



EMPREENDEDORISMO NA UNIVERSIDADE: PERFIL E POTENCIAL EMPREENDEDOR DOS ALUNOS DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

Jéssica dos Santos Crestani¹, Carolina Carvalho², Wendy Beatriz Witt Haddad Carraro³

Resumo: O ensino do empreendedorismo no Brasil tem proporcionado novos desafios às Instituições de Ensino Superior (IES) e aos atores envolvidos no processo de ensino. Neste sentido, este estudo tem como objetivo identificar o perfil e o potencial empreendedor dos alunos de um curso de Ciências Contábeis de uma Universidade da região Sul do Brasil. Esta pesquisa é classificada como quantitativa e descritiva e foi realizada a partir da aplicação de um levantamento realizado com os alunos de Ciências Contábeis de uma IES do setor público nos anos de 2016 e 2018, tendo o total de 394 respondentes. Dentre os resultados, observou-se que os respondentes do gênero masculino demonstram maiores intenções empreendedoras, e que o grupo que demonstrou maior intenção de empreender possui maior nível de confiança em gerir e resolver os problemas de um negócio. Ainda que de maneira fraca, constatou-se em 2018 um maior interesse dos participantes sobre a temática de empreendedorismo, uma vez que, aqueles que cursaram uma ou mais disciplinas que abordaram o tema, também buscaram participar de cursos extracurriculares para conhecerem mais as iniciativas da Universidade. O estudo contribui ao destacar que estudantes de Ciências Contábeis possuem habilidades empreendedoras com potencial de utilizar suas habilidades técnicas para iniciar e gerir um negócio.

Palavras-Chave: Empreendedorismo. Contabilidade. Educação Empreendedora.

¹ Mestranda no Programa de Pós-Graduação de Controladoria e Contabilidade da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

² Graduada em Ciências Contábeis pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

³ Doutora em Economia pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

ENTREPRENEURSHIP IN THE UNIVERSITY: ACCOUNTING STUDENTS PROFILE AND ENTREPRENEURIAL POTENTIAL

Abstract: The entrepreneurship education in Brazil has been providing new challenges to the High Education Institutions (HEI) and to the actors that are involved in the education process (SEBRAE; ENDEAVOR, 2016). In this regard, this study aims to identify the students from a South Brazil University profile and entrepreneurial potential. This research is classified as quantitative and descriptive and it was realized through the application of a survey that was done with Accounting students of a public HEI in 2016 and 2018, with a total of 394 respondents. Among the results obtained, it was observed that the male gender respondents have demonstrated greater entrepreneurial intentions, and the group that have shown more entrepreneurial intentions has the higher confidence level to manage and to solve business problems. Although it is in a weak manner, it was found in 2018 a major interest of the participants concerning the entrepreneurship theme, since the ones that attended one or more subjects about the theme also have sought to participate of other extracurricular courses to know more about the University's activities. The study contributes by highlighting that students of Accounting Sciences have entrepreneurial skills, with the potential to use their technical skills to start and run a business.

Keywords: Entrepreneurship. Accounting. Entrepreneurial Education.

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo tem um papel fundamental no desenvolvimento econômico do mundo. Na Europa, a promoção do empreendedorismo se tornou uma importante estratégia política na esperança de estimular a economia abalada pela crise (MUHLBOCK, 2018). No Brasil, o empreendedorismo impacta diretamente no crescimento econômico do país, na geração de emprego e renda (FREIRE; LUCENA, 2016; DORNELAS, 2008). De acordo com o *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), em 2017, cerca de 50 milhões de brasileiros estavam envolvidos na criação ou na manutenção de algum negócio (GEM, 2017). Contudo, muitos desses empreendimentos ainda hoje são abertos por fatores relacionados à necessidade dos empreendedores e não por uma oportunidade de negócio (GEM, 2017). Logo, Barros e Pereira (2008) abordam que esses empreendimentos contribuem pouco para o dinamismo da economia local, apontando a necessidade do desenvolvimento de negócios motivados pela oportunidade.

Um dos fatores que influencia na abertura dos empreendimentos é o nível de escolaridade dos empreendedores (GEM, 2015). Em relação ao perfil empreendedor da população brasileira, tanto para novos empreendedores quanto para empreendedores estabelecidos, indivíduos com curso superior são os menos ativos, sendo que a maioria dos empreendedores tem como escolaridade o primeiro grau (GEM, 2017). Nesse contexto, as Instituições de Ensino Superior (IES) têm uma função social na geração de novos conhecimentos e de aprimoramento da prática existente, introduzindo valores na sociedade que possam incentivar e formar empreendedores por meio dos processos educacionais (OLIVEIRA; MELO; MUYLDER, 2016).

Considerando o cenário, é notável a necessidade de fomentar a educação empreendedora no ambiente das universidades, alinhando seus planos pedagógicos para desenvolverem empreendedores que criem negócios inovadores, capazes de transformar os setores de atuação (COSTA E SILVA; MANCEBO; MARIANO, 2017; SEBRAE; ENDEAVOR, 2016). A ação das universidades no desenvolvimento de competências empreendedoras nos estudantes contribui para o crescimento e desenvolvimento da sociedade em termos globais. Ao incorporarem o desenvolvimento social e econômico como missão, as universidades assumem um papel de promotoras do empreendedorismo (PARREIRA *et al.*, 2015). Logo, compreender o impacto dos programas de graduação existentes pode tanto ajudar a entender mais sobre o que tem sido alcançado pelas IES, quanto colaborar na criação de novos programas ou melhorias para os já existentes (MELHADO; MILLER, 2012).

Okoye (2010) aborda que a educação contábil promove o sucesso do empreendedorismo sustentável. Reyad, Badawi e Hamdan (2018) apontam que é preciso incluir o ensino do empreendedorismo na educação contábil, possibilitando o desenvolvimento de habilidades empreendedoras nos profissionais contábeis. Neste contexto, surge a seguinte questão de pesquisa: qual o potencial e o perfil empreendedor dos estudantes do curso de Ciências Contábeis de uma Universidade Federal da região Sul do Brasil? Para respondê-la, este estudo tem por objetivo identificar o potencial e o perfil empreendedor dos estudantes de Ciências Contábeis de uma Universidade

Federal da região Sul do Brasil. Como objetivos específicos, busca-se verificar as intenções e aspirações empreendedoras dos estudantes, assim como identificar como os alunos percebem as ações realizadas pela universidade sobre educação empreendedora.

Dessa forma, esta pesquisa se justifica por contribuir com a melhora da compreensão do perfil empreendedor dos alunos de Ciências Contábeis, considerando a importância de habilidades empreendedoras para a atuação do profissional contábil (CAMPOS JÚNIOR; PERES, 2016). Assim como poderá dar suporte ao planejamento pedagógico de cursos de Ciências Contábeis sobre o avanço ou inclusão da educação empreendedora no currículo do curso, considerando o papel das universidades como agentes de fomento do empreendedorismo (SEBRAE; ENDEAVOR, 2016; MATIAS; MARTINS, 2012). Ponderando, da mesma forma, que a adoção de atividades práticas experienciais no ensino do empreendedorismo nas universidades pode estimular o interesse dos alunos e impulsionar o desenvolvimento em atividades relacionadas à criação de novos negócios (OLOKUNDUN *et al.*, 2018).

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Nesta seção é apresentada a revisão da literatura sobre o perfil empreendedor em relação ao profissional contábil e educação empreendedora no contexto das universidades.

2.1 Perfil empreendedor e o profissional contábil

Para Chiavenato (2008, p. 3) “[...] o espírito empreendedor envolve emoção, paixão, impulso, inovação, risco e intuição”. Em relação às características apresentadas na literatura sobre o perfil empreendedor está a habilidade de tomada de decisão, de visão sistêmica, de resolução de problemas, assim como ser dedicado e apaixonado pelo que faz, sendo que o empreendedor é visionário, estrategista e inovador (DORNELAS, 2001; GERBER, 2004).

Entre os estudiosos do assunto, um dos mais relevantes é David McClelland, que estudou o perfil dos empreendedores em relação às necessidades que estes possuem. Ele identificou três necessidades motivacionais sobre o perfil de quem empreende, sendo elas: as de realização; as de autoridade e poder; e as de afiliação. Sendo que cada uma dessas necessidades interfere no comportamento da pessoa empreendedora (MCCLELLAND, 1972 *apud* CAMARGO; CUNHA; BULGAVOG, 2008).

Segundo Macêdo, Ichikava e Boava (2012), a corrente comportamentalista pressupõe que o sistema de valores constitui o eixo principal do desenvolvimento social e econômico, considerando o empreendedor como ator principal desse processo. Assim, apontam a necessidade de estudos que destaquem os traços pessoais e as atitudes do empreendedor, na tentativa de encontrar a motivação que impulsiona o empreendedorismo (MACÊDO; ICHIKAVA; BOAVA, 2012).

Para o GEM, a motivação dos empreendedores para a abertura de um negócio pode ser classificada como: necessidade ou oportunidade (GEM, 2017). O empreendedorismo por necessidade é caracterizado pela busca da geração de renda, geralmente são negócios informais, criados sem planejamento (GEM, 2017; DORNELAS, 2008). O empreendedorismo por oportunidade é aquele criado a partir da existência de uma oportunidade de negócio no mercado (GEM, 2017). Consoante Dornelas (2008), a criação de empreendimentos por oportunidade está relacionada com a inovação dos setores, auxiliando diretamente no desenvolvimento do país. Segundo Santos e Veiga (2011), o empreendedor tem que ter interesse em buscar o aprendizado, e assim aprimorar as habilidades necessárias para gerir uma empresa, sendo que o empreendedor tem que ter a capacidade de conhecer seu próprio negócio, saber avaliar riscos, questionar, liderar, inovar, ter conhecimento de legislação e tributário, entre outros.

Alinhado às crescentes taxas de empreendedorismo no Brasil, encontra-se o profissional contábil, que tanto poderá auxiliar o empreendedor na gestão de seu negócio quanto poderá ser um empreendedor (ECHEVERRIA, 2000). Logo, a prestação do serviço contábil também passa por constante transformação e, para isso, o profissional contábil deve estar atento às novas

necessidades das organizações (SOUZA *et al.* 2013). Dessa forma, para que os contadores contribuam no processo de criação de valor das organizações, eles devem identificar novas habilidades pessoais, desenvolver a capacidade de entendimento de negócios, adotando uma postura mais empreendedora (CARDOSO; SOUZA; ALMEIDA, 2007).

Para Leal, Soares e Souza (2008), os profissionais da área contábil precisam ter além das capacidades técnicas, habilidades para compreender um negócio, a fim de orientar o gestor e participar nas tomadas de decisão das organizações. Essas mudanças exigem um novo perfil dos profissionais da contabilidade, adaptado as novas exigências do mercado. Contudo, Bernardes e Miranda (2011) abordam que os empreendedores não costumam perceber que o profissional contábil pode ser um aliado na gestão do negócio e acabam contratando os contadores apenas para realizar serviços relacionados à tributação fiscal e às folhas de pagamento. O estudo de Souza *et al.* (2013) aponta que os gestores dos escritórios de contabilidade não possuem comportamento empreendedor, principalmente a fatores relacionados à gestão de um negócio.

Dessa forma, Matias e Martins (2012) ressaltam sobre a importância do ensino do empreendedorismo aos alunos do curso de Ciências Contábeis. Os autores indicam a necessidade de implantar uma metodologia que considere a forma de atuação característica da Contabilidade e como o profissional da Contabilidade deve se relacionar com as empresas que prestarão o serviço. Considerando que Machado e Casa Nova (2008) destacam que os alunos dos cursos de Ciências Contábeis consideram o mercado extremamente exigente e não se sentem aptos o suficiente para encarar as demandas do ambiente empresarial.

2.2 Educação empreendedora e empreendedorismo nas universidades

A literatura apresenta diferentes linhas sobre a figura do empreendedor, entre elas há duas que abordam o desenvolvimento do perfil empreendedor: uma considera que o empreendedor é um ser de características **inerentes**, ou seja que faz parte do indivíduo desde o seu nascimento; e a outra discorre que o

empreendedor pode ser desenvolvido e capacitado através da educação empreendedora (DORNELAS, 2001).. Para uma corrente de autores, o perfil empreendedor é desenvolvido a partir do ambiente em que a pessoa está inserida, sendo que a sua experiência de vida gera um acúmulo de conhecimento, assim como o ambiente e a cultura, e que esses itens impactam na motivação do indivíduo acerca de uma carreira empresarial (GREATTI; SENHORINI, 2000; SILVEIRA; SILVENTE; FERREIRA, 2016).

Dornelas (2001) versa que o processo empreendedor pode ser ensinado e entendido por qualquer pessoa e que o sucesso será consequência de uma gama de fatores internos e externos ao negócio. Dolabela (1999) destaca que, para se aprender a empreender, a pessoa deve se dedicar e buscar o conhecimento de forma que consiga: “[...] aprender a pensar e agir por conta própria, com criatividade, liderança e visão de futuro, para inovar e ocupar o seu espaço no mercado, transformando esse ato também em prazer e emoção” (DOLABELA, 1999, p. 12).

Andrade e Torkomian (2001), ao observarem a Educação Empreendedora nas IES, identificaram que, para que o ensino do empreendedorismo se concretize dentro das Universidades e Faculdades, é necessário a criação de um modelo de ensino, que inclua valores culturais, sociais, políticos e econômicos do país. Henrique e Cunha (2008) verificaram que as IES brasileiras já estão implantando na matriz curricular dos cursos, disciplinas relacionadas ao empreendedorismo, sendo que essa iniciativa está relacionada aos desafios socioeconômicos e políticos que o País está enfrentando. Assim, as universidades contribuem para a formação empreendedora dos alunos, preparando-os para a abertura de um negócio. Crestani (2016) discorre que muitos alunos do curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) não têm a intenção de abrir um negócio no futuro, porém consideram que o ensino do empreendedorismo é muito importante para a sua formação como profissionais contábeis.

O interesse por pesquisas que relacionam as características e comportamentos de estudantes com o tema do empreendedorismo está crescendo no mundo inteiro (MELHADO; MILLER, 2012). Em 2011 a Endeavor

Brasil realizou sua primeira pesquisa sobre o ensino do empreendedorismo nas universidades. A partir do ano de 2012 passou a realizar a pesquisa bienal Empreendedorismo nas Universidades Brasileiras, com a intenção de apresentar um panorama das características dos estudantes universitários relacionadas ao empreendedorismo e as ações realizadas pelas universidades sobre o tema. A pesquisa faz parte de um projeto global de educação empreendedora que está presente em mais de 40 países e foi adaptada a partir do estudo “*The Entrepreneurship Education Project: Enhancing Entrepreneurial Self-Efficacy and Identity in the Classroom*” (O Projeto de Educação para o Empreendedorismo: Melhorar a Auto eficácia e a Identidade Empreendedora na Sala de Aula) com a finalidade de capturar as intenções empreendedoras dos alunos, as influências às quais eles estão suscetíveis, os resultados esperados por eles ao abrir um negócio e suas aspirações empreendedoras.

Saes e Pita (2007) observam que muitos jovens se aventuram na abertura de empreendimentos após a conclusão da faculdade e indicam que se as IES dessem suporte para a execução de um planejamento ou se oferecessem orientação voltada à abertura de uma nova empresa, os alunos não iriam apenas se aventurar, mas empreender de verdade. Corroborando os autores, os resultados observados na pesquisa realizada pelo Sebrae em parceria com a Endeavor, em 2016, apontam que as universidades possuem disciplinas que motivam os alunos a começarem um empreendimento, porém, não ofertam na grade curricular disciplinas que auxiliem os alunos na gestão e continuação de um negócio (SEBRAE; ENDEAVOR BRASIL, 2016).

No que tange ao ensino do empreendedorismo nos cursos de Ciências Contábeis, Reyad, Badawi e Hamdan (2018) dissertam sobre a necessidade da mudança dos métodos tradicionais usados na educação contábil, considerando a utilização de novos métodos que permitam ensinar aos estudantes de contabilidade importantes habilidades empreendedoras, tanto para a criação e gestão de negócios pessoais quanto para as atividades empresariais nas organizações. Nesse sentido, Bae *et al.* (2014) destacam a relação significativamente positiva entre a educação para o empreendedorismo e a percepção positiva para empreender, bem como o aumento das intenções empreendedoras.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para alcançar os objetivos da pesquisa, foi utilizada uma abordagem quantitativa, pois, segundo Silva e Menezes (2001), utilizar essa abordagem significa traduzir em números as opiniões e informações para classificá-las e analisá-las. Dessa forma, essa pesquisa buscou compreender o perfil e o potencial empreendedor dos alunos do curso de Ciências Contábeis de uma Universidade Federal da região Sul do Brasil. Quanto aos objetivos, é uma pesquisa descritiva, a qual, segundo Silva e Menezes (2001), visa descrever as características de determinada população, envolvendo o uso de técnicas padronizadas para a realização da coleta de dados, como a aplicação de um questionário.

Quanto aos procedimentos, foi utilizada a pesquisa com levantamento de dados, pois as pesquisas desse tipo se caracterizam pela interrogação direta das pessoas cujo comportamento se deseja conhecer (GIL, 1993), apresentando uma descrição quantitativa ou numérica de tendências, atitudes ou opiniões de uma população, estudando-se uma amostra dessa população (CRESWELL, 2010). Sendo assim, como instrumento de coleta de dados da pesquisa foi utilizado um questionário (Apêndice A) adaptado das pesquisas “Empreendedorismo nas Universidades Brasileiras” realizadas pela Endeavor nos anos de 2012 (MELHADO; MILLER, 2012) e 2014 (ENDEAVOR BRASIL; SEBRAE, 2014). As questões do questionário foram selecionadas levando-se em consideração o atendimento do objetivo da pesquisa. Assim, optou-se por incluir apenas algumas questões presentes na pesquisa da Endeavor. Foi utilizada, como escala de medida, a escala Likert de cinco pontos, também usada no estudo da Endeavor.

A população escolhida foi os alunos matriculados no curso de Ciências Contábeis de uma Universidade Federal da região Sul do Brasil. A definição dessa população se justifica pela expectativa de que - pelo papel que desempenha o profissional contábil nas organizações - os futuros profissionais, na fase acadêmica, sejam estimulados pelas instituições de ensino ao empreendedorismo. O questionário foi aplicado em dois momentos:

primeiramente no ano de 2016; e posteriormente no ano de 2018. As questões foram disponibilizadas pela internet, pela plataforma *Google forms*, com solicitação encaminhada por e-mail pela secretaria da Faculdade de Ciências Contábeis a todos os alunos matriculados no curso de Contabilidade para os dois períodos da pesquisa. Para complementar a coleta de dados *online*, o questionário também foi aplicado presencialmente, em sala de aula, com os alunos do curso. O número total de respondentes foi de 394, sendo 235 de 2016 e 159 de 2018. Para evitar a duplicidade de resposta, solicitou-se que os alunos informassem seu e-mail. A amostra escolhida, portanto, foi do tipo probabilística aleatória simples, uma vez que os entrevistados possuíam a mesma probabilidade de participar da pesquisa, não havendo preferências por determinados grupos (MARCONI; LAKATOS, 2011).

Para analisar os dados, procurou-se comparar as amostras de cada ano para acompanhar as alterações que possam ter ocorrido em relação ao perfil empreendedor dentro da população escolhida. A análise dos dados foi realizada por meio de estatística descritiva e, para comparar as variáveis relacionadas ao perfil empreendedor dos alunos, foi utilizado o coeficiente de correlação de Spearman, com a utilização do software estatístico Gretl. O teste de correlação é uma ferramenta estatística que possibilita medir a força de associação entre duas variáveis, ou seja, o quanto uma afeta a outra (DOANE; SEWARD, 2008). O coeficiente de correlação de Spearman é uma medida de correlação entre duas variáveis aleatórias e não paramétricas, utilizadas em casos de variáveis ordinais e categóricas, como a amostra em estudo. Para se interpretar o coeficiente de Spearman, observa-se a variação entre -1 e $+1$, o que indica associações negativas ou positivas, respectivamente, sendo que zero indica que não há correlação e, quanto mais próximo o coeficiente de correlação de Spearman estiver dos extremos (-1 ou $+1$), mais forte é a associação entre as variáveis (TRIOLA, 2005).

4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A análise dos dados foi efetuada, em um primeiro momento, com a verificação detalhada dos blocos de questionamentos, os quais foram divididos

em quatro grandes grupos: intenções empreendedoras; motivações para empreender; nível de confiança para gerir um negócio; e nível de confiança para resolver problemas de um negócio, sendo os três últimos grupos pertencentes à avaliação das aspirações empreendedoras. Cada bloco foi composto por afirmações para as quais os respondentes assinalavam um dos 5 graus de concordância, variando de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente).

Além das questões que compõem o bloco, outros questionamentos relacionados ao perfil geral dos participantes foram efetuados a fim de identificar quais características dos respondentes podem estar relacionadas às qualidades de um empreendedor, as quais são destacadas na Tabela 1.

Tabela 1 – Perfil dos alunos de Ciências Contábeis

	<i>Homens</i>		<i>Mulheres</i>						
2016	120		115						
2018	85		74						
IDADE									
	<i>Média</i>	<i>Desv.Pad.</i>	<i>Máximo</i>	<i>Mínimo</i>					
2016	26,421277	7,1130353	59	17					
2018	26,078947	7,2796702	51	19					
SEMESTRE									
	<i>1º</i>	<i>2º</i>	<i>3º</i>	<i>4º</i>	<i>5º</i>	<i>6º</i>	<i>7º</i>	<i>8º</i>	<i>9º</i>
2016	2	21	16	23	40	61	28	41	3
2018	10	12	17	20	17	25	30	24	4
ATIVIDADE REMUNERADA									
	<i>Bolsista</i>	<i>Estagiário</i>	<i>S. Público</i>	<i>Efetivado</i>	<i>Autônomo</i>	<i>Empresário</i>	<i>Nenhuma</i>	<i>Outros</i>	
2016	7	46	52	85	5	4	34	2	
2018	1	40	20	65	3	6	23	1	
POSSUI EMPRESA/NEGÓCIO									
	<i>SIM</i>		<i>NÃO</i>						
2016	21		214						
2018	16		143						
CURSOU DISCIPLINA RELACIONADA COM EMPREENDEDORISMO									
	<i>SIM</i>		<i>NÃO</i>						
2016	81		154						
2018	61		98						
FEZ CURSO EXTRACURRICULAR SOBRE EMPREENDEDORISMO									
	<i>SIM</i>		<i>NÃO</i>						
2016	60		175						
2018	40		119						

Fonte: elaborada a partir de dados da pesquisa (2018).

Conforme destacado na Tabela 1, nos dois períodos da pesquisa a amostra apresenta uma maioria de respondentes do gênero masculino, com

uma média de 26 anos de idade e predominantemente cursando os semestres finais da graduação. Tanto em 2016 quanto em 2018, observou-se uma porcentagem muito pequena da amostra que se considera empresário ou autônomo, representando menos de 6% do total dos respondentes; predominando como atividade remunerada profissionais efetivados, servidores públicos e estagiários. Quando questionados se possuíam algum empreendimento, apenas 9% em 2016 e 10% em 2018 responderam que possuíam uma empresa ou um negócio. Quanto ao estudo sobre a temática de empreendedorismo, 34% em 2016 e 38% em 2018 afirmaram já ter cursado disciplinas que abordam o assunto; ainda, em torno de 25% dos respondentes, nos dois períodos da amostra, indicaram que já fizeram cursos sobre empreendedorismo fora da Universidade.

Quanto às disciplinas que fazem parte do currículo do curso de Ciências Contábeis, os alunos, em 2016, identificaram algumas disciplinas relacionadas ao empreendedorismo, como Planejamento Contábil 1 e 2 e Técnica Comercial. Os resultados reforçam o que é abordado por Saes e Pita (2007) e Sebrae e Endeavor (2016): que as disciplinas ofertadas pelas IES são apenas introdutórias ao tema do empreendedorismo, sem dar enfoque à continuação do negócio. Entretanto, em 2018, além de apontar as disciplinas já citadas, os alunos indicaram a inserção no currículo de Contabilidade Orçamentária e Contabilidade para Pequenas e Médias Empresas, demonstrando um avanço da instituição em inserir no currículo conteúdos mais avançados que estão diretamente relacionados ao empreendedorismo.

A análise dos dados foi efetuada, em um primeiro momento, com a verificação detalhada dos blocos de questionamentos, os quais foram divididos em quatro grandes grupos: intenções empreendedoras; motivações para empreender; nível de confiança para gerir um negócio; e nível de confiança para resolver problemas de um negócio, sendo os três últimos grupos pertencentes a avaliação das aspirações empreendedoras. Cada bloco foi composto por afirmações para as quais os respondentes assinalavam um dos 5 graus de concordância, variando de 1 (discordo totalmente) para 5 (concordo totalmente). Posteriormente, analisou-se a correlação das variáveis de estudo por meio do coeficiente de Spearman, como será demonstrado na seção 4.3.

4.1 Intenções empreendedoras

Por intenções empreendedoras, entende-se um estado mental do indivíduo que direciona seus esforços para a iniciação de um novo negócio (SILVEIRA; SILVENTE; FERREIRA, 2016). A Tabela 2 retrata a percepção dos alunos quanto a suas intenções de empreender.

Tabela 2 - Intenções empreendedoras

		1	2	3	4	5
Pretendo criar um novo negócio no futuro	2016	15%	15%	27%	21%	22%
	2018	14%	11%	25%	24%	25%
Costumo pesquisar oportunidades de abrir um novo negócio	2016	31%	20%	17%	20%	12%
	2018	21%	21%	29%	13%	16%
Costumo ler livros de como abrir um negócio	2016	46%	21%	17%	9%	9%
	2018	41%	18%	19%	9%	12%
Tenho planos para abrir minha própria empresa	2016	21%	19%	23%	17%	21%
	2018	19%	18%	19%	20%	24%
Gasto tempo aprendendo a iniciar um novo negócio	2016	44%	21%	21%	9%	6%
	2018	36%	21%	21%	13%	9%
Estou economizando dinheiro para começar um novo negócio	2016	61%	14%	11%	8%	5%
	2018	55%	16%	18%	4%	8%
TOTAL	2016	36%	18%	19%	14%	12%
	2018	31%	18%	22%	14%	16%

Nota: amostra com 235 respondentes em 2016 e 159 em 2018.
Fonte: elaborada a partir de dados da pesquisa (2018).

Pode-se observar que os alunos do curso de Ciências Contábeis podem ser classificados tanto como potenciais empreendedores quanto não empreendedores. Sendo que, em 2016, 43% dos alunos consideravam ser verdadeira ou totalmente verdadeira a preposição de criar um novo negócio no futuro, tendo esse índice passado para 49% em 2018. Porém, 37% dos alunos consideraram não ter a intenção de abrir sua própria empresa. Em relação ao preparo dos alunos para empreender, é notável que, mesmo os alunos que desejam empreender, não estão se preparando para tornar essa intenção em realidade. Sendo que em 2016, apenas 15% dos alunos consideravam ser verdadeira ou totalmente verdadeira a preposição de gastarem tempo aprendendo a iniciar um novo negócio, 67% consideravam falso ou totalmente falso o fato de ler livros sobre como abrir um negócio.

Os resultados deste estudo estão alinhados ao observado na pesquisa realizada pela Endeavor (MELHADO; MILLER, 2012), a qual aponta que os alunos universitários, que são potenciais empreendedores, não se dedicam o suficiente para se tornarem empreendedores. A partir dos resultados, pode-se considerar que os estudantes de Contabilidade, por não terem a intenção de abrir um negócio no futuro, não acham necessário se preparar agora para empreender. Isso demonstra que os alunos não percebem a possibilidade de atuação do profissional contábil no campo do empreendedorismo, como abordado por Bernardes e Miranda (2011).

4.2 Aspirações empreendedoras

As aspirações empreendedoras estão relacionadas ao retorno que o empreendedor espera ter ao abrir um negócio (MELHADO; MILLER, 2012). A Tabela 3 apresenta os resultados das expectativas dos alunos em obter retorno com relação à recompensa financeira, independência, recompensas pessoais e segurança familiar, caso eles venham a empreender. Em 2018, 42% dos alunos consideraram que a independência é um fator motivador para empreender, assim como 40% dos alunos consideraram que recompensas pessoais também é um fator motivador para empreender. O fator que menos motiva os alunos a empreender é a segurança familiar. Em 2018, 38% dos alunos consideraram esse fator como indiferente para empreenderem, esse resultado é divergente ao encontrado pela Endeavor em 2014 (ENDEAVOR BRASIL; SEBRAE, 2014), que apontava que 50,8% dos estudantes consideravam que a maior motivação para empreender era a segurança familiar.

Tabela 3 - Motivação para Empreender

O quanto você acredita que abrir um negócio pode te trazer retorno nas seguintes áreas		1	2	3	4	5
Recompensa financeira	2016	4%	6%	25%	39%	26%
	2018	4%	8%	22%	36%	31%
Independência	2016	3%	9%	20%	34%	34%
	2018	6%	7%	18%	28%	42%
Recompensas pessoais	2016	4%	11%	19%	30%	36%
	2018	4%	9%	21%	27%	40%
Segurança familiar	2016	14%	23%	31%	18%	13%

	2018	9%	23%	38%	15%	14%
	2016	6%	12%	24%	30%	27%
TOTAL	2018	6%	11%	25%	26%	32%

Nota: amostra com 235 respondentes em 2016 e 159 em 2018.
Fonte: elaborada a partir de dados da pesquisa (2018).

A Tabela 4 apresenta o nível de confiança que os alunos têm para a realização de algumas atividades que podem ser executadas por um empreendedor. Em relação a “Fazer com que os outros se identifiquem e acreditem na minha visão e planos para um novo negócio”, “Recrutar e contratar funcionários” e “Estimar a demanda de clientes para um novo produto ou serviço”, a maioria dos alunos tem um nível de confiança mediano. Dentre as atividades “Gerenciar os ativos financeiros da minha empresa”, “Ler e interpretar demonstrativos financeiros”, “Discutir com outras pessoas uma nova ideia de produto ou serviço”, “Delegar tarefas e responsabilidades para os funcionários”, “Inspirar, encorajar, e motivar meus funcionários” e “Estimar o valor de capital inicial e de giro necessário para um novo negócio” a maioria dos alunos considera ter capacidade para realizar as atividades com um alto grau de confiança.

Tabela 4 - Nível de Confiança para Iniciar e Gerir um Negócio

Qual o seu nível de confiança para as seguintes atividades?		1	2	3	4	5
Planejar uma campanha de marketing para um novo produto ou serviço	2016	20%	30%	26%	15%	9%
	2018	19%	20%	31%	21%	8%
Estimar o valor de capital inicial e de giro necessário para um novo negócio	2016	9%	16%	29%	31%	16%
	2018	7%	14%	28%	28%	24%
Estimar a demanda de clientes para um novo produto ou serviço	2016	10%	22%	39%	20%	8%
	2018	8%	16%	44%	22%	11%
Inspirar, encorajar e motivar meus funcionários	2016	7%	14%	27%	31%	22%
	2018	5%	9%	30%	31%	26%
Delegar tarefas e responsabilidades para os funcionários	2016	3%	11%	27%	34%	26%
	2018	3%	8%	28%	33%	28%
Discutir com outras pessoas uma nova ideia de produto ou serviço	2016	2%	14%	25%	34%	25%
	2018	3%	8%	26%	34%	30%
Ler e interpretar demonstrativos financeiros	2016	2%	15%	21%	34%	28%
	2018	2%	6%	25%	33%	35%

Gerenciar os ativos financeiros da minha empresa	2016	3%	15%	19%	34%	30%
	2018	3%	7%	27%	31%	32%
Recrutar e contratar funcionários	2016	3%	17%	34%	27%	20%
	2018	4%	16%	32%	29%	18%
Fazer com que os outros se identifiquem e acreditem na minha visão e planos para um novo negócio	2016	5%	15%	33%	28%	20%
	2018	2%	12%	35%	30%	21%
Total	2016	6%	17%	28%	29%	20%
	2018	5%	12%	31%	29%	23%

Nota: amostra com 235 respondentes em 2016 e 159 em 2018.

Fonte: elaborada a partir de dados da pesquisa (2018).

Como observado na Tabela 4, para a realização da atividade “Planejar uma campanha de marketing para um novo produto ou serviço” a maioria dos alunos considera ter pouca confiança para realizar essa tarefa. Os resultados apontam que os alunos precisam desenvolver habilidades para a gestão de um negócio, considerando o papel do profissional contábil nas organizações (LEAL; SOARES; SOUZA, 2008).

Tabela 5 - Nível de Confiança para Resolver Problemas do Negócio

Qual o seu nível de confiança para a resolução de problemas?		1	2	3	4	5
Se eu estou em apuros, eu geralmente consigo pensar em uma solução	2016	1%	9%	28%	43%	19%
	2018	1%	4%	31%	44%	20%
Eu posso manter a calma quando enfrento dificuldades, por que eu confio na minha capacidade de reação	2016	3%	16%	23%	37%	20%
	2018	3%	11%	26%	36%	24%
Eu posso resolver a maioria dos problemas se eu investir o esforço necessário	2016	1%	8%	18%	40%	33%
	2018	1%	6%	16%	39%	39%
É fácil para mim focar nos meus objetivos e realizá-los	2016	1%	14%	36%	32%	17%
	2018	3%	12%	34%	36%	14%
Eu sempre consigo resolver problemas difíceis se eu me esforçar o bastante	2016	1%	7%	28%	39%	25%
	2018	1%	10%	26%	41%	22%
Total	2016	1%	11%	27%	38%	23%
	2018	2%	9%	27%	39%	24%

Nota: amostra com 235 respondentes em 2016 e 159 em 2018.

Fonte: elaborada a partir de dados da pesquisa (2018).

A Tabela 5 demonstra o nível de confiança para os alunos resolverem problemas. A maioria dos alunos respondeu ser confiante quanto à resolução de problemas. Em 2016, 62% dos alunos consideraram que conseguiam pensar em uma solução quando sob pressão. Os alunos ainda identificam que quando eles se esforçam e investem o esforço necessário, eles podem resolver até os problemas considerados difíceis. Entretanto, em 2016 e 2018 os alunos

apresentaram um nível médio de confiança em relação a focar em seus objetivos e realizá-los.

4.3 Perfil empreendedor dos alunos de ciências contábeis

Nesta seção são apresentados os resultados do Coeficiente de Correlação de *Spearman*, relacionando, separadamente, os dados obtidos em 2016, dispostos na Tabela 6, e os de 2018, demonstrados na Tabela 7. Para todos os cálculos dos coeficientes, considerou-se um nível de significância de 95%. Os resultados da correlação apontaram para uma relação fraca, de 0,20 a 0,39, ou moderada de 0,40 a 0,69, não sendo encontrados indícios na amostra estudada de uma forte relação entre as variáveis propostas.

Tabela 6 – Teste Correlação de Spearman para amostra de 2016

	SEM	ATR	IDA	GEN	NEG	IEP	MEP	NCG	NCP	DISC	EXTR	UNI	INIC
Semestre (SEM)	1												
Exerce Atividade Remunerada (ATR)	0,11	1											
Idade (IDA)	0,02	0,29	1										
Gênero (GEN)	-,08	-,02	0,08	1									
Possui Negócio/Empresa (NEG)	0,07	0,13	0,22	0,04	1								
Intenções Empreendedoras (IEP)	0,06	0,06	0,05	0,23	0,25	1							
Motivação para empreender (MEP)	0,01	0,04	-,04	0,06	0,18	0,39	1						
Nív. Confiança Gerir um Negócio (NCG)	0,03	0,08	-,04	0,18	0,13	0,46	0,41	1					
Nív. Confiança Resolver Problemas (NCP)	-,02	0,10	-,04	0,14	0,08	0,19	0,33	0,52	1				
Disciplina sobre empreender (DISC)	0,14	0,02	0,09	0,01	0,06	0,10	0,01	0,07	0,00	1			
Curso Extra sobre empreender (EXTR)	0,05	0,07	0,14	0,05	0,33	0,25	0,02	0,01	0,06	0,13	1		

Importância da abordagem na Universidade (UNI)	0,03	0,10	0,06	0,08	0,26	0,40	0,35	0,31	0,18	0,06	0,17	1	
Conhece as iniciativas da Universidade (INIC)	0,03	0,05	,03	-,01	-,09	0,08	0,00	0,05	0,03	0,02	0,08	0,04	1

Nota: significância de 0,05.

Fonte: elaborada pela autora a partir de dados da pesquisa (2018).

Destaca-se, nos resultados de 2016, a relação entre a idade dos participantes e o fato de possuir um negócio ou uma empresa. Quanto mais velhos os participantes, há uma maior probabilidade de esses desempenharem uma atividade remunerada. Esse achado vem ao encontro dos resultados da Endeavor (2016), os quais mostraram que mais idade está diretamente relacionada às intenções de empreender. Os respondentes que demonstraram maiores intenções empreendedoras, conforme os resultados apontados, são predominantemente do gênero masculino, para os quais se atribuiu o valor 1 na variável dicotômica, sendo o valor 0 para o gênero feminino. A pesquisa da Endeavor (2016) também indicou esse dado em relação à maior segurança por parte dos homens para lançar novos negócios.

Além disso, os resultados trazem evidências de que os participantes, que já possuem um negócio, seguem motivados a empreender e, inclusive, demonstram maior interesse em estudos sobre empreendedorismo, dado que tem indício pela relação entre a intenção empreendedora e afirmação dos participantes sobre cursarem cursos extras sobre o tema e por enfatizarem a importância da abordagem do tema na Universidade. Entretanto, não há uma relação significativa relevante entre esses participantes e o conhecimento e participação dos mesmos nas iniciativas universitárias sobre empreendedorismo.

Ressalta-se que aqueles que estão mais motivados a empreender, demonstram maiores níveis de confiança em gerir o seu próprio negócio e de resolver os problemas relacionados à atividade empreendedora. As significâncias encontradas nos resultados coletados em 2018, em geral, não diferem muito da amostra anterior, conforme se observa na Tabela 7.

Tabela 7 – Teste Correlação de Spearman para amostra de 2018

	SEM	ATR	IDA	GEN	NEG	IEP	MEP	NCG	NCP	DISC	EXTR	UNI	INIC
Semestre (SEM)	1												
Exerce Atividade Remunerada (ATR)	0,28	1											
Idade (IDA)	0,31	0,26	1										
Gênero (GEN)	0,01	0,05	0,07	1									
Possui Negócio/Empresa (NEG)	0,16	0,14	0,13	0,14	1								
Intenções Empreendedoras (IEP)	0,03	0,07	0,20	0,25	0,31	1							
Motivação para empreender (MEP)	- ,01	- ,06	0,02	0,00	0,10	0,30	1						
Nív. Confiança Gerir um Negócio (NCG)	0,14	0,05	- ,10	0,07	0,08	0,38	0,16	1					
Nív. Confiança Resolver Problemas (NCP)	0,11	0,06	0,07	0,06	0,08	0,26	0,06	0,45	1				
Disciplina sobre empreender (DISC)	0,39	0,03	0,11	0,09	0,04	0,03	0,07	0,12	0,12	1			
Curso Extra sobre empreender (EXTR)	- ,04	0,03	0,05	0,11	0,19	0,38	0,23	0,16	0,11	0,26	1		
Importância da abordagem na Universidade (UNI)	0,08	- ,02	0,19	- ,26	0,14	0,31	0,18	0,13	0,09	0,10	0,27	1	
Conhece as iniciativas da Universidade (INIC)	0,06	0,09	0,12	0,00	0,13	0,14	0,04	0,12	0,05	0,04	0,29	0,20	1

Nota: significância de 0,05.

Fonte: elaborada a partir de dados da pesquisa (2018).

Da mesma forma como encontrado na amostra anterior, os resultados de 2018 deram indícios de que os respondentes do gênero masculino demonstram maiores intenções de empreender, ressaltando novamente o achado da Endeavor (2016) sobre a menor confiança das mulheres em empreender. Há evidências de que o grupo que demonstrou maior intenção para empreender possui maior nível de confiança em gerir e resolver os problemas de um negócio, esses também indicaram maior interesse em que a Universidade aborde a temática de empreendedorismo e buscam fazer cursos extras sobre o tema.

O diferencial da amostra de 2018 foram os indicadores de que houve um maior interesse dos alunos em conhecer as iniciativas da Universidade sobre empreendedorismo ou que essas passaram a ser mais divulgadas. Destaca-se, assim, que houve maior interesse dos participantes sobre a temática de empreendimento, uma vez que aqueles que cursaram uma ou mais disciplinas

que abordam o tema, igualmente buscaram participar de cursos extracurriculares e conhecem mais as iniciativas da Universidade.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Buscou-se, com esse estudo, identificar o perfil e o potencial empreendedor dos alunos do curso de Ciências Contábeis. Para isso, utilizou-se como base a pesquisa Empreendedorismo nas Universidades Brasileiras, realizada pela Endeavor nos anos de 2012, 2014 e 2016, aplicando um questionário adaptado da pesquisa aos alunos de graduação de Ciências Contábeis de uma Universidade do sul do Brasil, nos anos letivos de 2016 e 2018. Em relação ao perfil desses alunos, a maior parte dos respondentes está no sexto, sétimo ou oitavo semestre e 47,25% deles têm menos de vinte e quatro anos.

Com a realização da pesquisa foi possível inferir que os alunos do curso ainda não têm grandes intenções de abrir uma empresa no futuro. Dos alunos respondentes, menos de 10% já têm um negócio, sendo parte desses profissionais autônomos de prestação de serviços, sem a criação de um empreendimento de fato. Em relação às intenções empreendedoras, os alunos não indicaram o hábito de ler ou pesquisar sobre as possibilidades para abertura de uma empresa. Poucos têm planos para iniciar um negócio no futuro e, mesmo aqueles que indicaram ter interesse em empreender no futuro, não estão economizando dinheiro para a abertura de um negócio, corroborando o resultado apresentado pela Endeavor (MELHADO; MILLER, 2012).

Os alunos acreditam que empreender pode lhes trazer recompensas pessoais, recompensas financeiras, assim como independência, porém poucos acreditam que a abertura de uma empresa pode lhe trazer segurança familiar, esse fato pode estar relacionado pelas tensões econômicas que o País tem passado. Quando questionados sobre habilidades técnicas provenientes da gestão de um negócio, os alunos consideram poder realizar a maioria das atividades com um alto grau de confiança. Em relação à resolução de problemas, os alunos identificam que, se eles se esforçarem, poderão resolver até os problemas considerados difíceis.

Para os estudantes, o ensino do empreendedorismo dentro da universidade é altamente relevante. Mesmo aqueles alunos que não têm a intenção de abrir um negócio, acreditam que há uma necessidade de aprender sobre o tema. Entretanto, em 2016, a maioria dos entrevistados sequer conhecia as atividades realizadas pela Universidade em relação ao desenvolvimento do empreendedorismo dentro da Instituição, muitos alunos desconhecem quaisquer ações realizadas.

Em 2018, houve indícios de um avanço dos alunos no sentido de utilizar as ferramentas e oportunidades ou, pelo menos, de saber da disponibilidade das iniciativas sobre empreendedorismo da Instituição. Esse achado de 2018 ressalta os dados da pesquisa da Endeavor (2016), a qual destacou que os alunos que cursam disciplinas sobre o tema tendem a se sentir mais confiantes para empreender.

Nesse caso, ainda não há um relevante acréscimo de iniciativas empreendedoras, mas se observou uma maior motivação dos alunos em buscar conhecimento sobre o empreendedorismo, demonstrando mais interesse nas iniciativas universitárias, podendo esse dado estar relacionado à reformulação curricular do curso de Ciências Contábeis e à inserção de novas disciplinas que abordam o tema. Como não há dados para afirmar essa relação entre as disciplinas que abordam empreendedorismo e a iniciativa dos alunos em empreender, sugere-se como pesquisas futuras averiguar se há essa correspondência.

É notável que embora muitos alunos não tenham a intenção de abrir um negócio, eles acreditam ser necessário aprender sobre o empreendedorismo. Além disso, pode-se verificar que a maioria dos alunos possuem habilidades técnicas e pessoais consideradas um padrão para pessoas com perfil empreendedor. Indica-se, também, para futuras pesquisas, um estudo mais profundo referente às práticas adotadas pelas universidades em relação ao desenvolvimento e ao ensino do empreendedorismo, assim como uma pesquisa que identifique a percepção dos alunos a essas práticas, pretendendo identificar se os esforços exercidos pelas Universidades estão sendo percebidos, fazendo com que os alunos desenvolvam o espírito empreendedor.

Esta pesquisa tem pelo menos três contribuições. Primeiro, destaca a

forte ligação entre o profissional contábil e a atividade empreendedora, a qual se destaca em questões de planejamento contábil, como o gerenciamento de custos, e apoio na gestão e tomada de decisões. Segundo evidencia a capacidade técnica do profissional da área contábil, em especial a relacionada ao planejamento tributário, característica fundamental para o sucesso dos negócios em países com alta carga de impostos e exigências fiscais complexas, como o Brasil (CARVALHO *et al.*, 2015). Terceiro, sinaliza o potencial que o contador, pela posição estratégica que ocupa nas organizações, tende a, naturalmente, despertar características empreendedoras (ATHAYDE; MARTINS, 2010). Embora, essas características geralmente sejam incentivadas durante a atuação profissional e não na vida acadêmica, ou seja, é partir da experiência profissional que desperta o interesse para que contadores abram seus próprios negócios (BURTON; SØRENSEN; DOBREV, 2016).

Para futuras pesquisas, sugere-se, aplicar questionários e entrevistas a profissionais da área contábil já formados, tendo por base a literatura sobre empreendedorismo. Bem como propor situações reais relacionadas com a implementação e manutenção de um negócio, nas quais os respondentes possam avaliar de que forma agiriam em diferentes cenários. Assim, o resultado da pesquisa potencializaria identificar de maneira mais específica, o potencial empreendedor dos respondentes.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Renato Fonseca; TORKOMIAN, Ana Lucia Vitale. Fatores de influência na estruturação de programas de educação empreendedora em instituições de ensino superior. *In: EGEPE*, 2., Londrina, nov. 2001. **Anais...** Londrina, 2001. p. 299-311. Disponível em: [http://www.oni.uerj.br/media/downloads/EMP2001-39%20\(1\).pdf](http://www.oni.uerj.br/media/downloads/EMP2001-39%20(1).pdf). Acesso em: 14 jun. 2016.

BAE, Tae Jun *et al.* The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: a meta-analytic review. **Entrepreneurship theory and practice**, [s.l.], v. 38, n. 2, p. 217-254, 2014.

BARROS, Aluizio Antônio de; PEREIRA; Cláudia Maria Miranda de Araújo. Empreendedorismo e crescimento econômico: uma análise empírica. **Revista de Administração Contemporânea - RAC**, Curitiba, v. 12, n. 4, p. 975-993,

out./dez. 2008. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1415-65552008000400005&script=sci_abstract&lng=pt. Acesso em: 18 jun. 2016.

BERNARDES, Danúlia Peixer Galm; MIRANDA, Luiz Carlos. Quatro histórias da utilização de informação econômico-financeira nas micro e pequenas empresas: lições para futuros empreendedores. **RMPE – Revista da Micro e Pequena Empresa**, Campo Limpo Paulista, v. 5, n. 3, p. 84 -98, set./dez. 2008. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/5905/quatro-historias-da-utilizacao-de-informacao-economico---financeira-nas-micro-e-pequenas-empresas--lico-es-para-futuros-emp-reendedores/i/pt-br>. Acesso em: 22 out. 2016.

BURTON, M. Diane; SØRENSEN, Jesper B.; DOBREV, Stanislav D. A careers perspective on entrepreneurship. **Entrepreneurship Theory and Practice**, [s.l.], v. 40, n. 2, p. 237-247, 2016. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1111/etap.12230>. Acesso em: dia jun. 2018.

CAMARGO, Denise; CUNHA, Sieglind Kind; BULGACOV, Yara Lucia Mazziotti. A psicologia de McClelland e a economia de Schumpeter no campo do empreendedorismo. **Revista de Desenvolvimento Econômico**, Salvador, ano 10, n. 17, jan. 2008. Disponível em: <https://revistas.unifacs.br/index.php/rde/article/view/1032/810>. Acesso em: 30 jul. 2016.

CAMPOS JÚNIOR, Ernani Teixeira; PERES, Ramon Silva. Contabilidade e empreendedorismo: o que tem o contador empreendedor? **Revista Paraense de Contabilidade - CRCPA**, Belém, v. 1, n. 1, set./dez. 2016. Disponível em: crcpa.org.br/publicacoes/index.php/RPC/article/view/9. Acesso em: 30 jul. 2018.

CARDOSO, Jorge Luiz; SOUZA, Marcos Antonio; ALMEIDA, Lauro Brito. Perfil do contador na atualidade: um estudo exploratório. **Revista de Administração e Contabilidade da UNISINUS - BASE**, São Leopoldo, v. 3, n. 3, p. 275-284, set./dez. 2006.

CARVALHO, Ana Cristina Ghedini *et al.* Planejamento tributário na micro e pequena empresa: o papel do contador. **Diálogos em Contabilidade: Teoria e Prática**, v. 3, n. 1, 2015. Disponível em: <http://periodicos.unifacef.com.br/index.php/dialogoscont/article/view/1250>. Acesso em: 04 dez. 2018.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo, dando asas ao espírito empreendedor**. São Paulo, Editora Saraiva 2008.

COSTA E SILVA, Fabiane da; MANCEBO, Rafael Cuba; MARIANO, Sandra Regina de Holanda. Educação empreendedora como método: o caso do *minor* em empreendedorismo e inovação da UFF. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, [s.l.], v. 6, n. 1, p. 196-216, jan./abr. 2017. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/44786/educacao->

empreendedora-como-metodo--o-caso-do-minor-em-empreendedorismo-e-inovacao-da-uff/i/pt-br. Acesso em: 15 jul. 2018.

CRESTANI, Jéssica dos Santos. Perfil Empreendedor dos alunos do curso de ciências contábeis da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. *In*: CONGRESSO DE CONTABILIDADE DA UFRGS, 1., Porto Alegre, 2016. **Anais...** Porto Alegre: UFRGS, 2016. Disponível em: [https://www.ufrgs.br/ppgcont/arquivos/Inicia%C3%A7%C3%A3o%20Cient%C3%ADfica%20\(IC\)/PERFIL%20EMPREENDEDOR%20DOS%20ALUNOS%20D O%20CURSO%20DE%20CI%C3%84NCIAS%20CONT%C3%81BEIS.pdf](https://www.ufrgs.br/ppgcont/arquivos/Inicia%C3%A7%C3%A3o%20Cient%C3%ADfica%20(IC)/PERFIL%20EMPREENDEDOR%20DOS%20ALUNOS%20D O%20CURSO%20DE%20CI%C3%84NCIAS%20CONT%C3%81BEIS.pdf). Acesso em: 18 jun. 2018.

CRESWELL, Jonh. **Projeto de pesquisa: método qualitativo, quantitativo e misto**. São Paulo: SAGE, 2010.

DOANE, David; SEWARD, Lori. **Estatística aplicada à administração e à economia**. São Paulo: McGraw-Hill, 2008.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo corporativo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Campus Ltda, 2001.

ECHEVERRIA, J. O profissional da contabilidade e o mercado de trabalho. **Revista do Conselho Federal de Contabilidade**, Brasília, v. 29, n, 122, p. 87-91. mar./abr. 2000.

ENDEAVOR BRASIL; SEBRAE. **Empreendedorismo nas universidades brasileiras 2014 - resultados quantitativos**. Porto Alegre: Endeavor Brasil; SEBRAE, 2014

FREIRE; Amanda de Albuquerque Queiroga; LUCENA, Rodrigo Gonçalves. Empreendedorismo, Inovação e Marketing: uma análise no Qoma Food Trailer. *In*: SEMEAD SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO, 19., São Paulo, nov. 2016 **Anais...** São Paulo, 2016.

GERBER, Michael E. **Empreender fazendo a diferença**. São Paulo: Fundamento Nacional, 2004.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisas**. São Paulo: Atlas S.A., 1993.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR - GEM. **Empreendedorismo no Brasil - relatório executivo**. Paraná: IBPQ/SEBRAE, 2017.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil -**

relatório executivo. Paraná: IBPQ/SEBRAE, 2015.

GREATTI, Ligia; SENHORINI, Vilmar Meurer. Empreendedorismo: uma visão comportamentalista. *In: EGEPE*, 1., Maringá, out. 2000. **Anais...** Maringá, 2000. p.22-34. Disponível em: <http://www.anegepe.org.br/edicoesanteriores/maringa/EMP2000-01.pdf>. Acesso em: 10 jun. 2016.

HENRIQUE, Daniel Cristian; CUNHA, Sieglinde Kindl. Práticas didático-pedagógicas no ensino de empreendedorismo em cursos de graduação e pós-graduação nacionais e internacionais. **Revista de Administração Mackenzie - RAM**, v. 9, n. 5, p. 112-136, 2008. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ram/v9n5/a06v9n5.pdf>. Acesso em: 09 out. 2016.

LEAL, Edvalda Araujo; SOARES, Mara Alves; SOUSA, Edileusa Godói. Perspectivas dos formandos do curso de ciências contábeis e as exigências do mercado de trabalho. **Revista Contemporânea de Contabilidade**, Florianópolis, v. 1, n. 10, p. 147-159, jul./dez. 2008. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/contabilidade/article/view/2175-8069.2008v5n10p147/11126>. Acesso em: 08 jun. 2016.

MACÊDO, Fernanda Maria Felício; ICHIKAWA, Elisa Yoshie; BOAVA, Diego Luiz Teixeira. O esquema típico-ideal na pesquisa do empreendedorismo. **Pesquisa e Debate**, São Paulo, v. 23, n. 42, p. 181-201, jul./dez. 2012. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/rpe/article/view/13120/9644>. Acesso em: 08 jun. 2016.

MACHADO, Vinicius Sucupira de Alencar; CASA NOVA. Silva Pereira de Castro. Análise comparativa entre os conhecimentos desenvolvidos no curso de graduação em contabilidade e o perfil do contador exigido pelo mercado de trabalho: uma pesquisa de campo sobre educação contábil. **Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade - REPEC**, [s.l.], v. 2, n. 1, p. 1-23, jan./abr. 2008. Disponível em: <http://www.repec.org.br/repec/article/view/19/21>. Acesso em: 14 jun. 2016.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisa, amostragem e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

MATIAS, Márcia Athayde; MARTINS, Gilberto de Andrade. Educação empreendedora em contabilidade. **Revista Brasileira de Contabilidade**, [s.l.], n. 193, p. 40-53, ago. 2012. Disponível em: <http://rbc.cfc.org.br/index.php/rbc/article/view/975/694>. Acesso em: junho de 2018.

MELHADO, João Pedro; MILLER, Amisha. **Empreendedorismo nas universidades brasileiras 2012**. Porto Alegre: Endeavor Brasil, 2012.

MUHLBOCK, Monika. Desperate entrepreneurs: no opportunities, no skills. **International Entrepreneurship and Management Journal**, [s.l.], v. 14, n. 4, p.

975-997, 2018. Disponível em: link.springer.com/article/10.1007/s11365-017-0472-5. Acesso em: 05 dez. 2018.

OKOYE, Emmanuel Ikechukwu. Accounting education for sustainable entrepreneurship. *In*: NKAMNEBE, Anayo D.; NWANKWO, Frank (eds.). **Capacity building in management and entrepreneurship for sustainable development**. [s.l.]: Rex Charles & Patrick Ltd, 2010.

OLIVEIRA; Anna Gabriela Miranda de; MELO, Marlene Catarina de Oliveira Lopes; MUYLDER, Cristiana Fernandes de. Educação empreendedora: o desenvolvimento do empreendedorismo e inovação social em instituições de ensino superior. **Revista Administração em Diálogo - RAD**, v. 18, n. 1, p. 29-56, jan./abr. 2016.

OLOKUNDUN, Maxwell *et al.* The effect of nontraditional teaching methods in entrepreneurship education on students' entrepreneurial interest and business startups: a data article. **Data in Brief**, [s.l.], v. 19, p. 16 – 20, 2018. Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5992968/>. Acesso em: 04 dez. 2018.

PARREIRA, Pedro Miguel *et al.* Representações sociais do empreendedorismo: o papel da formação na aquisição de competências empreendedoras. **Revista Ibero-Americana de Saúde e Envelhecimento - RIASE**, [s.l.], 1, n. 3, p. 266-285, 2015. Disponível em: http://www.revistas.uevora.pt/index.php/saude_envelhecimento/article/view/71. Acesso em: 18 jul. 2016.

REYAD, Sameh.; BADAWI, Sherine.; HAMDAN, Allam. Entrepreneurship and accounting student's career in the Arab region: conceptual perspective. **The Journal of Developing Areas**, Tennessee, v. 52, n. 4, p. 283-288, 2018. Disponível em: <https://muse.jhu.edu/article/678202>. Acesso em: 15 dez. 2018.

SAES, Danilo Xavier; PITA, Fábio Henrique Soares. Empreendedorismo no Ensino Superior: Uma Abordagem Teórica. **Maringá Management: Revista de Ciências Empresariais**, Maringá, v. 4, n. 2, p. 33-41, jul./dez. 2007. Disponível em: <http://www.maringamanagement.com.br/novo/index.php/ojs/article/view/84/47>. Acesso em: 08 out. 2016.

SANTOS, Fernando de Almeida; VEIGA, Windsor Espenser. **Contabilidade com ênfase em micro, pequenas e médias empresas**. São Paulo: Atlas, 2011.

SEBRAE; ENDEAVOR BRASIL. **Empreendedorismo nas universidades brasileiras 2016**. Porto Alegre: SEBRAE; Endeavor Brasil, 2016.

SILVA, Edná; MENEZES, Estera. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. 3. ed. Florianópolis: Laboratório de Ensino a Distância da UFSC, 2001.

SILVEIRA, Amelia; SILVENTE, Giseli Alves; FERREIRA, Clébia Ciupak. Intenção empreendedora: fatores e abordagens atuais (janeiro de 2013 a janeiro de 2016). *In: SEMEAD SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO*, 19., São Paulo, nov. 2016. **Anais...** São Paulo, 2016. Disponível em: <http://login.semead.com.br/19semead/arquivos/836.pdf>. Acesso em: 18 jul. 2018.

SOUZA *et al.* O comportamento empreendedor dos contabilistas: um estudo exploratório. *In: SEGeT – SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA*, 10., Resende, out. 2013. **Anais...** Resende, 2013. Disponível em: <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos13/31018684.pdf>. Acesso em: 20 jul. 2016.

TRIOLA, Mario. **Introdução à estatística**. 9. ed. Rio de Janeiro: LCT, 2005.