

ANÁLISE DO PERFIL EMPREENDEDOR DOS DISCENTES DOS CURSOS DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS E ADMINISTRAÇÃO NAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR DO MUNICÍPIO DE VIÇOSA, MG

Evandro Sena Ramalho*
Michelle Barbosa Soares**
Evandro Rodrigues de Faria***
Márcio Augusto Gonçalves****
Lília Paula Andrade*****

RESUMO: Este estudo tem como objetivo avaliar o perfil empreendedor dos estudantes dos cursos de administração, ciências contábeis e tecnólogo em processos gerenciais, na cidade de Viçosa - MG, de modo a possibilitar uma comparação entre os iniciantes e concluintes. Utilizou-se uma pesquisa descritiva de caráter exploratório com uma amostra de 300 estudantes de quatro instituições de ensino superior: ESUV, UFV, Univiçosa e Unopar. O instrumento de coleta de dados foi um questionário estruturado, compostos por dez características: “Autoconfiança”; “Liderança”; “Trabalho em Equipe”; “Assumir Riscos Calculados”; “Dedicação e Comprometimento”; “Persistência”; “Planejamento”; “Busca por Oportunidade” e “Inovação”. Os resultados revelam que 50% dos alunos demonstraram tendência empreendedora. Comparando-se iniciantes *versus* concluintes, em nenhum dos atributos houve aumento significativo de médias. Isso significa que no decorrer do curso os alunos não desenvolveram seu perfil empreendedor.

PALAVRAS-CHAVE: Empreendedorismo; Educação Empreendedora; Perfil Empreendedor.

THE ENTERPRISING PROFILE OF STUDENTS IN ACCOUNTING AND ADMINISTRATION UNDERGRADUATE COURSES IN HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS IN VIÇOSA, BRAZIL

* Bacharel em Ciências Contábeis pela Universidade Federal de Viçosa (UFV), Brasil.

** Mestranda em Economia Doméstica pela Universidade Federal de Viçosa (UFV), Brasil.

*** Doutor em Administração pelo CEPEAD/UFMG, Brasil; E-mail: evandrozd@hotmail.com

**** Ph.D. em Administração pela Aston University, Inglaterra, Docente da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), Brasil.

***** Mestre em Administração (UFLA), Docente na Faculdade Presbiteriana Gammon (FAGAMMON), Lavras (MG), Brasil.

ABSTRACT: The entrepreneurship profile of undergraduate students in Accounting, Administration and Technology of Management Processes in Visoça MG Brazil is assessed and a comparison is made between first-year and school-leaving students. Current descriptive and exploratory research comprised a sample of 300 students from four higher education institutions (ESUV, UFV, UNIVIÇOSA and UNOPAR). Data were collected by a structured questionnaire with ten characteristics: “Self-reliance”; “Leadership”; “Team work”; “Facing calculated risks”; “Dedication and commitment”; “Persistence”; “Planning”; “Search for an Opportunity” and “Innovation”. Results revealed that, although 50% of the students had an entrepreneurship trend, there was no significant increase in any of the attributes when first-year and school-leaving students were compared. Students failed to develop their entrepreneurship ideal during the course years.

KEY WORDS: Entrepreneurship; Enterprising education; Enterprising profile.

INTRODUÇÃO

O avanço da tecnologia, a expansão econômica e um mundo cada vez mais globalizado têm se apresentado como fatores determinantes para um novo cenário empresarial. Essas mudanças representam um forte estímulo à população para se adaptar à nova realidade e realizar mudanças de valores que guiam suas ações estruturais e comportamentais.

Nesse contexto, muitas pessoas são colocadas às margens do mercado de trabalho, fazendo com que estas se insiram no mundo dos negócios cada vez mais jovens com o propósito de administrar sua própria empresa. Conseqüentemente, ocorre uma reorganização das relações de trabalho. O vínculo empregatício estável está cada vez mais perdendo espaço; e a estabilidade atualmente é baseada no conceito de empregabilidade. Dessa forma, a existência de indivíduos conhecidos como empreendedores é a condição básica para o surgimento de novos empreendimentos (GAIÃO et al., 2009).

É nesse ponto que a universidade deve surgir como agente desenvolvedor do conhecimento, estimulando o desenvolvimento do empreendedorismo nos jovens estudantes, os quais logo assumirão o papel de profissionais num cenário cada vez mais competitivo. Isso demonstra que empresa e universidade não devem

permanecer isoladas, ao contrário, elas devem representar a união entre a prática e o embasamento teórico (DOLABELA, 1999).

Formar empreendedores apresenta-se com grande tônica nesta última década, tarefa que vem se tornando cada vez mais significativa e necessária, considerando-se o decréscimo dos postos de trabalho no mundo inteiro. Sua relevância parece ainda maior ao se focar a necessidade de conciliar, cada vez mais, “o mundo do trabalho” com o prazer da realização humana, ou seja, pensar em saúde e qualidade de vida.

Diante do exposto, este estudo objetiva traçar o perfil empreendedor dos alunos dos cursos de administração, ciências contábeis e tecnólogo em processos gerenciais do município de Viçosa- MG, por meio da análise dos alunos das instituições de ensino superior (IES), sendo três instituições particulares e uma pública, levando em consideração as principais características empreendedoras: autoconfiança, liderança e trabalho em equipe; assumir riscos calculados; dedicação e comprometimento; planejamento; persistência; busca de oportunidades; inovação; delegação de autoridade e iniciativa.

Além disso, este trabalho pretende avaliar se os cursos estudados contribuíram para a formação empreendedora de seus alunos, comparando o perfil empreendedor de seus alunos concluintes com o dos iniciantes. A relevância desta discussão reside na necessidade de iniciar um debate sobre a origem do empreendedorismo, pois ainda não é claro se ele é um fenômeno inato, que nasce com o indivíduo, ou se ele pode ser ensinado em nossos cursos de graduação, sendo a universidade peça fundamental do desenvolvimento social.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 EMPREENDEDORISMO

Iniciando a análise sobre o empreendedorismo, começaremos pela palavra “*entrepreneur*”, de origem francesa, que, literalmente traduzida, significa “àquele que está entre” ou “intermediário”. Nesse sentido, para exemplificarmos a primeira

definição de empreendedor como “intermediário”, podemos citar Marco Pólo, que tentou estabelecer rotas comerciais para o Extremo Oriente. Como intermediário, Marco Polo assinava um contrato com uma pessoa de recursos (precursor do atual capitalista de risco) para vender suas mercadorias. Assim, enquanto o comerciante suportava os riscos físicos e emocionais do transporte da carga, o capitalista corria riscos passivamente (confiando seus bens ao comerciante envolvido). Ao fim do traslado mercantil, caso o comerciante fosse bem sucedido, os lucros eram divididos, cabendo ao capitalista a maior parte (até 75%), enquanto o comerciante aventureiro ficava com os 25% restantes (MOTA, 2004).

Com o surgimento da industrialização no século XVIII, Richard Cantillon, economista importante da época, estabeleceu uma diferença entre o capitalista, aquele que oferecia o capital, e o empreendedor, aquele que assumia riscos (MOTA, 2004).

O termo empreendedorismo só evoluiu a partir dos anos 1980, mediante estudos aprofundados de duas correntes de pensadores que utilizaram os princípios de suas próprias áreas de interesse para construir o conceito: os economistas, que associaram o termo ao contexto empresarial, no qual a visão de empreendedorismo limita-se à função do proprietário de uma empresa; e os comportamentalistas, que enfatizaram os aspectos comportamentais - como a criatividade e a intuição - para tentar entender o que leva uma pessoa a empreender.

Schumpeter (1988) define a essência do empreendedorismo como a percepção e aprimoramento de novas oportunidades no âmbito dos negócios, possuindo conexões com criações de novas formas de utilização de recursos nacionais, deslocados do emprego tradicional e sujeitos a novas combinações.

O empreendedorismo pode ser aplicado a uma variedade de contextos, incluindo a criação de novas empresas, o crescimento orientado de pequenas empresas, de grandes empresas já consolidadas, de organizações não lucrativas e de organizações governamentais (MORRIS; TROTTER, 1990).

Atualmente, o empreendedorismo é um método eficiente para ligar ciência e mercado, criando novas empresas e levando novos produtos e serviços ao mercado. As atividades empreendedoras afetam de modo significativo qualquer economia de qualquer área ao construir sua base econômica e gerar empregos (HISRICH et al., 2004).

Com vistas a diferenciar a motivação do comportamento empreendedor, quando da criação de novos negócios, identificamos duas forças propulsoras: a “oportunidade” e a “necessidade”. Os empreendimentos de “oportunidade” surgem ao se investir em um novo negócio a fim de aproveitar uma circunstância favorável percebida no mercado. Já os casos de “necessidade” decorrem da criação de negócios na busca de trabalho e ocupação, quando é essa a melhor opção disponível em determinado momento. Esses dois tipos de negócios florescem, principalmente, em regiões com economias em pleno desenvolvimento e/ou com desequilíbrios sociais (BARROS et al., 2014).

2.2 O EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

A partir da década de 1990 ocorre no Brasil uma crescente busca pelo autoemprego, caracterizado pelo surgimento de empreendedores involuntários, representados principalmente por recém-formados e por trabalhadores demitidos de suas empresas (HENRIQUE; CUNHA, 2008).

Segundo Dornelas (2008), o empreendedorismo ganhou força no Brasil somente a partir da década de 1990, na qual houve a abertura da economia, propiciando a criação de entidades como o Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas).

De acordo com Gomes et al. (2013), as micro, pequenas e médias empresas (MPMEs) representam mais de 98% do total das empresas nas economias desenvolvidas, mais de 60% do emprego na economia e cerca de 50% do Produto Interno Bruto (PIB). Por outro lado, nas economias menos desenvolvidas as MPMEs empregam pouco mais de 30% da força de trabalho e representam pouco mais de 10% do PIB (SAREFATI, 2013).

O Brasil possui 27 milhões de pessoas envolvidas direta ou indiretamente em processo de criação de um negócio próprio e ocupa o terceiro lugar no ranking de 54 países, atrás apenas da China e dos Estados Unidos. Esses dados foram obtidos pela pesquisa GEM BRASIL (2012), realizada anualmente e fruto de uma parceria entre o Sebrae e o Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP).

Um estudo do Sebrae revelou que, no ano de 2002, 34% dos empreendedores

eram pessoas que trabalhavam anteriormente no setor privado, e em 2005 esse percentual subiu para 51%. Esse aumento se deve ao fato de que os brasileiros buscam independência, autonomia e flexibilidade, características essas não encontradas nas empresas (BEYDA; CASADO, 2011).

A GEM levanta as principais características do empreendedorismo em cada um dos países pesquisados e considera tanto os negócios formais quanto os informais. A faixa etária dos pesquisados abrange pessoas entre 18 e 64 anos. Os empreendedores representam 27% da população adulta brasileira. Em 2002, esse percentual era de 21%. A China, que lidera o ranking, tem quase 370 milhões de empresários. Já os Estados Unidos, que ocupam a segunda posição, cerca de 40 milhões.

Dos 27 milhões de empreendedores existentes no país, 85% estão no mercado há mais de três meses. Desses, 12 milhões, o equivalente a 45%, estão estabilizados, pois operam no mercado há mais de 42 meses. Outros 11 milhões, 40% do total, são classificados empreendimentos recentes por funcionarem há mais de três meses e menos de 42 meses.

A pesquisa demonstra que 15% dos empreendedores estão envolvidos na criação do próprio negócio. Nesse grupo estão inclusas pessoas que se encontram no estágio inicial da montagem do empreendimento, por exemplo, no levantamento de informações sobre o mercado. A maioria dos empresários abre negócio porque constatou uma oportunidade de mercado e não por necessidade. A estimativa é que, para cada negócio aberto por necessidade (por motivo de desemprego, por exemplo), 2,24 começam pela identificação de uma oportunidade.

Recentemente uma pesquisa realizada pela Endeavor Brasil comparou o interesse dos estudantes em empreender *versus* recursos oferecidos pelas universidades. Segundo o estudo, seis em cada dez estudantes universitários brasileiros gostariam de ter a própria empresa no futuro.

2.3 PERFIL EMPREENDEDOR

Mensurar as características de um empreendedor é uma tarefa difícil, visto que se trata de um conceito subjetivo. Uma adequada mensuração do perfil empreendedor exige uma precisa definição das características que compõem

esse perfil. Diversos autores (DOLABELLA, 1999; FILION, 2000; SCHUMPETER, 1988) ilustram a dificuldade de se definir as características do empreendedor. Os empreendedores não constituem uma classe homogênea, visto que cada um possui diferentes características, motivações, padrões de comportamento e dilemas. Apesar da variabilidade de motivos que levam uma pessoa a se tornar empreendedora, podemos resumir em duas as principais razões: necessidade ou oportunidade (BEYDA; CASADO, 2011).

O empreendedor precisa definir seu negócio (*start up*) e conhecer profundamente o cliente e suas necessidades, definir missão e visão do futuro, formular objetivos e estabelecer estratégias para alcançá-los, criar e consolidar sua equipe, lidar com assuntos de produção, marketing e finanças, inovar e competir em um contexto repleto de ameaças e oportunidades (CHIAVENATO, 2008).

A pesquisa acadêmica sobre empreendedorismo é relativamente recente e está ligada à grande importância que a pequena e microempresa exercem no quadro econômico. Concomitantemente, o economista austríaco Schumpeter (1988) associa o empreendedor ao desenvolvimento econômico, à inovação e ao aproveitamento de oportunidades de negócios (DOLABELLA, 1999).

Outra definição deve ser citada por sua importância: o empreendedor destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e matérias (DRUCKER, 1998).

O empreendedor é alguém que toma a iniciativa de uma maneira nova, ou para reorganizar recursos de modo a gerar uma organização relativamente independente, cujo sucesso é incerto (FAIA et al., 2014).

Com base nas diversas definições encontradas na literatura em relação ao perfil empreendedor, seguem abaixo as principais características citadas por autores que pesquisaram sobre o tema.

Quadro 1. Resumo das principais características do empreendedor

DORNELAS (2008)	DOLABELA (1999)	DRUCKER (1998)
<ul style="list-style-type: none"> - Visionário. - Sabe tomar decisões. - Indivíduo que faz a diferença. - Sabe explorar ao máximo as oportunidades. - Determinado e dinâmico. - Dedicado. - Otimista e apaixonado pelo que faz. - Independente e constrói o próprio destino. - Líder. 	<ul style="list-style-type: none"> - Iniciativa, autonomia e otimismo, autoconfiança, necessidade de realização. - Trabalha sozinho. - Perseverança e tenacidade. - Aprende com os erros. - Grande energia, é incansável. - Fixa metas e as alcança. - Forte intuição. - Comprometimento. - Obtém feedback. - Busca, controla e utiliza recursos. - Sonhador realista. 	<ul style="list-style-type: none"> - Inovação. - Capacidade para conviver com riscos e incertezas. - Constante busca por mudança.

Fonte: Elaborado pelo próprio autor.

Com base nas principais publicações sobre empreendedorismo, o perfil empreendedor traçado por esta pesquisa engloba as seguintes características: autoconfiança; liderança; trabalho em equipe; assumir riscos calculados; dedicação e comprometimento; persistência; planejamento; busca por oportunidades e inovação.

2.4 EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA

A educação empreendedora tem sido alvo de instituições de ensino espalhadas por todo o mundo, cada uma focada em seus contextos regionais. Em regiões sem tradição empreendedora, as universidades enfrentam os desafios de iniciar esse processo, encontrar educadores experientes e reunir os recursos necessários para tal; enquanto que em outras regiões a educação empreendedora já conseguiu estabelecer-se como ferramenta para estimular o desenvolvimento econômico.

No contexto das universidades brasileiras, é um desafio inserir o ensino do empreendedorismo como parte de praticamente todos os cursos superiores oferecidos. Isso mostra uma preocupação do ensinar do empreendedorismo não restrito a cursos específicos de gestão.

Nas universidades há uma necessidade cada vez maior de preparar os alunos para enfrentar um mercado de trabalho onde não há mais garantias de emprego ou de estabilidade, numa economia de mudanças provocadas principalmente pela globalização do mercado.

Considerando o mercado instável e globalizado, faz-se necessário para nós estudar os procedimentos utilizados para a valorização da formação da cultura empreendedora no sistema educativo. As dificuldades das instituições referem-se às mudanças, não só no ensino, mas também na visão de mundo da sociedade. Segundo Dolabela (1999), o ensino pode ser o agente de mudança cultural efetivo, porém é um processo em longo prazo, pois se desenvolve no ritmo em que as gerações se substituem. Para se obter a consolidação da cultura empreendedora, seria necessário que o discurso dos professores universitários ultrapassasse os limites da sala de aula e atingisse o consciente coletivo de toda sociedade.

Para Batista (2004), o ensino de empreendedorismo nos cursos superiores de administração vem restringindo sua abordagem predominantemente ao desenvolvimento de planos de negócios como uma ferramenta gerencial de validação de ideias de novas empreitadas. A disciplina tem os objetivos de gerar novos negócios e de reduzir os fracassos na sua implementação.

O principal passo para a mudança é desenvolver alunos criativos, inovadores, corajosos. Pessoas que corram riscos calculados e busquem soluções novas, diferentes, que saiam do previsível, do padrão, pois a autonomia se constitui na experiência de inúmeras decisões tomadas.

O ensino de disciplinas de empreendedorismo nos cursos de graduação implicaria lançar no mercado não mais simples administradores prontos para gerenciar grandes corporações, e sim pessoas com conhecimentos para abrir um negócio, um empreendimento; assim como buscar inovações dentro das empresas em que trabalham, atuando como intraempreendedores e contribuindo para a contínua inserção e sobrevivência das organizações dentro de ambientes cada dia mais complexos (HENRIQUE; CUNHA, 2008).

Os cursos de administração, ciências contábeis e tecnólogo em processos gerenciais têm potencial para auxiliar na preparação de profissionais com características empreendedoras, uma vez que geralmente eles possuem a disciplina

de empreendedorismo na sua grade. Para tanto, é fundamental que se atente para a importância da formação de empreendedores e que os alunos entendam o empreendedorismo, para que possam colaborar no aperfeiçoamento dos instrumentos de estímulo ao desenvolvimento de novos empreendedores.

3 METODOLOGIA

3.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

Este estudo pode ser caracterizado como pesquisa descritiva, em função do objetivo de avaliar o perfil empreendedor dos alunos dos cursos de administração, ciências contábeis e tecnólogo em processos gerenciais das instituições de ensino superior do município de Viçosa- MG. Segundo Gil (2002), as pesquisas descritivas são aquelas que têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno, ou então o estabelecimento de relações entre as variáveis.

Tal pesquisa classifica-se ainda como quantitativa, pois ela utiliza a quantificação tanto nas modalidades de coleta de informações, quanto no tratamento delas por meio de técnicas estatísticas (RICHARDSON, 1999).

3.2 COLETA DE DADOS E VARIÁVEIS UTILIZADAS

Para a coleta de dados foi utilizado um questionário semiestruturado, composto por 46 perguntas, sendo seis relacionadas à identificação do aluno e 40 avaliando as características empreendedoras dos mesmos.

Avaliamos dez características empreendedoras, cada qual com quatro questões. Os constructos foram: autoconfiança, liderança e trabalho em equipe, assumir riscos calculados, dedicação e comprometimento, planejamento, persistência, busca de oportunidades, inovação, delegação de autoridade e iniciativa.

Os questionários foram aplicados a uma amostragem de 300 dentre um universo de 534 alunos dos cursos de ciências contábeis, administração e tecnólogo

em processos gerenciais de quatro instituições: Univiçosa, ESUV, Unopar e UFV, todas localizadas no município de Viçosa- MG. A amostra determinada foi entrevistada nas quatro faculdades, sendo três privadas e uma pública. Todos os estudantes responderam aos questionários na própria sala de aula da faculdade, exceto os do curso de ciências contábeis do 7º período da UFV, os quais responderam ao questionário de forma online, montado no Google docs. A população do presente estudo abrangeu estudantes dos cursos de administração e ciências contábeis, matriculados no primeiro e segundo períodos letivos (iniciantes) e no sétimo e no oitavo períodos (concluintes). Essa restrição objetivou avaliar se os cursos influenciaram na formação do perfil empreendedor do aluno. O questionário utilizado foi composto por perguntas correspondentes às características empreendedoras, com questões do tipo escala Likert para a elaboração de constructos de acordo com as características do perfil empreendedor. A escala obedeceu à seguinte ordem:

- 1 – Discordo totalmente (D.T.)
- 2 – Discordo bastante (D.B.)
- 3 – Discordo parcialmente (D.P.)
- 4 – Concordo parcialmente (C.P.)
- 5 – Concordo bastante (C.B.)
- 6 – Concordo totalmente (C.T.)

Para a análise dos dados, foi utilizada a abordagem quantitativa. A quantificação é importante para estabelecermos uma correspondência entre as dimensões de cada conceito e números dispostos segundo determinadas regras; ela autoriza a comparabilidade numérica e a aplicação de métodos de tratamento quantitativo.

Foram realizadas análises multivariadas, utilizando o software *Statistical Package for the Social Science* - SPSS versão 15.0, licenciada.

Em seguida, faremos uma breve descrição do Alfa de Crombach e da análise de *cluster*, contextualizando sua importância no estudo em questão.

3.2.1 Alfa de Crombach

O Alfa de Crombach é uma medida de validação de constructo, que toma como referência a média do comportamento da variabilidade conjunta dos itens considerados. A pressuposição é que, se um conjunto descreve com fidelidade um conceito, as variáveis ou itens que o compõem são fortemente correlacionados (HAIR, 2005).

Na literatura existem várias sugestões de corte para a validação do constructo pelo Alfa de Cronbach, sendo 0,50 o valor mínimo recomendado. Contudo o pesquisador deve ter sensibilidade para perceber o corte mais apropriado ao seu conceito (HAIR, 2005).

3.2.2 Análise de Cluster

A análise de cluster é uma técnica estatística que objetiva agrupar os indivíduos (casos) que possuem características semelhantes em função de um conjunto de variáveis selecionadas. Assim, essa análise classifica os indivíduos (casos) em grupos homogêneos, denominados clusters ou conglomerados. Entende-se, portanto, que os grupos criados pela análise de cluster são semelhantes entre si (dentro do cluster a variância é mínima) e diferentes de outros clusters (entre clusters a variância é máxima). Compreende-se, portanto, que é possível segmentar os alunos iniciantes e concluintes de acordo com o seu perfil empreendedor.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA

A amostra deste estudo abrangeu os alunos dos cursos de administração, ciências contábeis e tecnólogo em processos gerenciais de instituições de ensino superior de Viçosa. O questionário foi aplicado aos alunos iniciantes e concluintes de cada curso. Abaixo, segue a amostra separada por instituição de ensino superior (IES). O resultado obtido encontra-se na Tabela 1.

Tabela 1. Composição da amostra de acordo com as instituições

IES	Curso	Total (%)	Iniciantes (%)	Concluintes (%)	Masculino (%)	Feminino (%)
UFV	Ciências Contábeis	15,67	70,21	29,79	44,68	55,32
	Administração	31,33	50,00	50,00	57,45	42,55
ESUV	Ciências Contábeis	17,67	58,49	41,51	43,40	56,60
Univiçosa	Administração	10,67	100	-	59,38	40,63
	TPG	18,00	61,11	38,89	44,44	55,56
Unopar	Ciências Contábeis	3,33	100	-	50	50
	Administração	3,33	60	40	50	50
Total		300	191	109	151	149

Fonte: Dados da pesquisa.

Cabe a observação de que o curso de administração da Univiçosa possui somente iniciantes, pela implementação recente do curso. Dessa maneira, não há turmas em fase avançada. Não há questionários respondidos dos concluintes de ciências contábeis da Unopar pela impossibilidade de aplicação do mesmo.

Detalhamos na Tabela 2 a caracterização da população estudada de acordo com idade e aspectos econômicos.

Tabela 2. Demonstração em relação à renda e idade dos alunos por curso

IES	Curso	Idade média iniciantes	Idade média concluintes	Renda média iniciantes (R\$)	Renda média concluintes (R\$)
UFV	C. Contábeis	19,66	22,93	3.271,08	5.435,71
	Administração	20,04	23,53	4.322,13	4.573,41
ESUV	Ciências Contábeis	24,64	28,36	1.856,96	2.982,05
UNIVIÇOSA	Administração	22,40	-	1.894,67	-
	TPG	26,87	27,19	2.882,27	2.085,89
UNOPAR	Ciências Contábeis	36,60	-	2.409,40	-
	Administração	26,83	26,00	3.124,00	2.012,50

Fonte: Dados da pesquisa.

De acordo com os dados apresentados, observamos que os alunos da universidade federal local possuem maior poder aquisitivo em comparação aos das instituições particulares. Isso demonstra uma inversão dos valores sociais, pois é de se esperar que, por ter mensalidade, as faculdades privadas englobariam estudantes de maior poder aquisitivo. Porém, com o advento de políticas públicas afirmativas, como Fies e Prouni, houve maior acesso de estudantes de baixa renda ao ensino superior privado.

Com relação à idade, acontece situação inversa, o que se explica pelo perfil dos alunos em relação à escolha do curso e a preparação. Geralmente, os estudantes que ingressam em universidades federais passam por uma preparação desde o início do ensino médio, por isso ingressam mais cedo no ensino superior. Já nas faculdades, o perfil do aluno é formado em grande parte por pessoas que primeiro ingressam no mercado de trabalho, criam uma estabilidade financeira e depois buscam novas perspectivas de ascensão na carreira.

Os cursos de curta duração (tecnólogos) e a distância (Unopar) possuem alunos com idades superiores aos das faculdades, provavelmente porque estes alunos querem recuperar o tempo perdido, e, assim, buscam cursos de menor duração.

A seguir serão discutidas as características empreendedoras desses alunos.

4.2 APRESENTAÇÃO DOS CONSTRUCTOS DA PESQUISA

Para a análise da confiabilidade dos *constructos* utilizados nesta pesquisa calculamos o Alfa de Cronbach de cada característica empreendedora, conforme a Tabela 3.

Tabela 3. Teste do Alfa de Cronbach por categorias consideradas na pesquisa

Categoria	Grupo de Perguntas	Alfa de Cronbach
Autoconfiança	1-8-16-25	0,609
Liderança e trabalho em equipe	7-9-18-32	0,632
Assumir Riscos Calculados	10-24-31-34	0,607
Dedicação e Comprometimento e persistência	15-21-23-26-30-37	0,674
Planejamento	4-22-29-36	0,576
Busca por oportunidade/Inovação	6-13-14-20	0,563

Fonte: Dados da pesquisa.

Após a análise dos resultados verificamos, na Tabela 3, que os valores estão acima do limite inferior de aceitabilidade para as categorias autoconfiança, liderança e trabalho em equipe, assumir riscos calculados, dedicação e comprometimento e persistência, evidenciando a existência de confiabilidade na mensuração dos princípios estabelecidos. Para as características “planejamento” e “busca por oportunidades”, o valor encontrado no teste foi inferior a 0,60. Entretanto, em pesquisas nas ciências sociais aplicadas, valores acima de 0,5 ainda podem ser utilizados se contribuírem para os resultados da pesquisa (HAIR, 2005).

A seguir serão demonstrados os resultados de cada *constructo* individualmente.

4.2.1 Autoconfiança

Com respeito à característica “autoconfiança” (Tabela 4), observamos que 88,4% dos entrevistados têm confiança de que podem ser bem sucedidos nas atividades que se proponham a realizar, 76,48% se mantêm firmes em suas decisões, 38,42% confiam que seu rendimento é melhor do que os outros, 87,4% têm confiança no sucesso quando realizam alguma tarefa difícil.

Tabela 4. Percepção da característica de autoconfiança

Preposições	DT	DB	DP	CP	CB	CT
Tenho confiança que posso ser bem-sucedido em qualquer atividade que me proponha executar.	3%	3,7%	5,00%	28,6%	34,9%	24,9%
Mantenho-me firme em minhas decisões, mesmo quando outras pessoas discordam de forma enérgica.	2,7%	2,7%	16,03%	27,09%	31,09%	18,3%
Nos trabalhos em grupo meu rendimento é melhor do que o das outras pessoas.	7,6%	7,6%	27,02%	32,06%	2,06%	4,3%
Quando estou executando algo difícil e desafiador, tenho confiança em meu sucesso.	3%	3%	9,3%	33,2%	33,6%	20,6%

Fonte: Dados da pesquisa.

Os resultados deste constructo são positivos, e a autoconfiança torna-se característica de suma importância para o agente empreendedor, pois só se assume um risco se houver a confiança de que os benefícios futuros (estabilização financeira, realização pessoal e profissional) serão possíveis de serem realizados e concretizados (McCLELLAND, 1971).

Contudo é preciso analisar se os estudantes possuem todas as características e não apenas esta de maneira isolada, pois a autoconfiança, sozinha, estaria mais ligada a um perfil arrogante e individualista.

O empreendedor deve ser autoconfiante, mas acima de tudo deve saber liderar sua equipe e delegar autoridade para que todos se sintam úteis na empresa, gerando motivação e maiores resultados. Assim, o próximo constructo está relacionado a essas características.

4.2.2 Liderança e Delegação de Autoridade

A liderança de trabalho está exemplificada nas duas primeiras questões da Tabela 5. Na primeira frase, 80,4% concordam com a afirmação, já na segunda frase o percentual encontrado foi de 70,20%. Nas afirmativas referentes à delegação de autoridade, os participantes responderam com 63,8%, delegar autoridade. Quando questionados sobre se todas as decisões são tomadas por eles próprios, obtivemos apenas 28,6% de respostas concordando com a afirmativa. Observamos que, nesta afirmativa, respostas discordando são favoráveis a um comportamento de delegação de autoridade.

Tabela 5. Percepções das características sobre liderança e delegação de autoridade

Proposição	DT	DB	DP	CP	CB	CT
Frequentemente as pessoas pedem minha opinião sobre os assuntos de trabalho.	4,7%	3,7%	11,0%	30,6%	33,9%	15,9%
Normalmente influencio a opinião de outras pessoas a respeito de determinado assunto.	4,3%	9,3%	16,3%	29,6%	28,6%	12,0%
Nos trabalhos em grupo, eu delego o que cada integrante deve fazer.	6,6%	9,3%	20,3%	32,2%	22,3%	9,3%
Todas as decisões são tomadas por mim nos trabalhos.	23,6%	21,3%	26,6%	21,6%	5,0%	2,0%

Fonte: Dados da pesquisa.

Assim, os resultados deste constructo foram positivos, pois liderança e delegação de autoridade são características muito importantes para o empreendedor. Conforme Cunha et al. (2005), ser um líder empreendedor significa ser capaz de gerenciar a si mesmo de acordo com valores e ser capaz de influenciar positivamente os outros.

4.2.3 Assumir Riscos

A Tabela 6 está demonstrando a característica “assumir riscos”. Esta tabela possui uma inversão das respostas, pois concordar com a frase significa não assumir riscos, exceto pela terceira frase. Os percentuais encontrados nas frases foram, respectivamente, 51,5%, 81,26%, 62,8% e 57,8%. A partir desse resultado, constatamos que os alunos da pesquisa não gostam de assumir riscos.

Tabela 6. Percepção da característica de assumir riscos

Proposição	DT	DB	DP	CP	CB	CT
Altos retornos não me atraem, quando seus riscos são altos	10,3 %	14,6%	23,6%	29,2%	15,3%	7,0%
Prefiro situações em que posso controlar ao máximo o resultado final	4,0%	6,3%	8,0%	27,06%	29,9%	24,3%
Eu assumiria uma dívida de longo prazo, acreditando nas vantagens que uma oportunidade de negócio me traria	7,6%	14,6%	15,0%	23,6%	23,9%	15,3%
Tomo decisões que envolvem menores riscos, mesmo que o retorno seja baixo	7,0%	13,6%	21,6%	31,9%	17,3%	8,6%

Fonte: Dados da pesquisa.

Essa característica é considerada uma das mais importantes pelos estudiosos do assunto. Dornelas (2008) afirma que o empreendedorismo está diretamente relacionado ao ato de assumir riscos, desde que os mesmos sejam calculados, até porque os riscos fazem parte da atividade empresarial. O empreendedor está sempre buscando investir em um novo projeto e todo investimento é acompanhado pelo risco, podendo gerar lucros ou prejuízos. Os alunos entrevistados demonstraram não

possuir coragem para enfrentar desafios que envolvam altos riscos. Esse resultado poder estar ligado à falta de estabilidade financeira, haja vista a possibilidade do fracasso.

4.2.4 Dedicção, Comprometimento e Persistência

De acordo com a Tabela 7, 91,4% responderam se empenhar na realização de trabalhos, 93,0% se empenham para que trabalhos realizados a terceiros sejam satisfatórios, 90,4% tentam diversas maneiras de superar os obstáculos que impedem a realização de seus objetivos, 77,7% fazem suas tarefas antes que as mesmas se tornem urgentes, 92,7% persistem em seus objetivos, mesmo que para isso tenham que procurar outros meios de fazê-lo. Notamos que mais da metade das respostas na proposição “quando estou fazendo um trabalho para outra pessoa me esforço para que ela fique muito satisfeita” foram *concordo totalmente*, demonstrando que os alunos em questão são comprometidos.

Tabela 7. Percepção da característica dedicação e comprometimento/ persistência

Preposições	DT	DB	DP	CP	CB	CT
Empenho-me muito para realizar meus trabalhos	0,7%	0,7%	7,3%	20,3 %	30,6 %	40,5%
Quando estou fazendo um trabalho para outra pessoa, esforço-me para que ela fique muito satisfeita com o resultado	1,3 %	1,3 %	4,3 %	11,3	29,2%	52,5%
Faço o que é necessário, sem que os outros tenham que me pedir	1,3%	0,7%	8,0%	22,3%	35,5%	32,2%
Tento de várias formas superar os obstáculos que atrapalham a realização dos meus objetivos	1,3 %	2,0 %	6,3 %	14,6 %	35,9%	39,9%
Faço as coisas antes que elas se tornem urgentes	3,0 %	5,6%	13,6 %	30,2%	27,9 %	19,6%
Quando alguma coisa impede o que estou tentando fazer, procuro outros meios para fazê-lo	0,7%	1,0 %	5,6 %	23,3 %	36,2%	33,2%

Fonte: Dados da pesquisa.

A grande maioria dos entrevistados se diz dedicada, comprometida e persistente. O resultado obtido nessa característica foi extremamente positivo. Apesar de o resultado ser positivo, é importante ressaltar que o comprometimento e a persistência são características importantes dentro do perfil empreendedor, contudo não podemos esquecer que o empreendedor deve ser sociável. Como citado no referencial teórico por Dornelas (2008), o empreendedor sabe que a vida é uma troca de interesses, assim, ele procura conhecer pessoas para atingir seus próprios objetivos. Isso é imprescindível no meio empresarial, já que grandes negócios podem ser fechados em ambientes informais.

4.2.5 Planejador

Quando questionados sobre planejamento (Tabela 8), 56,1% responderam enfrentar os problemas apenas quando eles surgem ao invés de antecipá-los. Estudantes que concordam com essa frase não planejam suas atividades; 79,4% consideram as possibilidades de êxito e fracasso antes de começar a atuar; 79,3% coletam todas as informações previamente antes de iniciar um projeto; 80,4% dividem um trabalho grande em partes menores.

Tabela 8. Percepção da característica planejamento

Proposições	DT	DB	DP	CP	CB	CT
Enfrento os problemas na medida em que surgem, em vez de perder tempo antecipando-os	9,0%	14,0%	20,9%	24,9%	17,6%	13,6%
Considero minhas possibilidades de êxito ou fracasso antes de começar a atuar	2,0%	5,6%	13,0%	33,2%	28,6%	17,6%
Quando começo uma tarefa ou projeto novo, coletei todas as informações possíveis antes de dar prosseguimento a ela	1,3 %	5,3%	14,0 %	27,2%	31,2%	20,9%
Planejo um trabalho grande, dividindo-o em várias partes menores	1,7%	5,6%	12,3%	29,2%	31,9%	19,3%

Fonte: Dados da pesquisa.

A divisão do trabalho é uma qualidade de pessoas que planejam as atividades, qualidade considerada neste estudo como uma característica empreendedora.

Apesar de a primeira afirmativa apresentar um resultado negativo, as demais apresentaram um resultado satisfatório. Segundo Filion (2000) “os empreendedores não apenas definem situações, mas também imaginam visões sobre o que desejam alcançar. Sua tarefa principal parece ser a de imaginar e definir o que querem fazer e, quase sempre, como irão fazer”. A falta de um planejamento pode acarretar a falência de um empreendimento.

4.3 CLASSIFICAÇÃO DOS GRUPOS

Utilizando a análise de cluster, foi possível dividir a amostra em dois grupos: os empreendedores e os não empreendedores. Na Tabela 10 observamos as características descritivas dos fatores, bem como as similaridades e diferenças entre os grupos.

Consideramos como empreendedor as respostas com as maiores médias de pontuação para cada *constructo*. Observamos que o *constructo assumir riscos* dos não empreendedores apresentou uma média maior. Apesar desse resultado, não indica que tenham o perfil empreendedor, pois o perfil é composto por todas as qualidades e não uma característica isolada.

O presente estudo avaliou características semelhantes com as do estudo de Cunha (2005), a saber: liderança, confiança, inovação e tendência a risco, as quais possuíram uma das maiores médias encontradas dentre as analisadas.

Tabela 9. Estatística descritiva dos grupos

(Continua)

Categoria	Constructo	Pontuação mínima	Pontuação máxima	Média	Desvio padrão
Empreendedor	Assumir Riscos	4	23	12,93	3,702
	Autoconfiança	12	23	17,51	3,208
	Busca de oportunidade/ inovação	11	24	18,36	3,164
	Dedicação, comprometimento/ Persistência	26	36	29,74	3,949
	Liderança de equipe/ Delegação de autoridade/ Iniciativa	7	24	14,97	3,619
	Planejamento	7	24	16,46	3,561

		(Conclusão)			
Não empreendedor	Assumir Riscos	4	24	13,97	3,784
	Autoconfiança	7	23	16,78	3,012
	Busca de oportunidade/ inovação	11	24	17,95	2,771
	Dedicação, comprometimento/ Persistência	19	34	28,77	4,063
	Liderança de equipe/ Delegação de autoridade/ Iniciativa	4	20	14,75	3,505
	Planejamento	4	22	16,59	3,039

Fonte: Dados da pesquisa.

A Tabela 10 mostra o percentual dos empreendedores em relação ao curso, notamos que há menos concluintes com perfil empreendedor comparado aos iniciantes. Todavia não podemos confirmar que as instituições não estimulem os estudantes a terem um perfil empreendedor, o que afirmamos é que existe menor número de empreendedores no grupo dos concluintes em relação aos iniciantes.

O curso de administração da Unopar apresentou maior percentual de empreendedores na fase inicial do curso comparado aos alunos da UFV. Nessa comparação foi excluída a Univiçosa, pois esta possui apenas alunos iniciantes. Na fase final do curso de administração ocorre o inverso, a UFV possui 48% contra 33,33% da Unopar.

Os alunos iniciantes do curso de ciências contábeis da Unopar alcançaram um percentual de 83,33%, valor superior ao maior percentual encontrado para os alunos da administração. Nessa IES, os alunos iniciantes possuem um valor de perfil empreendedor mais alto, porém os concluintes obtiveram o menor percentual do grupo concluinte do curso de ciências contábeis.

No estudo realizado por Martens e Freitas (2008), alunos que cursaram a disciplina de empreendedorismo relataram ao final da mesma maior desejo de empreender. Esse resultado mostra que instituições que oferecem esta disciplina tendem a formar profissionais com maior perfil empreendedor.

O curso de administração obteve maior percentual de empreendedores em relação aos alunos do curso de ciências contábeis. Uma hipótese para esse resultado pode ser pela grade curricular do primeiro curso ser mais voltada para essa área. Essa hipótese foi confirmada no estudo de Cunha (2005).

Tabela 10. Estatística descritiva dos grupos

Cursos	IES	Total de alunos	Fase do curso	Empreendedores (n)	Empreendedores (%)
Ciências Contábeis	UFV	47	Iniciantes	16	34,04
			Concluintes	8	17,02
	UNI/ESUV	53	Iniciantes	16	64,00
			Concluintes	9	36,00
	Unopar	10	Iniciantes	5	83,33
			Concluintes	1	16,67
	Subtotal	110		55	50,00
	Administração	UFV	94	Iniciantes	26
Concluintes				24	48,00
UNI/ESUV		32	Iniciantes	22	100,00
			Concluintes	-	-
Unopar		10	Iniciantes	6	66,67
			Concluintes	3	33,33
Subtotal		136		81	59,56
TPG		UFV	-	Iniciantes	-
	Concluintes			-	-
	UNI/ESUV	54	Iniciantes	20	66,67
			Concluintes	10	33,33
	UNOPAR	-	Iniciantes	-	-
			Concluintes	-	-
	Subtotal	54		30	55,56

Fonte: Dados da pesquisa.

De acordo com a Tabela 11, comparando iniciantes *versus* concluintes, concluímos que, no geral, nenhum dos cursos contribuiu para aumento do perfil empreendedor dos alunos.

Tabela 11. Teste de médias dos iniciantes x concluintes

Constructo	Média dos Iniciantes	Média dos Concluintes	Significância do Teste T
Autoconfiança	17,51	16,78	0,189
Liderança e Delegação de Autoridade	14,97	14,75	0,822
Assumir Riscos	12,93	13,97	0,591
Dedicação, comprometimento e persistência	29,74	28,77	0,518
Planejamento	16,46	16,59	0,093
Busca por oportunidade/inação	18,36	17,95	0,180

Fonte: Dados da pesquisa.

De acordo com a Tabela 12, comparando iniciantes *versus* concluintes, podemos identificar que, no geral, em nenhum dos atributos houve aumento significativo de médias. Isso indica que no decorrer do curso os alunos não desenvolveram seu perfil empreendedor.

Outra possibilidade, que precisa ser mais bem investigada, é de as características empreendedoras não poderem ser ensinadas, sendo inerentes ao indivíduo. Contudo essa hipótese ainda precisa ser estudada com maior profundidade, porém esta se configura como uma ótima oportunidade de pesquisa.

Por fim, testamos a correlação entre o perfil empreendedor e a idade e a renda dos alunos.

Tabela 12. Correlação de Pearson entre as variáveis idade e renda e o perfil empreendedor

	Renda	Idade
Correlação	13,21%	17,32%
Significância	0,341	0,237

Não houve relação significativa entre as variáveis, o que indica que, para ser empreendedor, não importa a idade nem a classe social do indivíduo. Esses resultados também contrapõem a corrente que defende a educação empreendedora, já que o indivíduo não se torna mais empreendedor ao longo da sua vida e as pessoas que têm mais condições de acesso à educação não agregam mais essas características, o que é positivo, pois dá, a pessoas de classes sociais mais baixas, a oportunidade de ascensão social.

5 CONCLUSÃO

Este estudo se propôs a analisar o perfil empreendedor dos estudantes de graduação dos cursos de administração, ciências contábeis e tecnólogo em processos gerenciais.

Ao longo dos resultados, constatamos que o teste Alfa de Cronbach foi válido para todas as características, exceto “planejamento” e “busca por oportunidades”.

A respeito dos *constructos*, aproximadamente metade dos alunos marcaram alternativas concordando com as afirmativas, demonstrando que possuem uma tendência empreendedora. Ao analisarmos os grupos de empreendedores e não empreendedores, concluímos que os primeiros possuem as maiores médias de pontuação.

Ao realizarmos o teste t com os alunos que estão iniciando a graduação em relação aos concluintes, não obtivemos resultado significativo, o que demonstra que ambas as turmas se encontram no mesmo patamar de características empreendedoras.

Dessa forma, o objetivo do estudo foi concluído: analisar o perfil empreendedor. Ressaltamos, porém, a importância de melhorar a cultura empreendedora dentro das universidades, fazendo com que se formem não só administradores e contadores, mas profissionais preparados para empreender.

Por fim, sugerimos que mais trabalhos sobre o tema sejam realizados, a fim de determinar com maior precisão o papel do ensino de qualidade no perfil empreendedor dos alunos.

REFERÊNCIAS

BARROS, F. S. O.; FIÚSA, J. L. A.; IPIRANGA, A. S. R. O empreendedorismo como estratégia emergente de gestão: histórias de sucesso. *Organizações & Sociedade*, v. 12, n. 33, 2014.

BATISTA, C. H. **Estudo comparativo do desenvolvimento das características comportamentais empreendedoras dos alunos da disciplina de empreendedorismo durante o primeiro semestre letivo de 2004 nos cursos**

de Administração e Turismo & Lazer da FURB. 2004. Dissertação (Mestrado em Administração) – FURB, Blumenau, 2004.

BEYDA, T. T.; CASADO, R. U. Relações de trabalho no mundo corporativo: possível antecedente do empreendedorismo? **Cad. EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 4, dez. 2011.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2008.

CUNHA, R. A. Desenvolvendo empreendedores: o desafio da Universidade do século XXI. In: SEMINÁRIO LATINO IBEROAMERICANO GESTIÓN TECNOLÓGICA, 11., 2005. **Anais...** Salvador, [s.l.], 2005.

DOLABELA, F. **O Segredo de Luísa**. São Paulo: Cultura, 1999.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo corporativo**: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar em organizações estabelecidas. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2008.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor**: entrepreneurship. 6. ed. São Paulo: Pioneira, 1998.

FAIA, V. S.; ROSA, M. A. G.; MACHADO, H. P. V. Alerta empreendedor e as abordagens causation e effectuation sobre empreendedorismo. **RAC-Revista de Administração Contemporânea**, v. 18, n. 2, p. 196-216, 2014.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **RAUSP**, São Paulo v.34, n.2, p.05-28, abr./jun. 2000.

GAIÃO, B. F. S.; SILVA, T. A.; QUEIROZ, C. T. A. P; LIRA, W. S; PEDROSA, A. S. P. Diagnóstico da tendência empreendedora através o modelo de durham: um estudo de caso no setor educacional. **Qualit@s Revista Eletrônica**, v.8, n. 3, 2009.

GEM-BRASIL. 2011. **Global Entrepreneurship Monitor: empreendedorismo no Brasil**. Curitiba: IBQP, 2012. 30p. (Relatório Executivo).

GIL, A. C. **Como elaborar projeto de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GOMES, M. V. P. et al. **Políticas públicas de fomento ao empreendedorismo e às micro e pequenas empresas**. São Paulo: PGPC, 2013.

HAIR, J. F.; ANDERSON, R. E.; TATHAM, R. L.; BLACK, W. C.; **Análise multivariada de dados**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

HENRIQUE, D. C.; CUNHA, S. K. Práticas didático-pedagógicas no ensino de empreendedorismo em cursos de graduação e pós-graduação nacionais e internacionais. **RAM, Rev. Adm. Mackenzie**, São Paulo, v. 9, n. 5, 2008.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

MARTENS, C. D. P., FREITAS, H. Influência do ensino de empreendedorismo nas intenções de direcionamento profissional dos estudantes. **Estudo & Debate**, Lajeado, v. 15, p. 71-95, 2008.

MCCLELLAND, D.C. **A Sociedade competitiva: realização e progresso social**. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1971.

MORRIS, M. H.; TROTTER, J. D. Empreendedorismo Intitutionalizing em um Empresa de grande porte: um estudo de caso da AT & T. **Gestão de Marketing Industrial**, 1990.

MOTA, A. R. S. **Empreendedorismo: o perfil das mulheres de sucesso**. João Pessoa: [s.l.], 2004.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SARFATI, G. Estágios de desenvolvimento econômico e políticas públicas de empreendedorismo e de micro, pequenas e médias empresas (MPMEs) em

perspectiva comparada: os casos do Brasil, do Canadá, do Chile, da Irlanda e da Itália. **Revista de Administração Pública**, v. 47, n. 1, p. 25-48, 2013.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico**: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. São Paulo: Nova Cultural, 1988.

Recebido em: 23 de dezembro de 2014

Aceito em: 25 de maio de 2016