



O DESENVOLVIMENTO DO PERFIL EMPREENDEDOR: Academia x movimento empresa júnior

THE DEVELOPMENT OF THE ENTREPRENEURIAL PROFILE: Academia x Movimento Júnior Company

Hudson Carlos Lobato Facuri¹ Paulo Roberto Campelo Fonseca e Fonseca² Samuel Duarte Kzam³ Jose Antonio Fecury Ferreira⁴

Resumo

O objetivo desse artigo é perceber de que forma se evidencia o perfil empreendedor de maneira mais eficiente na educação superior apenas ou com a experiência no movimento empresa júnior. Nessa proposta, aplicou-se um formulário como método de coleta de dados contendo escala para os construtos que formam o perfil empreendedor. Os resultados tiveram tratamento no programa SPSS 25.0, programa estatístico específico para pesquisa de ciências sociais aplicadas. As análises aplicadas foram a estatística descritiva, análise fatorial exploratória e as comparações das médias que se possa verificar a diferença entre as percepções acerca dos construtos estudados. A análise multimétodos forneceu a possibilidade, primeiramente, de realizar a caracterização dos entrevistados por meio da aplicação de análise da estatística descritiva. Logo em seguida, a análise fatorial exploratória, concedeu a sustentação que se necessitava para a validação do formulário aplicado entre os estudantes. Nesse teste foram encontradas cargas fatoriais que correspondiam aos parâmetros necessários e os construtos apresentaram relações positivas entre os itens da escala. Para finalizar a análise dos dados, o teste de t de *Student*, apresentou como resultado uma diferença significativa em três construtos do perfil empreendedor dos participantes do movimento empresa júnior, de São Luís do Maranhão, que são: a habilidade de liderança, a persistência e o potencial para detectar oportunidades latentes a sua volta, com relação aos acadêmicos não participantes do movimento em questão.

Palavras-Chave: Movimento Empresa Júnior; Perfil Empreendedor; Educação Empreendedora.

Abstract

The objective of this article is to perceive how the entrepreneurial profile is evidenced more efficiently, in higher education only or in the experience in the junior company movement. In this proposal, a form was applied as a method of collecting data containing scale for the constructs that form the entrepreneurial profile. The results were treated in the SPSS 25.0 program, a specific statistical program for applied social sciences research. Descriptive statistics, exploratory factorial analysis and comparisons of the means were used to verify the difference between the perceptions about the studied constructs. The multimethod analysis

¹ Acadêmico(a) do curso de Administração. Integrante do Grupo de Pesquisa de Administração e Sociedade. E-mail: HUDSON.FACURI@CEUMA.BR

² Administrador. Mestre em Desenvolvimento Socioeconômico. Docente na Universidade Ceuma. E-mail: PAULO.FONSECA@CEUMA.BR

³ Administrador. Mestre em Políticas Públicas. Docente na Universidade Ceuma. E-mail: SAMUEL.KZAM@CEUMA.BR

⁴ Tecnólogo em Gestão Hospitalar. Mestre em Gestão de Programas e Serviços de Saúde. Docente na Universidade Ceuma. E-mail: JOSE.FERREIRA@CEUMA.BR



provided the possibility, firstly, to carry out the characterization of the interviewees through the application of descriptive statistics analysis. Next, the exploratory factorial analysis provided the necessary support for the validation of the applied form among the students. In this test, factorial loads were found that corresponded to the necessary parameters and the constructs presented positive relations between the scale items. To conclude the analysis of the data, the Student's t test showed a significant difference in three constructs of the entrepreneurial profile of the participants of the São Luís do Maranhão, which are: leadership ability, persistence and potential to detect latent opportunities around them, in relation to the nonparticipating academics of the movement in the question.

Keywords: *Junior Company Movement; Profile Entrepreneur; Entrepreneurial Education.*

1 INTRODUÇÃO

Devido às variadas transformações socioeconômicas que ocorrem com base da globalização no início do século XXI, a abertura de novos negócios se tornam uma das mais presentes forças para fomentar o crescimento na economia de uma nação, visto que o empreendedorismo é a principal variável promotora do desenvolvimento econômico. Deste modo, países empreendedores são mais desenvolvidos economicamente em virtude da produção de um maior número de inovações tecnológicas. A geração de novos produtos e negócios advém da educação empreendedora que proporciona nos indivíduos o perfil ousado e orientado para a percepção de oportunidades de negócios, logo países que fomentam a educação empreendedora estão mais favoráveis a se desenvolverem, não apenas no contexto econômico, mas também no que diz respeito aos domínios social e ambiental.

No Brasil, a educação empreendedora se fez presente no campo da pesquisa acadêmica como uma das visões mais tradicionais de investigação. Diante desse cenário, os pesquisadores passaram a desenvolver seus estudos voltados ao ensino-aprendizagem do empreendedorismo, e aos impactos sociais desencadeados pela sua evolução. A partir disso, nas instituições de Ensino Superior, projetos de extensão para estudantes de graduação começaram a ser vistos como um meio para exercitar seus perfis empreendedores, pois tem-se a oportunidade de vivenciar atividades práticas que estimulam comportamentos diferenciados para construção do seu perfil empreendedor.

Uma das ferramentas que estimulam a criação do perfil empreendedor prospectado pelo mercado de trabalho é o Movimento Empresa Júnior, que, por meio de sua cultura, concentra-se em focalizar as características empreendedoras dos participantes do movimento por meio das empresas júniores, que só podem ser constituídas por estudantes universitários de qualquer curso superior tanto de universidade pública, quanto de universidade particular, criando um modelo organizacional gerido apenas por estudantes associados. Tais empresas colocam seus



participantes em situações reais de mercado através das quais os mesmos podem colocar seu conhecimento acadêmico teórico em práticas empresariais de negócio.

No Estado do Maranhão, mais especificamente na sua capital, São Luís, o movimento empresa júnior vem ganhando força desde o início do século XXI, na fundação da sua confederação de empresas juniores a nível estadual, também conhecida como Maranhão Júnior, a qual representa uma situação legal de subordinação a Brasil Júnior, desse modo, espalhando-se rapidamente com a fomentação a criação de novas empresas juniores nas universidades da capital maranhense. Esse estudo é de grande relevância para o pesquisador, já que dispõe de uma temática que afeta diretamente a vida das mais variadas pessoas e o meio social onde elas estão inseridas.

Considerando-se a relevância do tema abordado neste trabalho, o presente artigo tem como problema de pesquisa: Em que grupo se evidencia características do perfil empreendedor de maneira mais latente: nos participantes do movimento empresa júnior ou nos não participantes do movimento empresa júnior? Tal questionamento há de requerer tanto uma revisão bibliográfica quanto a utilização de coleta de informações para que a temática investigada atinja o objetivo geral da pesquisa que é: Comparar o perfil empreendedor dos acadêmicos participantes do movimento empresa júnior, de São Luís, com os não participantes do movimento empresa júnior ludoviscence. Para tanto, utilizou-se autores proeminentes em empreendedorismo, desenvolvimento econômico, movimento empresa júnior e educação empreendedora, que são: Oliveira; Melo e Muyllder (2016); GEM (2016); Brasil Júnior (2015); Laginha (2017); Dornelas (2014) e; Meneghatti *et al.* (2015).

2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Para que o presente artigo atinja seus propósitos, é necessário que se faça uma contextualização acerca das teorias e artigos existentes cujo propósito será o de dar consistência técnica-científica a este trabalho. Nesse sentido, é requerido uma abordagem aos seguintes temas: Educação Empreendedora, Movimento Empresa Júnior e Perfil Empreendedor, que se entende como o caminho para a análise do problema suscitado neste artigo.

2.1 Educação Empreendedora

As transformações na sociedade e no mercado de trabalho tem requerido um conjunto de particularidades e competências que nunca havia sido necessário e que, nos dias de hoje, necessitam ser trabalhadas para se atingir o desempenho requerido pelas organizações. Deste modo, nota-se que a educação empreendedora tem se tornado de grande importância nos



currículos de diversos cursos de formação superior, principalmente no curso de Administração (OLIVEIRA; MELO; MUYLDER 2016).

Degen (2008) preconiza que a educação empreendedora tem como objetivo incentivar os discentes a serem empreendedores, já que o empreendedorismo é o articulador do crescimento econômico através do qual a pobreza e a desigualdade na renda diminuem. Nessa sequência, o empreendedorismo por oportunidade é o aquele que promove o desenvolvimento econômico de forma mais eficaz, pois consegue se manter com mais naturalidade diante das transformações econômicas que possam ocorrer em uma nação.

Para alcançar os diferentes objetivos, faz-se necessário criar uma forma de ensino que se ajuste o método pedagógico ao contexto da aprendizagem proposta (ROCHA; FREITAS, 2014). Reina e Santos (2017) corrobora dizendo que deve-se impulsionar os desafios da educação empreendedora por meio de práticas em diferentes etapas de formação do indivíduo, principalmente junto à criança e ao adolescente, proporcionando o ensino de competências duráveis além de uma proposta ampla de conteúdos se faz relevante, pois conceitos por si sós não possuem a capacidade de resolver as necessidades das pessoas, logo deve-se educar para competências e bons valores, com práticas de ensinamentos vivenciais que ponham o acadêmico no centro da aprendizagem, mas não esquecem, jamais, dos aspectos teórico-científicos envolvidos.

O trabalho pedagógico é realizado pela ação que interage entre os dois ciclos de aprendizado do empreendedor: o sonho estruturante e sua tarefa de realização, uma vez que ao desenvolver a tarefa de realização do sonho, o indivíduo estará realizando a adequação entre o sonho, tudo a sua volta e o próprio eu. Dessa forma, buscará, de maneira autossuficiente, possuir conhecimentos sobre si próprio e sobre o ambiente desejado do sonho, expandindo sua consciência tudo a sua volta e o mundo. Como o eu, o ambiente e o sonho sofrem mudanças e se modificam permanentemente, fazendo, assim, com que a construção do conhecimento seja algo dinâmico, o que lhe dá força pedagógica (DOLABELA, 1999).

Lopes (2010) aponta que a Comissão Europeia (2006), no relatório da Conferência de Oslo, afirmou que ainda não existe uma cultura de avaliação forte com relação ao impacto das iniciativas da educação empreendedora no mundo, visto como tais indicadores são difíceis de coletar devido aos resultados das iniciativas se manifestarem muito tempo depois, fazendo, assim, com que os estudos a respeito da educação empreendedora avancem mais lentamente. Uma pesquisa realizada em 2016 pelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM) indicou que o Brasil exibe uma crescente taxa de empreendedorismo adulto de 18 a 64 anos, mostrando assim que o brasileiro vem explorando cada vez mais suas características empreendedoras a partir da



segunda década do século XXI, não importando sua posição social ou local onde vive. O cidadão brasileiro vem aproveitando as mais diversas maneiras de empreender que se apresentam disponíveis no mercado (GEM, 2016).

Barros e Pereira (2008) inferem sobre a importância de investigar cientificamente, no Brasil, a relação entre desenvolvimento econômico e empreendedorismo, porque as variadas taxas de empreendedorismo entre as regiões brasileiras, afetam o ritmo econômico, medido pelo crescimento do produto interno bruto também conhecido como PIB e pelos índices de desemprego, evidenciando, desse modo, que o nível de empreendedorismo é relacionado a tais eventos sociais dinâmicos que ocorrem no país.

Fontenele, Moura e Leocadio (2011, p. 184 *apud* SCHUMPETER, 1961), quando expandem o conceito de empreendedorismo e introduzem a ideia de “destruição criativa”, na qual demonstravam que o empreendedor, ao realizar pesquisas para aplicar inovações e novas tecnologias, acabam por contribuir para a implantação de novos produtos e a substituição de processos ultrapassados. Assim, o empreendedor assume não somente um papel central no avanço e desenvolvimento da econômico e social, como protagonizam, também, um papel de fundamental importância na evolução da vida empresarial e na mudança das empresas estabelecidas por novas organizações que se mostram mais capazes de aproveitar as inovações que surgem.

Inovar produz tanto o desequilíbrio quanto o desenvolvimento, diferente do crescimento econômico enquanto mero aumento do capital em um cenário onde a competição nos tempos contemporâneos entre capitalistas não acontece apenas por meio do preço em si, mas também ocorre através das tecnologias que influenciam no valor agregado e no preço. Dito isto, observa-se pontos fundamentais interligados às relações entre ação de empreender e a economia. Entre eles permeia a inovação como elemento dinâmico da economia, consequentemente dando ao empreendedor o papel fundamental no desenvolvimento econômico; o empresário, como um tipo específico de agente inovador, diferente do capitalista costumeiro, pois tem como base decisões racionais em valores (inovação), além de se deixa guiar pela paixão (desejos e conquistas) é, de forma básica, um líder (MARTES, 2010).

Wolff (2014) declara que é a visão empreendedora quem vem direcionando as atuais políticas públicas para geração de renda e desenvolvimento, e, paradoxalmente, acaba deixando escondido processos de precarização do trabalho, uma vez que os micro negócios, ao surgirem, tendem a apoiar as atividades presentes nas “franjas” das cadeias de valor das organizações transnacionais. O ideal é pôr o trabalhador como figura central de tais políticas, de modo que ele volte a ser interpretado como portador de direito à proteção social, já que, sob a forma de



microempreendedor, elas recaem sobre seus ombros, não mais como direitos, mas, sim, como encargos.

2.2 Movimento Empresa Júnior

As primeiras formações de Empresa Júnior (EJ) surgem na França, em meados dos anos de 1967, na L'Ecole Supérieure des Sciences Economiques et Commerciales de Paris – ESSEC, com o propósito de aproximar o relacionamento entre o conhecimento teórico e a prática profissional a estudantes do ensino superior. No fim da década de 80, a ideia chega ao Brasil através da Câmara de Comércio e Indústria Franco-Brasileira. Antes de tudo, a proposta se fez aceita por três universidades brasileiras: a Fundação Getúlio Vargas (FGV), a Fundação Álvaro Armando Penteado (FAAP) e a Escola Politécnica da USP, que fundaram as primeiras Empresas Juniores brasileiras, em 1988 (RODRIGUES; SOSA; ROCHA, 2015).

Após a criação e anos de tentativas de reconhecimento legal das empresas júniores no Brasil, no ano de 2016, o movimento atingiu o primeiro reconhecimento com a lei de fomento a fundação de novas empresas por todo o país, fazendo, assim, com que todo universitário, independentemente do seu curso de graduação, pudesse fundar uma empresa júnior em sua instituição de ensino e, desse modo, ofertar serviços de consultoria relacionado a sua formação acadêmica.

A lei nº. 13.267, que disciplina a criação de forma organizada de Empresas Juniores, sancionada em abril de 2016, no seu artigo 2, estabeleceu que Empresa Júnior é uma entidade administrada por acadêmicos em atividade nos cursos de graduação, com o objetivo de executar projetos e serviços que colaborem para o desenvolvimento intelectual e profissional dos seus membros, sendo assim mais uma forma de capacitá-los para o mercado de trabalho. Assim sendo, o ambiente da Empresa Júnior se apresenta como uma alternativa relevante para que os estudantes possam praticar os conhecimentos teóricos de forma a estimular o empreendedorismo, como definido no artigo 5º da tocante lei:

Art. 5º A empresa júnior, cujos fins são educacionais e não lucrativos, terá, além de outros específicos, os seguintes objetivos: I - proporcionar a seus membros as condições necessárias para a aplicação prática dos conhecimentos teóricos referentes à respectiva área de formação profissional, dando-lhes oportunidade de vivenciar o mercado de trabalho em caráter de formação para o exercício da futura profissão e aguçando-lhes o espírito crítico, analítico e empreendedor [...] (BRASIL, 2016).

Diaféria, Iizuka e Moraes (2017) acreditam que um ambiente de universidade é propício para a introdução de atividades que estimulem o desenvolvimento de desafios para que os universitários aprendam a tomar decisões, façam planejamentos e sejam proativos nas mais diferentes situações que possam surgir e que, com esta forma de aprendizado, desenvolvam



características empreendedoras. À vista disso, as empresas juniores têm um forte impacto nos acadêmicos em relação ao empreendedorismo e a vida empresarial oferecida pelo movimento.

As empresas juniores vêm se configurando de forma a fazer parte da realidade das universidades brasileiras e a implicação do seu ambiente amplia o aprendizado do empreendedorismo graças às mais variadas atividades que o associado tem que realizar ao fazer parte do movimento, ao passo que trabalha as competências em seus membros com as experiências práticas de mercado (MAQUES; JÚNIOR, 2011).

Figura 1: Vivência Empresarial.



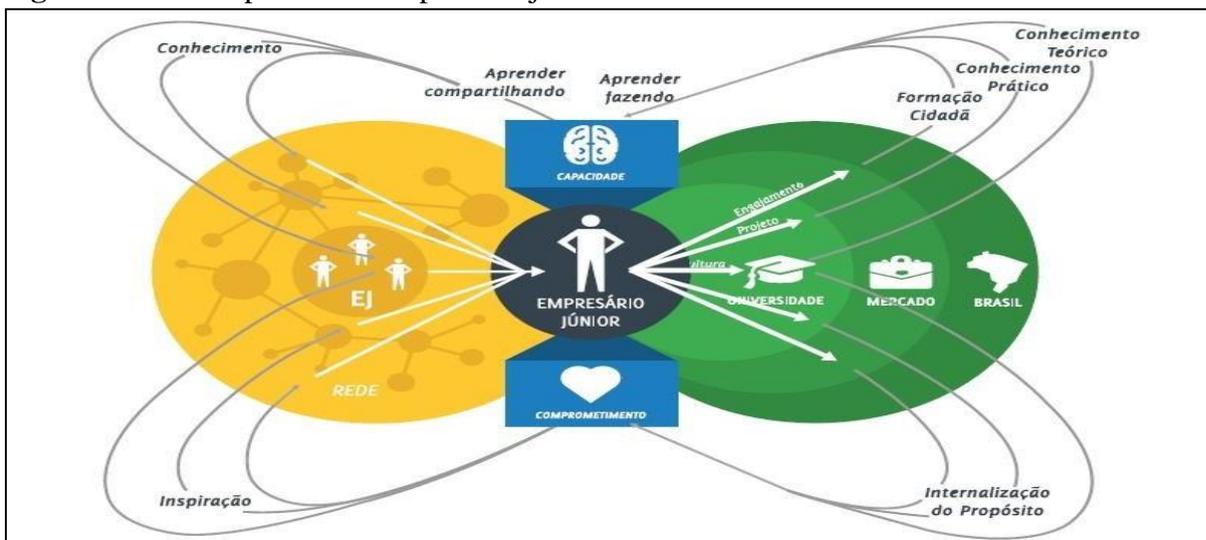
Fonte: Brasil Júnior (2015, p. 7).

Como se observa na figura 1, a empresa júnior, através de sua vivência empresarial, é um elo entre o universitário e o ensino do empreendedorismo e as universidades de São Luís têm apostado cada vez nesta ferramenta como meio de educação empreendedora. A Brasil Júnior (2015) assegura que, ao adentrar em uma Empresa Júnior, os acadêmicos desenvolvem projetos e têm toda essa vivência empresarial recebendo o título de empresário júnior. Destarte, uma vez que o associado se torna o agente de transformação empreendendo dentro do Movimento Empresa Júnior e, para garantir que isso aconteça, haverá um ciclo de impacto causado por esse membro em diversas esferas que a EJ (Empresa Júnior) está inserida.

Laginha (2017) preconiza que identificar as formas que as empresas juniores brasileiras potencializam o empreendedorismo no âmbito universitário é sem dúvida o motivo pelo qual o Brasil é conhecido como o país que mais se difundiu o movimento desde seu surgimento na França. Desta forma, nota-se o papel das EJs (Empresas Juniores) na formação de jovens empreendedores, conscientizando, assim, a sociedade, organizações governamentais e a comunidade acadêmica da relevância de fomentar o empreendedorismo universitário.



Figura 2: Perfil esperado do empresário júnior.



Fonte: Brasil Junior (2015, p. 9).

Como se observa na figura 2, o empresário júnior é dotado de racionalidade e sentimentos refletidos em capacidades de realizações e comprometimento com o movimento. Nesse contexto, os acadêmicos são influenciados por duas frentes, a primeira de aprender compartilhando, e a segunda de aprender fazendo, assim, proporcionado pelo ambiente das EJ's, a atuação em três campos: universidade, mercado e Brasil, sendo, na universidade, o empresário júnior encarregado por inserir a cultura empreendedora, a realização de projetos para o mercado e engajamento no MEJ (Movimento Empresa Júnior) com o intuito de transformar o Brasil. Nessas três frentes, o empresário júnior retoma a capacidade quanto o conhecimento teórico, prático e formação cidadã enquanto aumentam a participação por meio da internalização do propósito do MEJ, compartilhando assim conhecimento e inspiração com a rede (BRASIL JÚNIOR, 2015).

Franco e Feitosa (2016) corroboram afirmando que a aprendizagem vivencial que o empresário júnior experimenta mediante a realização de projetos de consultoria, relacionando-se com seu cliente, desenvolvendo formas de intervenção para o negócio em questão, faz com que se encontre em um misto entre conhecimento aprendido em sala de aula e a prática de mercado, fazendo, assim com que o acadêmico tenha que desenvolver seu equilíbrio para se atingir os resultados esperados com a experiência.

2.3 Perfil Empreendedor

Vale, Corrêa e Reis (2014) diagnosticam que existem dois tipos tradicionais de empreendedores, que podem ser definidos de muitas formas, sendo assim é possível definir



como empreendedor por oportunidade o indivíduo que abre uma empresa movido pela crença da percepção de uma ou mais oportunidades de negócio; conceitua-se empreendedor por necessidade como o indivíduo que abre uma empresa pressionado pela falta de alternativas de renda e trabalho.

Em virtude de o mundo passar por grandes transformações tecnológicas e comportamentais, na segunda década do século XXI, o mercado de trabalho passa por mudanças que exigem adaptação a esse novo cenário. Hashimoto (2014) argumenta que, para se entender o empreendedorismo, precisa-se analisar diferentes definições e a partir deste contexto, formular um conceito que faça sentido para o pesquisador do tema, de forma a tornar a compreensão mais clara.

Dornelas (2014) afirma que o empenho de rotular o perfil empreendedor definindo similaridades aqueles que empreendem não vem de tempos recentes, há décadas os pesquisadores mergulham nos mais variados dados consultando em diferentes fontes para chegar em características similares para se traçar o comportamento do empreendedor. O quadro 1, apresenta 8 características comumente atribuída aos empreendedores.

Quadro 1: Construtos Empreendedores

CONSTRUTOS	CONCEITO
1) Auto-eficaz (AE)	Crespam, Fonseca e Grohmann (2009) Definem como seres com vontade de serem bem-sucedidos, e também por apreciarem responsabilidades pessoais, não tem problemas em correr riscos e possuem forte interesse na visualização dos resultados e decisões que tomaram.
2) Assume Riscos calculados (AR)	Oliveira, Melo e Muijder (2016) preconizam que é a capacidade de avaliar e assumir desafios ou riscos moderados e responder por eles.
3) Planejador (PL)	Crespam, Fonseca e Grohmann (2009) referem-se ao comportamento que depende de suas metas em relação aos desafios que podem estar ligados a determinados objetivos que o indivíduo irá focar suas forças.
4) Detecta oportunidades (DO)	Degen (2008) Defende que esse tipo de empreendedor geralmente possui um nível de preparo a mais que as demais pessoas e desenvolvem negócios voltados para novas tendências de mercado, como a tecnologia.
5) Persistente (PE)	Bastos e Peñaloza (2006) afirmam que o empreendedor é aquela pessoa que sonha e procura realizar seu sonho através de passos firmes diante das dificuldades.
6) Sociável (SO)	Sousa <i>et al.</i> (2014) acreditam que é o indivíduo que dá apoio e delega, possui facilidade em comunicar, desenvolve uma cultura, é apto a ouvir.
7) Inovador (IN)	Oliveira, Melo e Muijder (2016) destacam que essa classe possui a capacidade de transformar um elemento já existente em um produto comercialmente útil, que venha a ser comercializado por um mercado.
8) Líder (LI)	Sousa <i>et al.</i> (2014) declaram que o líder desenvolve uma posição decisiva nos padrões de determinada cultura e empreendimentos, pois insere seus valores e a maneira de perceber o mundo.

Legenda: AE = Auto eficaz; AR = Assume riscos; PL = Planejador; DO = Detecta oportunidades; PE = Persistente; SO = Sociável; IN = Inovador; LI=Líder.

Fonte: Próprio autor.



Como observado no quadro 1, nas características escolhidas para evidenciar o perfil empreendedor, apareceram: auto eficácia; capacidade de assumir riscos calculados; planejador; detecta oportunidades; persistência; sociável; inovação e; liderança. Em seguida, os construtos foram estabelecidos, de maneira a apoiar a criação de elementos para medição fazendo, assim, com que se possa analisá-los empiricamente:

O discernimento de características, habilidades e atitudes empreendedoras, com a relevância da identificação das micro e pequenas, os tipos de condições que antecederam o surgimento do empreendimento; sondagem dos motivos que levaram o empresário a encarar os desafios do negócio próprio e a percepção dos principais problemas enfrentados a frente do negócio são de fundamental importância para se entender seu perfil empreendedor (PESSOA; NETO; NASCIMENTO 2009, p. 02).

Meneghetti *et al.* (2015) afirmam que a mensuração de um perfil empreendedor não é uma tarefa fácil, existindo na literatura uma diversa gama de estudos que se propuseram a identificar instrumentos e modelos para sua medição. Assim sendo, traçar o perfil empreendedor de um grupo de pessoas é uma atividade enriquecedora e complexa pela sua amplitude e significância para a elevação acadêmica, social e econômico de uma nação.

3 METODOLOGIA DO TRABALHO

O presente trabalho tem como base a revisão bibliográfica dos principais autores relacionados à proposta, utilizando-se de materiais, como: revistas, livros e artigos científicos. Na presente pesquisa formal de natureza básica, aplicou-se uma abordagem quantitativa, de caráter descritivo pois se propõe a comparar os fatores comportamentais no perfil empreendedor dos acadêmicos participantes do movimento empresa júnior de São Luís com os não participantes de empresa júnior de São Luís. Gil (2018) afirma que a pesquisa descritiva pretende expor as características de determinado fenômeno. Diante disso, pode-se afirmar que a investigação descritiva atende ao propósito da pesquisa.

Mascarenhas (2012) apregoa com louvor que o formulário é o instrumento ideal quando queremos medir dados com precisão. A vista disso, adotou-se o método de aplicação de formulário validado adaptado de Schmidt e Bohnenberger (2009) como estratégia de pesquisa, pois tem-se a pretensão de desenvolver um estudo nas empresas juniores da cidade de São Luís/MA e acadêmicos que não fazem parte do movimento que pertencem ao curso de Administração da Universidade CEUMA.

A coleta de dados se propõe a ser realizada por meio de formulário validado contido no apêndice A com 22 afirmativas estruturadas fechadas no modelo de Escala LIKERT tradicional, com variância de 1 a 5, através da qual o respondente marcou seu grau de concordância ou



discordância à afirmação (que varia entre o discordo totalmente ao concordo totalmente). Para tal, foi utilizada a ferramenta eletrônica Forms da Microsoft, vinculada a mídias sociais, como: whatsapp, instagram e facebook para os membros do movimento empresa júnior de São Luís do Maranhão e acadêmicos que não fazem parte do movimento que pertencem ao curso de Administração da Universidade CEUMA, os quais foram registrados na íntegra, exportado para Excel a fim de posterior análise estatística. Os dados secundários se desenvolverão a partir de pesquisa bibliográfica e documental, que se fundamentou em publicações de artigos e livros acerca do tema escolhido. Vergara (2016) explica que a estratégia de pesquisa de campo é investigação empírica adquirida no local que ocorre o fenômeno ou que dispõe de elementos para expô-lo.

A pesquisa foi aplicada pelo método de formulário, na qual se realizou de forma eletrônica, entre os dias 24 de fevereiro e 24 de março de 2019, com amostragem de 99 discentes que pertençam ou pertenceram ao movimento empresa júnior e com 110 acadêmicos que não participam do movimento. A escolha do tipo de amostragem se deu ao fato de que o movimento vem se expandindo rapidamente o que dificulta a precisão quanto ao número de membros pela confederação estadual. Marconi e Lakatos (2002) afirmam que quando o uso das amostras retiradas dos estratos, são semelhantes, o tipo de processo é chamado de estratificada não proporcional. Os formulários dividem-se em 3 partes, que envolvem afirmações acerca de dados da organização, dados do membro e fatores que influenciam no perfil empreendedor.

O método de análise foi de forma lógica por meio do procedimento comparativo a partir das afirmações no formulário e as características empreendedoras evidenciadas. Diante disto, observou-se os resultados alcançados. Marconi e Lakatos (2017) ressaltam que o conjunto de procedimentos normativos e racionais, estruturado sistematicamente caracteriza-se metodologia. Por consequência, os procedimentos utilizados têm como objetivo descrever o caminho seguido pelo pesquisador, isto é, sua metodologia. O método quantitativo adotado envolveu Análise Estatística Descritiva, Análise Fatorial Exploratória e Comparação de Médias pelo Teste T de *Student*, com todos os cálculos realizados por meio do software de estatística SPSS 25.0.

4 ANÁLISE DA PESQUISA

Foram recebidas 99 respostas de participantes do Movimento Junior e 110 dos não participantes do Movimento Junior. Destas, toda foram aproveitadas e as respostas do primeiro e do segundo, por possuírem informações completas e com o correto preenchimento do



questionário. Na Tabela 1, apresenta-se o perfil dos participantes da pesquisa por descrição de participantes do movimento empresa júnior e não participantes do movimento empresa júnior.

Tabela 1: Perfil dos participantes

	Participantes do movimento empresa júnior		Não participantes do movimento empresa júnior	
Gênero	Frequência	%	Frequência	%
Masculino	40	40%	36	33%
Feminino	58	59%	74	67%
Outros	1	1%	0	0%
Faixa Etária	Frequência	%	Frequência	%
17 anos ou menos	0	0%	0	0%
De 18 a 20 anos	17	17%	22	20%
De 21 a 29 anos	76	77%	70	63%
De 30 a 39 anos	5	5%	14	13%
40 anos ou mais	1	1%	4	4%
Universidade	Frequência	%	Frequência	%
Pública	57	58%	0	0%
Privada	42	42%	110	100%
Nome da Universidade	Frequência	%	Frequência	%
CEUMA	34	35%	110	100%
IESF	6	6%	0	0%
IFMA	1	1%	0	0%
UEMA	25	25%	0	0%
UFMA	31	31%	0	0%
PITÁGORAS	2	2%	0	0%
Período	Frequência	%	Frequência	%
1 ou 2	0	0%	22	20%
3 ou 4	5	5%	37	34%
5 ou 6	12	12%	22	20%
7 ou 8	29	29%	29	26%
9 ou 10	12	12%	0	0%
Já concluiu a graduação	41	42%	0	0%
Participou ou participa de alguma empresa júnior	Frequência	%	Frequência	%
Particpei	73	74%	0	0%
Participo	26	26%	0	0%
Quanto tempo você participou ou participa do movimento empresa júnior	Frequência	%	Frequência	%
6 meses ou menos	6	6%	0	0%
Entre 6 meses e 1 ano	19	19%	0	0%
Entre 1 ano e 2 anos	37	38%	0	0%
Entre 2 anos e 3 anos	20	20%	0	0%
Entre 3 anos e 4 anos	11	11%	0	0%
4 anos ou mais	6	6%	0	0%

Fonte: Dados da Pesquisa, 2019.



Os dados apresentados na Tabela 1 possibilitam a verificação da maior concentração de acadêmicos do gênero feminino em ambos os grupos pesquisados. Em relação às faixas etárias, nota-se que a maior concentração dos respondentes possui de 21 a 29 anos de idade, com um percentual expressivo de 77% dos participantes do Movimento e 63% dos não participantes do Movimento; em relação ao Estado, todas as respostas de ambos os grupos são do Maranhão, bem como todas da cidade de São Luís. Dos cursos acadêmicos, têm-se: Administração (55%), Auditoria e perícia contábil (1%), Ciências Econômicas (1%), Contábeis (1%), Engenharia Civil (3%), Engenharia de Produção (3%), Engenharia Elétrica (1%) Engenharia Mecânica (1%), Engenharia Química (1%), Geografia (10%), Psicologia (19%), Publicidade e Propaganda (3%) e Turismo (1%) a maioria é constituída por respostas do curso de Administração, com (55%) nos participantes do movimento e (100%) das respostas dos não participantes do movimento foram do curso de Administração da universidade CEUMA. Sobre as empresas júniores de São Luís foram um total de 18 empresas respondentes, que foram: Accounting Academy (1%), ADMJUNIOR (1%), Ágil (3%), Ágora (1%), Conspeq (1%), EJAD (18%) EJECON (1%), Empresa Junior F. Taylor FAMA (1%), ENERJR (1%), Estratégica (12%), Faro Comunicação (3%), GEOTEC (10%), Inovareco (1%), Labotur Ej de Turismo (1%), NEGÓCIOS (6%), NovaMente (6%), Opus Engenharia Jr (2%), Psiworks (12%) e VALOR (18%).

Tabela 2 – Análise Fatorial Exploratória – Participantes do Movimento e Perfil dos Não Participantes do Movimento

Construto	Item	Carga Fatorial
AE (Auto eficaz)	Tenho controle sobre os fatores críticos para minha plena realização profissional	0,487
AR (Assume Riscos Calculados)	Sempre procuro estudar muito a respeito de cada situação profissional que envolva algum tipo de risco.	0,527
	Eu assumiria uma dívida de longo prazo, acreditando nas vantagens que uma oportunidade de negócio me traria	0,721
	Admito correr riscos em troca de possíveis benefícios.	0,784
PL (Planejador)	Tenho um bom plano da minha vida profissional.	0,619
	No meu trabalho, sempre planejo muito bem tudo o que faço	0,771
	Tenho os assuntos referentes ao trabalho sempre muito bem planejados.	0,839
DO (Detecta oportunidades)	Frequentemente detecto oportunidades promissoras de negócio no mercado.	0,839
	Creio que tenho uma boa habilidade em detectar oportunidades de negócio no mercado.	0,839
PE (Persistente)	Profissionalmente, me considero uma pessoa muito mais persistente que as demais.	0,649
SO (Sociável)	Me relaciono muito facilmente com outras pessoas.	0,443
	Meus contatos sociais influenciam muito pouco a minha vida profissional.	0,798



	Os contatos sociais que tenho são muito importantes para minha vida profissional.	0,831
	Conheço várias pessoas que me poderiam auxiliar profissionalmente, caso eu precisasse.	0,831
IN (Inovador)	Sempre encontro soluções muito criativas para problemas profissionais com os quais me deparo	0,565
	Prefiro um trabalho repleto de novidades a uma atividade rotineira.	0,778
	Gosto de mudar minha forma de trabalho sempre que possível.	0,814
LI (Líder)	Frequentemente sou escolhido como líder em projetos ou atividades profissionais.	0,796
	Frequentemente as pessoas pedem minha opinião sobre os assuntos de trabalho.	0,788
	As pessoas respeitam a minha opinião.	0,656
	No trabalho, normalmente influencio a opinião de outras pessoas a respeito de um determinado assunto.	0,695

(AE) Auto - eficaz; (AR) Assume riscos; (PL) Planejador; (DO) Detecta oportunidades; (PE) Persistente; (SO) Sociável; (IN) Inovador; (LI) Líder.

Fonte: Dados da Pesquisa, 2019.

Os itens utilizados, nos formulários, foram submetidos à análise fatorial exploratória para identificar a relação entre as variáveis de cada construto utilizado no estudo. A primeira análise diz respeito às cargas fatoriais de cada afirmação proposta para a identificação de suas significâncias e da representatividade da amostra utilizada. Para o número de amostras, a partir de 200 registros, as cargas fatoriais superiores a 0,40 são consideradas necessárias para a significância prática, sendo também considerada como o nível mínimo de aceitabilidade (HAIR *et al.*, 2009).

Algumas variáveis dos construtos foram desconsideradas devido à baixa condição comunal apresentada na carga fatorial, condições comuais pequenas ressaltam que uma porção substancial da variância da variável não é exposta pelos fatores. Nesses casos, quaisquer itens que revelam números baixos devem ser retirados da análise, mantendo-se apenas os que atendiam aos padrões da literatura (HAIR *et al.*, 2009).

As análises foram realizadas em conjunto. De acordo com o exposto apresentado na Tabela 2, todas as cargas fatoriais resultantes foram superiores aos valores mínimos, o que se pode confirmar com os tamanhos das amostras estudadas de 209 respondentes (HAIR *et al.*, 2009).

Feitas as análises de estatística descritiva, análise fatorial exploratória, apresentam-se, na Tabela 3, os resultados obtidos do Teste t de *Student*, que é um teste de hipótese que usa conceitos estatísticos para rejeitar ou não uma hipótese nula quando a estatística para comparação de parâmetros entre as médias de cada uma das variáveis estudadas usadas e desvio padrão para a geração dos valores de cada um dos construtos dos grupos experimentais.

Tabela 3 – Participantes do Movimento e perfil dos não participantes do Movimento – total



de respondentes

Construto	Participantes do Movimento Empresa Júnior		Não Participantes do Movimento Empresa Júnior		Diferença	t	p
	Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão			
Assume Riscos Calculados	3,6061	0,64482	3,5545	0,66556	0,05152	0,567	0,571
Planejador	3,7374	0,62863	3,8424	0,54316	-0,10505	-1,296	0,196
Detecta Oportunidades	3,7475	0,63235	3,4318	0,74648	0,31566	3,279	0,001*
Sociável	3,9798	0,62419	3,8485	0,61685	0,13131	1,528	0,128
Inovador	3,9259	0,61640	3,8606	0,56283	0,06532	0,801	0,424
Líder	3,9369	0,54439	3,5977	0,66109	0,33914	4,022	0,000*
Persistente	4,0404	0,83200	3,7273	0,87691	0,31313	2,641	0,009*
Auto Eficaz	3,7172	0,76984	3,6545	0,80636	0,06263	0,573	0,566

* $p < 0,001$

(AE) Auto - eficaz; (AR) Assume riscos; (PL) Planejador; (DO) Detecta oportunidades; (PE) Persistente; (SO) Sociável; (IN) Inovador; (LI) Líder.

Fonte: Dados da Pesquisa, 2019.

A Tabela 3 apresenta os dados da média e desvio padrão de cada construto; foi realizado, também, um cálculo da diferença entre as médias, seguido do t de *Student* e do p (probabilidade) valor. O resultado do teste t de *Student para o construto planejador*, apresentou-se negativo, o que significa dizer que o valor da média dos não participantes do movimento empresa júnior foi maior do que a dos participantes do movimento empresa júnior. Entretanto, este dado não é significativo pois o valor do p que foi 0,196 é maior que 0,05, demonstrando não ser relevante este construto para a pesquisa. No teste de hipótese, também conhecido como teste t de Student, essas desigualdades mostram-se significantes ao se analisar a coluna com o valor do p (*probabilidade*), quando esses valores se apresentam menores do que 0,05.

Segundo o resultado da análise onde se leva em consideração o p de probabilidade,

foram identificados três construtos com diferenças significativas de ($p < 0,05$) no grupo dos participantes do movimento empresa júnior, são eles: Detecta Oportunidades que apresentou um p igual a **0,001***, Líder que apresentou um p igual a **0,000*** e Persistente que apresentou um p igual a **0,009***.

Ao se analisar os construtos do Perfil Empreendedor, pode-se perceber que a medida de enfrentamento, Líder, Detecta Oportunidades e Persistente aparecem com uma diferença significativa ($p < 0,05$), sendo que o resultado do teste t de *Student* positivo demonstra que esses construtos são mais acentuados nos participantes do movimento empresa júnior, ou seja, há mais situações para exercitar a liderança, a persistência e a detecção de oportunidades na



percepção dos participantes do movimento.

A característica de liderança é de fundamental importância para inspirar e atrair pessoas para determinado projeto Sousa *et al.* (2014) declaram que o líder desenvolve uma posição decisiva nos padrões de determinada cultura e empreendimentos, pois insere seus valores e a maneira de perceber o mundo.

O mercado está cada dia mais dinâmico devido as mudanças tecnológicas e o advento da globalização, devido a grandes transformações é interessante que se desenvolva a habilidade de persistir. Bastos e Peñaloza (2006) afirmam que o empreendedor é aquela pessoa que sonha e procura realizar seu sonho através de passos firmes diante das dificuldades.

As transformações sociais fazem com que o empreendedor desenvolva a característica de detectar oportunidades latentes no mercado. Degen (2008) defende que esse tipo de empreendedor geralmente possui um nível de preparo a mais que as demais pessoas e desenvolvem negócios voltados para novas tendências de mercado, como a tecnologia.

Diante dos resultados e conceitos expostos sobre os construtos em destaque no grupo dos participantes do movimento empresa júnior, evidenciou-se a conexão dos resultados da análise com a conformidade do estudo teórico no presente artigo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A trajetória do artigo teve como propósito avaliar os construtos ligados ao perfil empreendedor e compará-los na perspectiva dos acadêmicos que participam do movimento empresa júnior e acadêmicos que não participam do movimento empresa júnior. Para a avaliação do perfil empreendedor foi utilizado o questionário validado por Schmidt e Bohnenberger (2009). A comparação ocorreu levando em consideração a experiência adquirida no movimento empresa júnior e apenas na academia sem a experiência do movimento.

O perfil dos respondentes que participam das atividades em comparação aos não participantes dessa extensão curricular, pareceu complexo. Sobretudo no universo dos acadêmicos de São Luís, Maranhão, particularidades comportamentais e sociais citadas na literatura como fundamentais para desencadear práticas empreendedoras e aprovar a continuidade de novos associados nas empresas júniores no mercado nem sempre são idênticos entre os participantes das diferentes EJs.

No tocante do perfil empreendedor, principalmente o traço a partir do exposto na literatura, nota-se traços e habilidades marcantes que diferenciam os empreendedores que participam do movimento empresa júnior, os traços e habilidades que se destacam pela literatura



explorada são: a (percepção de (oportunidades) de negócio, a (liderança) habilidade para lidar com as incertezas de mercado, (persistência) devido a concorrência acirrada e os obstáculos de acesso ao crédito.

A análise fatorial exploratória evidenciou cargas fatoriais em parâmetros aceitáveis devido ao número de amostragem utilizado, pode-se afirmar que os itens de cada construto apresentam representatividade para as amostras pesquisadas também em ambos os ambientes. Pode-se dizer ainda que os testes que foram aplicados para a identificação das relações positivas entre os itens de cada construto, apontaram os coeficientes dentro dos parâmetros estabelecidos pela literatura, o que significa dizer que os itens verificados apresentam confiabilidade quando analisados em conjunto.

A medidas comparadas por meio do test t de Student fez com que pudesse identificar os construtos mais significativos em cada grupo da pesquisa. Com relação aos construtos do perfil empreendedor dos participantes do movimento empresa júnior em relação aos não participantes do movimento empresa júnior se destacou nos participante do movimento três construtos, que foram: a (liderança) que determina uma postura decisiva frente as situações decisivas que ocorrem no dia a dia, apresentou um p igual a **0,000***, a (persistência) que determina os passos a serem dados para transformar o sonho em realidade, apresentou um p igual a **0,009***, mesmo diante das dificuldades e (detectar oportunidades) que define o nível de preparo mediante as situações que ocorrem no caminho do empreendedor, apresentou um p igual a **0,009***.

Acredita-se que o presente trabalho contribuiu para o avanço do conhecimento sobre o perfil empreendedor, bem como sobre as Empresas Juniores de São Luís do Maranhão, que crescem cada vez mais nas universidades da capital maranhense. Nesse sentido, procurou-se contribuir para que as Instituições de Ensino Superior possuam um entendimento mais preciso do papel das Empresas Júnior no fomento ao empreendedorismo universitário e, além disso, às próprias Empresas e Empresários Juniores para efeitos de gestão e autoconhecimento.

Para finalizar, fica a sugestão para pesquisas futuras, uma vez que se nota que o maior número das empresas júniores está nas universidades públicas, e decido a limitação uma possibilidade para pesquisa é focalizar a amostra para avaliar se há diferença entre o perfil empreendedor em relação a algum curso de graduação específico.

REFERÊNCIAS

BARROS, A. Antonio de; PEREIRA, C. M. M. de Araújo. Empreendedorismo e Crescimento Econômico: uma Análise Empírica. **RAC, Curitiba**, v. 12, n. 4, p. 975-993, Out./Dez. 2008. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rac/v12n4/05.pdf>>. Acessado em: 13 nov. 2018.



BASTOS, Adriana Texeira; PEÑALOZA, Verônica. Educação empreendedora e inserção profissional: o perfil dos alunos de uma Instituição de Ensino Superior. **Revista Metodista**, São Paulo, vol2, nº4 - julho/dezembro 2006. Disponível em: <<https://www.metodista.br/revistas/revistas-metodista/index.php/OC/article/view/1360/1378>>. Acesso em: 13 nov. 2018.

CRESPAM, C. Ceribola; FONSECA, J. Lopes da; GROHMANN, M. Zampieri. Configuração Evidências Empíricas do Perfil Empreendedor: um Estudo do Modelo de Motivações Empreendedoras. **IV Encontro de Estudos em Estratégia da ANPAD**, Recife- PE, jun/2009. Disponível em: < <https://slidex.tips/download/evidencias-empiricas-do-perfil-empreendedor-um-estudo-do-modelo-de-motivacoes-emp> > Acesso em: 13 ago. 2018.

DEGEN, Ronald Jean. Empreendedorismo: Uma filosofia para o desenvolvimento sustentável e a redução da pobreza. **Revista de Ciências da Administração** • v. 10, n. 21, p. 11-30, mai./ago. 2008. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/adm/article/view/2175-8069.2008v10n21p11/12663>>. Acesso em: 13 nov. 2018.

DIAFÉRIA, A. Mecchi; IIZUKA, E. Sadao; MORAES, G. H. S. Marcondes. Análise do Potencial e Perfil Empreendedor dos Empresários Juniores de Administração no Brasil. **EnANPAD 2017**, São Paulo / SP - 01 a 04 de Outubro de 2017. Disponível em:<<https://fei.edu.br/sites/sicfei/2016/Administração/ANÁLISE%20DE%20POTENCIAL%20E%20PERFIL%20E%20MPREENDEDOR%20DOS%20EMPRESÁRIOS%20JUNIORES%20DE%20ADMINISTRAÇÃO%20DE%20ADMINISTRAÇÃO%20NO%20BRASIL.pdf>>. Acesso em: 13 set. 2018.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza**. São Paulo: Cultura Editora, 1999.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo para visionários: desenvolvendo negócios inovadores para um mundo em transformação**. Rio de Janeiro: Empreende, 2014.

FONTENELE, R. E. Silveira; MOURA H. José; LEOCADIO, A. Lucio. Capital humano, empreendedorismo e desenvolvimento: evidências empíricas nos municípios do Ceará. **RAM, REV. ADM. MACKENZL**. p.182-208, abril 2011. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ram/v12n5/a08v12n5.pdf>>. Acesso em: 13 nov. 2018.

FRANCO, Andressa Pacífico; FEITOSA, Marcos Gilson Gomes. Da Sala de Aula ao Mundo Empresarial: Compreendendo a Aprendizagem dos Consultores Juniores em Suas Relações com o Sistema-Cliente. **XXX Encontro da ANPAD**, Salvador, 23 a 27 set. 2006. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/enanpad/2006/dwn/enanpad2006-epqa-1683.pdf>>. Acesso em: 19 nov. 2018.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. – 6. ed. – São Paulo: Atlas, 2018.

GIMENEZ, Fernando Antonio Prado; FERREIRA, Jane Mendes; RAMOS, Simone Cristina. Configuração Empreendedora ou Configurações Empreendedoras? Indo um pouco além de Mintzberg. **XXXII Encontro da ANPAD**, Rio de Janeiro, setembro/2008. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/ESO-C2571.pdf> > Acesso em: 13 nov. 2018.

GLOBAL Entrepreneurship Monitor (GEM). Empreendedorismo no Brasil: 2016. Simara



Maria de Souza Silveira Greco (Org.); diversos autores -- Curitiba: **IBQP**, 2017. Disponível em: <<https://www.gemconsortium.org/country-profile/46>>. Acesso em: 25 out. 2018.

HASHIMOTO, Marcos. **Espírito empreendedor nas organizações**. São Paulo: Editora Saraiva, 2014.

HAIR, J. F., ANDERSON, R., TATHAM, R., BLACK, W. **Análise multivariada de dados**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

LEI nº 13.267, de 06 de abril de 2016. **Disciplina a criação e a organização das associações denominadas empresas juniores, com funcionamento perante instituições de ensino superior**. Brasília, DF. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2016/lei/L13267.htm>. Acesso em: 27 set. 2018.

LAGINHA, A. L. Monteiro. O Movimento Empresa Júnior e a Formação de Jovens Empreendedores: Um Estudo Comparativo Entre Brasil e França. **XX SEMEAD Seminários em Administração**, nov. De 2017. Disponível em: <<http://login.semead.com.br/20semead/arquivos/32.pdf>> Acesso em: 12 nov. 2018.

LOPES, Rose Mary A. **Educação Empreendedora: conceitos, modelos e práticas**. Rio de Janeiro: Elsevier; São Paulo: Sebrae, 2010.

MARCONI, M. de Andrade; LAKATOS, E. Maria. **Metodologia científica**. – 7. ed. – São Paulo: Atlas, 2017.

_____. **Técnicas de Pesquisa**. – 5. ed. – São Paulo: Atlas, 2002.

MARTES, A. C. Braga. Weber e Schumpeter. A ação econômica do empreendedor. **Revista de Economia Política**, vol. 30, nº 2 (118), pp 254-270, abril-junho/2010. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rep/v30n2/05.pdf>> Acesso em: 17 nov. 2018.

MARQUES, R. de A. Campos; JÚNIOR, V. M. Valadão. Empresa Júnior: como seu espaço de aprendizagem contribui para a formação de competências. **XIV SEMEAD Seminários em Administração**, out. De 2011. Disponível em: <http://sistema.semead.com.br/14semead/resultado/an_resumo.asp?cod_trabalho=131> Acesso em: 12 nov. 2018.

MASCARENHAS, Sidnei A. **Metodologia Científica**. São Paulo: Pearson, 2012.

MENEGHATTI, Marcelo Roger; RIBEIRO, Ivano; CANCELIER, Guilherme Rafael; SILVA, Jenipher Morgana; SANTOS, Paulo Sergio. PERFIL EMPREENDEDOR: UMA ANÁLISE A PARTIR DE ALUNOS DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO. **RECC Revista eletrônica científica do CRA-PR**, agosto/2015. Disponível em: <<http://recc.cra-pr.org.br/index.php/recc/article/view/22>> Acesso em: 17 nov. 2018.

OLIVEIRA, A. G. Miranda; MELO, M. C. de O. Lopes; MUYLDER, C. Fernandes. Educação Empreendedora: O Desenvolvimento do Empreendedorismo e Inovação Social em Instituições de Ensino Superior. **Revista Administração em Diálogo**, São Paulo, Jan/ Feb/ Mar/ Abr 2016. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/index.php/rad/article/view/v18i1.12727/19431>> Acesso em: 13 nov. 2018.



PESSOA, R. W. Araújo; NETO, E. Soares e NASCIMENTO, L. Fernandes. PERFIL DO EMPREENDEDORISMO FORMAL DE ARACATI/CE. **READ** – Edição 62 Vol 15 N° 1 jan-abr 2009. Disponível em: <<https://seer.ufrgs.br/read/article/view/39188>>. Acesso em: 13 nov. 2018.

REINA, Fábio Tadeu; SANTOS, Roberto Augusto. EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA: práticas educativas para dinamizar a ascensão pessoal e profissional dos alunos. **Temas em Educação e Saúde**, jan./jun. 2017. Disponível em: <<https://periodicos.fclar.unesp.br/tes/article/view/9592/6848> > Acesso em: 13 nov. 2018.

ROCHA, E. L. de Carvalho; FREITAS, A. A. Ferreira. Avaliação do Ensino de Empreendedorismo entre Estudantes Universitários por meio do Perfil Empreendedor. **Rev. adm. contemp.** vol.18 no.4. Curitiba jul./ago. 2014. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-65552014000400465&lng=pt&tlng=pt>. Acesso em: 25 set. 2018.

RODRIGUES, B. D., SOSA, J. M. B., & ROCHA, S. L. Análise da evolução das Empresas Juniores no mercado de serviços no Brasil. **Revista Eletrônica Machado Sobrinho**, Juiz de Fora, jan./jul. 2015. Disponível em: <http://www.machadosobrinho.com.br/revista_online/publicacao/artigos/Artigo04REMS9.pdf> Acesso em: 14 set. 2018.

SCHMIDT, Serje; BOHNENBERGER, Maria Cristina. Perfil empreendedor e desempenho organizacional. **Revista de Administração Contemporânea**, Rev. adm. contemp. vol.13 n° 3. Curitiba jul./set. 2009. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-65552009000300007&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt>. Acesso em: 13 nov. 2018.

SCHUMPETER, J. A. (1961). **Teoria do desenvolvimento econômico**. (L. Schlaepfer, Trad.). Rio de Janeiro: Fundo de Cultura. (Obra original publicada em 1911).

SOUSA, E. Godói de; BUENO, J. Moro; SOUSA, M. Gomes de; SANTOS, L. Tech de. O Perfil do Empreendedor Social e suas Dimensões de Atuação: Seis Casos no Município de Uberlândia. **RIGS Revista interdisciplinar de gestão social**, v. 3, n°. 1 jan./abr., 2014. Disponível em: <<https://portalseer.ufba.br/index.php/rigs/article/view/8978/0>>. Acesso em: 18 ago. 2018.

VALE, G. M. Vasconcellos; CORRÊA, V. Silva & REIS, R. Francisco. 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: 14 set. 2018.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2016.

WOLFF, Simone. DESENVOLVIMENTO LOCAL, EMPREENDEDORISMO E “GOVERNANÇA” URBANA: onde está o trabalho nesse contexto? **CADERNO CRH**, Salvador, v. 27, n. 70, p. 131-150, Jan./Abr. 2014. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ccrh/v27n70/10.pdf>>. Acesso em: 17 nov. 2018.