



PROPENSÃO EMPREENDEDORA DOS ALUNOS E EX-ALUNOS DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA FACULDADE SINERGIA

OLIVEIRA, Silmara Lucas de.
Graduada em
Administração
(SINERGIA).
Líder de Logística.
silmaraoliveira458@gmail.com

RANGHETTI, Martinho
Jacob.
Graduado em
Administração;
Especialização em Gestão
Financeira.
Professor da Faculdade
Sinergia. (SINERGIA).
Coautor.
martinho@sinergia.edu.br
<http://lattes.cnpq.br/0787436169120020>

OLIVEIRA, Silmara Lucas de;
RANGHETTI, Martinho Jacob.
Propensão empreendedora dos
alunos e ex-alunos do curso de
Administração da Faculdade
Sinergia. **REFS – Revista
Eletrônica da Faculdade
Sinergia**, Navegantes, v.11, n.18,
p. 43-56, jul./dez. 2020.

RESUMO

Baseado em um cenário de grandes transformações econômicas, políticas e tecnológicas e, conseqüentemente do mercado de trabalho, vem-se consolidando cada vez mais a necessidade de empreender. A partir desse contexto, estudos visam identificar o perfil empreendedor e os fatores motivacionais que influenciam na tomada de decisão. Considerando a formação acadêmica dos alunos, é fundamental verificar a influência da faculdade como catalisadora para a formação do empreendedorismo. Neste contexto, surge então a seguinte questão: quanto os alunos e ex-alunos do Curso de Administração da Faculdade Sinergia têm de propensão a empreender? Assim, este estudo tem como objetivo analisar a propensão empreendedora dos alunos e ex-alunos do Curso de Administração da Faculdade Sinergia. Trata-se de uma pesquisa quantitativa aplicada, por meio de questionário, visando garantir a acuracidade dos dados, além de suporte em autores como: Alencar e Moura (2016), Barreto e Nassif (201), Dolabela (2008), Lopes (2010), dentre outros. Do ponto de vista institucional, destacam-se algumas contribuições para o campo, como a adoção de mecanismos de apoio ao ensino, o que permite adotar prerrogativa do potencial formador da postura empreendedora dos alunos. Os resultados apontam que os alunos e ex-alunos do Curso de Administração da Faculdade Sinergia, têm propensão empreendedora.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Ensino Superior. Motivação.

INTRODUÇÃO

Quando se fala em empreendedorismo, entende-se que a tendência é gerar mais empregos, aumentar a competitividade e movimentar a economia. Ao contrário do que muitas pessoas pensam, empreender vai muito além de juntar algum dinheiro e abrir o próprio negócio. O sucesso do empreendimento está intimamente ligado ao espírito empreendedor do indivíduo, e o ambiente em que ele vive, contribui para despertar o interesse em empreender. Mas quais fatores influenciam mais esta jornada empreendedora?

O empreendedorismo é tema de pesquisas que buscam identificar os fatores que influenciam os novos empreendedores e as causas que os levam ao sucesso ou fracasso. Mesmo o atual cenário econômico não sendo necessariamente favorável para o empreendedorismo, muitos jovens continuam buscando oportunidades para empreender e influenciar a economia de forma positiva, pois o empreendedorismo proporciona mudanças e melhorias na sociedade e sua estrutura, conforme aponta a pesquisa do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2017), que dos 23 milhões de empreendedores em fase inicial, 53% têm idade entre 18 e 34 anos. Ou seja, os jovens, cada vez mais, empreendem, alterando um comportamento histórico.

Historicamente, as crianças, adolescentes, jovens sempre foram incentivados a estudar muito e buscar as melhores oportunidades dentro de uma empresa já existente, e preferencialmente, de grande porte. Mas, felizmente, isto vem mudando, com o incentivo cada vez maior ao espírito empreendedor, gerando um ambiente favorável ao empreendedorismo.

Neste processo, as Instituições de Ensino Superior (IES) são agentes-chave no ecossistema empreendedor. Essa conexão gera efeitos positivos, tanto para a IES, recebendo apoio, desenvolvendo os alunos e instigando a inovação, quanto para o ecossistema em si, que se beneficia do conhecimento gerado e da mão de obra qualificada (SARFATI, 2017).

As IES além de serem fontes de informações e referência para os alunos que buscam empreender, também são responsáveis por desenvolver e lapidar as características dos alunos, como iniciativa de desenvolvimento empreendedor. Uma das iniciativas educacionais é a própria disciplina de Empreendedorismo, que é responsável pelo incentivo mais direto em relação aos alunos, tais como o ensino da base e planejamento de um negócio e sua viabilidade.

É possível perceber o quanto o cenário vem mudando e o quanto os jovens de hoje vêm buscando a sua oportunidade de estar à frente do próprio negócio. O papel das IES nessa fase é preparar os alunos para que desenvolvam as características comportamentais que serão responsáveis por liberar as competências empreendedoras. Surge então a seguinte questão: quanto os alunos e ex-alunos do Curso de Administração da Faculdade Sinergia têm de propensão a empreender?

Diante deste cenário, o presente trabalho tem como objetivo analisar a propensão empreendedora dos alunos e ex-alunos do Curso de Administração da Faculdade Sinergia. Como objetivos específicos foram estabelecidos: a) identificar a contribuição do Curso de Administração na formação de jovens empreendedores; b) mensurar o nível do empreendedorismo entre os alunos e ex-alunos; c) identificar as características empreendedoras dos alunos e ex-alunos.

A relevância deste trabalho se aplica tanto para os novos empreendedores, quanto para a Faculdade. Visto que o mercado está cada dia mais competitivo, o presente estudo pode auxiliar nas indicações de competências e habilidades que são responsáveis por agregar valor ao negócio e ao sucesso na carreira. Já para a Faculdade, será possível identificar em quais pontos ela pode se tornar mais influente nesse processo de tomada de decisão dos alunos empreenderem ou não, pois em muitos casos, o que falta são fatores de incentivo ou a falta de prática no negócio que acaba limitando as escolhas. Tanto a aprendizagem teórica,

quanto a prática são muito importantes dentro da Faculdade, e o seu papel é manter o ensino de acordo com as exigências do mercado e tornar os alunos preparados para enfrentá-lo.

Para atingir os objetivos, a pesquisa descritiva, com caráter predominantemente quantitativo, realizou a coleta de dados com a utilização de questionários aplicados aos alunos e ex-alunos do Curso de Administração da Faculdade Sinergia, desde a turma formada em

1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo, retratam-se os conceitos e articulação teórica entre os autores que estabelecem os pilares do estudo do empreendedorismo, seu agente empreendedor e a educação empreendedora.

1.1 EMPREENDEDORISMO

Embora muitos acreditem que o campo do estudo do empreendedorismo seja de certa forma recente, os primeiros pensamentos sobre o conceito não são. É provável que a atividade seja tão antiga quanto o comércio e o intercâmbio de produtos na sociedade, todavia a ideia não era muito discutida. Apenas mediante o progresso dos modelos de mercado econômico, é que alguns estudiosos se interessaram por compreender melhor a dinâmica do empreendedorismo e estudá-la (LANDSTRÖM; HARIRCHI; ASTRÖM, 2012 *apud* VERGA; SILVA, 2014).

Dornelas (2014), afirma que o empreendedorismo é compreendido como atividade essencial no progresso econômico, já que possui relação com o surgimento de novas empresas e, embora pequenas, a geração de emprego, vem sendo fator positivo ao ramo econômico de mercado. Assim, o empreendedorismo é o vocábulo usado para caracterizar os indivíduos que possuam uma visão de transformar o seu ambiente de atuação, isto é, o envolvimento de pessoas no sentido de transformar ideias em oportunidades.

O empreendedorismo pode ser proveniente de uma oportunidade, em que uma

2015, utilizando, para isto, o Google Drive, no período de setembro a outubro de 2019, além de suporte em autores como: Alencar e Moura (2016), Barreto e Nassif (201), Dolabela (2008), Lopes (2010), dentre outros.

O trabalho está estruturado em Introdução, Fundamentação Teórica, Metodologia, Apresentação e Análise de Dados, Considerações Finais e Referências.

pessoa aproveita algum cenário propício para criar o seu negócio, ou por meio de um empreendedor visionário, que determina os caminhos para o seu negócio e sabe os objetivos que pretende alcançar com ele. Existe, ainda, o empreendedorismo proveniente da necessidade, em que pela falta de emprego ou por não estar satisfeito com as alternativas de trabalho, a jornada empreendedora surge como única opção (DORNELAS, 2014).

Além disso, é possível considerar, também, o empreendedorismo como um processo gerador de riqueza. A riqueza é criada por pessoas que admitem riscos, assumem compromisso e tempo com o seu negócio. Desse modo, o fato de empreender é um processo que demanda esforço, tempo e envolve riscos financeiros e sociais, que poderão ser recompensados pela satisfação econômica do empreendedor (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2014).

Independente do começo da ideia empreendedora, considera-se que o ponto de partida é sempre a motivação, que apesar de ser diferente e particular para cada indivíduo, será sempre o que impulsionará devido aos incentivos. Ademais, Alencar e Moura (2016), apontam que, dentre as motivações que podem estimular alguém para desenvolver uma atividade, estão, principalmente: o desejo de não ter mais um patrão, ou seja, ser dono do seu próprio negócio e administrá-lo como achar melhor; a dificuldade de encontrar emprego, fazendo com que surjam muitos empregos informais, como forma de sobrevivência; a vocação, isto é, aquele indivíduo que sente a

necessidade de construir seu negócio devido a suas habilidades; e o desejo de fazer algo por si mesmo, o espírito empreendedor na prática.

Por isso, os motivos que levam o indivíduo a buscar o empreendedorismo são apontados na literatura como intrínsecos e extrínsecos ao mesmo, com base nas habilidades pessoais ou na espera por resultados. Mas, independente da característica que o motive, atualmente o empreendedorismo tem sido impulsionado pela economia de mercado, pois, apesar de questões como autonomia e independência, há uma coexistência com o cenário social e com o econômico (VALLE; CORRÊA; REIS, 2014).

O fato é que, haja vista os benefícios propostos pelo empreendedorismo, pesquisas começaram a ser feitas no sentido de compreender o perfil e as principais características que uma pessoa empreendedora precisa ter para que o seu negócio seja alavancado no sentido de gerar o retorno econômico esperado.

1.2 PERFIL E CARACTERÍSTICA DO EMPREENDEDOR

É possível perceber que a maioria dos grandes negócios surge por meio das inovações realizadas mediante o reconhecimento e a análise de oportunidades ou ideias. O empreendedor é aquele que tem como meta uma atividade autônoma, com o intuito de trabalhar com o que gosta, realizar seus sonhos e progredir financeiramente (MOREIRA, 1999). Entretanto, somente o desejo de ter o próprio negócio não é o bastante para que ele se concretize de maneira eficiente, é necessário que o empreendedor tenha as características e o perfil adequados ao cenário que irá adentrar.

Diversas características e comportamentos se enquadram no perfil empreendedor, destacando, por exemplo, a capacidade de correr riscos, ter iniciativa, capacidade de tomar decisões e ter bom planejamento (BARRETO; NASSIF, 2014).

Na compreensão de Uriarte (2000), o empreendedor é aquele indivíduo que está sempre criando, inovando, decidindo e agindo,

de maneira cíclica e contínua, independente da ordem. Assim, o indivíduo que empreende é, acima de tudo, o que tem a capacidade de desenvolver novos projetos, bem como assumir a responsabilidade pela condução de sua ideia até a formação do negócio e sucesso. O empreendedor está sempre no futuro, nunca no passado e, poucas vezes, no presente, busca o controle, encontra prosperidade nas transformações e vislumbra as oportunidades de modo natural. É estrategista, inovador, criador de métodos para entrar no mercado, não possui dificuldades em lidar com o desconhecido e faz com que as possibilidades se transformem em probabilidades.

Além disso, é possível citar como características de extrema importância para um empreendedor: ser auto eficaz, ou seja, ter domínio cognitivo da sua capacidade de execução de tarefas; persistência, pois o caminho do empreendedorismo tende a ter percalços e barreiras que podem desanimar o empreendedor; inovação, já que a mesma é um dos fatores essenciais para o desenvolvimento de um negócio; capacidade de liderança, ferramenta de extrema relevância na administração (HISRIC; PETERS; SHEPHERD, 2014).

Dentre os perfis de empreendedores, Dornelas (2015), aponta os principais: o empreendedor nato, aquele que já possui exemplos em sua família e já cresceu sendo visionário e otimista quanto aos negócios; o empreendedor que aprende, ou seja, aquele que esteve de frente com uma oportunidade e decidiu se dedicar ao próprio negócio; o empreendedor serial, que gosta tanto do empreendedorismo, que está sempre criando novos negócios, é dinâmico; o empreendedor corporativo, que normalmente são executivos que conhecem ferramentas corporativas e sabem se autopromover; o empreendedor social, aquele cuja missão de vida é auxiliar as pessoas, proporcionando um mundo melhor, está envolvido em causas humanitárias e são os únicos que não pensam tanto no patrimônio financeiro; o empreendedor por necessidade, isto é, aquela pessoa que perdeu seu status no mercado de trabalho e assume a opção de

trabalhar por conta própria; e, por fim, o empreendedor herdeiro, que assume o legado familiar com o objetivo de levar para frente o negócio.

Em relação ao empreendedor por necessidade, é válido ressaltar que este perfil pode ser proveniente de alguns fatores, a saber: necessidade de reconhecimento; o empreendedor que possui como característica principal o desejo por ser reconhecido devido às suas habilidades, qualidades e realizações; necessidade de independência, o indivíduo que preza por flexibilidade e controle de tempo no seu lado profissional; necessidade de liberdade, cuja característica principal é ter autonomia para as decisões; necessidade de segurança, aquele que sente que o meio empreendedor é o que lhe proporcionará maior certeza; e necessidade de autorrealização, provar para si mesmo que a empresa é o lugar em que as capacidades serão aplicadas e aperfeiçoadas (CIELO, 2001).

Ferreira, Santos e Serra (2010), explicam que todas as pessoas têm potencial para se tornarem empreendedoras. Assim, se algumas pessoas se tornam ou não empreendedoras, esse fato tem a ver com o ambiente, as experiências de vida e as escolhas pessoais. Portanto, para se tornar ou não um empreendedor de sucesso é importante desenvolver e acumular habilidades, experiências e contatos relevantes, além de aprimorar a capacidade crítica e de análise que permitam ter visão e aproveitar as oportunidades.

Desse modo, é possível, segundo os referidos autores, citar os seguintes pensamentos e ações proativas, que permitem que o empreendedor se antecipe aos problemas e aja de maneira preventiva na busca por soluções; predisposição para buscar novas oportunidades, ou seja, perceber quando uma oportunidade pode ser positiva ao seu negócio; perseverança e compromisso pessoal, pois o negócio passará por dificuldades e momentos turbulentos, exigindo que o empreendedor persevere em prol de conquistar os seus desejos. Por vezes, existe um envolvimento pessoal tão forte, que os obstáculos se tornam irrelevantes, e a busca por contatos com

pessoas de seu círculo favorece no sentido de ser fonte de informações, soluções e negociação (ALENCAR; MOURA, 2016).

Como aponta Bernardi (2003), frente ao universo que envolve toda a dinâmica empreendedora, é necessário que além das características apropriadas e perfis, o indivíduo tenha a consciência de que empreender, além de gerar custos econômicos, também demanda gasto emocional como, por exemplo, sacrifício pessoal, solidão, atritos, dentre outras que podem influenciar de acordo com o perfil do empreendedor. O mais importante é que ele esteja ciente dos diversos riscos que corre, mas que seu desejo e motivação pela construção do próprio negócio seja sempre maior.

Um melhor entendimento sobre os fatores que motivam o empreendedor é válido para explorar as ideias essenciais à tomada de decisão de empreender, pois em vários momentos os empreendedores tomam decisões sem clareza dos seus objetivos. Fillion (1999), afirma que depois da teoria de McClelland, foram gerados uma série de estudos a fim de identificar os traços frequentemente atribuídos ao empreendedor, conforme Quadro 1.

Quadro 1 - Características mais comumente atribuídas aos empreendedores.

Características dos Empreendedores		
Inovação	Otimismo	Tolerância a ambiguidade e incerteza
Liderança	Orientação para resultados	Iniciativa
Riscos Moderados	Flexibilidade	Capacidade de Aprendizado
Independência	Habilidade para conduzir situações	Habilidade na utilização de recursos
Criatividade	Necessidade de realização	Sensibilidade a outros
Energia	Autoconsciência	Agressividade
Tenacidade	Autoconfiança	Tendência a confiar nas pessoas
Originalidade	Envolvimento a Longo Prazo	Dinheiro como medida de desempenho

Fonte: Hornaday (1982); Meredith, Nelson & Neck (1982); Timmons (1978) (*apud* FILION, 1999, p. 9).

Para McClelland (*apud* BARLACH, 2014, p. 275), “[...] o comportamento empreendedor é consequência das variáveis cognitivas do aprendizado social que são produto da história de cada indivíduo e que, por sua vez, regulam novas experiências ou as afetam”.

McClelland acrescenta, ainda, a descrição do comportamento empreendedor e da motivação para realização os seguintes elementos: o impulso para a excelência, ou seja, o alcance de um objetivo em relação a conjunto de padrões; o querer fazer bem um trabalho ou realizar algo importante; o desejo de responsabilidade pessoal para achar soluções para problemas; o gosto pelo feedback rápido sobre performance (de forma a ter elementos para o próprio aperfeiçoamento); o evitar aquilo que é muito fácil ou muito difícil; o não gostar do sucesso como produto do acaso; e a preferência por desafios que não estejam acima de suas capacidades (MCCLELLAND *apud* BARLACH, 2014, p. 275).

Na perspectiva de Carvalho e González (2006, p. 55), quanto mais

[...] elevadas forem as motivações empreendedoras, designadas por necessidade de independência ou autonomia, necessidade de desenvolvimento pessoal, percepção da instrumentalidade da riqueza e necessidade de aprovação, maior (menor) será a probabilidade do indivíduo ter uma intenção favorável relativamente à alternativa de criar a sua própria empresa.

Quanto maiores as motivações empreendedoras, maiores serão as chances de alunos tornarem-se empreendedores. De qualquer forma, a Faculdade tem influência na formação de novos empreendedores.

1.3 A INFLUÊNCIA DA FACULDADE NA FORMAÇÃO DO EMPREENDEDOR

Lopes (2010, p. 83), afirma que “as IES devem criar condições para que o aluno possa se desenvolver e incorporar as habilidades necessárias do complexo e disputado mundo de negócios em que vivemos. A visão pedagógica abrangente que esta formação integrada exige é interdisciplinar e participativa [...]”.

Nesta conjuntura, o empreendedor passa a ter uma função importante ao produzir outros empreendimentos e resultados favoráveis, tornando-se, dessa forma, crucial investir em sua capacitação. Para Souza e Guimarães (2005), formar o empreendedor engloba o ganho do conhecimento, aptidões, vivências, capacidade de inovação, com a finalidade de prepará-lo no sentido de aprimorar suas habilidades empreendedoras. Dessa forma, os autores declaram que essas necessidades propõem desafios às faculdades, ao segmento produtivo e ao Governo a determinarem outros

tipos de relações e a criarem métodos adequados.

Apesar de diversos estudos buscarem compreender quais são as particularidades ou capacidades necessárias para a formação do empreendedor, o aspecto mais importante incide em como desenvolvê-las e de que forma. Segundo Fillion (1991), formar o empreendedor provoca ideias variadas em profissionais, evidenciando a presença de correntes que afirmam que não se podem formar empreendedores com treinamento e, nota-se também, que se pode desenvolver competências, treinar atitudes e agregar conhecimentos.

Menezes (2007), afirma que o empreendedorismo é conhecimento pessoal, que estimulado pela motivação e inovação, procura o descobrimento vocacional, o entendimento de oportunidades e a formação de um projeto ideal de vida. Porém, na esfera acadêmica, os debates vêm se pautando que o empreendedorismo pode ser aprendido e que, para isto, o empreendedor necessita receber informações e capacidades que estejam associadas com aquilo que almeja concretizar.

De uma maneira geral, aprender e desenvolver são ações que se interligam, e a aprendizagem permite o processo interno de desenvolvimento, requisito fundamental para que aquela aconteça (OLIVEIRA, 2011).

Oliveira (2011), ainda complementa que o desenvolvimento é visto como um processo de maturação do homem, que permite a aprendizagem. O aprendizado, em contrapartida, ativa o processo de desenvolvimento, passando a ser um elemento integrante das funções psíquicas já consubstanciadas da pessoa.

Segundo Dolabela (2008), a inserção da ideia empreendedora nas faculdades é a primeira etapa para atingir uma meta maior que é a introdução de uma cultura onde haja prevalência de princípios, como combate à pobreza por meio do gerenciamento e distribuição de recursos, novas ideias, sustentabilidade e autonomia.

De acordo com Saes e Pita (2007), uma considerável parcela das universidades não capacitam os seus estudantes para serem empreendedores, com a finalidade de encararem o universo dos negócios. Para os autores, a implementação de aulas de empreendedorismo precisa ser planejada de maneira prática, sendo ensinado dinamicamente e que promova desafios aos estudantes, valendo-se de pesquisas de campo, atividades práticas e preservando uma relação com indivíduos que já utilizam o empreendedorismo.

Conforme Dolabela (2006), diferente do método tradicional, no método de ensino do empreendedorismo, os estudantes é que produzem o conhecimento, evidenciado pela ideia e pelo projeto de sua organização, uma coisa que não havia mais. Para o autor, o papel do educador é fazer da sala de aula um lugar onde os estudantes sejam motivados a produzir outros conhecimentos.

1.4 O PAPEL DO EDUCADOR

É fundamental conduzir aulas de maneira a não prejudicar o assunto técnico, mas os estudantes precisam saber da realidade do mercado e do universo dos negócios.

No caso do empreendedorismo, ministrar é algo além do que meramente passar conhecimento, de igual maneira que é feito com outras matérias, como Matemática e História, por não ser um assunto cognitivo, isto é, apenas um processo de conhecimento, que possui como objeto a informação do ambiente onde se vive e o que está guardado na memória. Empreendedorismo se refere a credos, cultura e princípios (SAES; PITA, 2007).

Compreende-se a ser empreendedor por meio do convívio com indivíduos que indicam, de forma positiva, os princípios empreendedores, como originalidade, mudança, persistência, liberdade, autossuficiência. São esses princípios que precisam ser aprimorados (DOLABELA, 2008).

Assim, é crucial que os educadores apresentem ações empreendedoras, as quais podem incentivar os alunos a colocarem em prática suas concepções e concretizarem suas metas. Berbel (2011), afirma que a implantação de métodos ativos pode beneficiar uma motivação independente, quando inserir o aumento do entendimento do discente de ser a origem da própria ação, ao serem evidenciadas oportunidades de problematização de circunstâncias envolvidas no planejamento escolar, de seleção dos conteúdos, de soluções prováveis para o desenvolvimento de respostas, ou resolução para os problemas que se evidenciam opções inovadoras, para a finalização da pesquisa, dentre outras possibilidades.

Berbel (2011), ainda esclarece que os métodos ativos usam a problematização como uma tática de ensino e/ou aprendizagem, com a finalidade de atingir e incentivar o aluno, porque frente ao problema, ele se contém, analisa, pensa, associa a sua história e passa a ressignificar seus descobrimentos. A problematização permite que o estudante entre em contato com a informação e a geração do conhecimento, especialmente com o intuito de resolver os problemas e proporcionar o seu próprio desenvolvimento.

Lopes (2010), afirma que os graduados estão bem mais preparados para o empreendedorismo. Neste cenário, os métodos e procedimentos pedagógicos podem incentivar o desenvolvimento de competências e habilidades empreendedoras nos alunos dos cursos de nível superior. Porém, é indispensável que o educador compreenda a necessidade de nivelar o ensino e práticas pedagógicas mais voltadas para a realidade do mercado e construa, cada vez mais, profissionais qualificados a suprir as demandas do mercado. Para Silva e Spanhol (*apud* ULBRICHT *et al.*, 2013), é necessário atentar-se não somente ao que o aluno já sabe, mas principalmente, ao que deve aprender, ou seja, preocupar-se em propiciar os meios para a geração de novo conhecimento.

2 METODOLOGIA

Ao ingressar no Curso de Administração entende-se que os alunos tenham expectativas em relação a empreendedorismo e a partir disso, busca-se entender a contribuição da Faculdade no desenvolvimento deste potencial. E assim, identificar também eventuais falhas e oportunidades do ponto de vista dos alunos, para que se fortaleça e transmita nos próximos anos.

O alcance de um objetivo traçado em pesquisa só obtém sucesso quando o método de pesquisa é apropriado ao estudo. Portanto, para realização deste, adotou-se uma metodologia de abordagem quantitativa, sendo o objetivo descritivo porque busca descrever e relatar as características comportamentais empreendedoras. A estratégia de abordagem é de um levantamento de determinado grupo de alunos. A análise quantitativa procura como o próprio nome já diz, quantificar os dados e aplicar alguma forma de análise estatística. Desta forma, baseiam-se em dados lineares, medições e análises.

Do objetivo traçado, a pesquisa descritiva é usada para descrever fenômenos existentes, situações presentes e eventos, identificar problemas e justificar condições, comparar e avaliar o que os outros estão desenvolvendo em situações e problemas similares, visando aclarar situações para futuros planos e decisões (GRESSLER, 2004). Compreende-se que os tipos de pesquisa citados acima se familiarizam com o tema central de estudo, o empreendedorismo.

A coleta de dados foi realizada por meio de questionário online, via plataforma Google Drive. Baseando-se em Pádua (2007), tanto o questionário quanto o formulário, por se constituírem de perguntas fechadas, padronizadas, são instrumentos de pesquisa mais adequados à quantificação, porque são fáceis de codificar e tabular, propiciando comparações com outros dados relacionados ao tema pesquisado.

A unidade de pesquisa foram os alunos e ex-alunos do Curso de Administração da Faculdade Sinergia, localizada em Navegantes-SC, e o levantamento de informações, por meio deste questionário, busca constatar características específicas dos estudantes, tais como, perfil empreendedor, intenção empreendedora e a influência do Curso de Administração, como critério na tomada de decisão.

De um modo geral, as pesquisas sociais envolvem populações com um número de elementos relativamente grandes. Não é o caso da presente pesquisa, pois a população é formada pelos alunos matriculados durante o segundo semestre de 2019, e os formados no Curso de Administração, entre os anos de 2015 e 2018. Por isto, resolveu-se aplicar o questionário a toda a população, razão pela qual não há que se falar em amostragem.

O questionário foi composto por 19 questões fechadas e sua aplicação foi realizada entre os meses de setembro e outubro de 2019.

A pesquisa foi enviada a todos alunos e ex-alunos que cursaram a disciplina de Projetos Empreendedores, entre os anos de 2015 e 2018, totalizando 112 alunos, bem como a 91 alunos matriculados nas diversas fases do segundo semestre de 2019, através dos e-mails cadastrados no sistema da Faculdade. Foram obtidas 33 respostas de ex-alunos e 68 de atuais.

Como durante o período de aplicação do questionário não havia retorno dos alunos matriculados nos demais períodos, foi solicitado à Coordenação do Curso, autorização para aplicação em sala de aula. Desta forma, os alunos dos 2º, 4º e 6º períodos responderam o questionário impresso que foi posteriormente, incluído no questionário online Google, facilitando a condensação dos resultados.

Os resultados da pesquisa são apresentados em formato de tabelas e textos explicativos com a finalidade de atingir os objetivos propostos pelo trabalho.

3 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Neste capítulo, apresentam-se o resultado dos questionários aplicados aos alunos e ex-alunos, bem como são efetuadas as análises pertinentes.

No cruzamento de dados entre alunos e ex-alunos, observou-se grande semelhança entre as respostas. Desta forma, optou-se por apresentar os dados de forma única, destacando nas análises, apenas quando há uma diferença mais significativa.

Para a apresentação dos resultados, seguiu-se o modelo aplicado no questionário de pesquisa, atribuindo um grau de concordância/discordância para cada questão, sempre utilizando a seguinte escala: 1 concordo totalmente, 2 concordo parcialmente, 3 discordo totalmente, 4 discordo parcialmente e 5 não sei/não soube responder.

Para responder cada objetivo específico desta pesquisa, foi criado uma seção no questionário, sendo ele dividido em 3 partes, que serão apresentadas em formato de tabela.

3.1 CONTRIBUIÇÃO DO CURSO NA FORMAÇÃO DE EMPREENDEDORES

O primeiro bloco de questões visa identificar a contribuição do Curso de Administração da Faculdade Sinergia na formação de jovens empreendedores, respondendo, desta forma, o primeiro objetivo específico da presente pesquisa.

A Tabela 1 apresenta os resultados das primeiras cinco questões.

Tabela 1 - Contribuição do curso na formação de empreendedores.

Questões	1	2	3	4	5
O Curso de Administração desenvolve nos alunos as habilidades e competências empreendedoras?	46,53 %	49,50 %	0,99 %	2,97 %	0%
O Curso de Administração influencia os alunos a seguirem carreira empreendedora?	38,61 %	54,46 %	3,96 %	3,96 %	0%

Fonte: Dados da pesquisa (2019). (continua)

Tabela 1 - Contribuição do curso na formação de empreendedores. (continuação)

Questões	1	2	3	4	5
Os professores do Curso de Administração se preocupam em conciliar prática versus teoria?	45,54 %	39,60 %	10,89 %	3,96 %	0%
Os professores estimulam os alunos a assumirem riscos?	26,73 %	48,51 %	9,90 %	11,88 %	2,97 %
Os conhecimentos adquiridos prepararam os alunos para empreenderem?	40,59 %	50,50 %	2,97 %	4,95 %	0,99 %

Fonte: Dados da pesquisa (2019).

Analisando os resultados da primeira parte pesquisada, identificou-se que quando questionados se o curso de Administração desenvolve as habilidades e competências empreendedoras, tanto os alunos quanto os ex-alunos, responderam no geral de forma positivamente. As concordâncias totais somada às parciais indicam um percentual acima de 90%. Essa visão positiva dos pesquisados é importante para ressaltar o reconhecimento da qualidade do ensino na Faculdade Sinergia e para que a instituição tenha um feedback da potencialidade da sua metodologia, a fim de identificar necessidades de melhorias e realizar mudanças, se necessário. Lopes (2010), ratifica que cabe às IES a responsabilidade de preparar os alunos para a prática, aprimorando cada habilidade necessária do aluno para que seja um profissional de sucesso em meio à concorrência do mercado.

Relacionado à influência de seguir carreira empreendedora e a preocupação dos professores em conciliar prática versus teoria, a grande maioria dos pesquisados responderam positivamente. No entanto, os percentuais de discordância apontaram valores consideráveis, sendo esta uma oportunidade para que a Instituição se aprofundasse em analisar detalhadamente o seu papel nesse processo, como incentivador dessas escolhas.

No item 1.4 da fundamentação teórica, que foi dedicado ao papel do educador, ressalta-se a importância do incentivo aos alunos, não somente por meio de práticas pedagógicas

tradicionais, pois o grande desafio do educador com os alunos é criar um vínculo com a prática versus teoria. Nesse sentido, cabe ao educador propor métodos inovadores, seja a partir de seu próprio pensamento, ou sugestões dos seus alunos.

Ainda sobre o papel do educador, a próxima questão buscou identificar se os professores estimulam os alunos a assumirem riscos. Os resultados apontam opiniões bastante divididas em relação a essa questão. O percentual predominante foi positivo com os pesquisados concordando totalmente ou em partes. Porém, os percentuais de discordância ficaram também elevados e houveram pesquisados que não souberam ou não responderam a questão.

A partir desses resultados, verifica-se a necessidade de os professores buscarem novos métodos de incentivos para seus alunos, não importa quando nem onde, sempre será desafiador, mas ainda sim, é um fator muito importante para as instituições que buscam se destacar na formação de empreendedores. Assim, a atenção da IES deve estar voltada para a inovação, focando no que o aluno ainda precisa desenvolver e proporcionar os meios necessários para suprir essa lacuna (SILVA; SPANHOL *apud* ULBRICHT *et al.*, 2013).

Na última questão dessa tabela foi analisado se os conhecimentos adquiridos prepararam os alunos e ex-alunos para empreenderem. As respostas foram equilibradas e positivas, em sua maioria, com mais de 90% de concordância. No cruzamento de dados, os percentuais de discordância foram mais altos para os ex-alunos, o que aponta uma tendência de descontentamento depois de formados. É preciso, então, repensar o planejamento das aulas de empreendedorismo, de forma que elas sejam as mais práticas possíveis, inclusive, com troca de experiências com empreendedores. Isso significa aulas ministradas de forma dinâmica, que desafiam os alunos (SAES; PITA, 2007).

3.2 NÍVEL DE EMPREENDEDORISMO

Na Tabela 2, as questões buscam mensurar o nível de empreendedorismo dos alunos e ex-alunos, respondendo, desta forma, o segundo objetivo específico da presente pesquisa.

Tabela 2 - Nível de empreendedorismo dos alunos e ex-alunos.

Questões	1	2	3	4	5
Meu objetivo sempre foi empreender.	24,75 %	33,66 %	16,83 %	21,78 %	2,97 %
Resolvi empreender depois de ingressar na faculdade.	17,82 %	31,68 %	10,89 %	30,69 %	8,91 %
Ao ingressar no curso de Administração, já possuía um empreendimento.	11,88 %	6,93% %	12,87 %	62,38 %	5,94 %
Depois de ingressar no curso de Administração, iniciei um empreendimento.	13,86 %	11,88 %	8,91% %	60,40 %	4,95 %
Sinto-me a vontade para trocar minha estabilidade por uma oportunidade de empreender.	23,76 %	32,67 %	15,84 %	22,77 %	4,95 %

Fonte: Dados da pesquisa (2019).

A partir dos resultados apresentados nessa tabela, identifica-se que a maior parte, sendo 58,41% dos pesquisados, ao ingressar no Curso de Administração já tinha como objetivo empreender. O percentual de pesquisados que resolveram empreender, depois de ingressar na Faculdade, também ficou elevado, somando um total de 49,50%.

Em relação a já possuir um empreendimento, ao ingressar no Curso de Administração, ou iniciar um empreendimento, após ingressar na Faculdade, o maior percentual ficou em discordância, apontando, assim, que a maioria dos pesquisados não são empreendedores, embora a grande maioria tenha o objetivo de empreender. Essa diferença se associa à motivação individual de cada um. Para Alencar e Moura (2016), como já abordado, dentre os aspectos motivacionais que estimulam os indivíduos a desenvolverem uma atividade, destacam-se, principalmente: o sonho de ser dono do seu próprio negócio, não responder a um patrão, administrar de acordo com o seu próprio planejamento e gestão do seu próprio tempo, o desejo de ser independente e de

crescer por si próprio, o espírito empreendedor na prática.

Na última questão da Tabela 2, pode-se observar que a maioria dos pesquisados se sentem à vontade para trocar sua estabilidade por uma oportunidade de empreender. Identificou-se, também, um nível relevante de discordância. Esse percentual auxilia as questões anteriores, onde se constatou que a maioria dos alunos não são empreendedores, mas possuem a vontade de empreender, porém não se sentem à vontade para trocar sua estabilidade. Em relação ao percentual de concordância positiva, acredita-se que o impedimento de empreender esteja relacionado a questões além de arriscar estabilidade. Acredita-se que sejam questões financeiras, burocráticas, encontrar uma ideia que se conecte e queira criar um negócio, ou outros pretendem iniciar um empreendimento mais tarde.

3.3 CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS

As informações apresentadas a seguir possibilitam analisar as características empreendedoras, respondendo, desta forma, o terceiro objetivo específico da pesquisa.

Tabela 3 - Características empreendedoras dos alunos e ex-alunos.

Características	1	2	3	4	5
Sou capaz de liderar pessoas.	50,00 %	41,30 %	4,35 %	2,17 %	2,17 %
Sou capaz de assumir responsabilidades.	28,26 %	67,39 %	2,17 %	2,17 %	0,00 %
Sou capaz de arriscar estabilidade por algo novo.	39,13 %	43,48 %	4,35 %	10,8 7%	2,17 %
Sou capaz de inovar.	45,65 %	45,65 %	2,17 %	6,52 %	0,00 %
Sou capaz de identificar oportunidades.	43,48 %	52,17 %	4,35 %	0,00 %	0,00 %

Fonte: Dados da pesquisa (2019).

Analisando a Tabela 3, que buscava identificar as características empreendedoras de alunos e ex-alunos, percebe-se que a afirmação 'Sou capaz de liderar pessoas', tem resultado bastante semelhante, em torno de 90% concordam parcial ou totalmente com a afirmativa, corroborando o que afirmam Hisrich, Peters e Shepherd (2014), que consideram a

liderança de extrema relevância na Administração.

Situação semelhante ocorre na segunda característica, 'Sou capaz de assumir responsabilidades'. Nessa mesma linha de raciocínio, a segunda característica ficou acima dos 90%, somando a concordância total e parcial, sendo a característica que mais se destaca em os alunos. No cruzamento de dados, verificou-se que se tratando dos ex-alunos, o cenário permanece positivo, apontando uma diferença percentual de menos de 1%.

Para a característica 'sou capaz de arriscar estabilidade por algo novo', as respostas positivas predominam na pesquisa com os alunos também. Comparado aos ex-alunos, existe uma pequena diferença nas concordâncias positivas. Essa questão teve o menor percentual registrado, e nela, foi possível notar que, mesmo depois de formados, os pesquisados ainda mantêm o receio de arriscar sua estabilidade por algo novo.

A quarta característica, que questiona a capacidade de inovar em percentuais positivos, ficou semelhante aos percentuais identificados com os ex-alunos. O percentual dos ex-alunos se destaca por ter o maior percentual de concordância total, o que indica que os alunos, depois de formados, mostram-se mais capazes de inovar.

A última característica, que se refere a identificar oportunidades, apresenta-se mais positiva para os alunos, pois mais de 50% responderam que concordam totalmente em ser capazes de identificar oportunidades.

De modo geral, a maioria dos pesquisados, tanto alunos quanto ex-alunos, obtiveram percentuais semelhantes de concordância e discordância. Sendo a maior parte em percentuais positivos, entende-se que a população estudada apresenta, sim, características empreendedoras e dentre elas, destaca-se a capacidade de assumir responsabilidades, que é apontada por Barreto e Nassif (2014), como uma das características que se destacam no perfil empreendedor.

3.4 PERFIL DOS PESQUISADOS

Quanto ao perfil pessoal dos pesquisados, identificou-se que a maioria era do gênero feminino, que totalizou 57%. Quanto à idade, os dois gêneros tinham a idade média de 24 anos.

Em relação ao ano de formação, 55% dos pesquisados eram ex-alunos e 45% ainda são alunos.

Sobre o perfil profissional, apenas 4% são empreendedores, sendo eles, ex-alunos

formados em 2018 e 2017, com tempo médio, no seu cargo atual, de 1 a 3 anos, ou seja, empreenderam depois de formados. São funcionários de empresa privada, 40% dos pesquisados, destes, 18%, estão na sua ocupação atual de 1 até 3 anos. Do total geral de pesquisados, 38% estão em cargos de nível tático, e a renda mensal mais evidente, ficou até 3 salários mínimos, sendo 75% dos pesquisados.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo desta pesquisa foi analisar a propensão empreendedora dos Alunos e Ex-alunos do Curso de Administração da Faculdade Sinergia, por meio de um questionário dividido em três seções, para responder cada objetivo específico desta pesquisa.

De acordo com as respostas obtidas, sobre a contribuição do curso na formação de empreendedores, de forma geral a metodologia utilizada pelos professores contribui na formação do empreendedor. No entanto, no que diz respeito à influência de seguir carreira empreendedora e a preocupação em conciliar prática versus teoria, apresentou níveis consideráveis de discordância. Nesse ponto, sugere-se adaptar mudanças e trabalhar com mais prática de implantação, gerenciamento de empresas e problemas reais, como a participação dos alunos em empresas juniores. Acredita-se que a participação na administração de uma empresa real, prepararia os alunos em nível elevado de empreender e resolveria a questão de conciliar a prática versus teoria.

As respostas sobre o nível de empreendedorismo dos alunos e ex-alunos, revelaram que a maior parte dos pesquisados tem como objetivo empreender, porém ainda trabalham como funcionários em empresas privadas. De forma geral, pode-se dizer que a questão seja, apenas, de tempo, para que se tornem os empreendedores no futuro. Percebeu-se, também, a partir das respostas, que a maioria dos alunos e ex-alunos se sentem à vontade em trocar sua estabilidade por uma

oportunidade de empreender. No entanto, os percentuais de discordância nessa questão foram elevados, um impedimento para os pesquisados que responderam negativamente em relação a trocar sua estabilidade por algo novo. Esse fato está ligado à questão de os professores estimularem os alunos a assumirem riscos. Conforme visto anteriormente, as opiniões ficaram bastante divididas, desta forma ressalta-se a importância de incentivar os alunos com novos métodos. Sugere-se, nesse ponto, induzir os alunos a trabalharem de forma independente e mais ativa, desde o início do Curso de Administração.

Como exemplo, tem-se a disciplina Estudos de Casos e Jogos Empresariais, que é ofertada na última grade, ou seja, no último período do curso. Nessa disciplina, os alunos praticam mais a Administração de uma empresa e as tomadas de decisões. Esse tipo de prática aplicada em outras disciplinas e mais cedo no curso, fortaleceria a capacidade dos alunos em tomar decisões e lidar com os seus resultados.

A situação observada em relação a características empreendedoras confirma que a maioria dos pesquisados possuem as mesmas. Analisando o cenário geral e as respostas positivas nas questões para identificar a contribuição do curso e nível de empreendedorismo, pode-se afirmar que essas características foram desenvolvidas e aperfeiçoadas, no decorrer do Curso de Administração.

Pode-se, assim, perceber, por meio das questões aplicadas, que os objetivos desta pesquisa foram respondidos de forma positiva, e que os alunos e ex-alunos do Curso de Administração da Faculdade Sinergia, têm propensão ao empreendedorismo.

Referente às questões com níveis consideráveis de discordância, no que diz respeito à contribuição do Curso de Administração, o presente estudo pode contribuir, sugerindo, por exemplo, estudos de reformulação da grade curricular, adequando os novos alunos à realidade e desafios do empreendedorismo.

REFERÊNCIAS

- ALENCAR, C. M. M. de; MOURA, A. A. de. **Empreendedorismo**. INTA - Instituto Superior de Teologia Aplicada. Pró-Diretoria de Inovação Pedagógica. Sobral, 2016. Disponível em: <http://md.intaead.com.br/geral/empreendedorismo/pdf/empreendedorismo.pdf>. Acesso em: 07 maio 2019.
- BARLACH, L. Comportamento empreendedor: um estudo empírico baseado no referencial de McClelland. **RECAPE - Revista de Carreiras e Pessoas**, São Paulo, v. 4, n. 3, p. 272-281, set./out./nov./dez. 2014. Disponível em: <http://revistas.pucsp.br/index.php/ReCaPe/article/viewFile/21837/16082>. Acesso em: 24 abr. 2019.
- BARRETO, J. C.; NASSIF, V. M. J. O Empreendedor Líder e a Disseminação da Orientação Empreendedora. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, São Paulo, v. 16, n. 51, p. 180-198, abr./jun. 2014. Disponível em: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:aYX6CZmKZ5cJ:rbgn.fecap.br/RBGN/article/download/1422/pdf_61+&cd=1&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br. Acesso em: 24 abr. 2019.
- BERBEL, N. A. N. As metodologias ativas e a promoção da autonomia de estudantes. **Semina: Ciências Sociais e Humanas**, Londrina, v. 32, n. 1, p. 25-40, jan./jun. 2011. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/seminasoc/article/view/10326/0>. Acesso em: 09 maio 2019.
- BERNARDI, L. A. **Manual de empreendedorismo e gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas**. São Paulo: Atlas, 2003.
- CARVALHO, P. M. R. de.; GONZÁLEZ, L. Modelo explicativo sobre a intenção empreendedora. **Comportamento Organizacional e Gestão**, Portugal, v.12, n.1, p. 43-65, 2006.
- CIELO, I. D. **Perfil do pequeno empreendedor: uma investigação das características empreendedoras nas empresas de pequena dimensão**. 2001. 128 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC, Florianópolis, 2001.
- DOLABELA, F. **O Segredo de Luísa**. Rio de Janeiro: Sextante, 2006.
- DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.
- DORNELAS, J. C. de A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 5 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.
- DORNELAS, J. C. de A. **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso**. 3. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2015.
- FERREIRA, M. P.; SANTOS, J. C.; SERRA, F. R. **Ser empreendedor: pensar, criar e moldar a nova empresa**. São Paulo: Saraiva, 2010.
- FILION, L. J. O planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações. Tradução de Gledson Luiz Coutinho. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 31, n. 3, p. 63-71, jul./set. 1991. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0034-75901991000300006&script=sci_arttext&lng=pt. Acesso em: 09 maio 2019.
- FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 5-28, abr./jun. 1999.
- GEM. **Empreendedorismo no Brasil - 2016**. Simara Maria de Souza Silveira Greco (coord.). Curitiba: IBQP, 2017. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/GEM%20Nacional%20-%20web.pdf>. Acesso em: 07 maio 2019.
- GRESSLER, L. A. **Introdução à pesquisa: projetos e relatórios**. São Paulo: Loyola, 2004.
- HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. 9. ed. Porto Alegre: Bookman, 2014.
- HONORATO, G. **Conhecendo o Marketing**. Barueri: Manole, 2004.

LOPES, R. M. A. **Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

MENEZES, R. MTC – Uma metodologia para boas práticas de formação empreendedora. **COBENGE**, XXXV Congresso Brasileiro de Educação em Engenharia. 2007. Disponível em: <http://www.abenge.org.br/cobenge/arquivos/12/artigos/14-Robert%20Kalley%20Menezes.pdf>. Acesso em: 25 abr. 2019.

MOREIRA, B. L. **Ciclo de vida das empresas: uma análise do desenvolvimento e do comportamento das organizações**. São Paulo: STS, 1999.

OLIVEIRA, M. K. **Vygotsky aprendizado e desenvolvimento: um processo sócio histórico**. São Paulo: Scipione, 2011.

PÁDUA, E. M. M. **Metodologia da pesquisa: abordagem teórico-prática**. 13. ed. Campinas: Papyrus, 2007.

SAES, D. X.; PITA, F. H. S. Empreendedorismo no Ensino Superior: uma abordagem teórica. *Maringá Management: Revista de Ciências Empresarias*, v. 4, n. 2, p. 33-41, jul./dez. 2007. Disponível em: <http://www.maringamanagement.com.br/index.php/ojs/article/view/84>. Acesso em: 25 abr. 2019.

SARFATI, G. Universidades devem ser espaços de conexões para o empreendedorismo. **Endeavor Brasil**. 28 jul. 2017, atual. 29 jul. 2017. Disponível em: <https://endeavor.org.br/ambiente/diferencas-regionais-e-universidades-como-hub-veja-o-que-revelou-o-maior-mapeamento-empreendedorismo-brasil/>. Acesso em: 30 mar. 2019.

SILVA, A. R. L. da; SPANHOL, F. J. Do pensar criativo à prática inovadora no EAD. In: ULBRICHT, V. R. *et al.* (org.). **Contribuições da criatividade em diferentes áreas do conhecimento**. São Paulo: Pimenta Cultural, 2013.

SOUZA, E. C. L.; GUIMARÃES, T. de A. (org.) **Empreendedorismo: além do plano de negócios**. São Paulo: Atlas, 2005.

STAKE, R. E. **Pesquisa qualitativa: estudando como as coisas funcionam**. São Paulo: Artmed, 2011.

URIARTE, L. R. **Identificação do perfil intraempreendedor**. Dissertação (mestrado em Engenharia de Produção) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Tecnológico. 2000. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/78206/174612.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 07 maio 2019.

VALLE, G. M. V.; CORRÊA, V. S.; REIS, R. F. dos. Motivações para o Empreendedorismo: Necessidade Versus Oportunidade? **RAC**, Rio de Janeiro, v. 18, n. 3, art. 4, pp. 311-327, maio/jun. 2014. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rac/v18n3/v18n3a05.pdf>. Acesso em: 07 maio 2019.

VERGA, E.; SILVA, L. F. S. da. Empreendedorismo: evolução histórica, definições e abordagens. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 3, n. 3, p. 3-30, 2014. Disponível em: <https://www.regepe.org.br/regepe/article/view/161>. Acesso em: 07 maio 2019.