constatou-se que os mesmos apresentam um perfil planejador, com liderança e de forma sociável, com uma visão estritamente voltada para o futuro, buscando assumir os riscos necessários a fim de alcançar os objetivos almejados, fundamentados em sua participação e intervenção social, reconhecendo seu papel na geração e disseminação de valores, enquanto propulsores do desenvolvimento sustentável.

Compete às universidades, enquanto mantenedoras e multiplicadoras do conhecimento, interessar-se pelo aprimoramento e pela qualificação do estudante que será inserido no novo ambiente de trabalho que se configura no Brasil. Os desafios dizem respeito não só às mudanças da metodologia didático-pedagógica, mas também à conscientização dos corpos docente e discente de que o melhor método de ensino a ser adotado pressupõe o comprometimento e a integração do corpo acadêmico.

Finalmente, é importante frisar que este trabalho realizou um estudo limitado com base na percepção de um grupo de estudantes de uma única universidade e por isso não se recomendada a generalização dos resultados. Além disso, é importante especificar que a maioria das pesquisas realizadas nessa área analisou o perfil de estudantes graduados que abriram o próprio negócio a partir do perfil empreendedor definido na literatura, cujas bases, são sujeitos empreendedores reais e não estudantes universitários. Em relação à amostra, é preciso enfatizar que esta foi adequada, uma vez que a relação entre o tamanho da amostra e o número de variáveis analisadas (22) não ultrapassa a proporção de $10 \div 1$ (neste caso, obteve-se 13,77), sugerida por Hair et al. (2009). Sendo assim, sugere-se a realização de outras pesquisas comparando os resultados deste trabalho com o perfil de egressos que abriram seu próprio negócio.

Referências

AMIT, R. Desafios para o desenvolvimento da teoria na pesquisa do empreendedorismo. **Revista de estudos de gestão**, EUA, v. 5, n. 30, p. 815-834, 2003.

ATHAYDE, M.; MARTINS, G. A. **O legado de Mclelland e a educação empreendedora em contabilidade**. In: IV CONGRESSO ANPCONT, 2010, Natal - RN, junho, 2010.

BERTI, A. **Diagnóstico empresarial: teoria e prática**. São Paulo: Ícone, 2001.

BIRLEY, S.; MUZYKA, D. F. **Dominando os Desafios do Empreendedor**. São Paulo: Makron Books, 2001.

BRINGHENTI, C. **Empreendedorismo em organizações**. In: ENEMPRES - 1º Encontro Nacional de Empreendedorismo, 1999.

COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. **Métodos de pesquisa em Administração**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

CORRAR, L. J.; PAULO, E.; DIAS, J. M.; FILHO. **Análise multivariada: para cursos de administração, ciências contábeis e economia**. São Paulo: Atlas, 2011.

CUNHA, C. F. C. A.; FERLA, L. A. **Iniciando seu próprio negócio**. Florianópolis: IEA, 1997.

CUNHA, R. A. N. **A universidade na formação de empreendedores: a percepção prática dos alunos de graduação**. Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, Curitiba/PR, Brasil, 28, set., 2004.

DIAS FILHO, J. M.; CORRAR, L. J.; PAULO, E. **Análise multivariada**. São Paulo: Atlas, 2007.

DOLABELA, F. O ensino de empreendedorismo: panorama brasileiro. **Empreendedorismo: ciência, técnica e arte**. Brasília: CNI/IEL Nacional, 2001.

_____. **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Cultura, 1999.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios**. São Paulo: Pioneira, 1987.

EDMONDSON, A. C.; MCMANUS, S. E. Methodological fit in management field research. **Academy of Management Review**, 32, 1246-1264, 2007.

ETZKOWITZ, H. The second academic revolution and the rise of entrepreneurial science. **Technology and Society Magazine**, IEEE, 20, 18-29, 2001.

FIELD, A. **Descobrimos a estatística usando o SPSS**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, 34(2), 5-28, 1999.

_____. Empreendedorismo e gerenciamento: processos distintos, porém complementares. **Revista de Administração**, v.7, n.3, p.2-7. 2000.

FRANKE, N.; LÜTHJE, C. Entrepreneurial intentions of business students a benchmarking study. **International Journal of Innovation and Technology Management**, 1, 269-288, 2004.

GEM – Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil**. Relatório Executivo, 2014.

HAIR JR., J. F.; BABIN, B. J.; MONEY, A. H.; SAMOUEL, P. **Fundamentos de métodos de pesquisa em administração**. Tradução de: Ribeiro, L. Porto Alegre: Bookman, 2005.

HAIR JR., J. F.; BLACK, W. C.; BABIN, B. J.; ANDERSON, R. E.; TATHAM, R. L. **Análise multivariada de dados**. Tradução de: Adonai Schlup Sant'Anna. 6. ed. São Paulo: Bookman, 2009.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael. **Empreendedorismo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

HUFFMAN, D.; QUIGLEY, J. M. The role of the university in attracting high tech entrepreneurship: a silicon valley tale. **The Annals of Regional Science**, 36, 403-419, 2002.

INÁCIO, S. R. L. **O ensino de empreendedorismo nas universidades brasileiras**. 2011. Disponível em: <http://www.empresafamiliar.com.br/RiccaAssociados/index.php?pag=artigos_detalle&id=MTQ=>>. Acesso em: 19 maio 2015.

IRIONDO, A. Z. (2001). **Autorrealización y proyecto de vida en la juventud**. Tese de doutorado, Universidad Del País Vasco, Espanha. Recuperado em 10 maio 2015. <<http://www.autorealizacion.info/documentos/tesis-autorealizacion.pdf>>

LEITE, E. F. **Formação de empreendedores e o papel das incubadoras**. Universidade Católica de Pernambuco. Anais do I Encontro Nacional de Empreendedorismo, Florianópolis: UFSC, 1999.

LIÑÁN, F.; URBANO, D.; GUERRERO, M. Regional variations in entrepreneurial cognitions: start-up intentions of university students in Spain. **Entrepreneurship and Regional Development**, 23, 187-215, 2011.

LONGEN, M. T. **Um modelo comportamental para o estudo do perfil do empreendedor**. Dissertação de (Mestrado em Engenharia da Produção). Universidade Federal de Santa Catarina, 1997.

LONGENECKER, J. G.; MOORE, C. W.; PETTY, J. W. **Administração de pequenas empresas**. Ênfase na Gerência Empresarial. São Paulo: Makron Books. 1997. 868 p.

LOPES DE SÁ, A. Bases das escolas européia e norte-americana, perante a cultura contábil e a proposta neopatrimonialista. **Revista Brasileira de Contabilidade**, n. 139, jan.-fev. 2003. Brasília: Conselho Federal de Contabilidade.

LÜTHJE, C.; FRANKE, N. The making of an entrepreneur: testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. **R&D Management**, 33, 135-147, 2003.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

MCCLELLAND, D. C. **A sociedade ambiciosa**. 1. ed. Madrid: Guadarrama, 1961.

MORAIS, W. B. **O profissional contábil brasileiro do século XXI em uma palavra: Resiliência**. 2012. 20 f. Trabalho de conclusão de curso – Curso de Ciências Contábeis, Universidade Estadual da Paraíba, Campina Grande, 2012.

MOTA, S. A. S. **Diagnóstico da capacidade empreendedora de estudantes universitários e proprietários de micro, pequenas e médias empresas**. Dissertação (Mestrado em Administração). Campo Limpo Paulista-SP, 2013.

NAB, J.; PILOT, A.; BRINKKEMPER, S.; TEN BERGE, H. **Authentic competence-based learning in university education in entrepreneurship**. International Journal of Entrepreneurship and Small Business, 9, 20-35, 2010.

PASQUALI, L. **Análise fatorial para pesquisadores**. Laboratório de Pesquisa em Avaliação e Medida (LabPAM) - Instituto de Psicologia. Brasília: Universidade de Brasília, 2001.

POTTER, J. G.; STOREY, D. **OECD framework for the evaluation of SME and entrepreneurship policies and programmes**. OECD, 2007.

ROCHA, E.L.C. **A influência da participação em atividades educacionais de formação em empreendedorismo no perfil empreendedor de estudantes de administração de empresas**. 2012. 98 f. Dissertação (Mestrado em Administração). Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, 2012.

ROSA, J. A.; MARION, J. C. **Marketing do escritório contábil**. 1. ed. Coleção Contabilista Empreendedor. IOB THOMSON, 2004.

ROTGER, G. P.; GØRTZ, M.; STOREY, D. J. Assessing the effectiveness of guided preparation for new venture creation and performance: theory and practice. **Journal of Business Venturing**, 27, 506-521, 2012.

SCHMIDT, S.; BOHNENBERGER, M. C. A efetividade das ações para promover o empreendedorismo: O caso da feevale. **Revista Eletrônica de Administração - REAd** – 14(1), 187-213, 2008. Disponível em: <<http://www.seer.ufrgs.br/index.php/read/article/view/39269/25117>>. Acesso em: 12 ago. 2015.

SCHMIDT, S.; BOHNENBERGER, M. C. Perfil empreendedor e desempenho organizacional. **Revista de Administração Contemporânea**, 13(3), 450-467, 2009. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rac/v13n3/v13n3a07.pdf>>. Acesso em: 30 mar. 2015. Doi: 10.1590/S1415-6552009000300007.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Fatores condicionantes e taxas de sobrevivência e mortalidade das micro e pequenas empresas no Brasil 2003-2005**. Brasília, ago. 2007.

SEBRAE. **Global Entrepreneurship Monitor - Empreendedorismo no Brasil**. 2014.

SHANE, S. **Academic entrepreneurship**. Edward Elgar Publishing, 2004.

STONER, J. A. F. **Administração**. 2. ed. Rio de Janeiro: Prentice-Hall do Brasil, 1985.

SOUZA, E. C. L. D. A disseminação da cultura empreendedora e a mudança na relação universidade-empresa. In: (Ed.). **Empreendedorismo: competência essencial para pequenas e médias empresas**. ANPROTEC, 2001. A disseminação da cultura empreendedora e a mudança na relação universidade-empresa, p.28- 41

NIVEIROS, S. I.; ALMEIDA, E. M.; ARENHARDT, R. L. **Investigação e Análise do Perfil Empreendedor dos Alunos do Curso de Ciências Contábeis da UFMT - Universidade Federal de Mato Grosso**. In: II Congresso UFSC Controladoria e Finanças, 2008, FLORIANÓPOLIS. II Congresso UFSC Controladoria e Finanças & Iniciação Científica em Contabilidade, 2008.

TABACHNICK, B.; FIDELL, L. S. **Using multivariate statistics**. 4th. ed. San Francisco: Allyn & Bacon, 2001.

THURIK, A.; STAM, E.; AUDRETSCH, D. **The rise of the entrepreneurial economy and the future of dynamic capitalism**. *Technovation*, 33, 302-310, 2013.

TIMMONS, J. A. **New Venture Creation**. Entrepreneurship for the 21st century. New York: Irwin, 1994.

_____. **The Fiscal Contract: States, taxes and public services**. Tese de Doutorado, University of California, San Diego, 2004.

VAN PRAAG, C. M.; VERSLOOT, P. H. What is the value of entrepreneurship? A review of recent research. **Small Business Economics**, 29, 351-382, 2007.

VÉRAS, G. Como ser empresário. **Revista Jovem Empreendedor**, p. 12-16, 1999. Florianópolis: Editora Empreendedor, 1999.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

VIANNA, F. K. **Análise da contribuição do curso de Administração de Empresas do Centro Universitário Feevale na formação empreendedora dos acadêmicos**. Monografia. Centro Universitário Feevale, 2004.

Recebido em: 12/08/2015.

Aceito em: 16/03/2016.

POLÊM!CA

LABORE



Polêmica - Revista Eletrônica da Uerj - Rua São Francisco Xavier, 524, 1º andar
bloco D, sl.1001 • Tels.: +55 21 2334-4088 / 4087 • <http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/polemica/index>
<http://www.labore.uerj.br> • laboreuerj@yahoo.com.br