

## Visão e atitude empreendedora: uma percepção de estudantes de uma universidade federal

Diogo Otilio Rocha<sup>1</sup> e Dr<sup>a</sup>.Clarissa Stefani Teixeira<sup>2</sup>.

<sup>1,2</sup>Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) Centro de Sócio Econômico (CSE), Departamento de Ciências Contábeis (CCN), CEP: 88040-900 - Florianópolis, SC – Brasil.

<sup>1</sup>diogootiliorocha@gmail.com e <sup>2</sup>clastefani@gmail.com

**Resumo:** O objetivo desta pesquisa consiste em identificar as características empreendedoras dos estudantes de Ciências Contábeis de uma universidade federal do Sul do Brasil. Para alcançar esses objetivos foi aplicado, de forma presencial, um questionário aos estudantes. Ao todo foram 216 respondentes, representando 30% da população. A pesquisa demonstrou que estabelecer metas e autoestima são as características empreendedoras mais presentes entre os estudantes, que alcançaram 865 e 841 pontos, respectivamente. Em contrapartida, a busca de oportunidades e controle pessoal foram os comportamentos que os estudantes aplicam com menor frequência, obtendo 583 e 495 pontos, respectivamente.

**Abstract:** The objective of this research is to identify the entrepreneurial characteristics of Accounting students from a federal university in the South of Brazil. To reach these objectives, a questionnaire was applied to the students. In all, there were 216 respondents, representing 30% of the population. The research showed that establishing goals and self-esteem are the most present entrepreneurial characteristics among students, which reached 865 and 841 points, respectively. On the other hand, the search for opportunities and personal control were the behaviors that the students apply less frequently, obtaining 583 and 495 points, respectively.

### 1 Introdução

O empreendedorismo tem sido um tema bastante difundido no Brasil ao longo do último século e seu significado vem sofrendo algumas adaptações [Dornelas, 2016]. No entanto, sabe-se que o empreendedorismo gera um impacto social pela geração de emprego e renda, colaborando para o desenvolvimento econômico local [Zarpellon, 2010, p. 52]. Todavia, Leite [2011] afirma que mais do que criar um novo negócio empreender é a capacidade em ter iniciativa, flexibilidade para adaptar ideias e criatividade para transformá-las em oportunidade. Além disso, Liberato [2007] enuncia o empreendedorismo como a busca pelo crescimento pessoal e coletivo por meio do desenvolvimento intelectual para investigar e solucionar problemas.

De acordo com uma pesquisa realizada pelo GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*), o Brasil alcançou uma taxa de empreendedorismo de 18,40% a mais em 2015 comparado a 2002 [GEM, 2015]. Esse dado revela que o Brasil se mostra como um país protagonista do empreendedorismo, em que a maioria dos negócios criados são concebidos por pequenos empresários, que embora tenham iniciativas para abrir um negócio nem sempre os mesmos possuem uma gestão efetiva para seu empreendimento, agregando conhecimento apenas de forma empírica. Esse aspecto reflete diretamente ao índice de mortalidade das pequenas empresas brasileiras, onde o percentual nos primeiros

anos de atividade ultrapassa 50% [Dornelas, 2016]. Nesse aspecto, a formação do empreendedor torna-se relevante para estruturar e gerenciar um negócio.

Diante desse cenário, as Instituições de Ensino Superior (IES) exercem influência no mercado de trabalho, sendo assim, identificadas como condição necessária para ascensão social e garantia de qualificação profissional frente ao mercado competitivo [Pazeto, 2005, p. 491]. Portanto, há uma necessidade em se desenvolver e estimular o ensino do empreendedorismo no ambiente universitário, uma vez que prepara os alunos para enfrentar o mercado de trabalho onde não existe mais segurança de emprego ou de estabilidade, em decorrência de uma economia modificada pela globalização [Cunha e Neto, 2005].

A taxa de empreendedores considerados estabelecidos cresce em proporção a elevação do nível de formação, isto é, quanto maior a escolaridade do empreendedor maiores são as chances de manter seu negócio ativo [Santiago, Faia e Silva, 2016]. De acordo com o relatório do GEM de 2015 as áreas de Administração, Economia e Direito possuem grande parte dos empreendedores nascentes no território brasileiro. Dessa forma, outras áreas podem ser consideradas como problemas em termos da disseminação da formação empreendedora. Mesmo com estas informações, estudos com foco em avaliar as práticas universitárias ainda precisam ser realizadas.

Diante desses aspectos, este estudo busca identificar as atitudes empreendedoras com maior e menor frequência entre os estudantes de uma universidade pública. Para tanto, o presente estudo está estruturado em cinco seções, incluindo esta primeira. A segunda compreende o referencial teórico e empírico. Posteriormente, apresenta-se a terceira seção que se reporta aos aspectos metodológicos, seguida da quarta seção referente à análise e discussão a respeito dos resultados encontrados com o referencial teórico e empírico. E, por fim, a última seção é destinada às considerações finais abordando as principais limitações e recomendações para estudos futuros.

## **2 Referencial Teórico**

Nesta seção aborda-se as contribuições das IES para o empreendedorismo e os aspectos psicológicos acerca do empreendedor.

### **2.1 Atitudes empreendedoras**

Segundo Dornelas [2014] definir características do empreendedor se torna difícil, uma vez que a própria definição de empreender é subjetiva. Todavia, o empreendedorismo abrange elementos relacionados à pessoa, como características e aspectos comportamentais que remetem à iniciativa, dedicação e esforço, tomada de decisões em circunstâncias de risco, entre outros fatores [Neves e Steil, 2014]. Apesar de haver muitas características na literatura sobre o perfil empreendedor, é possível evidenciar as principais atitudes destacadas por diferentes autores. Bessant e Tidd [2009] destacam as características típicas de um empreendedor como possuir a capacidade de: identificar novas oportunidades e maneiras de se beneficiar da mudança e da ruptura; perseguir oportunidades com disciplina e foco em um número limitado de projetos, em vez de seguir, de maneira oportunista, todas as opções; voltar-se para a ação e a execução, em vez de para a análise sem fim; envolver e ativar redes de relacionamentos, explorando a experiência e os recursos de uns, enquanto ajudando outros a alcançar seus próprios objetivos [Bessant e Tidd, 2009].

Para Dornelas [2014] algumas atitudes merecem enfoque para quem almeja ser empreendedor, como: foco (dedicação total a um projeto até conseguir os resultados almejados), resiliência (capacidade de resistir à pressão ou de lidar com problemas) e integridade (não se corromper e seguir princípios de conduta ética). Além de criarem e sustentarem redes de relacionamento, os empreendedores muitas vezes são criativos, otimistas, trabalham com metas de longo prazo, buscam apaixonadamente novas oportunidades, estão abertos a mudanças e lideram pelo exemplo [Kaplan e Warren, 2013].

McClelland [1972] relaciona o empreendedor à necessidade de sucesso, reconhecimento e ao desejo de poder e controle. Por meio de suas pesquisas, o mesmo autor define a “necessidade de realização” como uma vontade humana de se superar e de se diferenciar, englobando um conjunto de características psicológicas e comportamentais como iniciativa e o desejo de ser reconhecido.

Embora essas características e atitudes empreendedoras aparentam estarem ligadas a personalidade da pessoa, o empreendedorismo pode ser adquirido e desenvolvido por meio de treinamento, prática e experiência acerca de novas oportunidades [Bessant e Tidd, 2009].

## **2.2 Contribuições das IES para o empreendedorismo**

A universidade funciona como um catalisador do ecossistema empreendedor sendo a entidade fundamental em promover a cultura empreendedora e influenciar na formação de novas ideias para criação de novas empresas [Drexler et al, 2014]. Fetters et al. [2010] identificaram elementos que colaboram com os ecossistemas de empreendedorismo baseados em universidade como incubadora(s), cadeira(s) dotada(s) de empreendedorismo e dotação de centro ou programa.

O *Massachusetts Institute of Technology* (MIT) ofereceu cerca de 60 cursos relacionados ao empreendedorismo nos últimos anos e o resultado dessa iniciativa foi que “30.000 empresas fundadas por ex-alunos da instituição estavam ativas no mercado em 2014 empregando aproximadamente 4,6 milhões de pessoas, contribuindo de maneira ativa com o desenvolvimento econômico-social local” [Endeavor, 2016, p. 5].

Com o objetivo de “estimular o espírito empreendedor e promover o desenvolvimento técnico, acadêmico, pessoal e profissional” [Brasil, 2016, art. 5º, III] dos discentes, as empresas juniores são o elo entre o ambiente acadêmico e o mercado de trabalho, viabilizando oportunidades para os estudantes colocarem em prática tudo que foi aprendido em sala de aula [Oliveira e Ribeiro, 2013]. Nesse contexto, as incubadoras também exercem um papel fundamental no ambiente universitário, oferecendo a comunidade acadêmica suporte de infraestrutura, qualificação e gerenciamento, visando alavancar as ideias dos estudantes e minimizar a taxa de mortalidade destas [Andreassi, Fujino e Stal, 2016].

Uma universidade empreendedora consiste numa “comunidade acadêmica, inserida em um ecossistema favorável, que desenvolve a sociedade por meio de práticas inovadoras” [Capes, 2016, p. 31]. Cabe ressaltar que a busca do grau de universidade empreendedora envolve interesse e esforço do corpo gestor da universidade, com o desenvolvimento de políticas, diretrizes, normas e planos de investimentos [Juliatto, Queiroz e Lezana, 2017, p. 60].

### **3 Metodologia da pesquisa**

Nessa seção são discriminadas as tipologias da pesquisa quanto aos objetivos, procedimentos para coleta de dados e a abordagem do problema.

#### **3.1 Classificação da pesquisa**

Quanto aos objetivos, a pesquisa classifica-se como descritiva [Gil, 2008], uma vez buscou-se descrever a percepção por parte dos estudantes do curso de Ciências Contábeis de uma universidade federal do Sul do Brasil acerca da visão e atitude empreendedora.

Em relação aos procedimentos a pesquisa classifica-se como bibliográfica [Gil, 2008], sendo que se emprega doutrinas e pesquisas de outros autores com o intuito de embasar o desenvolvimento desse estudo.

Essa pesquisa contempla tanto abordagens quantitativas quanto qualitativas, sendo assim, classificada como mista [Creswell, 2010]. As informações qualitativas correspondem à interpretação e compreensão das respostas dos estudantes. Quanto à abordagem quantitativa, a mesma ocorreu na compilação dos dados expressos em tabelas e gráficos.

#### **3.2 Técnicas e instrumentos de pesquisa**

De acordo com Zanella [2013] existem duas etapas para o emprego de técnicas e instrumentos: (a) técnicas para a etapa de coleta de dados, tais como: “análise documental, entrevista, questionário e observação.” [Zanella, 2013, p. 65]; e (b) técnicas para a etapa de análise desses dados: “estatística descritiva, a análise de conteúdo, de discursos, entre outras técnicas” [Zanella, 2013, p. 85].

Na etapa de coleta de dados, utilizou-se nesta pesquisa questionário. Este foi elaborado com base nos estudos desenvolvidos pelo McClelland [1972] e Huefner et al [1991] acerca das características e atitudes que definem um empreendedor. Também se utilizou de alguns artefatos da pesquisa da Endeavor [2016] visando definir as contribuições e as características das universidades empreendedoras. Por fim, contextualizou-se com itens que influenciam o ecossistema empreendedor. Na parte de pesquisa bibliográfica, utilizaram-se livros, artigos científicos e trabalhos acadêmicos, nacionais e internacionais, com o intuito de embasar o capítulo da fundamentação teórica e amparar os argumentos e conclusões apresentados nos resultados da pesquisa.

No contexto acadêmico, também existem outras abordagens que contribuem para a resolução do problema desta pesquisa, como a Teoria do Comportamento Planejado (TCP) de Ajzen [1991] e o Modelo de Intenção Empreendedora, elaborado por Shapero e Solkol [1982].

No entanto, optou-se por utilizar neste a abordagem de McClelland [1972] e Huefner et al [1991] por dois motivos: 1º – não há pesquisas que tragam apenas estas duas abordagens – até onde se teve conhecimento pelas buscas; 2º – o estudo de McClelland contribuiu para o desenvolvimento do Projeto Empretec no Brasil, sendo validado por vários potenciais empreendedores brasileiros.

Em relação aos instrumentos utilizados na análise de dados, foram empregadas a análise descritiva, uma vez que se utilizaram técnicas estatísticas simples (porcentagens e médias) para a exploração dos dados.

#### **3.3 Procedimentos da pesquisa**

Essa pesquisa foi conduzida com base em uma série de procedimentos estabelecidos pelos autores. O questionário aplicado aos estudantes foi dividido em duas seções: 1º) Dados

de identificação – tais como idade, escolaridade dos pais, renda individual e 2º) Comportamento – com vistas a identificar e dimensionar as características empreendedoras.

Para identificar o comportamento empreendedor dos estudantes, utilizou-se a escala de frequência de Likert, que varia de 01 (nunca pratico este comportamento) até 05 (sempre pratico este comportamento). Segundo Martins e Theóphilo [2009, p. 93] as escalas utilizadas a partir do conceito Likert são muito utilizadas em investigações sociais.

A seção 2 do questionário conteve 15 perguntas. Seis perguntas foram originadas do projeto Empretec, estas adaptadas a partir dos estudos do McClelland [1972]. Para cada pergunta há uma classificação de característica empreendedora, sendo: busca de oportunidade e iniciativa; exigência de qualidade e eficiência; correr riscos calculados; estabelecimento de metas; independência e autoconfiança; e planejamento e monitoramento sistemático.

O Empretec é um projeto de capacitação da UNCTAD (*United Nations Conference on Trade and Development*) que “promove a criação de estruturas de apoio sustentáveis que ajudam empreendedores promissores a construir pequenas e médias empresas (PMEs) inovadoras e competitivas internacionalmente, contribuindo assim para o desenvolvimento de um setor privado dinâmico” [UNCTAD, 2018]. No Brasil, o Empretec é disseminado por meio do Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas).

As outras 9 perguntas da seção 2 foram originadas a partir dos estudos de Huefner et al [1991]. Destas 9 perguntas, 3 são classificadas pelo autor como atitude de autoestima, 2 como inovação, 2 como controle pessoal e 2 como realização. A Tabela 1 descreve as atitudes de comportamento empreendedor de acordo com os autores:

**Tabela 1 – Atitudes empreendedoras**

| <b>Atitudes</b>  | <b>Descrição</b>   |
|------------------|--|
| Autoestima       | Pertencente à autoconfiança e percebida competência de um indivíduo em conjunto com seus negócios. |
| Inovação         | Relacionados a perceber e agir sobre as atividades empresariais de maneiras novas e únicas.        |
| Controle pessoal | Percepção de controle e influência sobre seus negócios/projetos.                                   |
| Realização       | Refere-se aos resultados concretos associados à um projeto e crescimento de um negócio.            |

**Fonte: Adaptado de Huefner et al. (1991, p. 19).**

Ao utilizar a escalar Likert, cada comportamento tem um total de 1080 pontos (216 respondentes x 5, a maior escala). Para as perguntas de Huefner et al [1991] utilizou-se uma média, uma vez que contém mais de uma pergunta para cada comportamento.

Com o objetivo de corrigir possíveis erros no questionário, inicialmente foi realizado um pré-teste com os estudantes da mesma universidade pesquisada.

A aplicação do questionário aos estudantes de Ciências Contábeis ocorreu de forma presencial. Posteriormente, tais resultados foram, organizados em tabelas e gráficos, com vistas a contribuir para a análise da pesquisa.

### 3.4 Características da população e amostra

A Universidade analisada apresenta mais de 80 cursos de graduação sendo o curso de Ciências Contábeis é o objeto desta pesquisa. A população abrange os estudantes de graduação deste curso, sendo 711 matriculados no primeiro semestre de 2018. O motivo da escolha deveu-se pelo fato do curso de Ciências Contábeis não ser mencionado em relatórios que abordam sobre empreendedorismo, como o GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*).

Foram disponibilizados nas 8 fases do curso 15 questionários aplicados de forma aleatória, ou seja, utilizou-se uma amostragem aleatória simples. Ao todo foram 216 respondentes, representando 30% da população.

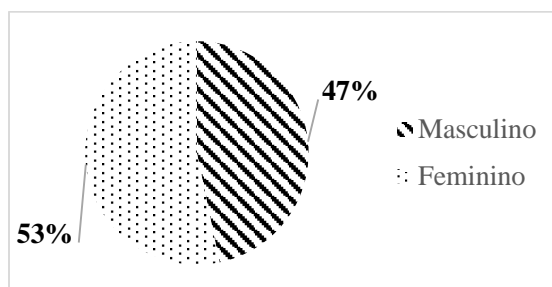
A pesquisa teve início em junho de 2017 e término em julho de 2018. O questionário foi aplicado aos estudantes no início de abril de 2018 e teve seu término na primeira quinzena de junho de 2018, sendo este último mês o período para tabulação dos dados.

## 4 Resultados

Nesta seção são discriminados os resultados alcançados após a aplicação do questionário.

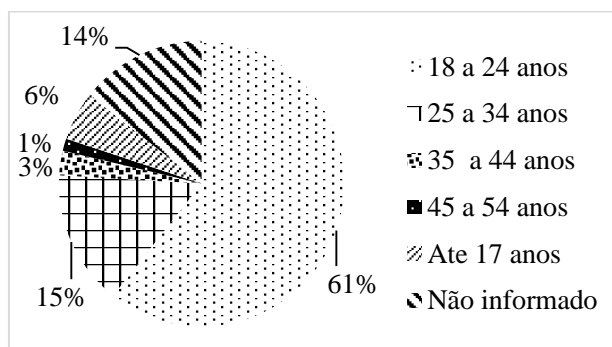
### 4.1 Análise dos dados de identificação

Nesta seção são apresentados os resultados das respostas dos estudantes quanto aos dados de identificação. Estes dados compreendem a parte 1 do questionário.



**Gráfico 1 – Sexo**  
Fonte: Dados da pesquisa.

Com base no Gráfico 1 observa-se que a maior parte dos respondentes é do sexo feminino (53%). Contudo, nota-se que a distribuição de alunos do sexo oposto é quase homogênea. O Gráfico 2 ilustra a distribuição de idade dos respondentes da pesquisa.



**Gráfico 2 – Idade**  
Fonte: Dados da pesquisa.

Cerca de 61% dos respondentes possui idade entre 18 e 24 anos, sendo a faixa etária com o maior número de estudantes. Em seguida, tiveram os respondentes entre 25 e 34 anos representando 15%. Percebe-se que a maior parte dos estudantes do curso de Ciências Contábeis são jovens.

#### 4.2 Comportamento empreendedor dos estudantes

Com relação as características/atitudes empreendedoras, a Tabela 2 apresenta a proporção de respostas dos estudantes de acordo com as características empreendedoras e a escala utilizada.

**Tabela 2 – Características e atitudes empreendedoras dos estudantes**

|                       |  | Escala <sup>1</sup> |     |     |     |     |
|-----------------------|--|---------------------|-----|-----|-----|-----|
| Autor                 | Características/ atitudes empreendedoras | 1                   | 2   | 3   | 4   | 5   |
| McClelland (Empretec) | Busca de oportunidade e iniciativa       | 12%                 | 32% | 35% | 14% | 6%  |
|                       | Exigência de qualidade e eficiência      | 1%                  | 11% | 31% | 48% | 8%  |
|                       | Correr riscos calculados                 | 0%                  | 6%  | 20% | 45% | 29% |
|                       | Estabelecimento de metas                 | 2%                  | 4%  | 22% | 35% | 37% |
|                       | Independência e autoconfiança            | 1%                  | 12% | 36% | 36% | 15% |
|                       | Planejamento e monitoramento sistemático | 2%                  | 8%  | 22% | 34% | 33% |
| Huefner <i>et al</i>  | Autoestima                               | 12%                 | 17% | 27% | 30% | 14% |
|                       | Realização                               | 8%                  | 15% | 28% | 28% | 22% |
|                       | Controle pessoal                         | 16%                 | 23% | 31% | 22% | 8%  |
|                       | Inovação                                 | 11%                 | 16% | 29% | 23% | 20% |

Nota: [1]Critério da escala : 1- Nunca pratico este comportamento/ 2- Raramente pratico este comportamento/ 3- Algumas vezes pratico este comportamento/ 4- A maioria das vezes pratico este comportamento/ 5- Sempre pratico este comportamento.

**Fonte: Dados da pesquisa.**

Em relação as características empreendedoras 35% dos respondentes algumas vezes tem iniciativa para buscar novas oportunidades, enquanto 48% alegam que na maioria das vezes são exigentes quanto a qualidade e eficiência. Quanto a correr riscos calculados, 45% dos estudantes responderam que na maioria das vezes praticam este comportamento.

A maior parte dos respondentes alegam que sempre estabelecem metas, isso indica que os estudantes de Ciências Contábeis são focados nas atividades que executam. Isso se torna mais eficaz quando há planejamento e monitoramento sistemático, comportamento que 34% dos respondentes praticam na maioria das vezes. Houve empate na atitude de independência e autoconfiança, em que 36% dos estudantes responderam que algumas vezes e na maioria das vezes praticam este comportamento.

Nas atitudes classificadas por Huefner et al, [1991] 30% dos respondentes informam que na maioria das vezes têm autoconfiança (autoestima) nos seus projetos. Em relação ao sentimento de realização (resultados concretos percebidos em projetos), houve empate em que 28% dos estudantes responderam que algumas vezes e na maioria das vezes praticam este comportamento.

Quanto a percepção dos estudantes sobre o controle e influência em projetos que participam, 31% alegam praticar este comportamento (controle pessoal) algumas vezes,

isso aponta que a maioria dos estudantes não possui uma liderança efetiva. Por fim, 29% dos estudantes informaram que algumas vezes buscam novas percepções e atuações em projetos (inovação), indicando que estes não procuram inovar de forma contínua.

A Tabela 3 demonstra a pontuação geral dos estudantes de acordo com as características empreendedoras, com o objetivo de identificar os comportamentos que se destacam e carecem entre os respondentes.

**Tabela 3 – Pontuação dos estudantes quanto as características e atitudes empreendedoras**

| <b>Autor</b>             | <b>Características/ atitudes empreendedoras</b> | <b>Pontos</b> | <b>% Em relação ao total <sup>1</sup></b> |
|--------------------------|---|---------------|---|
| McClelland<br>(Empretec) | Busca de oportunidade e iniciativa              | 583           | 54%                                       |
|                          | Exigência de qualidade e eficiência             | 759           | 70%                                       |
|                          | Correr riscos calculados                        | 856           | 79%                                       |
|                          | Estabelecimento de metas                        | 865           | 80%                                       |
|                          | Independência e autoconfiança                   | 760           | 70%                                       |
|                          | Planejamento e monitoramento sistemático        | 837           | 78%                                       |
| Huefner <i>et al</i>     | Autoestima                                      | 841           | 78%                                       |
|                          | Realização                                      | 734           | 68%                                       |
|                          | Controle pessoal                                | 495           | 46%                                       |
|                          | Inovação  | 699           | 65%                                       |

Nota: [1] Razão entre a pontuação realizada e a pontuação máxima que é 1080 (216 respondentes x 5).

**Fonte: Dados da pesquisa.**

Com base na Tabela 3, das características segmentadas por McClelland [1972], estabelecer metas foi o comportamento de maior pontuação entre os estudantes, resultando em 865 pontos e representando 80% da pontuação máxima. A menor pontuação ocorreu na busca de oportunidades e iniciativas em que os estudantes alcançaram 583 pontos, representando 54% da pontuação máxima. Esse resultado indica que a maioria dos estudantes têm foco nos seus projetos ao estabelecer metas, mas possuem pouca pró-atividade na busca de oportunidades.

Na perspectiva das atitudes elencadas por Huefner et al [1991] a maior pontuação ocorreu na autoestima, alcançando 841 pontos e representando 78% da pontuação máxima. Por sua vez, o controle pessoal foi a atitude com menor pontuação, resultando em 495 pontos (46% da pontuação máxima). Isso revela que a maior parte dos respondentes são autoconfiantes em suas competências individuais na execução de uma atividade enquanto não praticam com frequência um papel de liderança.

## **5 Conclusões**

A presente pesquisa teve como objetivo identificar as características empreendedoras, de maior e menor frequência entre os estudantes de Ciências Contábeis de uma universidade do Sul do Brasil. Os resultados evidenciaram que das características de estabelecer metas é a que mais se destaca entre os estudantes (865 pontos), enquanto buscar novas oportunidades é o comportamento que eles menos praticam (583 pontos). Isso indica que a maior parte dos estudantes de contábeis são focados em seus projetos ao estabelecer metas e não procuram com frequência novas oportunidades.

Quanto as atitudes segmentadas por Huefner et al [1991] os estudantes são, em sua maioria, autoconfiantes em suas competências individuais (841 pontos) enquanto o



controle pessoal (495 pontos) é o comportamento de menor frequência entre os alunos. Isso demonstra que os estudantes, embora sejam autoconfiantes, não exercem papéis de liderança com regularidade.

Possivelmente a ausência de literaturas que abordem sobre a visão empreendedora do profissional contábil se justifique pela pouca busca por novas oportunidades, características que menos predominou na pesquisa. Como forma de evolução, sugere-se para pesquisas futuras: analisar e comparar as características empreendedoras de estudantes de Ciências Contábeis de uma universidade pública e particular, e verificar por meio de testes estatísticos se há influência significativa no comportamento empreendedor dos alunos nestes dois tipos de instituições.

## Referências

- AJZEN, Icek. The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, v. 50, n. 2, p. 179-211, 1991.
- BESSANT, J.; TIDD, J. *Inovação e empreendedorismo: administração*. Porto Alegre: Bookman Editora, 2009.
- BRASIL. Lei n. 13.267 de 6 de abril de 2016 <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato/2015-2018/2016/lei/L13267.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato/2015-2018/2016/lei/L13267.htm)>. Acesso em: 13 de maio de 2016.
- CAPES. O índice de Universidades Empreendedoras. São Paulo: [s.n.], 2016 Disponível em: <<https://www.capes.gov.br/images/stories/download/diversos/17112016-Livro-Universidades-Empreendedoras.pdf>>. Acesso em: 17 abr. 2018.
- CUNHA, R. DE A. N.; NETO, P. J. S. Desenvolvendo Empreendedores : o desafio da Universidade do século XXI. *Seminário Latinoiberoamericano de Gestão Tecnológica*, v. 11, n. January 2005, p. 1–15, 2005.
- CRESWELL, John W. Projeto de pesquisa métodos qualitativo, quantitativo e misto. In: *Projeto de pesquisa métodos qualitativo, quantitativo e misto*. 2010.
- DORNELAS, J. C. A. *Empreendedorismo para Visionários Desenvolvendo Negócios Inovadores para um Mundo em Transformação*. 1. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2014.
- DORNELAS, J. C. A. *Empreendedorismo transformando idéias em negócios*. Atlas ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2016.
- DREXLER, M. *et al.* *Entrepreneurial Ecosystems Around the Globe and Early-Stage Company Growth Dynamics*. Geneva: World Economic Forum, 2014. Disponível em: < <http://reports.weforum.org/>>. Acesso em: 19 abr. 2018.
- ENDEAVOR. *Empreendedorismo nas Universidade Brasileiras*. Disponível em: <<https://endeavor.org.br/ambiente/pesquisa-universidades-empreendedorismo-2016/>>. Acesso em: 21 ago. 2018.
- FETTERS, M. L. *et al.* *The development of university-based entrepreneurship ecosystems : global practices* Edward Elgar, Cheltenham, UK , 2010.
- FROSI, M.; OTT, E., GRANDO, T. Análise do Alinhamento dos Currículos dos Cursos de Ciências Contábeis de IES da Região Sul do Brasil com a Proposta de Currículo do Conselho Federal de Contabilidade. 2013. In: XXXVII Encontro da ANPAD –

- Rio de Janeiro/RJ, 2013. Disponível em: <[http://www.anpad.org.br/admin/pdf/2013\\_EnANPAD\\_EPQ669.pdf](http://www.anpad.org.br/admin/pdf/2013_EnANPAD_EPQ669.pdf)>. Acesso em: 20 ago. 2018.
- GEM – *Global Entrepreneurship Monitor*. Empreendedorismo no Brasil : 2015.
- GIL, Antonio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. 6. ed. Editora Atlas SA, 2008.
- JULIATTO, D. L.; QUEIROZ, A. H.; LEZANA, Á. G. R. A universidade empreendedora. In: Empreendedorismo, Inovação e Sustentabilidade: origem, evolução e tendências. 1. ed. Florianópolis: LEMPI, 2017.
- KAPLAN, J. M.; WARREN, A. C. Patterns of entrepreneurship management. [s.l.] Wiley Textbooks, 2012.
- LEITE, E. O Fenômeno do Empreendedorismo. Recife: Saraiva, 2011.
- LIBERATO, A. C. T. Empreendedorismo Na Escola Pública: Despertando Competências, Promovendo a Esperança! Biblioteca SEBRAE, p. 1–13, 2007.
- MARTINS, G. DE A.; THEÓPHILO, C. R. Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas. São Paulo: Atlas, 2009.
- MCCLELLAND, D. C. A sociedade competitiva: realização e progresso social. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.
- NEVES, E. O.; STEIL, A. V. Educação para o empreendedorismo : Desenvolvimento de competências empreendedoras no Ensino Superior. Colóquio Internacional de Gestão Universitária- CIGU, 2014.
- OLIVEIRA, J. M. DE; RIBEIRO, F. DE S. A empresa júnior e a formação de empreendedores. v. 23, 2013.
- PAZETO, A. E. Universidade , formação e mundo do trabalho : superando a visão corporativa. Ensaio, v. 46, p. 487–496, 2005.
- ROBINSON, P. B. et al. An Attitude Approach to the Prediction of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, v. 15, n. 4, p. 13–32, 1991.
- STAL, E.; ANDREASSI, T.; FUJINO, A. The role of University Incubators in stimulating academic entrepreneurship. *Revista de Administração e Inovação*, 2016.
- SHAPERO, A. & SOKOL, L. The Social dimensions of entrepreneurship In *Encyclopedia of Entrepreneurship*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall Inc. 1982, p. 72-90.
- UNCTAD - *United Nations Conference on Trade and Development*. Empretec. Disponível em: <<http://unctad.org/en/Pages/DIAE/EnterpriseDevelopment/Empretec.aspx>>. Acesso em: 15 jul. 2018.
- ZANELLA, L. C. H. Técnicas de pesquisa. Florianópolis: Departamento de Ciências da Contábeis, 2013.
- ZARPELLON, S. C. O empreendedorismo e a teoria econômica institucional. *Revista Iberoamericana de Ciências Empresariais y Economía*, p. 47–55, 2010.