

Recebido em: 17 de maio de 2017

Aprovado em: 28 de setembro de 2017

Sistema de Avaliação: Double Blind Review

RGD | v. 15 | n. 2 | p. 136-156 | jul./dez. 2018

DOI: <https://doi.org/10.25112/rgd.v15i2.1526>

## **AVALIAÇÃO DO PERFIL EMPREENDEDOR EM MEIO ACADÊMICO**

EVALUATION OF ENTREPRENEUR PROFILE  
IN ACADEMIC ENVIRONMENT

### **Renata Muraro**

Graduada em Comércio Internacional  
(Universidade de Caxias do Sul/Brasil).  
E-mail: re-muraro@hotmail.com.

### **Fernanda Lazzari**

Doutora em Administração (Universidade  
Federal do Rio Grande do Sul/Brasil).  
Professora na Universidade de Caxias  
do Sul (Caxias do Sul/Brasil).  
E-mail: fernandalazzari@hotmail.com.

### **Luciene Eberle**

Doutora em Administração (Pontifícia Universidade  
Católica do Rio Grande do Sul/Brasil).  
Professora na Universidade de Caxias  
do Sul (Caxias do Sul/Brasil).  
E-mail: leberle@ucs.br.

### **Gabriel Sperandio Milan**

Doutor em Administração (Universidade  
Federal do Rio Grande do Sul/Brasil).  
Professor na Universidade de Caxias  
do Sul (Caxias do Sul/Brasil).  
E-mail: gsmilan@ucs.br.

### **Fábio Verruck**

Doutor em Administração (Universidade  
Federal do Rio Grande do Sul/Brasil).  
Professor na Universidade de Caxias  
do Sul (Caxias do Sul/Brasil).  
E-mail: fverruck@ucs.br.

## RESUMO

Este estudo teve o intuito de identificar quais características empreendedoras podem ser encontradas nos alunos formandos do curso de Comércio Internacional de uma universidade localizada na serra gaúcha. A identificação de tais atributos poderá auxiliar a entidade acadêmica, uma vez que explora o assunto do empreendedorismo nos meios do Comércio Internacional e da Universidade, sugerindo uma possível reflexão acerca do currículo oferecido pelo curso, com a intenção de aprimorar o ensino do empreendedorismo. A metodologia adotada consistiu na pesquisa quantitativa, de caráter exploratório, e o instrumento de coleta de dados utilizado foi um questionário estruturado, validado por cinco especialistas nas áreas de comércio internacional, empreendedorismo e psicologia. Cabe ressaltar que os dados foram analisados e interpretados por meio da estatística descritiva. Os principais resultados obtidos a partir da realização do trabalho foram a identificação de elevada presença de características empreendedoras nos formandos, refletindo nos altos níveis de perfil empreendedor apresentados pelos alunos e, mais além, a relação destes resultados com a disciplina de Empreendedorismo em Comércio Internacional, possibilitando verificar que ela contribui para a formação ou desenvolvimento das características empreendedoras nos acadêmicos.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo. Perfil empreendedor. Características empreendedoras.

## ABSTRACT

This study aimed to identify which entrepreneurial characteristics can be found in located in the Serra Gaúcha. International Trade graduate students. The identification of such attributes may assist the academic entity, once it explores the subject of entrepreneurship within the International Trade and University area, proposing a possible reflection upon the curriculum offered by the course, with the intention of optimizing the education of entrepreneurship. The methodology consisted of a qualitative research, with exploratory approach, and the data collection instrument used was a structured questionnaire, validated by five experts in international trade, entrepreneurship and psychology areas. It is worth noting that the data was analyzed and interpreted through descriptive statistics. The main results obtained from this study were the identification of great presence of entrepreneurial characteristics in the graduates, reflecting in the high levels of entrepreneurial profile presented by the students and, furthermore, the relation of such results to the discipline of Entrepreneurship in the International Trade, allowing to verify that attributes with the levels of entrepreneurial profile of the students and, furthermore, to relation of these results with the class of Entrepreneurship in International Trade, allowing to verify that such class contributes to the formation or development of entrepreneurial characteristics in the academics.

**Keywords:** Entrepreneurship. Entrepreneurial profile. Entrepreneurial characteristics.

## 1 INTRODUÇÃO

A importância da abertura de mercado e inserção no meio global é evidente. Mudanças estão ocorrendo constantemente nas áreas econômicas, políticas, tecnológicas, organizacionais, culturais e estruturais da sociedade (MATLAY, 2008, 2011). Seguindo esta linha de pensamento, para Polczynski e Jaskolski (2005), no atual cenário dinâmico, com produtos de alta qualidade e *design* de baixo custo global, além da expansão da economia de serviços, a inovação torna-se um fator chave de sucesso e de diferenciação, evidenciando, assim, o empreendedorismo como uma possível fonte de diferenciação em mercados de alta competitividade.

Em termos de internacionalização, a propensão de se tornar um empreendedor é essencial para criar novas redes interfirmas, unir redes já existentes, adquirir ou desenvolver recursos mais eficazes e conceber estratégias de internacionalização usando ou alavancando as vantagens do mundo global (ETEMAD, 2014). Por meio desta inovação e da concorrência no mercado, o empreendedorismo contribui com o desenvolvimento econômico de uma sociedade (BARROS; PEREIRA, 2008; DE TONI; MILAN, 2008). Neste sentido, o empreendedorismo, no âmbito acadêmico, pode ser definido como um conjunto de funções necessárias para o desenvolvimento de tecnologias inovadoras e de produtos e serviços capazes de proporcionar crescimento significativo ao negócio, lucratividade e vantagem competitiva sustentável (MARTINS, *et al.*, 2014).

O perfil empreendedor representa, portanto, um diferencial profissional, um fator facilitador para o sucesso empresarial, para a geração de novos empregos e, por fim, um caminho para o desenvolvimento. O estudo do comportamento do empreendedor é fonte de novas formas para a compreensão do ser humano em seu processo de criação de riquezas e de realização pessoal, onde o empreendedorismo é um campo relacionado com o processo de entendimento e construção da liberdade humana. (SCHMIDT; BOHNENBERGER, 2009). Mais especificamente, o empreendedorismo é um impulsionador para o crescimento econômico, inovação e competitividade em muitas nações. Nesse sentido, a maioria dos estudos sobre a temática, mostra que existe uma relação positiva entre o crescimento econômico em termos de criação de emprego, sobrevivência e crescimento das empresas e mudanças tecnológicas (KUME; KUME; SHAHINI, 2013).

Neste contexto, levando em consideração a importância de se estudar o ato de empreender no meio acadêmico (BERGLUND; JOHANSSON, 2007), o presente artigo expõe o processo de identificação das características do perfil empreendedor em alunos do curso de Comércio Internacional. Este estudo, primeiramente, apresenta as bases teóricas sobre a temática do perfil do empreendedor, no âmbito acadêmico, sendo que, na sequência, é apresentado o método de pesquisa quantitativo descritivo realizado. A seguir, são evidenciados os resultados e a discussão a respeito dos mesmos. Por fim, apresenta-se as considerações finais.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 O SUJEITO EMPREENDEDOR E PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS**

O empreendedor é aquele que “destrói” a ordem econômica existente por meio da introdução de novos produtos e/ou serviços, da criação de novas formas de organização ou da exploração de novos recursos e materiais (SCHUMPETER, 2005; KUME; KUME; SHAHINI, 2013). Inclusive, Fuzetti e Salazar (2007) consideram que existem diferenças entre administrador e o empreendedor, onde o administrador está voltado ao processo administrativo e na execução das funções de planejar, organizar, dirigir e controlar. No entanto, o empreendedor está ligado à inovação, seja criando uma nova empresa, ou introduzindo algum tipo de modificação na empresa que já atua.

Neste sentido, o empreendedor se concentra principalmente na geração, identificação, aquisição, desenvolvimento e transferência de tecnologia em novos produtos e serviços. No Comércio Internacional, a educação dirigida a este campo está associada a uma necessidade de criar e manter viáveis e atraentes as oportunidades de negócios baseadas em tecnologia, com emprego de alto valor inovativo (POLCZYNSKI; JASKOLSKI, 2005).

Ampliando a discussão, Pedrosa, Nakatani e Mussi (2009) realizaram um estudo para identificar a relação do perfil empreendedor brasileiro. Sendo assim, destacam-se a relação da criatividade e inovação do empreendedor brasileiro para alavancar novas empresas ou produtos em mercados com excessivas ofertas. Outro ponto de destaque é a habilidade na resolução de problemas, bem como, a iniciativa, forma de fazer diferente e mudar velhos hábitos. Além disso, a partir das habilidades de persuasão e de conciliação, o empreendedor consegue ganhar a confiança de seus liderados, diante da capacidade de fazer as pessoas acreditarem nele e entrarem em um acordo (consenso). Outra característica muito importante mencionada no estudo é a adaptabilidade e flexibilidade, tendo facilidade de se adaptar com diferentes tipos de situações. Ainda, verificaram que são ousados, pois alguns usam a habilidade de inadequação às normas. Os autores concluem que, não é só por meio das habilidades que o empreendedor chega ao sucesso, e sim pelo conjunto de conhecimentos relacionados ao seu negócio.

A influência da atividade empreendedora também se estende pelos âmbitos sociais. Berglund e Johansson (2007) destacam que, por serem indivíduos atuantes em meio à sociedade, os empreendedores inspiram as novas gerações e servem como um exemplo a ser seguido em relação ao comprometimento com o meio ambiente e à consciência social, visando reformar as comunidades para o bem comum. Por isso, incluir estudos sobre o empreendedorismo significa instigar a busca pela inovação, a construção da consciência crítica, além de proporcionar oportunidades para aqueles que têm o poder de mudar a realidade utilizando seus talentos. Além disso, é fundamental formar jovens que acreditem em sua capacidade de atuar

na construção do futuro e do desenvolvimento econômico do país e da sociedade (SCABENI; CRISÓSTIMO, 2008).

De acordo com Souza *et al.* (2013), a atitude empreendedora tem ligação com o comportamento do empreendedor, pois a atitude caracteriza o perfil empreendedor, suas ações, formas de pensar e mudar o que for necessário. Em complemento a isso, Schmidt e Bohnenberger (2009) identificaram que o empreendedor é um indivíduo que assume riscos, é um bom planejador, visualizador de oportunidades, é um ser persistente, eficaz, sociável, sendo que as duas principais características são a capacidade de inovar e de liderar pessoas ou grupos.

Segundo Rauch e Frese (2012), na atualidade há um interesse dos pesquisadores em mapear as características ou personalidades de um empreendedor, mas com alguns enfoques mais sofisticados, considerando as habilidades cognitivas (necessidades de realização, tomadas de riscos, inovação, autonomia, controle e auto-efetividade) e os traços específicos da personalidade que podem ser percebidos como características empresariais (HOLIENKA; HOLIENKOVÁ; GÁL, 2015). Apesar de não haver uma definição unânime das características do perfil empreendedor, existe certa concordância dos principais atributos que o cercam (BEVERLAND; LOCKSHIN, 2001; CARLAND; CARLAND, 1996; MATLAY, 2011). Diante disso, são relacionadas as principais características intrínsecas ao perfil empreendedor, conforme apresentado na Figura 1.

**Figura 1 – Características do perfil empreendedor**

<b>Características</b>	<b>Autores</b>
Autonomia e autoconfiança	Malheiros, Ferla e Cunha (2005), Fillion (1999) e SEBRAE (2013)
Busca de oportunidades e visão	Malheiros, Ferla e Cunha (2005), Fillion (1999) e SEBRAE (2013)
Capacidade de assumir riscos moderados	Malheiros, Ferla e Cunha (2005), Fillion (1999), Carland e Carland (1996), McClelland (1972), Drucker (1967) e SEBRAE (2013)
Energia e comprometimento	Malheiros, Ferla e Cunha (2005), Kuip e Verheul (2003), Fillion (1999) e SEBRAE (2013)
Capacidade de inovar	Schmidt e Bohnenberger (2009), Pedroso, Nakatani e Mussi (2009), Carland e Carland (1996), McClelland (1972), Drucker (1967), Schumpeter (2005) e SEBRAE (2013)
Liderança e necessidade de poder	Malheiros, Ferla e Cunha (2005), Fillion (1999), McClelland (1972) e SEBRAE (2013)
Obstinação e necessidade de realização	Malheiros, Ferla e Cunha (2005), Schumpeter (2005), Carland e Carland (1996) e SEBRAE (2013)
Planejamento sistemático	Schmidt e Bohnenberger (2009), Fillion (1999), Carland e Carland (1996), McClelland (1972) e SEBRAE (2013)

**Fonte: Elaborada pelos autores**

Por fim, segundo Pedroso, Nakatani e Mussi (2009), o jeitinho brasileiro impacta diretamente no perfil peculiar do brasileiro, o qual deve ter iniciativa para mudança e rapidez na resolução de problemas, uma destacada habilidade de persuasão e conciliação, além de uma destacada capacidade de improvisação.

A seguir, será tratado da importância do ensino de empreendedorismo no meio acadêmico, tendo como prioridade o desenvolvimento da criatividade, visando aproximar o ensino superior com a realidade do mercado.

## **2.2 O EMPREENDEDORISMO NO MEIO ACADÊMICO**

O empreendedorismo é um comportamento intencional e planejado que dá vitalidade à economia de mercado, devido à geração de novos empregos e à vasta criação de produtos e/ou serviços inovativos para os mercados, transformando o mundo do trabalho (KARIMI *et al.*, 2016). Consoante isso, Berglund e Johansson (2007) também ressaltam a influência do empreendedorismo na sociedade. Segundo os autores, são os empreendedores que estão eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riquezas para a sociedade.

O estímulo ao espírito empreendedor no meio acadêmico torna-se, portanto, fundamental para o desenvolvimento sustentável de uma sociedade. De acordo com o mais recente estudo realizado em 2015 pelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM), o Brasil conta com 52 milhões de empreendedores. Destes, apenas 24% possuem formação universitária (GEM, 2015). Vale ressaltar, ainda, que a maioria dos estudos empíricos indicam que o empreendedorismo, ou pelo menos alguns aspectos dele, pode ser ensinado, e que a educação pode ser considerada um dos principais instrumentos para promover as atitudes empresariais, intenções e competências (MARTIN; MCNALLY; KAY, 2013).

Estes resultados suportam os estudos de Matlay (2011) e Bridgstock (2012) sobre o papel das instituições de ensino superior (IES) na criação e difusão de conhecimento e estabelecer o ensino do empreendedorismo como crucial para o sucesso do desenvolvimento de empreendedores graduados. Sendo assim, percebe-se que, geralmente, o empreendedorismo é reconhecido como um campo multidisciplinar de estudo e que nenhuma disciplina ou abordagem de pesquisa pode explicar plenamente este complexo e heterogêneo fenômeno (PARKER, 2005; MATLAY, 2011). Portanto, o empreendedorismo passa a ser reconhecido como um tema emergente, e as pesquisas em torno da educação para o empreendedorismo devem abranger disciplinas inter-relacionadas com a intenção de ampliar as perspectivas e abordagens desenvolvidas (MATLAY, 2008).

Diante disso, o ensino do empreendedorismo não deve somente promover a formação de negócios independentes para profissionais, como é tradicionalmente percebido, pois seu objetivo deve ser muito

mais amplo, visando o aumento da criatividade, capacidade de inovação e de identificar oportunidades, executando as ideias na realidade, formando a chamada mentalidade empreendedora (HOLIENKA; HOLIENKOVÁ; GÁL, 2015).

Neste horizonte, Koellinger (2008) evidencia que a capacidade de um indivíduo em perceber uma ideia de negócio inovador é influenciada pelo ambiente e pelos fatores individuais que, por sua vez, influenciam a criatividade e a possibilidade de perceber informações relevantes do ambiente. Indo além, o autor salienta que a distribuição do empreendedorismo inovador e imitativo varia entre os países, sendo que os empresários de países altamente desenvolvidos são mais propensos a se envolver em inovação, em vez de se empenharem em atividades puramente imitativas. Porém, os resultados deste estudo destacam que o espírito da orientação empreendedora é útil para os países em desenvolvimento. Outra contribuição teórica destacada é que a orientação empreendedora se constitui como uma orientação proativa que conduz à iniciação da inovação de produto e que afeta positivamente a performance dos negócios (LI; LIU; ZHAO, 2006; ATUAHENE-GIMA; KO, 2001).

Paralelamente à discussão sobre empreendedorismo, surge a necessidade de ensinar aos universitários os aspectos éticos que envolvem a atividade de empreender e valores como a cidadania, o comprometimento com o meio ambiente e a consciência social, uma vez que os empreendedores acabam gerando grande influência na sociedade. Em acréscimo, Pfeifer *et al.* (2016) salientam que uma das características principais de um aluno que tem vontade de se tornar um empreendedor é utilizar seu potencial para iniciar e executar projetos com sucesso em vários ambientes organizacionais, visando contribuir para a sociedade e criando valor para diferentes partes interessadas. Ao mesmo tempo, estes estudantes aumentam sua qualificação, competitividade e valor no mercado de trabalho.

De acordo com Karimi *et al.* (2014), as universidades estão passando por um processo de mudanças, onde a sala de aula torna-se um lugar apropriado para promover as habilidades necessárias que permitam os alunos encontrarem e criarem novas oportunidades. Dessa forma, fica clara a importância de desenvolver o perfil empreendedor nos estudantes dentro das instituições acadêmicas.

### **3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

O presente trabalho se baseia em uma pesquisa quantitativa, de caráter descritivo, cujo principal propósito consiste em descrever um fenômeno relativo ao objeto de pesquisa (MALHOTRA; BIRKS; WILLS, 2012). Em relação a este estudo, tal fenômeno diz respeito à identificação da existência de características do perfil empreendedor nos alunos formandos do curso de Comércio Internacional de uma Universidade da Serra Gaúcha.

### 3.1 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS, VALIDAÇÃO E PRÉ-TESTE

Um dos principais métodos empregados na concepção de pesquisas quantitativo-descritivas denomina-se *survey*, cujo objetivo é produzir descrições quantitativas por meio do uso de um instrumento (questionário) estruturado e predefinido (FOWLER Jr., 2009; FINK, 2012). Malhotra, Birks e Wills (2012) apontam como principais vantagens da utilização deste método a sua fácil aplicação, a obtenção de dados confiáveis e a redução na variabilidade de respostas, uma vez que são utilizadas perguntas de respostas fixas.

Optou-se, então, por utilizar uma escala do tipo Likert de cinco pontos, por ser fácil de ser construída, aplicada e compreendida (MALHOTRA; BIRKS; WILLS, 2012). Além disso, Fowler Jr. (2009) expõe como vantagem desta escala a não ambiguidade das categorias de respostas, uma vez que são previamente determinadas, evitando, assim, que os respondentes criem as suas próprias respostas. Sem essa particularidade, seria impossível avaliar a concordância das forças relativas das respostas dos participantes da pesquisa.

Conforme observado por Caird (1993), há uma dificuldade muito grande em encontrar testes relevantes que avaliem o perfil empreendedor, uma vez que muitos deles foram validados de maneira inconsistente e sem rigor. Esta dificuldade está relacionada à grande variedade de diferentes definições para o indivíduo empreendedor e para as características empreendedoras.

Para o desenvolvimento desta pesquisa, o questionário empregado foi adaptado dos formulários elaborados pelo SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2013), por Carland e Carland (1996) e por McClelland (1972), considerando, ainda, as contribuições e embasamentos teóricos de Drucker (1967) e Schumpeter (2005). A fim de tornar o instrumento um meio confiável para a avaliação do perfil empreendedor, verificou-se a necessidade de validar seu conteúdo. A validação de conteúdo consiste em uma avaliação subjetiva do conteúdo das escalas utilizadas na mensuração dos construtos de um estudo (MALHOTRA; BIRKS; WILLS, 2012). Logo, o questionário estruturado foi submetido à análise de cinco especialistas (*experts*), representando as áreas de empreendedorismo e da psicologia.

Cabe comentar, também, que o questionário foi submetido a um pré-teste antes de sua aplicação. Segundo Remler e Van Ryzin (2011), o pré-teste consiste em um teste do questionário com uma pequena amostra de entrevistados, com o intuito de identificar e eliminar problemas potenciais. Adicionalmente, apesar de a seleção dos participantes do pré-teste ser flexível, é aconselhável que os respondentes sejam razoavelmente adequados para as perguntas (FOWLER Jr., 2009; FINK, 2012).

Dessa forma, o pré-teste foi executado durante o período de uma semana, e aplicado a dez alunos, todos cursando Comércio Internacional na universidade em estudo. Cabe salientar que estes dez casos não fizeram parte da amostra final. Após modificações realizadas em sua estrutura e vocabulário, o questionário inicial, que era composto por 96 questões, foi reduzido a um total de 40 questões.

### **3.2 CRITÉRIOS PARA AVALIAÇÃO DOS DADOS**

Para avaliar o perfil empreendedor por meio do instrumento de coleta de dados desenvolvido neste estudo, conforme já mencionado, optou-se por adaptar o modelo proposto no questionário do SEBRAE (2013). Neste modelo, somam-se os valores de 1 a 5, variando de “1. Discordo Totalmente” a “5. Concordo Totalmente”, para cada resposta e, a partir da soma de cada item, encontra-se o perfil empreendedor do respondente.

Em relação aos resultados, quanto mais próximo de 200 a somatória estiver, maior será a presença dos atributos empreendedores nos alunos, representando um perfil empreendedor superior. De 121 a 160 pontos, o perfil é considerado médio superior. Entre 81 e 120 pontos, o perfil é médio. De 41 a 80 pontos, considera-se perfil médio inferior e, por fim, resultados abaixo de 40 pontos indicam uma menor incidência de características empreendedoras, consistindo em um perfil empreendedor inferior.

Os participantes da pesquisa foram os estudantes do curso de Comércio Internacional da universidade, que possui 364 alunos matriculados no curso. Salienta-se que, após a conclusão do processo de preparação de dados, a amostra passou a ser composta por 57 questionários válidos, onde 3 questionários foram excluídos, pois optou-se, na presente pesquisa, por incluir na amostra somente os questionários com dados completos, sendo que este é um procedimento conhecido por abordagem de caso completo (*listwise deletion*). Destaca-se, ainda, que a estratégia de coleta de dados adotada foi a de aplicação presencial dos questionários nos meses de março e abril de 2017. Por fim, foi realizada uma análise estatística descritiva para fornecer informações que suportassem a abordagem do problema em estudo (MALHOTRA; BIRKS; WILLS, 2012). Os resultados foram analisados na seção seguinte.

## **4 RESULTADOS DA PESQUISA**

### **4.1 CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA**

Com o intuito de caracterizar a amostra, foram levantadas questões a respeito da idade e do gênero dos respondentes, ano e semestre de ingresso no curso de Comércio Internacional e previsão de graduação. Além disso, foi solicitado que os alunos informassem se já haviam cursado a disciplina de Empreendedorismo em Comércio Internacional, bem como se trabalham ou já trabalharam na área internacional, conforme pode ser observado na Tabela 1.

**Tabela 1 – Perfil dos respondentes**

Gênero	Número de Respondentes	Percentual (%)	Disciplina de Empreendedorismo	Número de Respondentes	Percentual (%)
Feminino	30	52,63	Já cursei a disciplina	46	80,70
Masculino	27	47,37	Não cursei a disciplina	4	7,02
<b>Total</b>	57	100	Estou cursando a disciplina	7	12,28

Fonte: elaborada pelos autores

Primeiramente, considerando uma amostragem de 57 alunos, nota-se a predominância do sexo feminino, representando 52,63% dos entrevistados. É importante notar que o elevado número de respondentes que já cursaram a disciplina de empreendedorismo deve-se ao fato da amostra ser constituída por alunos que acumularam 130 (cento e trinta) créditos ou mais, estando, portanto, em fase de conclusão de curso.

## 4.2 PERFIL EMPREENDEDOR

Outro aspecto avaliado a partir dos dados obtidos durante a coleta foi o perfil empreendedor apresentado pelos alunos. Para tanto, o presente estudo se baseou na forma de avaliação desenvolvida pelo SEBRAE (2013), classificando os entrevistados em um dos cinco diferentes níveis estabelecidos para perfil empreendedor: inferior, médio inferior, médio, médio superior e, por fim, superior, conforme ilustrado a seguir, na Tabela 2.

**Tabela 2 – Perfil empreendedor conforme faixa etária**

Faixa Etária (anos)	Perfil Empreendedor Inferior (%)	Perfil Empreendedor Médio Inferior (%)	Perfil Empreendedor Médio (%)	Perfil Empreendedor Médio Superior (%)	Perfil Empreendedor Superior (%)
20-22	0	0	0	52,94	47,06
23-25	0	0	0	41,18	58,82
26-28	0	0	0	0	100
29-32	0	0	0	66,67	33,33

Fonte: elaborada pelos autores

Após a digitação e a depuração dos dados, foi possível observar que os alunos que faziam parte da amostra apresentaram perfil empreendedor entre 132 e 190 pontos. Dessa forma, todos os respondentes puderam ser classificados nas categorias “perfil empreendedor médio superior” e “perfil empreendedor superior”;

No que diz respeito ao perfil do empreendedor, a média geral dos formandos indicou a presença de um perfil empreendedor médio superior. Pedroso, Nakatani e Mussi (2009) afirmam que um dos principais atributos do empreendedor é justamente sua capacidade de identificar novas oportunidades, agarrá-las e buscar os recursos necessários para transformá-las em um negócio lucrativo.

### **4.3 CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS**

Com base no instrumento de coleta de dados utilizado neste estudo, foi possível medir o grau de concordância dos respondentes em relação às questões expostas. Cabe destacar que este grau foi medido a partir de uma escala do tipo Likert de cinco pontos, variando entre “1. Discordo Totalmente”, a “5. Concordo Totalmente”. Quanto maior for o grau de concordância, ou seja, quanto maior for a incidência de respostas assinaladas na escala com a opção “5”, maior será a presença de atributos empreendedores nos alunos. Além disso, foi disponibilizada uma alternativa, fora da escala, a opção “9. Não sei”, ou seja, quando o respondente não tivesse condições de opinar ou expressar a sua percepção em relação à questão.

A presença de características empreendedoras demonstrou-se mais elevada no primeiro grupo. Este fator está de acordo com Orbánová e Velichová (2013), que destacam que o empreendedor pode ser entendido como indivíduos com realçadas habilidades para tomar iniciativa, descobrir e apresentar novas ideias e transformá-las em atividades reais, assumindo responsabilidades pela sua execução, salientando que as características empreendedoras podem potencializar o desempenho das empresas (MILAN *et al.*, 2009; KARIMI *et al.*, 2014).

De um modo geral, os formandos que participaram da pesquisa apresentaram elevados índices de concordância em relação às dimensões de análise avaliadas. É importante destacar que a dimensão de análise “autonomia e autoconfiança” apresentou maiores índices de incidência, recebendo uma média de 4,09 na escala, enquanto “capacidade de assumir riscos moderados” resultou em uma média de 3,89, correspondendo à menor média obtida.

Com o intuito de apresentar os dados de maneira mais clara, cada questão avaliada foi explicitada separadamente. Dessa forma, a Tabela 3 ilustra o percentual de incidência das respostas apontadas pelos alunos, conforme o grau de concordância de cada um.

**Tabela 3 – Percentual de incidência de respostas na escala de concordância**

(continua)

DIMENSÕES DE ANÁLISE E ATRIBUTOS AVALIADOS		Escala de concordância					
		1	2	3	4	5	9
<b>Autonomia e Confiança</b>							
1	Acredito que serei bem sucedido em qualquer atividade que me proponha a executar.	0,00	3,85	50,00	0,00	46,15	0,00
2	Confio em minhas habilidades.	0,00	1,14	25,00	28,41	44,32	1,14
3	Reconheço minhas fraquezas e forças.	0,00	2,90	27,54	31,88	36,23	1,45
4	Faço as coisas que devem ser feitas sem que os outros tenham que me pedir.	0,00	1,54	21,54	36,92	38,46	1,54
5	Mantenho minha maneira de pensar, mesmo quando outros discordam de forma enérgica.	1,69	13,56	16,95	37,29	28,81	1,69
6	Não tenho medo de falhar.	7,58	22,73	10,61	42,42	16,67	0,00
7	Sou hábil em definir conceitos e detalhar ideias.	2,27	15,91	6,82	45,45	27,27	2,27
<b>Busca de Oportunidades e Visão</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>9</b>
8	Procuo ver possibilidades nas situações ao invés de ver as coisas da maneira como elas realmente são.	0,00	1,49	37,31	34,33	26,87	0,00
9	Fico de olho nas oportunidades que surgem para fazer coisas novas.	0,00	4,55	21,21	33,33	40,91	0,00
10	Gosto de desafios e de novas oportunidades.	0,00	4,69	9,38	29,69	56,25	0,00
<b>Capacidade de Assumir Riscos Moderados</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>9</b>
11	Considero minhas possibilidades de sucesso ou fracasso antes de começar a agir.	0,00	4,88	30,49	39,02	25,61	0,00
12	Acredito que empréstimos de dinheiro são apenas mais uma decisão de negócios.	6,02	15,66	26,51	38,55	9,64	3,61
13	Tenho habilidade em resolver problemas em geral e apresentar soluções.	0,00	3,33	30,00	35,00	31,67	0,00
14	Assumo riscos para alcançar meus objetivos.	0,00	5,00	21,67	38,33	35,00	0,00
15	Tomo riscos calculados e analiso tudo antes de agir.	0,00	15,09	18,87	41,51	22,64	1,89
16	Considero-me uma pessoa tolerante às situações de estresse, incertezas e conflitos no meu dia-a-dia.	4,26	21,28	10,64	27,66	36,17	0,00
17	Faço coisas que outras pessoas podem considerar arriscadas.	0,00	16,36	5,45	47,27	27,27	3,64
<b>Capacidade de Inovar</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>9</b>
18	Para a obtenção de minhas metas, desenvolvo diferentes maneiras de superar obstáculos.	0,00	3,57	39,29	28,57	28,57	0,00
19	Costumo procurar por novas maneiras de fazer as coisas.	0,00	3,51	19,30	31,58	43,86	1,75
20	Aventuro-me a fazer coisas novas e diferentes das que fiz no passado.	0,00	3,57	1,79	48,21	44,64	1,79

(continuação)

DIMENSÕES DE ANÁLISE E ATRIBUTOS AVALIADOS		Escala de concordância					
		1	2	3	4	5	9
<b>Energia e Comprometimento</b>							
21	Disponho-me ao sacrifício para atingir minhas metas.	0,00	3,70	29,63	32,10	34,57	0,00
22	Realizo minhas tarefas com disciplina e dedicação.	0,00	1,20	24,10	31,33	43,37	0,00
23	Tenho o hábito de me esforçar para realizar todas as coisas que preciso fazer no meu dia-a-dia.	0,00	0,00	0,00	42,00	58,00	0,00
<b>Liderança e Necessidade de Poder</b>							
24	Busco soluções que tragam benefícios a todas as pessoas envolvidas para alcançar meus objetivos.	0,00	1,49	35,82	31,34	31,34	0,00
25	Consigo influenciar pessoas com firmes convicções e opiniões a mudarem seu modo de pensar.	1,79	12,50	37,50	30,36	16,07	1,79
26	Desenvolvo estratégias para influenciar os outros.	4,23	15,49	25,35	46,48	5,63	2,82
27	Faço com que os outros me apoiem em minhas recomendações.	0,00	7,14	21,43	41,07	26,79	3,57
28	Sei formar times e trabalhar em equipe.	0,00	14,00	8,00	38,00	40,00	0,00
29	Identifico as pessoas capazes de me ajudar a atingir meus objetivos.	0,00	4,08	4,08	44,90	46,94	0,00
<b>Obstinação e Necessidade de Realização</b>							
30	Considero-me uma pessoa movida pela necessidade de crescer e atingir melhores metas e resultados.	0,00	0,00	25,56	30,00	44,44	0,00
31	O desafio de ser bem sucedido é tão importante quanto o de ganhar dinheiro.	0,00	7,25	21,74	30,43	39,13	1,45
32	Sou persistente ao resolver problemas.	0,00	0,00	20,41	24,49	55,10	0,00
33	Quando encontro uma grande dificuldade, permaneço até o fim.	0,00	14,00	16,00	42,00	28,00	0,00
34	Quando estou fazendo um trabalho para outra pessoa, esforço-me de forma especial para que fique satisfeita com o trabalho.	0,00	3,57	0,00	33,93	62,50	0,00
<b>Planejamento Sistemático</b>							
35	Considero cuidadosamente as vantagens e desvantagens de diferentes alternativas antes de realizar uma tarefa.	0,00	6,25	35,94	21,88	35,94	0,00
36	Quando começo um projeto novo, coeto todas as informações possíveis antes de dar prosseguimento a ele.	0,00	11,67	33,33	25,00	28,33	1,67
37	Costumo pensar e planejar minhas ações.	0,00	3,45	24,14	31,03	41,38	0,00
38	Gosto de pensar no meu futuro.	0,00	1,37	13,70	27,40	57,53	0,00
39	Quando planejo um trabalho grande, divido-o em várias etapas.	1,59	6,35	12,70	34,92	42,86	1,59
40	Penso em todos os problemas que possam ocorrer e planejo as soluções, caso um deles apareça.	2,17	17,39	10,87	39,96	26,09	6,52

Fonte: elaborada pelos autores

Apesar da dimensão “autonomia e autoconfiança” ter recebido a mais alta média geral na escala Likert de concordância, 4,09, os índices de concordância da afirmação “não tenho medo de falhar” são menores em relação às demais frases, representando 7,58%, 22,73% e 10,61% das respostas assinaladas como “1. Discordo Totalmente”, “2. Discordo Parcialmente” e “3. Nem Discordo, Nem Concordo (ponto neutro)”, respectivamente. Possivelmente, estes resultados podem ser decorrentes da baixa faixa etária dos respondentes.

Por sua vez, a dimensão “capacidade de assumir riscos moderados” demonstrou graus de concordância bem distintos no quesito “considero-me uma pessoa tolerante às situações de estresse, incertezas e conflitos no meu dia a dia”. Aproximadamente 40% dos alunos afirmam discordar totalmente, discordar parcialmente ou mantiveram-se neutros em relação à questão exposta. Em relação à dimensão de análise “capacidade de inovar”, os índices de concordância demonstraram-se elevados, entre “concordo parcialmente” e “concordo totalmente”. Entretanto, observando separadamente a questão “para a obtenção de minhas metas, desenvolvo diferentes maneiras de superar obstáculos”, verifica-se que a maioria dos respondentes manteve um grau de concordância neutro, representando 39,29% das respostas.

Na próxima dimensão avaliada, “energia e comprometimento”, é interessante observar que a frase “tenho o hábito de me esforçar para realizar todas as coisas que preciso fazer no meu dia a dia” obteve índices elevados de concordância, uma vez que 100% dos alunos concordam totalmente e parcialmente com a afirmativa.

Mais adiante, outra observação que pode ser feita diz respeito à dimensão de análise “planejamento sistemático”. As situações “considero cuidadosamente as vantagens e desvantagens de diferentes alternativas antes de realizar uma tarefa” e “penso em todos os problemas que possam ocorrer e planejo as soluções, caso um deles apareça” não apresentaram índices de concordância tão elevados quanto as frases “costumo pensar e planejar minhas ações” e “gosto de pensar no meu futuro”, apresentando falta de unanimidade. Como pode ser notado, o primeiro grupo de afirmações demonstrou índices de total concordância de 35,94% e 26,09%, enquanto o segundo grupo demonstrou índices de 41,38% e 57,53%, respectivamente.

Também foi possível discriminar a presença de características empreendedoras conforme a faixa etária de cada respondente. É interessante destacar que, de um modo geral, os graus mais elevados de presença dos atributos empreendedores concentram-se nos alunos que possuem entre 23 e 28 anos de idade. A presença da dimensão “busca de oportunidade e visão” revelou-se particularmente superior nos alunos com mais de 26 anos. A Tabela 4 ilustra a média das respostas obtidas para cada dimensão avaliada.

**Tabela 4 – Perfil empreendedor conforme faixa etária**

Dimensões de Análise Avaliadas	Média 20-22 anos	Média 23-25 anos	Média 26-28 anos	Média 29-32 anos
Autonomia e autoconfiança	4,00	4,30	4,00	4,00
Busca de oportunidades e visão	4,00	4,35	5,00	5,00
Capacidade de assumir riscos moderados	4,00	3,94	4,00	4,00
Capacidade de inovar	4,33	4,25	5,00	4,00
Energia e comprometimento	4,41	4,00	5,00	4,00
Liderança e necessidade de poder	4,00	4,20	4,00	4,00
Obstinação e necessidade de realização	4,00	4,02	4,00	4,00
Planejamento sistemático	3,89	4,19	4,20	4,20

Fonte: elaborada pelos autores

Por fim, outro comparativo possível de ser efetuado foi o da média de respostas entre alunos que já haviam cursado a disciplina de Empreendedorismo em Comércio Internacional, os que ainda não a cursaram e, mais além, os que estavam cursando-a no momento da coleta de dados. Portanto, constatou-se que os alunos que cursaram a disciplina de Empreendedorismo apresentaram maiores índices de concordância com as situações avaliadoras de cada dimensão empreendedora em relação aos alunos que não haviam cursado a disciplina, indicando que o primeiro grupo possui perfil empreendedor superior ao segundo, de acordo com a Tabela 5.

**Tabela 5 – Médias conforme participação dos alunos na disciplina de Empreendedorismo**

Dimensões de Análise	Média Disciplina Cursada	Média Disciplina Não Cursada	Média Disciplina Sendo Cursada
Autonomia e autoconfiança	4,00	3,64	4,00
Busca de oportunidades e visão	4,26	4,00	4,00
Capacidade de assumir riscos moderados	4,00	3,90	4,00
Capacidade de inovar	4,33	3,45	4,00
Energia e comprometimento	4,41	4,00	4,15
Liderança e necessidade de poder	4,00	3,95	4,00
Obstinação e necessidade de realização	4,15	4,00	4,00
Planejamento sistemático	4,20	3,80	3,90

Fonte: elaborada pelos autores

A presença de características empreendedoras, nos alunos que estavam cursando a disciplina, no momento do estudo, também é maior em relação aos que não haviam cursado ainda, principalmente nos quesitos “autonomia e autoconfiança”, “capacidade de inovar” e “energia e comprometimento”. Dessa forma, pode-se observar que o índice de incidência das características empreendedoras analisadas na amostra é distribuído de acordo com a realização ou não da disciplina de Empreendedorismo.

Os resultados apontaram que, uma vez que esta presença se revelou maior nos alunos que já cursaram a disciplina, pode-se afirmar que o conteúdo e a temática abordada durante as aulas contribuíram para o desenvolvimento do perfil empreendedor nos acadêmicos. Neste sentido, os resultados deste estudo corroboram com Fillion (1999), uma vez que, para o autor, o ensino em nível superior (universitário) deve focar no desenvolvimento do autoconhecimento do aluno e de *know-how* em entender contextos e definir situações, fornecendo ao futuro empreendedor uma estrutura de trabalho mental empreendedora.

## **6 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Este estudo contribui para a elucidação da construção de um instrumento de coleta de dados, gerando um novo recurso para a avaliação do perfil empreendedor de estudantes. Estimular o espírito empreendedor no âmbito acadêmico é fundamental para a formação de profissionais inovadores e preparados para lidar com o constante dinamismo do cenário global atual.

O objetivo do estudo, de estabelecer um comparativo do perfil empreendedor entre os alunos que já cursaram a disciplina de empreendedorismo, no curso de Comércio Internacional, com os alunos que ainda não cursaram, foi alcançado. O estudo evidenciou que oferecer o ensino de empreendedorismo no curso de Comércio Internacional pode proporcionar aos alunos, a possibilidade de desenvolver novas tecnologias e processos e idealizar novos conceitos, estimulando a sua capacidade de avaliar as necessidades do mercado e, principalmente, gerar propriedade intelectual de relevância. Cabe destacar que estudos futuros podem ser realizados no sentido de demonstrar a aplicação do instrumento de coleta de dados e os resultados obtidos através do mesmo.

A principal contribuição desta temática é que a orientação empreendedora gera, em um longo prazo, o desenvolvimento econômico global e a prosperidade das nações. Evidencia ainda que, como implicações gerenciais, estes estudos sugerem que uma orientação para o empreendedorismo é benéfica para a melhoria das atividades em uma economia em transição e, portanto, que os gestores de elevada hierarquia nas empresas devem se inclinar para escolher o empreendedorismo como uma de suas principais orientações estratégicas.

De um modo geral, foi possível observar que a disciplina de Empreendedorismo representa uma importante ferramenta no fomento do espírito empreendedor. Dessa forma, fica evidente a importância de

refletir acerca do conteúdo oferecido pela disciplina de Empreendedorismo, com o intuito de estimular de maneira ainda mais eficiente a formação de cada um dos atributos relacionados à figura empreendedora.

É relevante destacar as diferenças encontradas entre os alunos que cursaram ou estavam cursando a disciplina de Empreendedorismo no momento da pesquisa e os que não haviam cursado ainda, ou os que estavam cursando no momento em que a presente pesquisa foi realizada. Comparando os alunos que cursaram a disciplina com aqueles que não cursaram ainda, observou-se que o primeiro grupo apresentou graus de concordância mais elevados, em relação aos atributos avaliados, do que o segundo grupo. Estes números revelam, também, que o perfil empreendedor do primeiro grupo é, por consequência, maior.

Em acréscimo, este mesmo grupo apresentou graus de concordância mais elevados na maioria das dimensões consideradas nesta pesquisa, se comparados com os resultados dos alunos que estavam cursando a disciplina no momento da coleta de dados. Apesar de as dimensões “autonomia e autoconfiança”, “capacidade de assumir riscos moderados” e “liderança e necessidade de poder” não demonstrarem nenhuma alteração, “busca de oportunidades e visão”, “capacidade de inovar”, “energia e comprometimento”, “obstinação e necessidade de realização” e “planejamento sistemático” receberam médias 6,5%, 7%, 6,26%, 3,75% e 7,69% mais elevadas, respectivamente. Ou seja, a passagem pela disciplina de Empreendedorismo em Comércio Internacional refletiu diretamente no aumento da presença de características empreendedoras em seus alunos.

Dessa forma, fica evidente a importância de refletir acerca do conteúdo oferecido pela disciplina de Empreendedorismo, com o intuito de estimular de maneira ainda mais eficiente a formação de cada um dos atributos relacionados à figura empreendedora.

Espera-se que os resultados encontrados neste estudo, principalmente no que diz respeito às contribuições da disciplina de Empreendedorismo, nas diferentes áreas do conhecimento, sejam direcionadores para o desenvolvimento do perfil empreendedor, proporcionando uma oportunidade de reflexão acerca do currículo do curso como um todo, no sentido de introduzir melhorias e buscar por novas abordagens para o tema empreendedorismo.

Por sua vez, as limitações deste estudo estão ligadas, principalmente, aos procedimentos metodológicos adotados. Uma vez que se optou por entrevistar apenas os acadêmicos formandos com mais de 130 (cento e trinta) créditos concluídos, a amostra considerada tornou-se restrita e o número de alunos, muito baixo. Podem ser destacadas, também, limitações que dizem respeito ao instrumento de coleta de dados, apesar de o questionário ter sido embasado em diversos autores renomados da área de empreendedorismo e validado de maneira subjetiva por cinco especialistas relacionados ao empreendedorismo e psicologia e, por fim, pré-testado em alunos de Comércio Internacional, não havendo validação estatística. Esta validação poderia enriquecer o instrumento de coleta de dados, no sentido de torná-lo ainda mais confiável. Diante

do exposto, destacando novamente a importância da figura do empreendedor na construção de uma nação mais consciente de seu papel social e de uma economia mais dinâmica e competitiva, conclui-se que a realização de estudos mais aprofundados nesta área deve ser encorajada.

Alguns questionamentos que podem orientar estudos futuros dizem respeito ao desenvolvimento de um modelo de instrumento de coleta mais amplo, que envolva motivação, habilidades, atitudes e outros aspectos referentes ao comportamento empreendedor. Mais adiante, outro espaço de pesquisa a ser explorado encontra-se na aplicação do instrumento de coleta de dados em outros âmbitos, tais como diferentes cursos e universidades e, também, em outras regiões do país. Por fim, salienta-se que a conclusão deste estudo não representa um ponto final, mas sim um encorajamento para pesquisas futuras a respeito do ensino do empreendedorismo em meio acadêmico, considerando não somente os alunos de Comércio Internacional, mas também outros contextos.

## REFERÊNCIAS

- ATUAHENE-GIMA, K.; KO, A. An empirical investigation of the effect of market orientation and entrepreneurship orientation alignment on product innovation. **Organizational Science**, v. 12, n. 1, p. 54-74, 2001.
- BARROS, A.; PEREIRA, C. M. Empreendedorismo e crescimento econômico: uma análise empírica. **RAC - Revista de Administração**, v. 12, n. 4, p. 975-993, 2008.
- BERGLUNG, K.; JOHANSSON, A. W. Entrepreneurship, discourses and conscientization in processes of regional development. **Journal Entrepreneurship & Regional Development**, v. 19, n. 6, p. 499-525, 2007.
- BEVERLAND, M.; LOCKSHIN, L. Organizational life cycles in small New Zealand wineries. **Journal of Small Business Management**, v. 3, n. 4, p. 354-362, 2001.
- BRIDGSTOCK, R. Not a dirty word arts entrepreneurship and higher education. **Arts & Humanities in Higher Education**, v. 12, n. 2-3, p. 122-137, 2012.
- CAIRD, S. P. What do psychological tests suggest about entrepreneurs? **Journal of Managerial Psychology**, v. 8, n. 6, p. 11-20, 1993.
- CARLAND, J. A.; CARLAND, J. W. The theoretical bases and dimensionality of the Carland Entrepreneurship Index. In: **Proceedings of the Rise Conference**, Conference University of Jyväskylä, Finlândia, p. 1-24, 1996.

DE TONI, D.; MILAN, G. S. A relação entre os modelos mentais dos empreendedores e o desempenho organizacional: um estudo exploratório em duas empresas do setor metal-mecânico. **READ – Revista Eletrônica de Administração**, v.14, n. 3, p. 1-28, 2008.

DRUCKER, P. F. **The effective executive**. New York: Harper & Row, 1967.

ETEMAD, H. Editorial note: entrepreneurial characteristics and internationalization in the emerging death of distance. **Journal International Entrepreneurial**, v. 12, p. 1-7, 2014.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **RAE – Revista de Administração de Empresas**, v. 34, n. 2, p. 5-28, 1999.

FINK, A. **How to conduct surveys: a step-by-step guide**. 5. ed. Thousand Oaks: Sage Publications, 2012.

FOWLER Jr., F. J. **Survey research methods**. 4. ed. Thousand Oaks: Sage Publications, 2009.

FUZETTI, D. L. K.; SALAZAR, J. N. A. Empreendedorismo: evidências conceituais e práticas na visão econômica e administrativa. **RAU – Revista de Administração da Unimep**, v. 5, n. 2, p. 27-53, 2007.

GEM – GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **GEM report – empreendedorismo no Brasil 2012: sumário executivo**. Boston: Babson College, 2012.

HOLIENKA, M.; HOLIENKOVÁ, J.; GÁL, P. Entrepreneurial characteristics of students in different fields of study: a view from entrepreneurship education perspective. **Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendeliana e Brunensis**, v. 23, n. 6, p. 1.880-1.889, 2015.

KARIMI, S.; BIEMANS, H. J. A.; LANS, T.; CHIZARI, M.; MULDER, M. The impact of entrepreneurship intentions and opportunity identification. **Journal of Small Business Management**, v. 54, n. 1, p. 187-209, 2016.

KOELLINGER, P. Why are some entrepreneurs more innovative than others? **Small Business Economics**, v. 31, p. 21-37, 2008.

KUIP, I.; VERHEUL, I. Early development of entrepreneurial qualities: the role of initial education. **International Journal of Entrepreneurship Education**, v.2, n. 2, p. 203-226, 2003.

KUME, A.; KUME, V.; SHAHINI, B. Entrepreneurial characteristics amongst university students in Albania. **European Scientific Journal**, v. 9, n. 16, p. 206-225, 2013.

LI, Y.; LIU, Y.; ZHAO, Y. The role of market and entrepreneurship orientation and internal control in the new product development activities of Chinese firms. **Industrial Marketing Management**, v. 35, p. 336-347, 2006.

MALHEIROS, R. C. C.; FERLA, L. A.; CUNHA, C. J. C. A. **Viagem ao mundo do empreendedorismo**. Florianópolis: IEA – Instituto de Estudos Avançados, 2005.

MALHOTRA, N. K.; BIRKS, D.; WILLS, P. **Marketing research: applied approach**. 4. ed. New York: Pearson, 2012.

MARTIN, B. C.; MCNALLY, J. J.; KAY, M. J. Examining the formation of human capital in entrepreneurship: a meta-analysis of entrepreneurship education outcomes. **Journal of Business Venturing**, v. 28, n. 2, p. 211-224, 2013.

MATLAY, H. The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial outcomes. **Journal of Small Business and Enterprise Development**, v. 15, n. 2, p. 382-396, 2008.

MATLAY, H. The influence of stakeholders on developing enterprising graduates in UK hels. **International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research**, v. 17, n. 2, p. 166-182, 2011.

MCCLELLAND, D. C. **A sociedade competitiva: realização e progresso social**. Rio de Janeiro: Expressão Cultural, 1972.

MILAN, G. S.; DE TONI, D.; SCHULER, M.; DORION, E. Entendendo os modelos mentais dos empreendedores e sua relação com o desempenho organizacional. In: MILAN, G. S. (Org.). **Administração mercadológica: teoria e pesquisas**. 3. vol. Caxias do Sul: EDUCS, p. 13-37, 2009.

ORBÁNOVA, D.; VELICHOVÁ, L. Importance of entrepreneurship and financial literact in the socio-economic progress and personal growth of young people in the Slovak Republic. **Sociológia**, v. 45, n. 5, p. 470-488, 2013.

PARKER, S. The economics of entrepreneurship: what we know and what we don't. **Foundations and Trends in Entrepreneurship**, v. 1, n. 1, p. 1-54, 2005.

PEDROSO, J. P. P.; NAKATANI, M. S. M.; MUSSI, F. B. A relação entre o jeitinho brasileiro e o perfil empreendedor: possíveis interfaces no contexto da atividade empreendedora no Brasil. **RAM – Revista de Administração Mackenzie**, v. 10, p. 100-130, 2009.

PFEIFER, S.; SARLIJA, N.; SUSAC, M. N. Shaping the entrepreneurial mindset: entrepreneurial intentions of business students in Croatia. **Journal of Small Business Management**, v. 54, n. 1, p. 102-117, 2016.

POLCZYNSKI, M.; JASKOLSKI, S. Entrepreneurial engineering education. Proceedings of The NCIIA 9<sup>th</sup> Annual Meeting. **Anais...** 2005, San Diego, CA, 2005.

RAUCH, A.; FRESE, M. Born to be an entrepreneur? Revisiting the personality approach to entrepreneurship. In: Baum, J. R. *et al.* (Org.), **The Psychology of Entrepreneurship**. New York: Psychology Press, 2012.

REMLER, D. K.; VAN RYZIN, G. G. **Research methods in practice: strategies for description and causation**. Thousand Oaks: Sage Publications, 2011.

SCABENI, N. L. B.; CRISÓSTIMO, A. L. A importância da educação empreendedora na formação inicial do administrador. **UNICENTRO – Revista Eletrônica LatoSensu**, v. 6, n. 2, p. 2-9, 2008.

SCHUMPETER, J. A. **The theory of economic development**. 11. ed. New Brunswick: Transaction Publishers, 2005.

SCHMIDT, S.; BOHNENBERGER, M. C. Perfil empreendedor e desempenho organizacional. **RAC – Revista de Administração Contemporânea**, v. 13, p. 450-467, 2009.

SEBRAE – SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. Site institucional. Disponível em: <<http://www.sebrae.org.br>>. Acesso em: 23 abr. 2013.

SOUZA, E. C. L.; LOPEZ JUNIOR, G. S.; BORNIA, A. C.; ALVES, L. R. R. Atitude empreendedora: validação de um instrumento de medida com base no modelo de resposta gradual da Teoria da Resposta ao Item. **RAM – Revista de Administração da Mackenzie**, v. 14, p. 230-251, 2013.