



Análise do Perfil Empreendedor de Alunos da Universidade Federal de Sergipe: Propostas de Ações para o Desenvolvimento de Competências Empreendedoras

John Lennon Andrade de Oliveira
João Ricardo Correia Andrade
Iracema Machado de Aragão Gomes
Veruschka Vieira Franca

Divisão Administração – Tema 1 – Marketing, Inovação e Empreendedorismo

RESUMO

As características que compõem o perfil e as competências empreendedoras são temas que intrigam pesquisadores de diversas áreas, os quais procuram investigar formas de identificá-las, explicá-las e desenvolvê-las. Dessa forma, o presente estudo tem por objetivo propor maneiras de desenvolver competências empreendedoras em alunos de ensino superior na Universidade Federal de Sergipe com base na análise do seu perfil. Caracteriza-se como uma pesquisa de campo com abordagem quantitativa dos dados, realizada nas turmas de empreendedorismo e gestão de pequenos negócios e iniciação empresarial na Universidade Federal de Sergipe no período de 2016/2, com a utilização de questionários para a coleta de dados que, posteriormente, foram plotados no gráfico radar para a posterior análise. Os resultados revelaram que as características do perfil empreendedor de maior média geral foram “comprometimento” e “exigência de qualidade e eficiência”, já a de menor média geral comum entre as duas turmas foi “busca de oportunidades e iniciativa”. Para a melhoria nos indicadores apresentados foram propostas ações com base em uma ordem de prioridades feita a partir das características de menor média geral até as de maior média geral. Por fim, conclui com um apanhado geral do que foi feito na pesquisa e sugere pesquisas futuras mais específicas investigando as características do perfil de cada aluno.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Universidades Brasileiras; Perfil Empreendedor; Educação Empreendedora; Competências Empreendedoras.

INTRODUÇÃO

O esforço empregado para o desenvolvimento do país de modo a promover o bem-estar social para a sua população é um dos grandes desafios enfrentados pelos vários agentes que se prestam a buscá-lo. Dentre estes agentes pode-se destacar o empreendedor como impulsionador deste desenvolvimento. O empreendedorismo, neste caso, torna-se imprescindível à consecução de muitos dos objetivos humanos, individuais e coletivos.

Por meio do Empreendedorismo criam-se negócios, produtos e serviços que impulsionam a economia das nações (MATHUR, 2012; KRESSEL e LENTO, 2012; ZHOU e XU, 2012; EBERHARDT *et al.*, 2012) e fornecem uma gama de possíveis soluções aos anseios e necessidades das pessoas e organizações (ROSE, 2012; RIES, 2011). Diretamente atrelado ao empreendedorismo está a figura do empreendedor, sendo as ações e características deste importante personagem determinantes na possibilidade de sucesso de um empreendimento (FILION, 2000).

Muito se escreve sobre os aspectos que caracterizam um empreendedor, sendo este um tema muito abordado tanto no mundo dos negócios e na imprensa como na literatura acadêmica, proporcionando muitos debates entre pesquisadores. Ferreira, Reis e Miranda (2015), em um estudo bibliométrico dedicado à pesquisa em Empreendedorismo nos 30 anos



precedentes à obra, revelam que as investigações de aspectos cognitivos, psicológicos e de características que compõem o perfil empreendedor assumem o quinto lugar em temas mais pesquisados na área.

Debruçar-se em identificar elementos comuns que caracterizem os empreendedores pode mostrar-se importante à medida que consigam desenvolver mecanismos capazes de promover ações que potencializem o surgimento de novos empreendedores (FILION, 2000). Em virtude disso, este estudo visa propor maneiras de desenvolver competências empreendedoras em alunos de graduação na Universidade Federal de Sergipe através da investigação de aspectos envolvendo o perfil destes.

As próximas seções abordam, respectivamente, questões a respeito do conceito de empreendedorismo, perfil empreendedor e aspectos envolvendo a educação voltada ao empreendedorismo. Em seguida apresenta-se a metodologia da pesquisa, resultados e discussões e, por fim, as considerações finais, sintetizando o que foi feito e sugerindo pesquisas futuras relacionadas ao perfil empreendedor.

CONCEITOS DE EMPREENDEDORISMO

Muitos autores tratam do conceito de empreendedorismo em diferentes perspectivas, enfatizando um aspecto que o relaciona à fatores econômicos, sociológicos, psicológicos, estratégicos, políticos, dentre outros (GIRIUNIENE, GIRIUNAS e CERNIUS, 2016).

Um dos primeiros relatos da atividade empreendedora pode ser encontrado no trabalho de Cantillon (2002), em seu “ensaio sobre a natureza do comércio em geral” de 1755, onde o autor indica que os recursos naturais são extraídos ou modificados pelo ser humano por meio do trabalho, chamando a atenção também para o fato de que as fontes desses recursos são muitas vezes apossadas por sociedades de homens.

Na mesma linha, há quem considere o empreendedorismo como um processo de criação de valor econômico, onde a combinação de recursos proporcionada pelos agentes torna-se uma das principais fontes responsáveis do desenvolvimento das nações (MATHUR, 2012; KRESSEL e LENTO, 2012; ZHOU e XU, 2012; EBERHARDT *et al.*, 2012). Uma outra definição do empreendedorismo associa-o à criação de novos negócios que proporcionem ganhos à vários de seus interessados por meio de suas atividades (ROSE, 2012; RIES, 2011).

Um dos principais conceitos do empreendedorismo é apresentado por Schumpeter (2000), onde o autor o atribui à capacidade criativa dos empreendedores, que seriam responsáveis por gerar inovações em produtos e serviços bem como melhorar os já existentes. Ainda segundo Schumpeter, esse processo aconteceria por meio da chamada “destruição criativa”, onde os empreendedores, por meio de suas criações, seriam capazes de proporcionar a substituição de antigas formas de negócio ao introduzir inovações no mercado.

Timmons *et al.* (2012) dão uma definição mais genérica de empreendedorismo, onde estes defendem que é a habilidade com a qual se pode criar algo do nada. Já Pinchot III (1989) e Johnson (2001) destacam o termo intra-empreendedorismo (intrapreneurship) como sendo a geração de novos produtos e negócios partindo de dentro das próprias organizações.

Outro conceito muito comum atribui ao empreendedorismo o aproveitamento de oportunidades percebidas para a abertura de novos negócios, de modo que o empreendedor pode assumir os riscos da gestão por meio da tomada de decisão envolvendo as atividades da organização (SHANE e VENKATARAMAN, 2000; MARIOTTI e GLACKIN, 2011; ZUPERKA, 2011).

Junto com o conceito de empreendedorismo vem a figura do empreendedor como o responsável por este processo. Dentre os tipos de empreendedores existentes, são citados os



por oportunidade, que engajam na carreira empreendedora por interesse próprio após identificarem uma oportunidade para abrir um negócio, e os por necessidade, que não veem outra escolha para se sustentarem senão começar um negócio (REYNOLDS et al., 2005; ZWAN et al., 2016).

Outras classificações envolvem os chamados empreendedores seriais, que são aqueles que abrem vários negócios (UCBASARAN *et al.*, 2008; ENSIGN e FARLOW, 2016), e os empreendedores sociais, que buscam criar organizações capazes de suprir demandas sociais através de métodos de negócios (LEPOUTRE *et al.*, 2013; MILLER *et al.*, 2012; ROUNDY, 2014a; THOMPSON e DOHERTY, 2006).

PERFIL EMPREENDEDOR

Segundo Miller (2015), empreendedores frequentemente competem com organizações que detêm mais recursos financeiros, materiais e sociais. Para o autor, isso evidencia a necessidade de indivíduos dispostos a arriscar recursos pessoais financeiros, a própria energia, e até mesmo a reputação em uma jornada que tem chances de fracassar.

Como pode ser observado nos trabalhos de Filion (1999), Chatterjee e Das (2015) e Farmer, Yao e Mcintyre (2011) indivíduos com maior propensão a empreender apresentam um conjunto de aspectos cognitivos que podem servir de princípios condutores ao desenvolvimento do comportamento empreendedor. Unger et al. (2011), observaram relações significativas entre traços individuais do capital humano e o sucesso ou fracasso de empreendimentos.

Jain (2011) propõe um framework onde destaca competências com presença significativa nos estudos relacionados ao empreendedorismo. Algumas dessas competências são: inovatividade, motivação para realização, propensão a correr riscos, personalidade criativa, posição de controle interno, necessidade de autonomia/independência, necessidade de poder, proatividade e auto-eficácia.

De maneira similar, a partir de uma vasta revisão de literatura, Chatterjee e Das (2015) propuseram um framework conceitual que apresentam as características psicológicas mais frequentemente associadas ao sucesso empreendedor. Essas características são: necessidade de realização, posição de controle, auto-eficácia, tolerância a ambiguidade, propensão a correr riscos (BEGLEY e BOYD, 1987; BROCKHAUS e HORWITZ, 1986), inovatividade (SCHUMPETER, 2000), independência e autonomia (RAUCH e FRESE, 2000) e otimismo (IVANOVA e GIBEUS, 2003).

As características apresentadas servem para melhor compreender o potencial que um indivíduo tem para empreender, permitindo assim uma análise mais profunda e completa neste tema. Percebe-se que os autores citados trazem variadas características do perfil empreendedor, havendo diferenças tanto em número quanto em nomenclatura desses elementos.

EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA

A educação empreendedora pode ser definida como um conjunto de ensinamentos formais que visam à capacitação de indivíduos de modo que estes possam assimilar conhecimentos que os auxiliem a abrir e desenvolver novos negócios (BERCHAND e TOULOUSE, 1998; HAMAYAH, AHMAD e FEI, 2012).

Uma categorização da educação empreendedora introduzida por Jamieson (1984), que também pode ser encontrada nos trabalhos de Henry *et al.* (2005) e Hamayah, Ahmad e Fei (2012), apresenta três tipos: educação sobre a empresa, que envolve um enfoque teórico para



a conscientização dos alunos sobre a criação e administração de empresas; educação para a empresa, que direciona os esforços de ensino para a formação efetiva de empreendedores que já possuem o interesse em abrir um negócio; e educação em empresa, consistindo em uma modalidade em que empreendedores já estabelecidos são instruídos em como fazer os seus negócios crescerem de maneira sustentável.

O quadro 1 a seguir traz as diretrizes para atividades do ensino do empreendedorismo listadas por Filion (2000). Os detalhes do programa, segundo o autor, variam a depender do nível em que se está ensinando (primário, secundário, universitário, etc.), sendo que em níveis como o primário e o secundário o enfoque deve ser dado no autoconhecimento. Já no universitário desenvolver-se-ia tanto o autoconhecimento quanto o know-how.

Quadro 1 – Diretrizes para atividades do ensino do empreendedorismo

Cada curso deverá ser concebido de modo a permitir que cada participante identifique o que quer aprender e defina a estrutura na qual vai aprender (FILION, 1989, <i>apud</i> FILION 2000).
Cada curso deverá incluir estratégias de multi-instrução.
Cada curso deverá ser concreto e prático.
Cada curso deverá apresentar material que será útil na prática quando o curso estiver concluído.
Cada curso deverá ser visto pelos participantes como uma atividade de aprendizagem, e não apenas como transmissão de conhecimento pelo professor.
Cada curso deverá incluir interação com empreendedores reais por meio de estudos de casos, vídeos e reuniões com empreendedores em sala de aula e trabalhos de campo em que pelo menos um empreendedor seja estudado a fundo.
Cada curso deverá incluir acompanhamento pessoal dos objetivos de aprendizagem de cada participante. A formação empreendedora lembra a formação de liderança ao requerer um mínimo de acompanhamento individual.
Os estudos de casos deverão ser adaptados às características da área. Eles deverão ajudar os participantes a aprender a entender contextos e a definir situações.

Fonte: **Adaptado de Filion (2000).**

Filion (2000) argumenta que um programa de ensino em empreendedorismo não deve preocupar-se apenas com o que é aprendido, mas também em como se aprende. O autor ainda indica que o objetivo do ensino em empreendedorismo não deve centrar-se apenas na transmissão do conhecimento, mas também no autoconhecimento, valorizando as características do empreendedor, e no *know-how* tanto para a busca e identificação de oportunidades como da capacidade de gerenciamento, por exemplo.

METODOLOGIA

Esta foi uma pesquisa de campo com abordagem quantitativa dos dados, com aplicação de um tipo de questionário como instrumento de coleta de dados, no intuito de se observar quais são as características do perfil empreendedor, onde os alunos realizaram uma autoavaliação da existência desses aspectos. A estruturação do questionário segue um conjunto de características do perfil empreendedor utilizadas pelo SEBRAE (2014), baseadas nos estudos de McClelland. O Quadro 2 apresenta as características entendidas como



necessárias para o comportamento empreendedor bem como o que busca-se desenvolver no programa de educação empreendedora, EMPRETEC (SEBRAE, 2014).

A ferramenta utilizada para ilustrar visualmente e permitir uma melhor análise e comparação dos dados foi o Gráfico Radar. Desenvolvido por Massaki Myiamoto, o Gráfico Radar pode ser descrito como um conjunto de polígonos triangulares onde um de seus pontos converge para um eixo central em um padrão circular (FILHO e ROCCHI, 2008; ORNSTEIN, 1989). Cada uma das arestas destes triângulos representa uma unidade ou critério de análise, sendo elas graduadas a partir do centro de convergência.

O estudo foi realizado em duas turmas de alunos que cursavam as disciplinas de Empreendedorismo e Gestão de Pequenos negócios e Iniciação Empresarial na Universidade Federal de Sergipe no período de 2016/2. Cada um dos estudantes preencheu um formulário atribuindo notas de 1 a 15 de modo a avaliar seus aspectos individuais no que se refere ao reconhecimento das características do perfil empreendedor.

Quadro 2 – Características do perfil empreendedor

Características	Aspectos relacionados ao desenvolvimento das características
Busca de Oportunidades e Iniciativa	Desenvolver a capacidade de se antecipar aos fatos e de criar oportunidades de negócios com novos produtos e serviços.
Persistência	Desenvolver a habilidade de enfrentar obstáculos para alcançar o sucesso.
Correr Riscos Calculados	Envolver a disposição de assumir desafios e responder por eles.
Exigência de Qualidade e Eficiência	Estimular a disposição e a inclinação para fazer sempre mais e melhor.
Comprometimento	Característica que envolve sacrifício pessoal, colaboração com os funcionários e esmero com os clientes.
Busca de Informações	Característica que envolve a atualização constante de dados e informações sobre clientes, fornecedores, concorrentes e sobre o próprio negócio.
Estabelecimento de Metas	Compreender que os objetivos devem ser claros para a empresa, tanto em longo como em curto prazo.
Planejamento e Monitoramento sistemáticos	Orientar sobre a organização de tarefas de maneira objetiva, com prazos definidos, a fim de que possam ter os resultados medidos e avaliados.
Persuasão e Rede de Contatos	Englobar o uso de estratégia para influenciar e persuadir pessoas e se relacionar com pessoas chave que possam ajudar a atingir os objetivos do seu negócio.
Independência e Autoconfiança	Desenvolver a autonomia para agir e manter sempre a confiança no sucesso.

Fonte: **Adaptado de SEBRAE (2014).**

Os alunos que compuseram as duas turmas estavam matriculados nos cursos de Sistemas de Informação, Engenharia da Computação, Administração, Secretariado e Ciências Contábeis. A Turma 1 era composta por 20 alunos, enquanto a Turma 2, por 30, sendo a média das notas, atribuídas às características pelos indivíduos que formaram estes conjuntos.

Foi feita uma análise comparativa entre as turmas de modo a ressaltar as principais diferenças entre elas em termos de perfil, servindo também para a sugestão de propostas para o desenvolvimento de competências. Após análise das médias de notas de cada turma, destacou-se os principais pontos a serem melhorados para o desenvolvimento de determinadas competências, com base na avaliação dos próprios alunos. A descrição dos métodos empregados serve para dar caráter científico à presente pesquisa, de modo a legitimá-la e permitir a sua replicação por outros pesquisadores.



RESULTADOS E DISCUSSÃO

Após a coleta de dados foram calculadas as médias das notas atribuídas pelos alunos para cada uma das dez características do perfil empreendedor utilizadas na pesquisa. A Tabela 1 apresenta as médias para as características do comportamento empreendedor em ordem crescente de média, além disso, também são expostas as médias de notas por turmas, por características e geral.

Tabela 1 – Médias das Notas dos Alunos das Turmas 1 e 2.

Características do Comportamento Empreendedor	Notas da Turma 1	Notas da Turma 2	Turma com maior nota por item	Média Geral por Característica
Busca de oportunidades e iniciativa	9,00	9,37	Turma 2	9,37
Estabelecimento de metas	10,45	9,90	Turma 1	10,17
Persuasão e rede de contatos	10,40	10,20	Turma 1	10,30
Planejamento e monitoramento sistemático	10,25	10,57	Turma 2	10,41
Correr riscos calculados	10,65	10,70	Turma 2	10,67
Independência e autoconfiança	10,95	10,70	Turma 1	10,82
Persistência	11,05	11,70	Turma 2	11,37
Busca de informação	11,20	11,63	Turma 2	11,41
Exigência de qualidade e eficiência	12,45	11,97	Turma 1	12,21
Comprometimento	12,35	12,23	Turma 2	12,29
Média Geral por Turma	11,08	10,90	Média Geral	10,99

Fonte: Elaborada pelos autores (2017).

Para a Turma 1, pode-se observar que a característica “Exigência de qualidade e eficiência” apresentou maior nota, com uma nota média de 12,45. Dessa forma, pode-se depreender que os alunos tenderiam a valorizar muito a qualidade de processos, produtos e serviços prestados que estariam direta ou indiretamente associados à um possível empreendimento iniciado por eles.

Já o aspecto do perfil que mais deixou a desejar diz respeito à “Busca de oportunidades e iniciativa”, com média geral de 9. Com isso, o que se pode constatar é que uma das características mais clássicas do perfil empreendedor estaria sendo a menos explorada pelos estudantes pesquisados, que teriam, nesse caso, menor propensão a avaliar situações cotidianas ou de mercado em geral com o objetivo de identificar oportunidades de novos negócios.

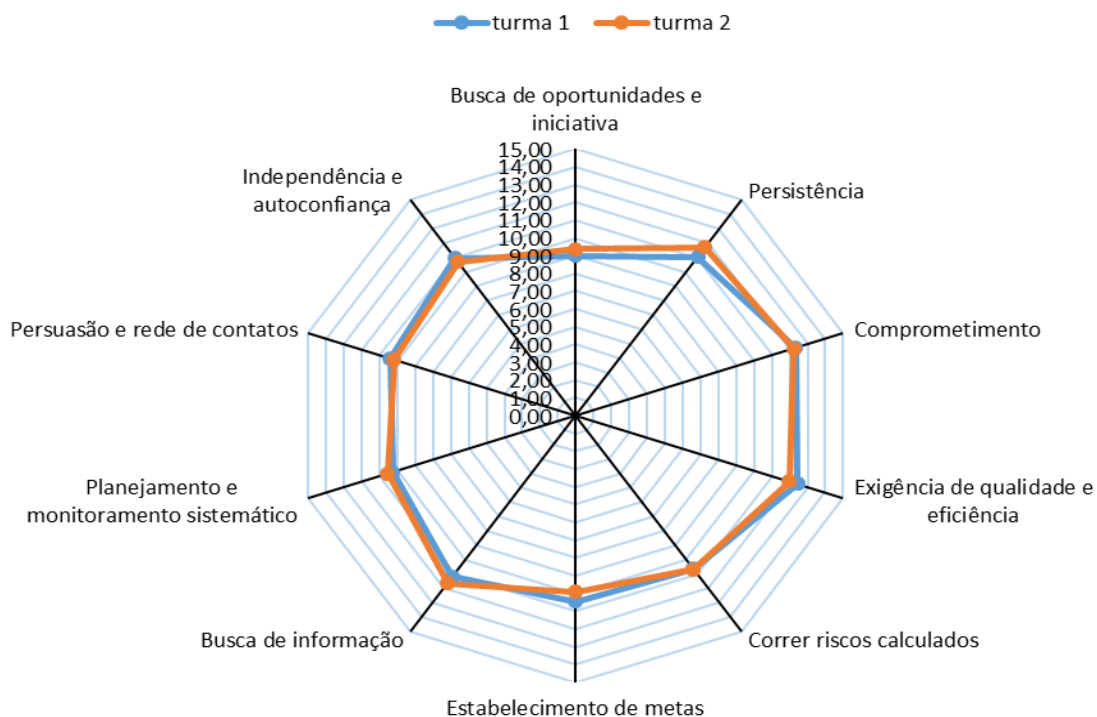


Em relação a Turma 2, de todas as características, “Comprometimento”, apresentou maior média, de 12,23. Entende-se, dessa forma, que estes indivíduos teriam maior tendência a comprometerem-se mais naquilo o que se propõem fazer, não abandonando compromissos firmados previamente com outros agentes, como ações com fornecedores, clientes e colaboradores em um possível negócio.

Por outro lado, a “Busca de oportunidades e iniciativa” e o “Estabelecimento de metas” revelaram-se os indicadores de menor média geral da Turma 2. Em relação à primeira característica citada nesse parágrafo, percebe-se que tanto a Turma 2 quanto a turma 1 tiveram as menores notas. Já no que concerne à “Estabelecimento de metas”, pode-se argumentar que boa parte destes alunos teriam dificuldade ou falta de interesse em estabelecer metas claras, desafiadoras e alcançáveis na busca de seus objetivos, o que pode, para fins de desenvolvimento de negócios, impactar negativamente na boa estruturação de empreendimentos.

Para uma melhor comparação entre as médias gerais das duas turmas analisadas elaborou-se um gráfico do tipo Radar com ambas as notas, estando este representado na Figura 1. Percebe-se que as pontuações médias das turmas apresentam valores próximos, evidenciando assim uma similaridade entre os dois grupos de alunos em termos das características do perfil empreendedor.

Figura 1 – Radar para Fins Comparativos entre as Turmas



Fonte: Elaborado pelos autores (2017).

Visto que os perfis das duas turmas analisadas apresentaram médias de autoavaliações semelhantes, de modo que as quatro características com piores notas foram iguais para ambas as turmas (ver Tabela 1), é interessante que se trabalhe no sentido de buscar desenvolver tais características. Conforme defende Giovanela *et al.* (2008), a educação empreendedora exige que os professores entendam as motivações dos estudantes para que assim possam adequar as metodologias de ensino e torna-las relevantes para os alunos.



De acordo com Farmer, Yao e Kung-Mcintyre (2009), o perfil empreendedor não é o único elemento determinante para o comportamento empreendedor. No entanto, ainda segundo os autores, as percepções individuais são fundamentais para o entendimento dos motivadores que levarão a um comportamento empreendedor que possa alavancar o engajamento na ação empreendedora. Dessa forma, destaca-se a importância de uma visão contextualizada do empreendedorismo (WELTER, 2011), o que na presente pesquisa, pode ser relacionado com o reconhecimento dos pontos fracos das turmas observadas, e, assim, pensar em soluções para as maiores deficiências identificadas.

Nesse cenário, para um maior desenvolvimento das competências empreendedoras dos alunos, com base na autoavaliação do perfil e nas características com menos notas, infere-se que atividades mais práticas relacionadas a empreendedorismo podem vir a potencializar a atitude empreendedora. Essa proposta é corroborada por Santos *et al.* (2013), que em sua investigação do perfil empreendedor do curso de Administração da Universidade de Sergipe puderam perceber que a maioria dos respondentes (55,8%) atribuem a educação empreendedora no curso a uma esfera de caráter teórico.

As características “Busca de oportunidade e iniciativa”, “Estabelecimento de metas”, “Persuasão e redes de contatos” e “Planejamento e monitoramento sistemáticos” podem ser trabalhadas em conjunto em dinâmicas voltadas para a identificação de oportunidades de negócios e construção de modelos de negócios. Rocha e Freitas (2014) puderam observar que alunos que foram submetidos a atividades de educação empreendedora em instituições de ensino de nível superior apresentaram melhorias significativas em aspectos do perfil empreendedor.

Uma perspectiva relevante diz respeito ao trabalho de Osterwalder e Pigneur (2010), que propuseram a ferramenta de Modelo de Negócio Canvas, a qual apresenta uma agilidade em seu preenchimento que viabiliza a criação e captura de valor de forma sistemática, permitindo um controle e monitoramento mais eficazes. Oficinas de educação empreendedora que utilizem o modelo de negócio Canvas podem vir a fornecer uma melhoria nas características tidas como piores na presente pesquisa, e ao mesmo tempo estimular a comunicação entre equipes de trabalho, fazendo com que os alunos entendam melhor os objetivos de um negócio e permitindo uma melhor noção de metas. Além disso, o fomento e estímulo a participação em eventos de empreendedorismo pode estimular a formação de redes de empreendedores.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo objetivou sugerir ações para a potencialização das características empreendedoras com base na análise do perfil de alunos de graduação na Universidade Federal de Sergipe, tendo sido realizado através da análise dos dados quantitativos fornecidos pelos próprios alunos no preenchimento dos questionários. A bibliografia consultada para embasar esta pesquisa traz temas relacionados ao conceito de empreendedorismo, aos tipos de empreendedor, às características do perfil empreendedor, à outras pesquisas similares realizadas em universidades no Brasil e à educação empreendedora.

Esta foi classificada como uma pesquisa de campo com abordagem quantitativa dos dados, onde utilizou-se de um tipo de questionário como ferramenta de coleta de dados entre os estudantes de duas turmas distintas. Utilizou-se o Gráfico Radar para ilustrar e permitir uma melhor análise dos dados obtidos, tanto separadamente como comparativamente entre as turmas. Os resultados mostraram que a característica menos evoluída das duas turmas foi a “Busca de oportunidades e iniciativa”, já as de maior média geral foram “Comprometimento” e “Exigência de qualidade e eficiência”.



Após a análise e discussão dos resultados foram sugeridas ações para a melhoria dos indicadores que correspondem às características do perfil dos alunos em uma ordem de prioridade levando em consideração as características que apresentaram menor média. Vale ressaltar que estas ações visam a melhoria das características em âmbito geral, abrangendo as turmas como um todo. No entanto, não se pode negligenciar as necessidades específicas de cada aluno, que possuem diferenças entre si e precisam de ações personalizadas no desenvolvimento de suas principais necessidades de melhoria do perfil.

Sugere-se como proposta para pesquisas futuras uma análise mais pormenorizada das necessidades de desenvolvimento do perfil pessoal de cada aluno, o que caracterizaria uma investigação mais profunda de suas aspirações. Além disso, propõem-se estudos que avaliem e comparem os resultados obtidos inicialmente com os coletados após a realização das ações sugeridas, de modo a permitir uma comparação que evidencie uma possível evolução nos indicadores das características do perfil empreendedor empregadas. No mais, é reconhecida como limitação da pesquisa o fato de apenas as quatro piores características terem sido trabalhadas, porém, abre-se como janela de pesquisa futura propostas referentes ao desenvolvimento das outras características avaliadas pelos alunos no estudo em questão.

REFERÊNCIAS

BEGLEY, T. M.; D. P. BOYD. A Comparison of Entrepreneurs and Managers of Small Business Firms. **Journal of Management**, 1987, 13(1), pp. 99-108.

BERCHAND, J.P.; TOULOUSE, J.M. Validation of a didactic model for the analysis of training objectives in entrepreneurship. **Journal of Business Venturing**, v. 13, n. 4, pp. 317-312, 1998.

BROCKHAUS, R. H.; HORWITZ, P. S. The Psychology of the Entrepreneur. Entrepreneurship. **Critical Perspectives on Business Management**, 1986, 2, pp. 260-283.

CANTILLON, Richard. Ensaio sobre a natureza do comércio em geral. Curitiba: **Segesta Editora**, 2002.

CHATTERJEE, N.; DAS, N. Key Psychological Factors as Predictors of Entrepreneurial Success: a Conceptual Framework. **Academy of Entrepreneurship Journal**. v. 21, n. 1, 2015.

EBERHART, R., EESLEY, C.E., EISENHARDT, K.M. Failure is an Option: Failure Barriers and New Firm Performance. **Rock Centre for Corporate Governance at Stanford University Working Paper**, 2012.

ENSIGN, Prescott C.; FARLOW, Steve. Serial entrepreneurs in the Waterloo Ecosystem. **Journal of Innovation and Entrepreneurship** (2016) 5:20.

FARMER, S. M.; YAO, X.; MCINTYRE, K. K. The Behavioral Impact of Entrepreneur Identify Aspiration and Prior Entrepreneurial Experience. **Entrepreneurship Theory and Practice**. v. 35, n. 2, 2011.

FERREIRA, M. P.; REIS, N. R.; MIRANDA, R. Thirty years of entrepreneurship research published in top journals: analysis of citations, co-citations and themes. **Journal of Global Entrepreneurship Research**, 22p., 2015.

FILHO, A. R.; ROCCHI, C. A. Aplicação do gráfico radar na avaliação do desempenho das empresas de construção civil. **XV Congresso Brasileiro de Custos**, Curitiba - PR, Brasil, 12 a 14 de novembro de 2008.



FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, São Paulo v. 34, n. 2, pp. 05-28, abril/junho, 1999.

FILION, L. J. Empreendedorismo e Gerenciamento: processos distintos, porém complementares. **RAE Light**, v. 7, n. 3, p. 2-7, Jul./Set., 2000.

GIOVANELA, A.; GOUVÊA, A. B. C. T.; FRÂNCIO, S.; DALFOVO, O. As Características da Disciplina Empreendedorismo em Instituições de Ensino Superior(IES) do Estado de Santa Catarina. **In: SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA**, 5. Resende, Anais Eletrônicos: Rio de Janeiro: SEGET, p. 1-15, 2008.

GIRIUNIENE, G.; GIRIUNAS, L.; CERNIUS, G. Identification Research of the Concept of Entrepreneurship: The Theoretical Aspect. **International Journal of Economics and Financial Issues**, 6(S6), pp. 162-167, 2016.

HENRY, C.; HILL, F.; LEITCH, C. Entrepreneurship education and training: Can entrepreneurship be taught? Part 1. **Education +Training**, v. 47, n. 2, pp. 98-111, 2005.

HAMAYAH, T.; AHMAD, Noor H.; FEI, Theresa H. C. Entrepreneur education: does prior experience matter? **Journal of Entrepreneurship Education**, 2012.

IVANOVA, E.; GIBEUS, P. The Decision-making Entrepreneur. **EIM Business & Policy Research**, 2003.

JAIN, R. K. Entrepreneurial Competencies: A Meta-analysis and Comprehensive Conceptualization for Future Research. **SAGE Publications**, Vision, 15, 2 (2011): pp. 127-152.

JAMIESON, I. Education for enterprise. In: WATTS, A.G.; MORAN, P. (Eds), **CRAC**, Ballinger, Cambridge, pp. 19-27, 1984.

JOHNSON, D. What is innovation and Entrepreneurship? Lessons for larger organizations. **Industrial and Commercial Training**, 2001, v. 33, Issue: 4, pp. 135-140.

KRESSEL, H.; LENTO, T.V. Entrepreneurship in the Global Economy. **Cambridge: Cambridge University Press (2012)**, p. 266.

LEPOUTRE, J.; JUSTO, R.; TERJESEN, S.; BOSMA, N. Designing a global standardized methodology for measuring social entrepreneurship activity: the Global Entrepreneurship Monitor social entrepreneurship study. **Small Business Economics**, (2013), v. 40, n. 3, pp. 693-714.

MARIOTTI, S.; GLACKIN, C. Entrepreneurship and Small Business Management. **New York: Prentice Hall (2011)**, p. 736.

MATHUR, A. A quantitative study to analyse the impact of family in creating the social capital for growth of entrepreneurship in jodhpur. **Asian Journal of Research in Business Economics and Management**, 2(1), pp. 88-101, 2012.

MILER, D. A Downside to Entrepreneurial Personality? **Entrepreneurship Theory and Practice**. v. 39, pp. 1-8, 2015.

MILLER, T. L.; GRIMES, M. G.; MCMULLEN, J. S.; VOGUS, T. J. Venturing for others with heart and head: How compassion encourages social entrepreneurship. **Academy of Management Review**, v. 37, n. 4, pp. 616-640, 2012.



ORNSTEIN, R. Gráfico RADAR: uma forma alternativa de medir o desempenho econômico-financeiro. Porto Alegre, **Revista do CRCRS**, [18] 2:8, jul. 1989.

OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. Business model generation. New Jersey: John Wiley & Sons, 2010.

PINCHOT III, Gifford. Intrapreneuring: por que você não precisa deixar a empresa para tornar-se um empreendedor. São Paulo: **Harbra**, 1989.

REYNOLDS, P.; AUTIO, E.; DE BONO, N.; SERVAIS, I.; LOPEZ-GARCIA, P.; CHIN, N. et al. Global enterprise monitor: data collection design and implementation 1998–2003. **Small Business Economics**, (2005), 24(3), pp. 205–231.

RIES, E. Lean Startup. **New York: Crown Publishing Group**, (2011), p. 336.

ROCHA, E. L. C.; FREITAS, A. A. F. Avaliação do ensino de empreendedorismo entre estudantes universitários por meio do perfil empreendedor. **Revista de Administração Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 18, n. 4, art. 5, pp. 465-486, jul./ago. 2014.

ROSE, J. Software entrepreneurship: Course Notes. **Denmark: Aalborg University**, (2012), p. 99.

ROUNDY, P. The stories of social entrepreneurs: Narrative discourse and social venture resource acquisition. **Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship**, (2014a), v. 16, n. 2, pp. 200-218.

RAUCH, A.; FRESE, M. Psychologic Approaches to Entrepreneurial Success, A General Model and na Overview of Findings. In COOPER, C. L.; ROBERTSON, I. T. (Eds.), **International Review of Industrial and Organizational Psychology**, 2000, pp. 101-142.

SANTOS, A. G.; ROCHA, A. S.; GOMES, I. M. A.; RUSSO, S. L. The Potential Entrepreneur Of Management Students At The Federal University Of Sergipe, Brazil. **Australian Journal of Basic and Applied Sciences**, 7(4): 35-42, 2013.

SCHUMPETER, J.A. Entrepreneurship as innovation. **Entrepreneurship: The Social Science View**, (2000), 11(2), pp. 51-75.

SEBRAE. Comportamento empreendedor - Conheça as características empreendedoras desenvolvidas no EMPRETEC. **SEBRAE Nacional**, 2014. Disponível em <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/Programas/conheca-as-caracteristicas-empreendedoras-desenvolvidas-no-empretec,d071a5d3902e2410VgnVCM100000b272010aRCRD>>. Acesso em: 26 de julho de 2017.

SHANE, S., VENKATARAMAN, S., The promise of entrepreneurship as a field of research. **The Academy of Management Review**, 2000.

TIMMONS, J. A.; ADAMS, R.; SPINELL, S. New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st century. **New York: McGraw Hill Higher Education**, (2012), p. 512.

THOMPSON, J.; DOHERTY, B. The diverse world of social enterprise: A collection of social enterprise stories. **International Journal of Social Economics**, (2006), v. 33, n. 5-6, pp. 361-375.



UCBASARAN, D.; WESTHEAD, P.; WRIGHT, M. Habitual entrepreneurs. In M. Casson, B. Yeung, and A. Basu (eds.) **The Oxford handbook of entrepreneurship**. Oxford University Press on Demand, (2008).

UNGER, M.; RAUCH, A. FRESE; ROSENBUSCH, N. Human capital and entrepreneurial success: A meta-analytical review. **Journal of Business Venturing**. pp. 341-358, 2011.

ZHOU, M.; XU, H. A review of entrepreneurship education for college students in China. **Administrative Sciences**, (2012), 2(1), pp. 82-98.

ZUPERKA, A. Studentų verslumo ugdymo plėtra Lietuvoje. **Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development**, (2011), 2(26), pp. 1-10.

ZWAN, Peter van der; THURIK, Roy; VERHEUL, Ingrid; HESSELS, Jolanda. Factors influencing the entrepreneurial engagement of opportunity and necessity entrepreneurs. **Eurasian Business Review** (2016) 6: pp. 273–295.

WELTER, F. Contextualizing Entrepreneurship – Challenges and Ways Forward. **Entrepreneurship Theory and Practice**, pp. 165-184, January, 2011.