

Fatores de Influência no Interesse Empreendedor: Uma Análise junto a Estudantes da Área de Gestão

Área Temática: Ensino de Administração

AUTORES

FRANCISCO JOSÉ DA COSTA

Universidade Estadual do Ceará

franze@franzecosta.com

DAVI MONTEFUSCO DE OLIVEIRA

Universidade Estadual do Ceará

davi_montefusco@yahoo.com.br

Resumo

O propósito desta pesquisa foi analisar o interesse empreendedor de estudantes de cursos da área de gestão (Administração, Turismo e Contabilidade). Foi procedida uma revisão de literatura, a partir da qual quatro hipóteses sobre os condicionantes do interesse empreendedor foram enunciadas. Foi desenvolvido um estudo de campo, com dados coletados junto a 491 estudantes de Instituições de Ensino Superior de Fortaleza, no Ceará. Os dados foram avaliados por meio de Análise Descritiva e das técnicas Análise de Variância e de Regressão. Verificou-se especialmente que: (1) os estudantes pesquisados, em geral, apresentaram-se com uma predisposição de nível intermediário para empreender; (2) o interesse empreendedor destes estudantes é consistentemente influenciado pela vocação empreendedora percebida na área, pelo suporte social (de amigos e de familiares), pela posse de empresa na família, e pela percepção de domínio das habilidades empreendedoras (operacionais e estratégicas). Os resultados foram limitados pela amostragem não-probabilística, mas trazem indicações para a melhoria das ações de incentivo ao empreendedorismo realizadas para estudantes de cursos da área de gestão.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Interesse Empreendedor; Estudantes de Gestão.

Abstract

The purpose of this research was to analyze the entrepreneurial interest of students from courses of the management area (Administration, Tourism and Accounting). It was proceeded a literature review, from which four hypotheses about the influences of the entrepreneurial interest were announced. It was developed a field study, with data collected from the 491 students of Higher Education Institutions, from Fortaleza, Ceará. The data were analyzed by using the statistical techniques of Descriptive Analysis, Analysis of Variance and Multiple Regression Analysis. It was found that: (1) students, in general, have an intermediary predisposition to engage in entrepreneurial activities; (2) the entrepreneurial interest is influenced by the perceived entrepreneurial vocation of the area, the support of friends and family, the possession of a firm (own or in the family), and the perceived domain of entrepreneurial skills (strategic and operational). The results were limited by non-probabilistic sampling, but bring indications for the improvement of the actions developed to encourage entrepreneurial interest of management students.

Key-words: Entrepreneurship; Entrepreneurial Interest; Management Students.

1. Introdução

A formação profissional nos cursos superiores das mais diversas áreas teve, nos últimos 15 anos, fortes modificações, por influência, entre outros motivos, da alternativa do empreendedorismo para os futuros profissionais. Vários cursos das áreas de Ciências Sociais Aplicadas (como Administração, Contabilidade e Turismo) e das áreas de Tecnologia da Informação (como Ciência da Computação, Sistemas de Informação e Engenharia de Software), passaram a contar com uma disciplina diretamente associada ao empreendedorismo, e com orientação para a construção dos requisitos necessários à iniciativa de abertura de novos negócios (ainda que a expressão empreendedorismo tenha o extenso uso referindo-se a uma postura gerencial e profissional inovadora e visionária [FILION, 2004], aqui a palavra refere-se à abertura de um (novo) negócio).

O modelo de formação com ênfase no empreendedorismo pareceu uma interessante opção para os cursos, uma vez que possibilitaria aliar o conhecimento teórico adquirido nos cursos com a exploração de oportunidades de mercado, formando um profissional orientado para além da cultura do emprego (CHIAVENATO, 2006).

A crença central é de que a orientação dada ao empreendedorismo pelas instituições tem um potencial (teórico) de orientar os profissionais para empreender, na medida em que viabilizam a vivência das experiências necessárias aos futuros empresários. Por outro lado, os estudos exploratórios realizados para esta pesquisa não indicaram os resultados efetivos desta orientação e destas ações.

Acredita-se que as ações destas instituições tenham um impacto principalmente na construção de habilidades empreendedoras, tanto de natureza estratégica (como visão de novos negócios, captação de oportunidades, etc), quanto operacionais (para o gerenciamento do dia-a-dia do negócio). Por outro lado, aqui parte-se do pressuposto de que o atendimento aos requisitos de habilidades, a despeito de sua relevância para o sucesso dos negócios, tem potencial limitado na construção do interesse em empreender de futuros profissionais. Aspectos como o ambiente nacional (BEGLEY; TAN, 2001), as relações sociais (GREVE; SALAFF, 2001), e o condicionamento familiar (MILLER, 2000), dentre outros, são exemplos de condicionamentos que as instituições de formação têm um limitado poder de influência.

Considerando estas possibilidades, definiram-se como tópicos de análise neste estudo a ‘orientação percebida’ da área de formação para o empreendedorismo, os condicionantes sociais de ‘suporte’ (de família e de amigos), e o ‘domínio’ dos requisitos empreendedores. Nestes termos, foi definido como problema central desta pesquisa o seguinte: como estes fatores (orientação, suporte e domínio) influenciam o interesse empreendedor de estudantes de cursos de formação superior?

Dada a dificuldade de abranger as diversas áreas de formação existentes, este trabalho manteve foco em estudantes de cursos da área de Administração, Contabilidade e Turismo. A seleção destes três cursos deveu-se à convergência que estes apresentam quanto ao desenvolvimento das atividades de gestão em nível organizacional. Para as análises seguintes, estes três cursos serão entendidos como compondo a área de gestão.

A principal justificativa para esta escolha decorre do fato destes cursos serem, em uma análise *a priori*, bastante orientados para o empreendedorismo, especialmente em função do potencial que as habilidades técnicas desenvolvidas nestes oferecem. Adicionalmente, a maioria dos cursos desta área incorporou, em suas grades curriculares, disciplinas específicas de empreendedorismo.

O objetivo geral da pesquisa foi o de analisar, no contexto de cursos da área de gestão, os fatores de influência no interesse empreendedor dos estudantes. Os objetivos específicos foram: compreender a forma de influência específica de cada um dos fatores selecionados sobre o interesse empreendedor dos estudantes; e avaliar as variações destes fatores considerando cada curso e as demais variáveis sócio-econômicas dos estudantes.

O trabalho insere-se no contexto das pesquisas que analisam o interesse empreendedor de futuros profissionais (cf item 2.2), um tema que encontra referências e desafios tanto internacionalmente (BAUGHN *et al.* 2006; BHANDARI, 2006), quanto em nível de Brasil (PEREZ; PIRES, 2004; ANTONELLO; DUTRA, 2005). A contribuição central deste estudo, especialmente em relação aos demais já desenvolvidos no Brasil, está em analisar um grupo dos fatores de impacto sobre o interesse empreendedor de maneira conjunta, a partir da suposição e teste estatístico de hipóteses.

O restante do trabalho foi dividido em quatro partes: o próximo item traz a revisão da literatura contextualizada; em seguida, apresentam-se as decisões e os procedimentos metodológicos adotados no trabalho de campo; após isso, têm-se os resultados e as análises dos dados coletados em campo; e, por último, são tecidas as considerações finais do estudo, com a discussão dos resultados, e algumas limitações e recomendações para futuras pesquisas.

2. Revisão teórica

Para apresentação da revisão da literatura, optou-se pela divisão em três partes: primeiramente, apresentam-se considerações sobre os fundamentos do empreendedorismo; em seguida, são explorados os tópicos específicos do estudo; e, por fim, traz-se o desenvolvimento das hipóteses.

2.1. Fundamentos do empreendedorismo

A atividade empreendedora pode ser entendida como a capacidade do ser humano em moldar as condições ambientais em seu favor, através de um processo visionário de criação da realidade. Segundo Murphy, Liao e Welsch (2006), o incremento da atividade empreendedora é um dos responsáveis pelo aumento de renda per capita no ocidente, especialmente a partir do século 19. Conforme Murphy, Liao e Welsch (2006), o empreendedorismo está associado a diversos fenômenos relacionados ao desenvolvimento do comércio internacional, curvas de demanda, competição como mecanismo de inovação e oportunidades de construção.

A delimitação do campo de estudo do empreendedorismo pode ser atribuída ao trabalho seminal de Schumpeter (1934). Em seu texto, o autor faz uma distinção entre proprietário e empresário, sendo este último associado à idéia de empreendedor, ou seja, a pessoa que inicia um novo negócio. Schumpeter (1934) trabalha com o conceito de destruição criativa, na qual novas práticas substituem outras, que se tornam obsoletas. A partir deste entendimento, o autor aponta algumas formas de inovação, como o desenvolvimento de novos produtos, novas formas de organização da produção, além de inovações tanto na comercialização como na distribuição.

Sob esta perspectiva, o empreendedorismo se daria a partir de alterações no mercado, através das oportunidades de inovação geradas pelas disfunções do sistema produtivo. A perspectiva de Schumpeter constitui o que ficou reconhecido como a corrente economicista

do pensamento empreendedor (SOUZA; GUIMARÃES, 2005).

Todavia, diversos outros autores voltaram-se para a análise da relação entre as características pessoais e a atividade empreendedora, o que convencionalmente ficou entendido como a corrente comportamental. O pressuposto desta corrente é de que as pessoas buscam sua realização pessoal, e que têm, na iniciativa empreendedora, um caminho para este objetivo (SOUZA; GUIMARÃES, 2005).

As duas perspectivas (economicista e comportamental) estão centradas na personificação do empreendedor, podendo ser entendidas em um modelo comum pelo sentido da complementaridade, pois, cabe ao empreendedor, condicionado por características específicas (base comportamental), buscar a identificação de oportunidades de mercado e propor ofertas inovadoras para aproveitar estas oportunidades (base economicista).

Apesar da forte referência nestas duas correntes, estudos mais recentes acerca do empreendedorismo têm sua atenção dirigida ao contexto social, como a influência de agentes sociais próximos ao empreendedor (como amigos e família), ao aspecto ambiental (como as normas nacionais), além do contexto geral de convivência cotidiana do empreendedor (ambiente profissional, área de formação, etc).

Pode-se entender que estas perspectivas convergem no objetivo de compreender mais adequadamente o processo empreendedor, como forma de identificação e de compreensão dos fatores de influência no interesse empreendedor e na atividade empreendedora em si.

2.2. Tópicos da pesquisa

A iniciativa empreendedora tem sido objeto de intenso debate, tanto no contexto acadêmico como no delineamento de políticas públicas. Para qualquer um dos contextos, um dos desafios centrais é compreender as motivações básicas para o interesse das pessoas na atividade empreendedora.

Em um primeiro nível, o interesse empreendedor pode ser explicado pela vertente comportamental do empreendedorismo, que enfatiza a motivação pela busca de auto-realização. Também se pode compreender a motivação por necessidade, fato que ocorre em especial para o contexto dos países em desenvolvimento. O primeiro motivo consiste na externalização do se ‘eu’ interior, enquanto que o segundo é mais uma alternativa na busca por uma colocação profissional (DOLABELA, 1999).

Filion (1999, 2001) defende que as profissões no futuro terão uma maior inclinação empreendedora, o que direciona a concepção de diferentes tipos de empreendedorismo. Assim, podem-se citar como exemplos das diferentes possibilidades: aqueles que empreendem quando montam a sua própria empresa (empresarial); os que empreendem nas empresas em que são empregados (intra-empreendedorismo); e, mais recentemente, destacam-se os empreendedores sociais, os empreendedores ambientais e os empreendedores institucionais (que atuam nas relações entre empresas).

Para o atendimento dos objetivos deste artigo é necessária a análise dos fatores de influência sobre o interesse empreendedor. No trabalho de Baughn *et al* (2006), foram analisados os seguintes fatores (cf. item 2.3): influência do contexto (o qual os autores operacionalizaram como vocação dos países ao empreendedorismo); capital social; e domínio das habilidades empreendedoras. Estes fatores serviram de base para as análises aqui desenvolvidas, conforme será exposto a seguir.

Quanto à influência do contexto, levando-se em conta as diferentes áreas de formação de estudantes de ensino superior (e não o contexto nacional, como fizeram Baughn *et al* [2006]), o entendimento vigente é de que o empreendedorismo constitui-se em uma lógica transversal a diferentes áreas de conhecimento. A experiência e os contatos exploratórios dão indicações de que algumas áreas apresentam maior vocação para o desenvolvimento da

atividade empreendedora, como a área de negócios e da área tecnológica, ao passo que outras são mais orientadas ao emprego (como as licenciaturas, por exemplo).

Segundo Araújo *et al.* (2005), as universidades, tanto no Brasil como no exterior, têm passado por uma ‘segunda evolução’, a partir da adoção da busca de desenvolvimento social e econômico como parte de seus objetivos. Assim, segundo os autores, além da transição para a incorporação da pesquisa na prática de ensino (primeira evolução), surge uma nova função chamada ‘universidade empreendedora’, o que implica em uma integração do ensino e da pesquisa com o desenvolvimento econômico e social, o que seria viável a partir da disseminação da cultura empreendedora.

Os autores (ARAÚJO *et al.*, 2005), a partir dos dados de uma pesquisa com instituições canadenses de ensino superior, identificaram uma concentração do ensino empreendedor em poucas áreas (mais da metade das disciplinas de empreendedorismo estão em cursos da área de gestão, e em menor escala vêm os cursos da área de engenharia). Os autores não trazem dados nacionais, mas é possível crer que a realidade brasileira seja parecida. Acredita-se que a justificativa para esta realidade seja o fato destas áreas (gestão e engenharia) serem mais vocacionadas ao empreendedorismo do que as demais.

Quanto ao capital social, este foi entendido como o suporte de pessoas mais próximas do potencial empreendedor, ou seja, família e amigos. Pela revisão da literatura, chegou-se a conclusão de que a atividade empreendedora sofre efetivamente os condicionamentos das relações sociais existentes (GREVE; SALAFF, 2001; MILLER, 2000). Para Filion (1993, p. 59), este sistema de relações é fundamental para a atividade empreendedora, uma vez que,

[...] os empreendedores são originalmente produtos dos sistemas de relações da família, que depois desenvolvem uma rede de relacionamentos empresariais, de modo que as pessoas nela envolvidas se tornam produtos sociais de que o empreendedor precisa, à medida que venham realizar sua visão.

No que diz respeito ao domínio dos requisitos empreendedores, a literatura pesquisada já parece partir do entendimento de que, para empreender, é necessário, antes de tudo, dominar algumas habilidades específicas (DOLABELA, 1999; DORNELAS, 2005; CHIAVENATO, 2006; BARON; SHANE, 2007). A sugestão geral dada por diversos autores que se propõem a analisar o empreendedorismo e desenvolver ações empreendedoras é a de que, além de uma idéia bem concebida, os empreendedores necessitam ter domínio de habilidades como gerenciar fontes de financiamento e parcerias diversas; promover gerenciamento das atividades cotidianas do negócio; ter disciplina e organização pessoal, entre outros.

2.3. Desenvolvimento das hipóteses

Os tópicos acima apresentados têm, como um pressuposto geral, potenciais influências sobre o interesse em empreender. Por outro lado, qualquer fator de influência provavelmente sofrerá influências de contexto, ou seja, um dado fator pode ter influência ou não no interesse empreendedor de acordo com o contexto específico de análise. Para este estudo, o contexto definido foi o de formação profissional, mais especificamente da formação de profissionais em cursos de Administração.

A análise dos fatores de influência no interesse empreendedor de estudantes tem sido objeto de estudos nacionais e internacionais. Em nível nacional, considerou-se relevante os trabalhos de Perez e Pires (2004), e Cunha e Steiner Neto (2005). Perez e Pires (2004) desenvolveram um estudo conjunto envolvendo estudantes de escolas de Administração e Engenharia. Dentre os principais achados destes autores identificaram uma elevada importância percebida pelos estudantes no tema empreendedorismo.

Já Cunha e Steiner Neto (2005) analisaram estudantes de cursos de Administração e de

Contabilidade, e identificaram que um direcionamento de foco ao empreendedorismo, a partir de disciplinas específicas, ou da exploração de vivências empreendedoras com os estudantes, são fatores que influenciam efetivamente a disposição empreendedora dos estudantes.

Em nível internacional, destacaram-se os trabalhos de Bhandari (2006), e Baughn *et al.* (2006). O estudo de Bhandari (2006) partiu da suposição de que os fatores que motivam estudantes a empreender são os mais diversos, incluindo aspectos sócio-econômicos e demográficos, além de aspectos associados à escola ou a área de formação. Em um estudo com 100 estudantes de uma universidade da Índia, o autor demonstrou que o interesse de estudantes em empreender (começar um novo negócio) é estatisticamente relacionado com um conjunto de seis fatores: desejo de liderança, desejo de ser o próprio patrônio, interesse em inovação, determinação, interesse em desafios, educação em negócios, e o ano do curso.

Já Baughn *et al.* (2006) desenvolveram um estudo para avaliar o interesse empreendedor de estudantes de negócios de três diferentes países: China, Vietnam, e Filipinas. No trabalho, os autores avaliaram um conjunto de hipóteses associadas aos fatores de influência no interesse dos estudantes em desenvolver atividades associadas ao empreendedorismo, e em seguida testaram estas hipóteses junto a aproximadamente 800 estudantes, distribuídos nos três países.

Para este artigo, considerou-se conveniente que se partisse da proposição desenvolvida por estes autores (BAUGHN *et al.*, 2006), e que se desenvolvesse o aprimoramento e as devidas adaptações para o contexto brasileiro, e especificamente para os condicionantes do novo contexto de análise. Especificamente com relação às hipóteses, Baughn *et al.* (2006) desenvolveram cinco hipóteses que anunciam relações de influência para o interesse empreendedor. Estas hipóteses foram avaliadas no seu contexto específico do trabalho original, e foram adaptadas ao contexto e aos objetivos deste artigo. Os detalhes foram os seguintes:

- Primeiramente, Baughn *et al.* (2006) desenvolveram a hipótese de que o interesse empreendedor é condicionado pela vocação e pela cultura nacional de incentivo e apoio ao empreendedorismo. Os autores partiram de constatações anteriores de que a aceitação, a admiração ou mesmo o incentivo direto promovidos pelos países, são condicionantes do interesse que as pessoas desenvolvem em empreender. Acredita-se, por outro lado, que tal observação é cabível à análise de diferentes áreas de formação profissional. Como foi comentado acima, no contexto geral da formação superior no Brasil, pode-se supor que os cursos apresentem diferentes posicionamentos em relação ao empreendedorismo, sendo alguns mais vocacionados do que outros. Assim, tomando esta evidência proveniente da análise exploratória, optou-se por adaptar a hipótese do estudo, relacionando não mais a norma nacional, mas a norma do curso. A hipótese definida foi a seguinte:

H1. O interesse empreendedor está positivamente relacionado com a vocação percebida ao empreendedorismo da área de formação;

- Baughn *et al.* (2006) também analisaram influência do capital social, este entendido como o suporte de familiares e amigos. A hipótese desenvolvida pelos autores foi utilizada aqui sem adaptações, e foi avaliada com o seguinte enunciado:

H2. O interesse empreendedor está positivamente relacionado com o suporte providenciado por familiares e amigos;

- Os autores também desenvolveram uma hipótese diretamente relacionada com a hipótese anterior, que associava o interesse empreendedor à atividade empreendedora de algum membro da família. Para este trabalho, considerou-se relevante avaliar não apenas as condições do membro da família, mas também do próprio estudante. Assim, a hipótese definida nesse caso, foi a seguinte:

H3. O interesse empreendedor é positivamente influenciado pela propriedade de empresa pelo estudante ou por seus familiares;

- A quarta hipótese desenvolvida por Baughn *et al.* (2006) também associou a família com o empreendedorismo, e avaliou a relação entre o interesse empreendedor e a percepção de que empreender implicaria nas obrigações familiares. Entendeu-se aqui que tal avaliação é compatível com a análise da atitude dos diferentes países em relação à instituição família e às obrigações decorrentes, mas tal atitude não é cabível na análise das áreas de formação de um mesmo país. Assim, especificamente em relação a esta hipótese, entendeu-se que sua aplicação ao contexto de formação, ainda que fosse possível, não era adequada;
- A quinta hipótese de Baughn *et al.* (2006) relacionava o interesse empreendedor com a auto-evaluações dos respondentes relacionadas ao domínio das habilidades necessárias para o desenvolvimento de ações empreendedoras. Esta hipótese foi mantida para este estudo, e está anunciada da seguinte forma:
H4. O interesse empreendedor está positivamente relacionado à percepção de domínio individual das habilidades necessárias para empreender eficientemente.

A partir destas hipóteses, desenvolveu-se um estudo empírico para validação por meio de técnicas estatísticas adequadas. Os procedimentos e decisões estão expostos a seguir.

3. Metodologia

O trabalho foi desenvolvido em três etapas: procedimentos exploratórios; definição do instrumento aliado à coleta de dados; e trabalho empírico. Os procedimentos exploratórios foram desenvolvidos em duas fases: a primeira constou da pesquisa bibliográfica desenvolvida e o desenvolvimento das hipóteses, conforme exposto no item 2; já a segunda consistiu nos procedimentos exploratórios gerais, que foram relacionados à avaliação de trabalhos semelhantes, análise de escalas utilizadas e consulta a especialistas para fechamento dos construtos da pesquisa.

Como forma de acessar as informações empíricas, foi selecionado como instrumento, o questionário. Na definição da sua estrutura, foi decidido que este seria dividido em três blocos de questões: o primeiro contendo as variáveis de identificação mais relacionadas ao contexto de análise e intenções futuras; o segundo envolvendo as questões associadas aos construtos de referência do estudo; e o terceiro contemplando a identificação dos respondentes, com questões sobre dados demográficos e sócio-econômicos.

Especificamente sobre as escalas dos construtos, todas as variáveis foram extraídas de Baughn *et al.* (2006), com algumas adaptações, conforme descrito a seguir: (1) para o construto interesse empreendedor (interesse), os cinco itens da escala original, que estavam enunciados como interrogações foram traduzidos e adaptados para afirmações; (2) para o construto vocação da área (vocação), os itens foram traduzidos e adaptados, tendo em vista a mudança do contexto de vocação do país para vocação da área de formação; (3) para o construto suporte de familiares e amigos (suporte), os seis itens foram traduzidos e não sofreram adaptações; (4) para o construto domínio das habilidades empreendedoras (domínio), os 16 itens foram traduzidos e, em seguida, reavaliados, tendo-se decidido pela exclusão de um item que remetia a uma avaliação geral do domínio das habilidades; (5) na análise da propriedade de empresa (propriedade), mensurada em um único item, o enunciado foi adaptado para contemplar a possibilidade do próprio respondente possuir uma empresa (na escala original, questionava-se somente sobre pais ou irmãos).

A apresentação dos itens no questionário para mensuração dos quatro primeiros construtos foi feita na forma de afirmação, com averiguação do grau de concordância por meio de uma escala de Likert de 5 pontos. O quinto construto (propriedade) foi mensurado por meio de uma variável *dummy*, com 0 indicando a não propriedade de empresas, e 1 indicando a propriedade. Após a consolidação do instrumento, este foi submetido a um pré-

teste junto a uma amostra de 10 respondentes. Feitos os devidos ajustes, o questionário foi aplicado. Nesta etapa, foram delineadas as configurações apresentadas a seguir:

- Universo da Pesquisa: foi constituído por alunos dos cursos das áreas de gestão (Administração, Contabilidade e Turismo) em funcionamento na cidade Fortaleza (Ceará). O tamanho exato deste universo não pôde ser definido;
- Amostra: dado o objetivo da pesquisa de avaliar, preliminarmente, as hipóteses desenvolvidas, selecionou-se uma amostra de 491 respondentes, de cinco diferentes instituições acadêmicas, duas de natureza pública e três de natureza privada;
- Método de Coleta: a coleta de dados foi procedida diretamente pelos próprios pesquisadores, a partir do apoio das coordenações de cursos e de alguns professores que viabilizaram a aplicação.

Os procedimentos estatísticos para os dados coletados no trabalho de campo foram de três tipos: descrição da amostra; análise univariada dos construtos da pesquisa; e análise multivariada, com a avaliação das hipóteses definidas. Todos os procedimentos foram desenvolvidos com o apoio do software SPSS, versão 13.

A descrição da amostra se deu pela apresentação das freqüências das respostas de cada uma das variáveis sobre o curso, sobre as intenções futuras e também em relação às variáveis demográficas e sócio-econômicas. Já na análise univariada, inicialmente foram extraídas as médias e os desvios-padrão de cada uma das variáveis independentemente.

O conjunto de variáveis também foi submetido, preliminarmente, a uma Análise Fatorial Exploratória, técnica que, segundo informam Hair *et al.* (2005, p. 91), consiste em uma “classe de métodos multivariados cujo propósito principal é definir a estrutura subjacente em uma matriz de dados”. A partir desta técnica, foi possível verificar se os itens utilizados no questionário estavam consistentemente associados aos construtos definidos. Após os procedimentos, para cada um dos construtos foi extraído o *Alpha* de Cronbach, para melhor avaliar a confiabilidade da mensuração dos construtos definidos (MALHOTRA, 1999).

Após estes procedimentos, e confirmada a estrutura dos itens na composição dos construtos, foi extraída uma medida geral por construto, com a agregação dos escores pela média das entradas dos itens componentes de cada construto, com exceção do construto ‘propriedade’ (o procedimento de composição das variáveis de cada construto foi realizado conforme as recomendações de Bagozzi e Edwards [1998]).

De posse dos resultados, optou-se por avaliar os construtos considerando as diferentes alternativas de resposta de algumas das variáveis categóricas do estudo, como forma de identificar e discutir possíveis diferenças. Tal procedimento foi viabilizado pela técnica estatística denominada de Análise de Variância – ANOVA (MALHOTRA, 1999).

Adicionalmente, considerando-se que as hipóteses supõem relacionamentos entre construtos, decidiu-se avaliar estes relacionamentos por meio da ferramenta Análise de Regressão Múltipla, que viabiliza a avaliação da consistência da relação de influência entre duas ou mais variáveis independentes e uma variável dependente (MALHOTRA, 1999). Assim, as quatro hipóteses foram testadas tomando-se como variável dependente o construto (agregado) ‘interesse’, e como variáveis independentes os construtos (agregados) ‘suporte’, ‘domínio’, ‘normas’ e ‘propriedade’.

4. Análise de dados

A análise dos dados da pesquisa está definida em três momentos: descrição da amostra, análise das variáveis e dos construtos da pesquisa, e análise de regressão.

4.1. Descrição da amostra

A amostra foi constituída por alunos dos três diferentes cursos selecionados, sendo 36,0% do curso de Administração, 33,6% de Contabilidade, e 30,3% de Turismo. Nesta composição houve uma preferência por alunos da segunda metade do curso (75,9%), pois se acredita que estes tenham uma melhor condição para a avaliação dos quesitos de pesquisa, devido à maior experiência com o curso.

Com relação à natureza da instituição de ensino, a composição se mostrou predominantemente (67,4%) voltada para alunos de instituições privadas. Quanto a esta variável, cabe ressaltar que este resultado é influenciado pelo fato de os respondentes do curso de Turismo serem todos de instituições privadas.

A variável que inquiria acerca da propriedade de empresa por parte do respondente ou de seus familiares, apresentou uma porcentagem considerável para o caso afirmativo (com 34,6% da amostra). Em relação à condição de trabalho, a maioria (67,5%) dos estudantes encontra-se trabalhando (43,6% em tempo integral e 23,9% em meio período), enquanto aproximadamente um em cada três estudantes (32,5%) informou não estar trabalhando.

Inquiridos acerca do futuro profissional, a maioria dos estudantes declarou que deseja conseguir um emprego (público ou privado), com 49,9% dos respondentes. Os que desejam trabalhar em sua própria empresa somaram 29,7%, e apenas 5,1% pretendem trabalhar em empresas da família (15,3% indicaram ‘outros’ como resposta ao item). Estes resultados demonstram que a busca de um emprego, em detrimento da atividade empreendedora, constitui-se em uma das opções preferenciais para os estudantes de cursos da área gestão.

Como forma de avaliar exploratoriamente a hipótese de associação entre empresa pessoal ou na família, e o interesse empreendedor, as variáveis ‘empresa própria ou na família’ e ‘perspectivas futuras de trabalho’ foram cruzadas. Os resultados do teste de dependência indicaram que há uma diferença significativa entre os valores esperado e observado ($\chi^2=66,618$, $p<0,001$), tendo-se identificado que os estudantes que têm empresa própria ou na família são desproporcionalmente mais interessados em trabalhar nestas, ao passo que aqueles que não possuem empresa (própria ou na família) são desproporcionalmente mais interessados em conseguir um emprego. Estes resultados fortalecem a hipótese H3 enunciada acima. Resta verificar esta influência levando-se em conta os demais fatores do estudo simultaneamente, procedimento realizado no item 4.4.

Especificamente em relação aos estudos, a maioria dos estudantes pretende fazer um curso de especialização (52,1%), seguidos dos que pretendem fazer outro curso de graduação (19,0%), e dos que têm a intenção de cursar um mestrado (16,6%). Os resultados são indicativos do interesse dos estudantes em seguir nos estudos de aprofundamento, reforçando a tendência de busca de aperfeiçoamento continuado.

Com relação à idade, a grande maioria (55,4%) tem até 24 anos (25,1% com ‘até 21 anos’ e 30,3% ‘acima de 21 até 24 anos’), 18,7% têm ‘acima de 24 até 27 anos’, 25,9% ‘acima de 27 anos’. Em relação ao gênero, 46,4% eram homens contra 53,6% de mulheres. A amostra ainda era composta de 78,8% de solteiros contra 17,1% de casados.

Com relação à renda familiar os dados apresentaram-se bem distribuídos, com 17,0% para renda ‘até R\$ 1.000,00’, 27,0% para ‘acima de R\$ 1.000,00 até R\$ 2.000,00’, 19,8% com ‘acima de R\$ 2.000,00 até R\$ 3.000,00’, e 36,2% ‘acima de R\$ 3.000,00’.

4.2. Análise das variáveis e construtos

As variáveis de cada um dos construtos foram submetidas à técnica de Análise Fatorial Exploratória – AFE, o que permitiu a comparação da proposta previamente definida com os resultados efetivamente encontrados a partir do trabalho de campo. Nos construtos ‘interesse empreendedor’, ‘suporte familiar e de amigos’, e ‘vocação percebida na área’, a estrutura

fatorial gerada manteve a expectativa previamente definida, não tendo havido a necessidade de qualquer procedimento de ajuste.

Nas variáveis associadas ao ‘domínios de habilidades empreendedoras’, a AFE fez emergir dois fatores distintos das 15 variáveis inicialmente submetidas à análise. A verificação dos sentidos das variáveis indicou que estas se agrupavam de modo a evidenciar em conjunto dois tipos específicos de habilidades, que foram então identificadas por ‘domínio de habilidades estratégicas’ e ‘domínio de habilidades operacionais’.

Considerando estes resultados, e avaliando o enunciado da hipótese H4 (o interesse empreendedor está positivamente relacionado à percepção de domínio individual das habilidades necessárias para empreender eficientemente), esta foi, então, dividida em duas:

- H4a. O interesse empreendedor está positivamente relacionado à percepção de domínio individual das habilidades estratégicas necessárias para empreender eficientemente.
- H4b. O interesse empreendedor está positivamente relacionado à percepção de domínio individual das habilidades operacionais necessárias para empreender eficientemente.

Depois de procedida a Análise Fatorial Exploratória, as variáveis foram analisadas em sua confiabilidade para representar os construtos, por meio da medida *Alpha* de Cronbach. A medida foi extraída construto a construto, tendo-se encontrado valores aceitáveis (todos acima de 0,6). Considerando os resultados da estrutura fatorial encontrada e da confiabilidade extraída, decidiu-se pela composição das variáveis para gerar uma medida geral de cada construto.

Tabela 1: Resultados das Médias dos Construtos

Construto	<i>Alpha</i>	Total		Administração		Contabilidade		Turismo	
		Média	Desvio	Média	Desvio	Média	Desvio	Média	Desvio
Interesse empreendedor ($F=4,671$, $p<0,05$)	0,815	3,50	0,94	3,44	0,90	3,40	1,00	3,70	0,89
Vocação na área ($F=10,591$, $p<0,001$)	0,601	4,19	0,64	4,29	0,62	4,00	0,65	4,27	0,63
Percepção de suporte ($F=4,593$, $p<0,05$)	0,697	3,72	0,69	3,61	0,64	3,72	0,70	3,85	0,74
Habilidades estratégicas ($F=1,605$, $p=0,202$)	0,837	3,74	0,69	3,70	0,64	3,71	0,73	3,83	0,68
Habilidades operacionais ($F=2,374$, $p=0,094$)	0,785	4,00	0,59	3,95	0,57	3,97	0,62	4,09	0,59

Fonte: Pesquisa Direta

Por este procedimento, cinco novas variáveis foram geradas. Os resultados para os valores do *Alpha*, das médias, e dos desvios-padrão estão expostos na Tabela 1, na qual se apresentam ainda os valores gerais e os valores por curso, juntamente com os dados da análise de variância. Os resultados indicaram que (dado que a escala utilizada foi de 5 pontos, adotou-se como critério de análise o seguinte médias: valores até 3 são baixos, de 3 a 4 são intermediários, e de 4 a 5 são elevados; para os desvios-padrão, os critérios foram: valores até 0,8 são baixos, de 0,8 a 1,2 são médios, e acima de 1,2 são elevados):

- Para interesse empreendedor, a média geral ficou em nível intermediário em todas as medições, havendo diferença de interesse por curso ($F=4,671$, $p<0,05$), com média mais elevada para estudantes de Turismo. Em todas as verificações, o desvio-padrão ficou em nível intermediário, indicando uma boa convergência de opiniões;
- Para vocação da área, todas as medições apontarem média elevada, havendo também aqui diferenças significativas entre os cursos ($F=10,591$, $p<0,001$), indicando que as médias de Administração e Turismo foram mais elevadas praticamente iguais, em comparação com a média de Contabilidade. Os desvios-padrão foram todos baixos, indicando uma grande

convergência de opiniões dos estudantes;

- Quanto à percepção de suporte, as médias foram todas intermediárias, e o teste da ANOVA indicou diferenças significativas entre os cursos ($F=4,593$, $p<0,05$), com uma maior média observado no curso de Turismo. Os desvios-padrão foram todos baixos, indicando uma grande convergência de opiniões dos estudantes;
- Para a percepção de domínio de habilidades estratégicas, as médias também foram intermediárias, porém aqui não houve verificação de diferença entre os cursos ($F=1,605$, $p=0,202$). Os desvios-padrão foram indicativos de uma grande convergência de opiniões;
- Para a percepção de domínio de habilidades operacionais, a média podem ser consideradas em um nível já elevado, e não houve diferenças entre os cursos ($F=2,374$, $p=0,094$). Os desvios-padrão foram indicativos de uma grande convergência de opiniões;

Pelo resultado das médias apresentadas, é possível entender que, na avaliação dos estudantes, os cursos apresentam grande vocação ao empreendedorismo, o que se comprehende pela natureza da área de gestão. Adicionalmente, percebe-se que os estudantes se sentem bastante seguros quanto às habilidades empreendedoras de nível operacional. Todavia, o interesse pessoal em empreender, o suporte de familiares e amigos, e a segurança no domínio das habilidades estratégicas, ficaram com médias em um nível considerado intermediário.

De posse destes resultados, decidiu-se proceder a averiguações considerando as diferentes categorias de algumas das variáveis não métricas do estudo. Os principais resultados estão expostos a seguir:

- Em relação à propriedade de empresa própria ou na família, houve diferença significativa em ‘interesse pessoal em empreender’ ($F=19,220$, $p<0,001$), e ‘domínio habilidades estratégicas’ ($F=3,779$, $p<0,05$). Em Administração, a diferença foi em ‘interesse pessoal em empreender’ ($F=11,468$, $p<0,005$), ‘domínio de habilidades estratégicas’ ($F=7,192$, $p<0,01$), e ‘domínio de habilidades operacionais’ ($F=4,180$, $p<0,05$). Em Turismo não houve diferenças, e em Contabilidade, a diferença foi somente em ‘interesse pessoal em empreender’ ($F=5,273$, $p<0,05$). Nos casos em que houve diferenças, as médias foram mais elevadas para o grupo que possui empresa.

Por estes resultados, têm-se maiores elementos para a confirmação da hipótese H3, anunciada acima, pois se têm a reafirmação de que há, em geral, uma influência da propriedade de empresa no interesse em empreender dos estudantes. Adicionalmente, foi possível verificar também a influência da propriedade de empresa na percepção de habilidades operacionais e estratégicas, porém tal variação depende do curso.

- Em relação à metade do curso, houve diferença significativa apenas na ‘vocação percebida na área’ ($F= 10,274$, $p<0,05$). A verificação por curso indicou diferenças para este construto somente nos cursos de Contabilidade ($F= 6,586$, $p<0,05$) e de Turismo ($F=7,327$, $p<0,01$). Nas três situações (Geral, Contabilidade e Turismo), a média foi maior para quem estava na segunda metade do curso.

No caso, os resultados são justificados, pois é compreensível a suposição, evidenciada em dois dos cursos, de que, conforme o aluno avança no curso, aumenta sua percepção de vocação empreendedora na área, com este construto tendo elevada média de resposta.

- Na análise das intenções futuras quanto ao trabalho, mostraram-se diferenças nas médias estatisticamente significativas, nas dimensões ‘interesse pessoal em empreender’ ($F=83,072$, $p<0,001$), ‘domínio de habilidades estratégicas’ ($F=15,896$, $p<0,001$), e ‘domínio de habilidades operacionais’ ($F=14,531$, $p<0,001$). Em Administração, foi verificada diferença em ‘interesse pessoal em empreender’ ($F=26,412$, $p<0,001$), ‘domínio de habilidades estratégicas’ ($F=11,560$, $p<0,001$), e ‘domínio de habilidades operacionais’ ($F=9,814$, $p<0,001$). Já em Turismo e Contabilidade, a diferença foi significativa somente em ‘interesse pessoal em empreender’ ($F=35,271$, $p<0,001$ para Turismo; $F=22,316$,

$p<0,001$ para Contabilidade). Em todas as circunstâncias, as médias foram maiores para quem pretende trabalhar em empresa própria ou abrir um novo negócio.

Por este último resultado, fica evidenciada a relação da intenção de trabalhar em empresa própria ou abrir um novo negócio com o interesse em empreender dos estudantes, e também com o domínio de habilidades empreendedoras. Entretanto, esta última relação é mais evidente nos cursos de Administração, não tendo sido verificada em Turismo e Contabilidade.

4.3. Análise de regressão

As hipóteses definidas para o estudo foram avaliadas através da técnica de Análise de Regressão Múltipla, uma vez que esta viabiliza a avaliação da influência simultânea dos fatores definidos. Assim, o construto ‘interesse pessoal em empreender’ foi colocado na condição de dependente, ao passo que ‘vocação percebida na área’, ‘percepção de suporte’, ‘domínio das habilidades’, e ‘empresa própria ou na família’ (com uma *dummy* de 0 para não-posse, e 1 para posse) foram inseridas como independentes. Na análise, usou-se o método de regressão *backward*, que promove o aprimoramento do modelo de regressão a partir da exclusão dos construtos independentes com coeficientes padronizados estatisticamente nulos.

Tabela 2: Resultados da Regressão Múltipla

Modelo	Estatística	Vocação	Suporte	Posse	Estratégicas	Operacionais
Geral	Coeficiente (β)	0,107	0,142	0,165	0,341	0,118
	Estatística t	2,695	3,456	4,337	6,541	2,289
	Signif. (p)	0,007	0,001	0,000	0,000	0,022
Administração	Coeficiente (β)	-0,067	0,056	0,137	0,387	0,193
	Estatística t	-1,051	0,863	2,156	4,441	2,314
	Signif. (p)	0,295	0,389	0,032	0,000	0,022
Contabilidade	Coeficiente (β)	0,169	0,076	0,238	0,448	0,013
	Estatística t	2,437	1,060	3,688	4,958	0,144
	Signif. (p)	0,016	0,291	0,000	0,000	0,886
Turismo	Coeficiente (β)	0,211	0,285	0,145	0,255	0,064
	Estatística t	2,849	3,595	2,009	2,654	0,634
	Signif. (p)	0,005	0,000	0,046	0,009	0,527

Fonte: Pesquisa Direta

Os valores dos modelos finais de regressão estimados encontram-se na Tabela 2. O modelo pôde ser considerado consistente ($R^2=0,320$ – Geral; $R^2=0,344$ – Administração; $R^2=0,359$ – Contabilidade; $R^2=0,333$ – Turismo), e, como é possível verificar, na avaliação geral, as cinco dimensões mostraram-se influenciadores consistentes do interesse pessoal em empreender dos estudantes (influencia verificada quando $p<0,05$). Assim, têm-se, agora, condições para a análise das hipóteses, conforme segue:

- A hipótese H1, que afirmava que ‘o interesse empreendedor está positivamente relacionado com a vocação percebida na área de formação’, foi aceita no modelo geral ($\beta=0,107$, $p<0,01$). A verificação por curso indicou confirmação nos cursos de Contabilidade ($\beta=0,169$, $p<0,05$) e de Turismo ($\beta=0,221$, $p<0,01$), porém não houve confirmação em Administração;
- A hipótese H2, que afirmava que ‘o interesse empreendedor está positivamente relacionado com o suporte providenciado por familiares e amigos’, também foi aceita no geral ($\beta=0,142$, $p<0,005$), porém na análise por curso, a confirmação foi somente em Turismo ($\beta=0,285$, $p<0,001$);

- A hipótese H3, que afirmava que ‘o interesse empreendedor é influenciado pela propriedade de empresa pelo estudante ou por seus familiares’, foi aceita no geral ($\beta=0,165$, $p<0,001$), e em todos os cursos ($\beta=0,137$, $p<0,05$ – Administração; $\beta=0,238$, $p<0,001$ – Contabilidade; $\beta=0,145$, $p<0,05$ – Turismo);
- A hipótese H4a, que afirmava que ‘o interesse empreendedor está positivamente relacionado à percepção de domínio individual das habilidades estratégicas necessárias para empreender eficientemente’, foi aceita tanto no contexto geral ($\beta=0,341$, $p<0,001$), como em todos os cursos ($\beta=0,387$, $p<0,001$ – Administração; $\beta=0,448$, $p<0,001$ – Contabilidade; $\beta=0,255$, $p<0,01$ – Turismo);
- A hipótese H4b, que afirmava que ‘o interesse empreendedor está positivamente relacionado à percepção de domínio individual das habilidades operacionais necessárias para empreender eficientemente’, foi confirmada no geral ($\beta=0,118$, $p<0,05$), porém na avaliação por curso, foi confirmada apenas para Administração ($\beta=0,193$, $p<0,05$).

A partir destes resultados, é possível concluir que, em geral, a vocação percebida na área é um fator relevante para o interesse empreendedor, mas tal influência não se verifica no curso de Administração. Ademais, a percepção de suporte de familiares e amigos é relevante para o interesse empreendedor, mas tal relevância é proveniente especificamente do curso de Turismo. Com relação à propriedade de empresa própria ou na família, esta é um forte condicionante do interesse empreendedor em gestão, independente do curso. Por fim, o domínio das habilidades estratégicas é um forte condicionante do interesse empreendedor, independente do curso, porém o domínio de habilidades operacionais tem sua influência em geral, embora tal influência seja proveniente especificamente de estudantes de Administração.

Quadro 1 – Síntese dos Resultados dos Testes Realizados

Hipótese	Fator de influência no interesse em empreender	Resultado			
		Geral	Administração	Contabilidade	Turismo
H1	Vocação percebida na área	Aceita	Não aceita	Aceita	Aceita
H2	Percepção de suporte social	Aceita	Não aceita	Não aceita	Aceita
H3	Propriedade de empresa	Aceita	Aceita	Aceita	Aceita
H4a	Habilidades estratégicas	Aceita	Aceita	Aceita	Aceita
H4b	Habilidades operacionais	Aceita	Aceita	Não aceita	Não aceita

Fonte: Dados da Pesquisa

De uma forma geral, os resultados na análise agregada confirmam todas as hipóteses da pesquisa, porém há variações dos fatores de influência no interesse empreendedor por curso. Entende-se que, apesar dos cursos terem direcionamentos muito próximos, enquanto orientados para atividades de gestão, cada um tem suas peculiaridades, o que provoca as variações observadas.

Em síntese, os resultados asseguram que a propriedade de empresa e a percepção de domínio das habilidades empreendedoras são fatores que condicionam o interesse empreendedor, independente do curso. Nos demais fatores, há variações: o domínio das habilidades operacionais é um fator de influência consistente para estudantes de Administração; a percepção de suporte social é um fator de influência consistente para estudantes de Turismo; e, por fim, a percepção de vocação empreendedora no curso influencia somente estudantes de Contabilidade e de Turismo.

5. Considerações finais

O estudo aqui desenvolvido teve a finalidade de analisar um aspecto específico da atividade empreendedora, relacionado à manifestação de interesse dos estudantes de cursos de

gestão em empreender. Analisou-se, ainda, como este interesse é influenciado pela vocação percebida na área de formação, pela percepção do suporte de amigos e familiares, pela propriedade de empresa e pela percepção de domínio de habilidades empreendedoras, possibilitando assim a compreensão de como estes fatores se manifestam e se relacionam.

De uma forma geral, os resultados indicaram que os estudantes interessam-se medianamente pela atividade empreendedora, que percebem alta vocação da área dos cursos para o empreendedorismo, que percebem um bom suporte de amigos e familiares, e, adicionalmente, que se avaliam como tendo um bom domínio das habilidades necessárias para empreender. Estes resultados são compreensíveis, especialmente devido ao potencial que os cursos da área de gestão oferecem ao empreendedorismo, a partir da possibilidade de desenvolvimento de novos empreendimentos.

Especificamente em relação às influências sobre o interesse empreendedor, foram suportadas, em geral, todas as hipóteses definidas. Por outro lado, estas influências dependem dos cursos analisados, tendo-se observado que somente a segurança no domínio de habilidades estratégicas e a propriedade de empresa própria ou na família influenciam o interesse empreendedor, independente do curso.

Acredita-se que os resultados permitiram avaliar consistentemente o caráter empreendedor de estudantes de gestão, tendo-se alcançado satisfatoriamente os objetivos definidos. Entende-se, assim, que as conclusões apresentadas geram conhecimento relevante para os gestores de cursos da área e de instituições que buscam promover a atividade empreendedora (como o poder público, entidades da sociedade civil e instituições de ensino superior), na medida em que podem contribuir para viabilizar um melhor direcionamento no processo de formação de uma cultura empreendedora nas instituições de educacionais e, em especial, em cursos ligados à área de gestão.

Os resultados do estudo foram limitados, uma vez que a amostra foi restrita a instituições cearenses, além do fato da amostragem ter sido não-aleatória. Assim, como recomendação para pesquisa, acredita-se que seria relevante uma replicação deste estudo em outros estados brasileiros, de preferência com métodos de amostragem mais rigorosos. Recomenda-se, ainda, que este trabalho seja replicado em outras áreas, como Tecnologia da Informação, Direito, Saúde, dentre outras, e que se proceda a uma comparação para se avaliar as diferenças e similaridades entre as diferentes áreas.

Referências bibliográficas

- ANTONELLO, C. S., DUTRA, M. L. S. Projeto pedagógico: uma proposta para o desenvolvimento de competências de alunos do curso de administração, com foco no empreendedorismo. Encontro Anual da ANPAD, 29. *Anais Eletrônicos...* Brasília: ANPAD, 2005.
- ARAÚJO, M. H.; LAGO, R. M.; OLIVEIRA, L. C. A.; CABRAL, P. R. M.; CHENG, L. C.; FILION, L. J. O estímulo ao empreendedorismo nos cursos de química: formando químicos empreendedores. *Química nova*, Vol. 28, Suplemento, S18-S25, 2005.
- BAGOZZI, R. P.; EDWARDS, J. R. A general approach for representing constructs in organizational research. *Organizational Research Methods*. V. 1, N. 1, p. 45-87, 1998.
- BARON, R. A.; SHANE, S. A. *Empreendedorismo*: uma visão do processo. São Paulo: Thomson Learning, 2007.
- BAUGHN, C. C.; CAO, J. S. R.; LE, L. T. M.; LIM, V. A.; NEUPERT, K. E. Normative, social and cognitive predictors of entrepreneurial interest in China, Vietnam and Philippines. *Journal of Developmental Entrepreneurship*. V. 11, N. 1, p. 57-77, Mar 2006.
- BEGLEY, T. M.; TAN, W. The social-cultural environment for entrepreneurship: a comparison between East Asian and Anglo-Saxon countries. *Journal of International*

- Business Studies*. V. 32, N. 3, p. 537-553, 2001.
- BHADARI, N. C. Intention for entrepreneurship among students in India. *Journal of Entrepreneurship*. V. 15, p. 169-179, 2006.
- CHIAVENATO, I. *Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor*. São Paulo: Saraiva, 2006.
- DOLABELA, F. *Oficina do empreendedor*. São Paulo: Cultura Editores, 1999.
- DORNELAS, J. C. A. *Transformando idéias em negócios*. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
- GREVE, A.; SALAFF, J. Social networks and entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*. V. 28, N. 1, p. 1-22, 2003.
- FILION, L. J. Carreiras empreendedoras do futuro. *Revista Sebrae*. Brasília, V. 1, p.35-51, Out.-Dez. 2001.
- _____. Visão e relações: elementos para um metamodelo empreendedor. *Revista de Administração de Empresas – RAE*, V.33, N. 6, p.50-61, Nov.-Dez., 1993.
- _____. Sistemas gerenciais de empreendedores e operadores de pequenos negócios. *Revista de Administração de Empresas – RAE*, V. 39, N. 4, p. 6-20, Out.-Dez. 1999.
- _____. Entendendo os intra-empreendedores como visionistas. *Revista de Negócios*. V. 9, N. 2, p. 65-80, Abr.-Jun. 2004.
- HAIR, J. F.; ANDERSON, R. E.; TATHAM, R. L. BLACK, W. C. *Análise multivariada de dados*. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.
- MALHOTRA, N. K. *Marketing research: an applied orientation*. 3. ed. New Jersey: Prentice-Hall, 1999.
- MILLER, N. L. Family microenterprises: strategies for coping with overlapping family and business demands. *Journal of Developmental Entrepreneurship*. V. 5, N. 1, p. 87-103, 2000.
- MURPHY, P. J.; LIAO, J.; WELSCH, H. P. A conceptual history of entrepreneurial thought. *Journal of Management History*. V. 12, N. 1, p. 12-35, 2006.
- PEREZ, G.; PIRES, M. G. A compreensão do empreendedorismo para os alunos concluintes dos cursos de Administração e Engenharia. Seminários de Administração – Semead, 7. *Anais Eletrônicos...* São Paulo: USP, 2004.
- SCHUMPETER, J. A. *The theory of economic development*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1934.
- SOUZA, E. C. L.; GUIMARÃES, T. A. (orgs.). *Empreendedorismo: além do plano de negócio*. São Paulo: Atlas, 2005.