

O PAPEL DA EMPRESA JÚNIOR NA FORMAÇÃO EMPREENDEDORA DO PROFISSIONAL DE ADMINISTRAÇÃO

FLÁVIA LORENNE SAMPAIO BARBOSA
flsbarbosa@hotmail.com

ALEXANDRE RABÊLO NETO
Universidade de Fortaleza - UNIFOR
alexandrenaka@hotmail.com

ROSEILDA NUNES MOREIRA
Faculdade de Ciências da Administração de Petrolina
roseildanm@gmail.com

FABIANA PINTO DE ALMEIDA BIZARRIA
Universidade de Fortaleza - UNIFOR
fabiana.almeida@unilab.edu.br

ÁREA TEMÁTICA: EMPREENDEDORISMO
O PAPEL DA EMPRESA JÚNIOR NA FORMAÇÃO EMPREENDEDORA DO
PROFISSIONAL DE ADMINISTRAÇÃO

RESUMO

Considerando a abrangência da área de atuação do curso de administração e a importância da prática profissional durante o processo de formação acadêmica, o estudo buscou analisar a contribuição da empresa júnior na formação empreendedora de discentes de administração. Foi realizada uma pesquisa bibliográfica e de campo, a partir de uma abordagem quantitativa *survey*, nas empresas juniores em atividade na cidade de Teresina-PI. Os resultados da pesquisa demonstraram que a formação empreendedora dos discentes pesquisados pode estar relacionada, de forma significativa, com o desenvolvimento pessoal durante a graduação e com aspectos ligados à liderança e a delegação de responsabilidades.

Palavras - chave: Empreendedorismo. Empresa Júnior. Formação acadêmica.

ABSTRACT

Considering the scope of the area of operation of the business course and the importance of professional practice during the academic training, the study investigates the contribution of the junior company in entrepreneurial management education of students. A bibliographical and field research, from a quantitative survey approach was performed in junior companies active in the city of Teresina-PI. The survey results showed that entrepreneurial training of students surveyed may be related significantly with personal development during their undergraduate and aspects of leadership and delegation of responsibilities.

Keywords: Entrepreneurship, Junior Company. Academic training.

INTRODUÇÃO

A relevância do estudo do empreendedorismo é notável para o desenvolvimento socioeconômico de qualquer país. A riqueza de uma nação é medida por sua capacidade de produzir, em quantidades suficientes, os bens e serviços necessários para o bem-estar da população (DEGEN, 1989). A preocupação com a criação de pequenas empresas duradouras e a necessidade da diminuição das altas taxas de mortalidade desses empreendimentos são alguns dos motivos para o crescimento da popularidade do termo (SOUZA NETO et al., 2007).

Constata-se a ampliação da discussão sobre a importância do empreendedorismo, sobretudo nas últimas décadas. A compreensão de como o empreendedorismo acontece e como pode ser ensinado mostra-se relevante para que os indivíduos possam aumentar suas chances de identificar e explorar oportunidades, bem como para o desenvolvimento de uma cultura favorável ao empreendedorismo (NECK; GREENE, 2011).

Na vida universitária encontram-se vários desafios, e um deles é transpor a teoria e os conhecimentos que são adquiridos no curso, de tal maneira que eles possam ser aplicados de forma prática na sociedade, visando desenvolver o crescimento profissional, pessoal e acadêmico. Nesses termos, as empresas juniores (EJs) representam laboratórios que podem auxiliar estudantes a operacionalizar o conhecimento adquirido na academia (FEITOSA; FIRMO, 2012).

As (EJs) são associações civis sem fins lucrativos que visam proporcionar aos estudantes de graduação a aplicação e o aprimoramento dos conhecimentos teóricos obtidos ao longo da formação acadêmica (FANAYA JÚNIOR et al., 2010; RODRIGUES et al., 2010). Essa associação é constituída e gerida, exclusivamente, por estudantes que cursam o ensino superior (BRASIL JÚNIOR, 2011), com o intuito de promover novas competências, além daquelas adquiridas dentro de sala de aula, com a perspectiva de aproximá-los no mercado de trabalho (MATOS, 1997).

O Movimento Empresa Júnior (MEJ) cresceu no Brasil nos últimos anos, sendo reconhecido como o país com maior número de EJs no mundo, com aproximadamente, 1.120 associações e 27.800 empresários juniores (BRASIL JÚNIOR, 2010). A EJ é um ambiente que propicia as condições necessárias para fortalecer e desenvolver aspectos empreendedores e gerenciais, além de motivar seus participantes, mostrando-lhes a viabilidade e a utilidade prática da gestão e do empreendedorismo (MORETTO NETO et al, 2004).

Com base no exposto, o estudo realizado concentra-se no seguinte problema de pesquisa: Qual a contribuição da empresa júnior para a formação empreendedora de alunos do curso de administração?

Sabendo que uma importante característica da empresa júnior pode ser proporcionar a formação profissional mediante a aplicação prática de conhecimento teórico, o objetivo geral da pesquisa é: analisar a contribuição da empresa júnior para a formação empreendedora de alunos do curso de administração.

Para que o objetivo geral fosse alcançado, foram traçados os seguintes objetivos específicos: a) abordar o referencial teórico pertinente sobre a contribuição da empresa júnior para a formação empreendedora; b) identificar as atividades que contribuem para o desenvolvimento profissional de discentes do curso de administração; c) identificar os aspectos relacionados ao desenvolvimento pessoal e acadêmico de alunos do curso de administração; d) identificar o perfil empreendedor de alunos de administração que participam de EJs.

A importância deste trabalho se reflete em demonstrar o papel que a empresa júnior desempenha no que diz respeito ao desenvolvimento profissional, pessoal e acadêmico, dos alunos de Administração, buscando motivá-los a participar de atividades extracurriculares,

contemplando o tripé da universitário: ensino, pesquisa e extensão, agregando conhecimentos e técnicas necessários ao mercado de trabalho, e desta forma, buscando desenvolver o espírito empreendedor, com o objetivo de gerar novas habilidades e pessoas voltadas para uma perspectiva mais proativa (OLIVEIRA, 2003).

1 EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo é um fenômeno de abrangência internacional, que tem sido muito discutido e difundido no Brasil nos últimos anos, mais precisamente no final dos anos 90. O tema emergiu diante de discussões sobre desenvolvimento econômico e geração de empregos e riqueza ao país (SILVA; MARTINS, 2010). Com intensas mudanças tecnológicas, o empreendedorismo torna-se, cada vez mais importante no cenário mundial (DOLABELA, 2008).

O termo empreendedorismo tem origem francesa, “*entrepreneur*”, e veio à tona por volta do século XVII e XVIII. Com o tempo, esse termo passou a identificar indivíduos arrojados que influenciavam o desenvolvimento econômico ao descobrirem novas e melhores formas de fazer algo, um produto, por exemplo. Atribui-se a Jean Baptiste Say a autoria desse significado que propunha que o empreendedor movimentava recursos econômicos de uma área de baixa produtividade para outra de maior produtividade e rendimento (DESS, 1998).

No século XX, o economista Joseph Schumpeter descreveu os empreendedores como indivíduos inovadores que conduzem o processo “criativo/destrutivo” do capitalismo (SILVA; MARTINS, 2010). Na visão de Schumpeter, a função dos empreendedores é reformar ou revolucionar o padrão de produção, estando essa atividade intimamente ligada à inovação de processos e de tecnologia (DEES, 1998). Os estudos de Schumpeter colaboraram para o desenvolvimento da teoria e da prática do empreendedorismo (BOM ANGELO, 2003).

Definido como um processo complexo e multifacetado, no qual as variáveis sociais, como mobilidade social, cultura, sociedade; economia, como incentivos de mercado, políticas públicas, capital de risco e variáveis psicológicas influenciam o ato de empreender (GIMENEZ; JÚNIOR, 2002). Dentre as diversas características do empreendedorismo, algumas das mais citadas são: necessidade de realização, propensão ao risco, criatividade, visão, alta energia, postura estratégica e autoconfiança (GIMENEZ; JÚNIOR, 2002).

Além disso, representa um processo de geração e agregação de valor por meio de novas combinações ou recombinações de recursos em ambientes incertos e ambíguos (WUNDERER, 2001). É o processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal (HISRICH; PETERS, 2009).

Inicialmente, estudos sobre empreendedorismo ressaltaram características ou traços da personalidade do empreendedor. Amplamente difundida e ainda utilizada por pesquisadores ao redor do mundo, a abordagem dos traços evoluiu e se consolidou (SALUSSI; ANDREASSI, 2013). Em seguida, os estudos caminharam sob a perspectiva de processo que, antes voltada para o empreendedor, agora migra para a relação entre o indivíduo e a oportunidade (SHANE, 2012). A abordagem atual destaca o processo cognitivo, o foco volta a ser o empreendedor, mas com uma análise ampliada, pois considera o processo empreendedor e, mais especificamente, a possibilidade de aprender a pensar de forma empreendedora (NEECK, GREENE, 2011).

O empreendedorismo pode ser analisado sob três ângulos: o contexto, que são as condições ou os efeitos sobre a ação empreendedora; o ator, que é o próprio empreendedor; e, novamente, a ação, que é o processo empreendedor, ou seja, como o empreendedor, com base na identificação de uma oportunidade no ambiente de negócios, desenvolve e gera as ações

necessárias para concretizar sua ideia. Esses resultados levaram à compreensão do conceito de empreendedor sob o ângulo do ator social. Trata-se de alguém corajoso para assumir riscos, criativo, dinâmico, autoconfiante, dedicado, perseverante, ambicioso, inteligente, otimista, inquieto e pouco disciplinado. O ângulo da ação diz respeito à iniciativa, realização, autonomia, aposta no trabalho, diferenciação e transformação de ideias em oportunidades. E, finalmente, o ângulo do contexto, que se mostrou relacionado à concepção da ideia diferente de negócio, com desafios e visão de oportunidades em cenários adversos. Essas reflexões desencadearam discussões acerca dos estímulos à formação empreendedora (DANJOU, 2002).

Sobre a formação e o desenvolvimento do empreendedorismo no Brasil, ressalta-se a relevância de alguns aspectos, tais como: propagar o ensino de empreendedorismo em todos os níveis educacionais; estimular a pesquisa na área de empreendedorismo; criar sistemas de apoio à atividade empreendedora; política tributária, inclusão empresarial e marcos regulatórios adequados à Pequenas e Médias Empresas - PMEs (DOLABELA, 2008). A crescente conscientização por parte das Instituições de Ensino Superior (IES) no sentido de proporcionar aos alunos competências que possibilitem não só a sua inserção em uma sociedade altamente competitiva, como também sua participação no mercado de trabalho, tem possibilitado a implantação de cursos superiores que enfatizam o empreendedorismo (SOUZA, 2001).

Esses cursos surgiram nos Estados Unidos (EUA), em 1947, idealizados pela escola de Administração de Harvard, com o objetivo de qualificar ex-combatentes da Segunda Guerra Mundial para o mercado de trabalho, mas principalmente para a geração do auto-emprego (GUIMARÃES, 2002). O primeiro curso a ensinar empreendedorismo no Brasil surgiu na Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas, em São Paulo, em 1981, como curso de especialização, logo depois em 1984, o curso foi estendido para graduação (DOLABELA, 2008).

Nas Instituições de Ensino Superior (IES) este fenômeno decorre, sobretudo, de uma necessidade de preparar os alunos para o mercado de trabalho, considerando as intensas mudanças de um mercado econômico globalizado. O volume de pesquisas acadêmicas sobre educação empreendedora tem apontado seu crescimento e relevância, visto que o número de disciplinas cresceu consideravelmente, contribuindo para que o empreendedorismo seja mais disseminado nas/pelas IES (HISRICH;PETERS, 2009).

Hoje, muitas IES buscam desenvolver o espírito empreendedor em seus alunos, motivando-os e treinando-os para empreender (DEGEN, 2009). O fato é que o empreendedorismo no Brasil tem ampliado seu escopo de atuação e de investigação.

1.1 O Empreendedor

O empreendedor, no sentido Schumpeteriano, é um inovador, alguém que provoca o processo de destruição criativa (SARKAR, 2008). Esta clássica definição sinaliza a necessidade de um olhar mais amplo sobre o empreendedorismo, de forma a contemplar outros elementos e perspectivas que não somente o processo de criação de empresas (SCHUMPETER, 1934).

O economista Joseph Schumpeter foi o primeiro a caracterizar o empreendedor como uma pessoa que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços e pela criação de novas formas de organização. A ideia de atitude empreendedora, que é, por essência inovativa, fundamenta a discussão do processo econômico com foco no indivíduo mobilizador de mudanças intrínsecas ao desenvolvimento (SCHUMPETER, 1988).

O empreendedor é, normalmente, aquele que cria novos negócios, mas, também, é possível inovar em negócios já existentes, empresas já constituídas (SCHUMPETER, 1982).

Em suma, esse ator está associado ao desenvolvimento econômico, à inovação e ao aproveitamento de oportunidades em negócios (SCHUMPETER, 1982).

Diferentemente, o empreendedor pode ser aquele que cria um equilíbrio, encontrando uma posição positiva em um ambiente de caos, sendo aquele que está sempre atento às oportunidades de lucro, observando e identificando quando o mercado dá sinais de alguma demanda não atendida (KIRZNER, 1973). Tanto Kirzner (1973) como Schumpeter (1982), enfatizam que esse personagem é um identificador de oportunidades, sempre curioso e atento a informações, melhorando suas chances com mais conhecimentos.

Ser empreendedor significa realizar coisas novas, colocar em prática ideias próprias, assumir riscos e estar presente nas atividades da empresa (DEGEN, 1989). Além disso, é aquele que não se cansa de observar negócios, na constante procura de novas oportunidades (DEGEN, 1989). É uma pessoa imaginativa caracterizada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos (FILION, 1991). Enquanto as pessoas se mantêm aprendendo sobre possíveis oportunidades e tomando decisões de risco moderado dirigidas à inovação, continuam desempenhando um papel empreendedor. Na construção de uma visão de futuro, empreender representa um comportamento estratégico e inovador, criando negócios, visando crescimento e lucro (GIMENEZ et al., 2001).

O pessoa empreendedora pauta-se na busca da inovação, com ações proativas afim de obter inovações de forma sistêmica (DORNELAS, 2003). No entanto, não basta ser competente, entusiasmado, ativo e preparado, é preciso também que seja racional, flexível, tolerante e persistente, visto que, frequentemente, toma-se decisões em ambientes altamente inseguros, com altos riscos, intensas pressões de tempo e considerável investimento emocional (BOM ANGELO, 2003).

Dessa forma, destacam-se fatores de diferenciação entre empresário e empreendedor. O empresário trabalha de forma eficiente e efetiva os recursos para alcançar seus objetivos e metas. O empreendedor define recursos para viabilizá-los, de acordo com sua visão e objetivos. Para os empresários, o padrão de trabalho implica uma análise racional, com o objetivo de adaptar-se às mudanças. Para os empreendedores, o padrão de trabalho está na imaginação, na criatividade, em iniciar as mudanças (FILION, 1999). Contudo, são os empreendedores que estão eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riquezas para a sociedade (DORNELAS, 2008).

1.2 Características do Empreendedor

O ensino do empreendedorismo, bem como de seus principais atributos, ainda são objeto de discussão. No entanto, alguns aspectos são enfatizados como características de jovens empreendedores, como, por exemplo, o trabalho em grupo, o pensamento crítico, habilidade para resolver problemas, o trabalho sob pressão, negociação, liderança, confiança, necessidade de reconhecimento, autoconhecimento, flexibilidade, energia, originalidade, otimismo, iniciativa, perseverança, entre outras (VELASQUE, 2008; FILION, 1999).

A atitude empreendedora repousa em três aspectos elementares, a intuição, a personalidade voltada para os negócios e a capacidade de superação da oposição do ambiente social. Além desses, a discussão em torno da liderança encerra um tipo empresarial de liderança (SCHUMPETER, 1988). “Um dos atributos principais é identificar oportunidades, agarrá-las e buscar os recursos para transformá-las em negócio lucrativo, [...] por estar constantemente diante do novo, o empreendedor evolui através de um processo interativo de tentativa e erro”. (DOLABELA, 2008, p.61).

Eles buscam novas oportunidades, entrar em novos mercados e oferecer novos produtos, e, com isso, a criatividade, a inovação, a autonomia, a liderança, dentre outros, passam a ser

mais valorizados, implicando novas competências, não só para a vida, como também para a sustentabilidade do homem no mundo do trabalho. Isso leva à necessidade de formar pessoas disseminadoras da inovação (CASALI, et al, 1997).

É observado que ao “analisar tais características, o possuidor de todas elas é alguém muito especial, difícil de encontrar. Por outro lado, tais características são encontradas também em pessoas que não exercem atividades empreendedoras”. (DOLABELA 2008, p. 72). Porém, todas essas características variam de acordo com as atividades que o empreendedor executa em uma dada época ou em função da etapa de crescimento da empresa (FILION, 1999).

O empreendedorismo é considerado “um ramo da administração de empresas. As escolas de administração habitualmente têm um setor, um grupo, uma área de concentração em empreendedorismo”. (DOLABELA, 2008, p. 62). Embora as IES sejam o ponto de partida, já que são formadoras de opinião e multiplicadoras do saber, “o aluno precisa ser submetido a situações similares àquelas que encontrará na prática. O processo de aprendizagem, na pequena empresa, é essencialmente baseado em ações”. (DOLABELA, 2008, p. 151).

No que tange a formação do administrador, pode-se considerar que há “dificuldades de se construir um perfil profissional que articule a formação acadêmica e as exigências do mercado de trabalho” (GONDIM, 2002, p. 303), tendo em vista que “as habilidades desejáveis ao administrador, quando não são inatas, devem ser desenvolvidas ao longo do curso”. (NICOLINI, 2003, p. 54).

Assim, o aperfeiçoamento contínuo do currículo nos cursos de administração, como forma de capacitar potenciais empreendedores para a gestão de seu próprio negócio e para o crescimento profissional e pessoal do aluno, converge para a perspectiva da relevância do empreendedorismo para a formação de graduandos.

1.3 Empresa Júnior na Formação Empreendedora

A Empresa Júnior (EJ) surge como uma possibilidade viável e criativa na perspectiva da formação profissional com forte impacto para a qualificação do profissional. Acredita-se na valorização da EJ como processo, como passagem e transformação do lugar de aluno para o lugar de profissional (OLIVEIRA, 2005). Desta forma, a EJ insere o aluno no ambiente mercadológico e aproxima-o de complexidade do mercado de trabalho (MORETTO NETO, et al., 2004). A EJ pode, ainda, contribuir para o crescimento da cultura empreendedora, tanto internamente com seus participantes e demais alunos da instituição, quanto externamente, com a comunidade.

Numa relação mútua entre as IES, estudantes, professores e empresa, as EJs proporcionam uma troca de benefícios com todos os atores participantes, sendo, portanto, uma ferramenta didática para o ensino (EMMENDOERFER et al., 2008). Trata-se de um instrumento didático, contribuindo para vivência prático-profissional, desenvolvendo capacitação, aproximando a vida discente da realidade profissional, e com isso, gerando oportunidades da construção de conhecimento com suporte no cenário empresarial (OLIVEIRA, 2003; MASSENSINI et al., 2010).

A EJ cumpre parte dos seus objetivos, que é desenvolver habilidades empreendedoras (VELASQUE, 2008). Assim, ao ingressarem numa EJ, os alunos agregam experiências a sua formação acadêmica, com a possibilidade de exercitar atitudes de liderança. Além disso, desenvolvem capacidade de trabalhar em grupo, habilidades gerenciais e de negociar com clientes e fornecedores, criatividade, oratória, proatividade, sendo uma experiência que antecipa funções profissionais que se estabelecem no mercado de trabalho e nas organizações (OLIVEIRA et al, 2009).

Com isso, as empresas que são administradas pelo modo empreendedor, proporcionam uma cultura organizacional que estimula os alunos a gerarem ideias e a participarem de outras atividades que possam produzir um resultado mais criativo (HISRICH; PETERS, 2009).

As responsabilidades e dificuldades de participar de uma EJ incentiva os alunos a serem mais confiantes na busca soluções para os problemas, desenvolvendo o espírito empreendedor.

Nesse contexto, a EJ desempenha um papel fundamental nas IES, considerando que o aluno pode desenvolver e aplicar os conhecimentos que aprendeu em sala de aula, favorecendo o perfil empreendedor. A EJ estimula a busca de conhecimentos e atitudes, despertando nos alunos o protagonismo de sua formação (NICOLINE, 2003).

Em síntese, a constatação da necessidade de uma formação empreendedora e o crescimento acentuado no número de EJs estimulam reflexões de como essas associações vêm se configurando junto à realidade das IES brasileiras e como as mesmas têm contribuído para a formação profissional de seus integrantes.

2 METODOLOGIA

Optou-se por tipologias de delineamento de pesquisa agrupadas em três grupos: quanto aos objetivos, quanto à abordagem do problema e aos procedimentos (BEUREN; RAUPP, 2003).

No que se refere à pesquisa, com foco principalmente nos objetivos relacionados a este estudo, caracteriza-se como descritiva, pois expõe as características de determinada população ou de determinado fenômeno, podendo, também, estabelecer correlações entre variáveis e definir sua natureza (VERGARA, 2000). A pesquisa investiga a contribuição de empresas júniores para a formação empreendedora dos alunos do curso de administração, bem como também, as atividades que são desenvolvidas que favorecem seu perfil empreendedor.

Quanto à abordagem, foi utilizada a abordagem quantitativa, objetivando medir as relações entre variáveis (associação, causa e efeito), visando obter dados mensuráveis de uma amostra finita de indivíduos a partir de uma população pré-definida (ALENCAR, 2010).

Quanto aos procedimentos, foi adotada uma pesquisa bibliográfica e de campo (GIL, 2007). Para tanto, obteve-se um referencial teórico que contribuísse para a identificação e análise dos conteúdos, no que tange os perfis necessários para um jovem empreendedor e sobre a participação da EJ para o desenvolvimento desse perfil, sendo levantadas as atividades que são executadas na EJs e a contribuição dessas atividades para o crescimento profissional, pessoal e acadêmico do aluno.

A pesquisa de campo, que pode estar voltada para o estudo de indivíduos, grupos, comunidades, instituições e outros campos, com vistas à compreensão de vários aspectos da sociedade (ALENCAR, 2010), deu-se, primeiramente, por meio de um levantamento do número de empresas júniores, na cidade de Teresina. Esse levantamento foi realizado por meio de pesquisas pela *internet*, bem como por contato telefônico.

De um total de 16 (dezesesseis) IES que possuem o curso de administração na cidade de Teresina, apenas 7(sete) delas possuem empresa júnior no curso de administração, e para constatação efetiva da funcionalidade das mesmas recorreu-se à Confederação Piauiense de Empresa Júnior, que informou que somente 5 (cinco) delas estão ativas, sendo elas; a do Instituto Camillo Filho (ECJ Jr.), Associação de Ensino Superior do Piauí (Aespi Jr.), Faculdade Ademar Rosado (FAR Jr.), Universidade Federal do Piauí (Visconde de Mauá) e Universidade Estadual do Piauí (Executivos Jr.).

O universo definido para esta pesquisa foi alunos do curso de administração que participam como membros efetivos das empresas júniores selecionadas. Correspondendo a 7 (sete) participantes da ECF Júnior, 8 (oito) da FAR Jr., 8 (oito) da Executivos Jr., 26 (vinte e

seis) da Visconde de Mauá e 10 (dez) da Aespi Jr., obtendo-se uma população total de 59 alunos. Deste total, 7 (sete) da ECF Júnior, 8 (oito) da FAR Jr., 5 (cinco) da Executivos Jr., sete da Visconde de Mauá e dois da Aespi Jr. contribuíram com a coleta de dados. Com isso, a amostra foi composta por 29 participantes (MALHOTRA, 2012). Portanto, o índice de resposta foi de, aproximadamente, 49%.

O instrumento utilizado na coleta de dados para o desenvolvimento desta pesquisa foi a aplicação de um questionário, contendo oito questões, sendo todas elas fechadas e, por opção dos participantes, os questionários foram encaminhados via *e-mail*.

Na primeira questão, o objetivo foi saber em qual período da graduação os alunos tiveram interesse em ingressar na EJ, nas questões de dois a quatro, o propósito foi saber qual a contribuição da EJ para o crescimento profissional, pessoal e acadêmico do aluno participante, o construto motivação foi analisado com base nas variáveis V1 (Busca por desenvolvimento pessoal) até a variável V11 (Desenvolver capacidade para negociação), para identificar os perfis empreendedores que são desenvolvidos nos alunos, foram utilizadas as variáveis V12 (Saber trabalhar em equipe) até a variável V25 (Habilidade para resolver problemas) e as atividades que favorecem ao crescimento profissional, pessoal e acadêmico, respectivamente, foram medidas a partir das variáveis V26 (Execução e avaliação de projetos para micro e pequenas empresas) até a variável V37 (Promover palestras, cursos, debates e workshops), conforme o quadro 1.

Quadro 1: Variáveis utilizadas na pesquisa

P1	Em que semestre da graduação você estava quando ingressou na EJ?
P2	Você concorda que a empresa júnior contribui para o seu aprendizado prático e profissional?
P3	Você concorda que a empresa júnior contribui para o seu desenvolvimento pessoal durante a graduação?
P4	Você concorda que a empresa júnior contribui para a compreensão do conteúdo das disciplinas, em geral para o crescimento acadêmico?
Motivação	(V1) Busca por desenvolvimento pessoal (V2) Crescimento profissional (V3) Incentivo de professores e colegas (V4) Maior conhecimento do campo de atuação do Administrador (V5) Oportunidade de aplicar o conhecimento teórico (V6) Elaborar e implementar projetos e estudos que propiciem um maior contato com a realidade social e de mercado (V7) Vivência em um ambiente empresarial (V8) Complementação curricular (V9) Relacionamento interpessoal (V10) Desenvolver capacidade para negociação
Participação na EJ	(V11) Saber trabalhar em equipe (V12) Pró-atividade (V13) Liderança (V14) Saber delegar responsabilidades (V15) Criatividade (V16) Desenvolvimento de habilidades gerenciais (V17) Pensamento crítico (V18) Habilidade para negociação (V19) Otimismo e confiança (V20) O trabalho sob pressão (V21) Inovação e iniciativa (V22) Autoconhecimento (V23) Originalidade, flexibilidade (V24) Habilidade para resolver problemas
Crescimento profissional, pessoal e acadêmico	(V25) Execução e avaliação de projetos para micro e pequenas empresas (V26) Atividades de consultoria (V27) Pesquisas relacionadas a público-alvo e aspectos mercadológicos

	(V28) Plano de negócios para organizações (V29) Treinamentos empresariais (V30) Recrutamento e seleção (V31) Atividades de Gestão Administrativo-Financeira (V32) Cursos de capacitação (V33) Pesquisas de mercado (V34) Atividades de projetos sociais para a comunidade (V35) Atividades de divulgação da EJ na comunidade acadêmica (V36) Promover palestras, cursos, debates e workshops
--	--

Fonte: Próprios autores (2014)

Os questionários foram aplicados no período de 14/10 à 10/11/2013. Adotou-se para o formato de respostas a escala *Likert* de cinco pontos (níveis de respostas), de forma a medir o nível de concordância ou não concordância à afirmação (GIL, 2007). As cinco alternativas de resposta foram: 1- concordo totalmente; 2 - concordo parcialmente; 3 – indiferente; 4 - discordo parcialmente e; 5 - discordo totalmente. Para a elaboração do questionário utilizou-se o referencial teórico proposto no trabalho, com o propósito de responder ao problema central desta pesquisa a partir do objetivo geral e específicos traçados para a pesquisa, conforme o quadro 2.

Quadro 2 Matriz das questões com base nos autores do trabalho.

QUESTÕES	AUTORES
P1, P2, P3 e P4	Moretto Neto, <i>et al</i> (2004); Brasil Júnior (2011); Carvalho (2003); Oliveira (2005); DNA Jr.(2012)
P5	Bardagi, <i>et al</i> (2006); Moretto Neto, <i>et al</i> , (2004)
P6	Casali, <i>et al</i> (1997); Dolabela (2008); Dornelas (2003); Gimenez (2001); Filion (1997/1999); Oliveira, <i>et al</i> , 2009) ;Velasque (2008); Nicolini (2003).
P7	Brasil Júnior (2011); Carvalho (2003); DNA Júnior (2009/2012); Moretto Neto, <i>et al</i> (2004); Oliveira (2003); Stawinski (2006).

Fonte: Elaborado pelos autores (2014).

O tratamento dos dados, inicialmente, buscou identificar e analisar os *missing values* (valores perdidos), com o objetivo de identificar os padrões existentes nos dados perdidos que caracterize esse processo. Nessa fase o pesquisador deve tomar a decisão de ignorar ou não os dados que acontecem aleatoriamente nas variáveis (HAIR et al., 2009). Assim sendo, optou-se por desconsiderar os *missing values* por serem de natureza completamente aleatória. No que se refere aos *outliers*, não houve necessidade de correção, visto que os mesmos não interferiram no padrão dos dados a serem analisados (HAIR et al., 2009; CORRAR et al., 2009). Na análise de *outliers*, utilizou-se o *boxplot* para identificar possíveis erros de digitação dos dados.

Outro procedimento de pré-tratamento utilizado foi a verificação da normalidade das variáveis como requisito para os testes estatísticos univariados e multivariados do estudo (HAIR et al., 2009). Primeiramente, verificou-se a normalidade de cada variável isoladamente e depois a normalidade multivariada demonstrando que as combinações das variáveis univariadas também são normais. Foram utilizados os testes *Shapiro-Wilks* e *Kolmogorov-Smirnov* para determinar o nível de significância para as diferenças em relação à distribuição normal. Buscou-se, por meio da análise da matriz de correlação dos indicadores de cada *construto*, avaliar a colinearidade entre os indicadores. A análise foi feita com o auxílio do *Software SPSS 19.0 (Statistical Package for Social Sciences)* para análises das técnicas multivariadas.

Com o objetivo de identificar as relações entre os *construtos* e a formação empreendedora do profissional de Administração, utilizou-se análise de regressão. Essa

técnica possibilita prever o poder de variáveis dependentes (variável prevista ou explicada), em função das variáveis independentes (variáveis explanatórias ou preditoras) possibilitando, também, um poder analítico nas relações entre as variáveis (HAIR et al., 2009). Buscou-se por meio da análise de regressão o estabelecimento de uma relação funcional entre as variáveis do estudo para a descrição do fenômeno formação empreendedora do profissional de administração. Diante disso, tem-se que a estimativa mais adequada será aquela que apresenta a menor diferença entre os valores reais observados e os valores estimados pelo modelo, ou seja, o menor resíduo ponderado entre todas as observações reais e as estimadas (CORRAR et al., 2009, HAIR et al., 2009). A seguir, apresentam-se os resultados da pesquisa, bem como a análise e a discussão dos mesmos.

3 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Inicia-se esse tópico com a apresentação das características dos pesquisados que compuseram a amostra, com 29 casos válidos. Assim sendo, Observou-se uma maior predominância de discentes do quarto período do curso de Administração de Empresas, com 37,9% da amostra, seguido dos discentes do terceiro período com 20,7% da amostra, conforme a tabela 1.

Tabela 1: Características dos respondentes

	Frequency		Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	periodo2	2	6,9	6,9	6,9
	periodo3	6	20,7	20,7	27,6
	periodo4	11	37,9	37,9	65,5
	periodo5	4	13,8	13,8	79,3
	periodo6	3	10,3	10,3	89,7
	periodo7	3	10,3	10,3	100,0
	Total	29	100,0	100,0	

Fonte: Dados da pesquisa (2014).

3.1 Análise do papel da empresa júnior na formação empreendedora do profissional de administração

Realizaram-se análises de correlação bivariada para identificar a existência de relações entre os antecedentes e formação empreendedora dos discentes pesquisados em relação à empresa júnior. A direção da relação (positiva ou negativa) e a força da relação entre as variáveis foram consideradas, por meio do coeficiente de correlação de *Pearson*, com o respectivo teste de significância.

Assim, buscou-se determinar a função matemática que estima o comportamento de determinada variável, tendo por base os valores de outras variáveis (HAIR et al., 2009). Utilizou-se o método *Stepwise* para analisar a contribuição de cada variável ao modelo, iniciando pela variável independente com o maior coeficiente de correlação com a variável dependente. O método utiliza o teste F, para determinar se a variável será mantida ou retirada do modelo (HAIR et al., 2009).

O objetivo da análise de regressão múltipla, para esse estudo, se faz necessário a partir do momento em que se buscou o entendimento sobre as relações da variável dependente com as demais variáveis da pesquisa. No que se refere à relação entre período cursado (pergunta 1)

e as demais variáveis do estudo, o método *stepwise* selecionou como estatisticamente significativas as variáveis: Maior conhecimento do campo de atuação do Administrador (V4) e a variável Saber delegar responsabilidades (V14). O modelo apresentou um R^2 de 0,431, demonstrando uma explicação de 43,1 %.

Portanto, nota-se que um dos aspectos que influencia a formação empreendedora do discente de administração, nesse caso, pode estar relacionada ao período cursado, visto que quanto mais tempo o discente permanece no curso de administração maior a possibilidade de aquisição de conhecimento em administração e de aspectos voltados para a delegação de responsabilidades, conforme a tabela 2.

Tabela 2: Coeficientes do modelo de regressão período cursado

Modelo	Coeficientes padronizados			
	Beta	t	Sig.	
Zscore: conhecimento em administração	-0.643	-4.039	,000	
Zscore: delegar responsabilidades	0.510	3.207	,000	0,431

Fonte: Elaborada pelos autores (2014).

Nota: a. *Dependent variable* (Período cursado).

No que se refere ao aprendizado prático e profissional (pergunta 2) e as demais variáveis do estudo, o método *stepwise* selecionou como estatisticamente significativas as variáveis: o seu desenvolvimento pessoal durante a graduação (pergunta 3) e a variável proatividade (V12) . O modelo mais significativo apresentou um R^2 de 0,840, demonstrando uma explicação de 84,0 %. Esse resultado demonstra uma forte influência do desenvolvimento pessoal durante a graduação sobre o aprendizado prático e profissional na formação empreendedora do discente, visto que o Beta apresentado é de 0,920, conforme a tabela 3.

Tabela 3: Coeficientes do modelo de regressão aprendizado prático e profissional

Modelo	Coeficientes padronizados			
	Beta	t	Sig.	
Zscore: desenvolvimento pessoal durante a graduação	0.920	11.647	00	
Zscore: proatividade	-0.205	-2.595	,015	0,840

Fonte: Elaborada pelos autores (2014).

Nota: a. *Dependent variable* (aprendizado prático e profissional).

Em relação ao desenvolvimento pessoal durante a graduação (pergunta 3) e as demais variáveis do estudo, o método *stepwise* selecionou como estatisticamente significativas as variáveis: inovação/iniciativa (V22), liderança (V13) e a variável trabalho sob pressão (V21) . O modelo mais significativo apresentou um R^2 de 0,966, demonstrando uma explicação de 96,6 %. Diante disso, a formação empreendedora vista pelo ponto de vista do desenvolvimento pessoal durante a graduação, pode estar moderadamente relacionada ao desenvolvimento de liderança, visto que o Beta apresentado é de 0,304, conforme a tabela 4.

Tabela 4: Coeficientes do modelo de regressão desenvolvimento pessoal durante a graduação

Modelo	Coeficientes padronizados			
	Beta	t	Sig.	
Zscore: aprendizado prático/ profissional	,256	3.484	0,000	
Zscore: crescimento acadêmico	,245	3.555	0,002	
Zscore: inovação/iniciativa	,197	5.212	0,000	

Zscore: liderança	,304	3.079	0,002	
Zscore: trabalho sob pressão	,198	3.079	0,005	0,996

Fonte: Elaborada pelos autores (2014).

Nota: a. *Dependent variable* (desenvolvimento pessoal durante a graduação).

No que se refere ao crescimento acadêmico (pergunta 4) e as demais variáveis do estudo, o método *stepwise* selecionou como estatisticamente significativas as variáveis: desenvolvimento pessoal durante a graduação (pergunta 3) e a variável complementação curricular (V9). O modelo mais significativo apresentou um R^2 de 0,710, demonstrando uma explicação de 71,0 %. Esse resultado demonstra que o desenvolvimento pessoal durante a graduação influencia significativamente a formação empreendedora dos discentes de administração pesquisados, visto que o Beta apresentado foi de 0,946, conforme a tabela 5.

Tabela 5: Coeficientes do modelo de regressão crescimento acadêmico

Modelo	Coeficientes padronizados			
	Beta	t	Sig.	
Zscore: desenvolvimento pessoal durante a graduação	0.946	7.870	,000	
Zscore: complementação curricular	-0.308	-2.566	,016	0,710

Fonte: Elaborada pelos autores (2014).

Nota: a. *Dependent variable* (crescimento acadêmico).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tendo em vista que o objetivo geral do estudo foi analisar a contribuição da empresa júnior para a formação empreendedora dos alunos do curso de administração, notou-se que a formação empreendedora dos discentes pesquisados pode estar relacionada de forma significativa com o desenvolvimento pessoal durante a graduação e por aspectos ligados à liderança e a delegação de responsabilidades. Portanto, o objetivo geral do estudo foi atingido.

No que se refere ao primeiro objetivo específico, o referencial teórico sobre a contribuição da empresa júnior para a formação empreendedora se deu a partir dos autores que fundamentaram o campo teórico para o estudo. (MORETTO NETO et al., 2004; BRASIL JÚNIOR, 2011; CARVALHO, 2003; OLIVEIRA, 2003, 2005; DNA JR., 2012; BARDAGI et al., 2006; CASALI et al., 1997; DOLABELA, 2008; DORNELAS, 2003; GIMENEZ, 2001; FILION, 1999; OLIVEIRA et al., 2009; VELASQUE, 2008; NICOLINI, 2003; STAWINSKI, 2006). Diante disso, atendeu-se o primeiro objetivo específico.

O segundo objetivo específico que foi: identificar as atividades que contribuem para o desenvolvimento profissional dos discentes do curso de administração foi atendido a partir da análise dos aspectos motivadores para a participação do discente na empresa júnior. O resultado apresentado, a partir da análise estatística descritiva feita para o estudo, demonstrou que aspectos relacionados com o ambiente profissional, com a elaboração e implementação de projetos e estudos que propiciem um maior contato com a realidade social e de mercado, com o crescimento profissional e com a complementação curricular tiveram o índice de respostas no nível mais alto da escala (concordo totalmente). Assim sendo o segundo objetivo específico do estudo foi atingido. Para identificar os aspectos relacionados ao desenvolvimento pessoal e acadêmico dos alunos do curso de administração, o terceiro objetivo específico do estudo, utilizou-se análise de regressão. O resultado demonstra que: “inovação/iniciativa” (V22), “liderança” (V13) e a variável “trabalho sob pressão” (V21), influenciam a formação empreendedora vista pelo ponto de vista do desenvolvimento pessoal

durante a graduação. O desenvolvimento de liderança é um aspecto de influência moderada na formação empreendedora, para esse estudo.

Para identificar formação empreendedora dos alunos de administração que participam de empresas juniores, utilizou-se uma regressão múltipla. Assim sendo, notou-se que em todos os modelos de regressão apresentados, o aspecto que é mais significativo para a formação empreendedora dos discentes pesquisados foi o desenvolvimento pessoal durante a graduação, que apresentou o maior Beta entre todas as variáveis utilizadas, com um valor de 0,946.

Cabe salientar a dificuldade encontrada, no que se refere ao contato com os antigos diretores das empresas juniores, para que eles pudessem compor, também, a população do trabalho, visto que, em nenhuma delas havia um registro formal de contato dos mesmos.

REFERÊNCIAS

- ALENCAR, Rosângela Tôrres de. **Pesquisa aplicada a administração**. Teresina: UAPI/UFPI, 2010. 114 p.
- BARDAGI, Marúcia, *et al.* **Escolha profissional e inserção no mercado de trabalho: percepções de estudantes formandos**. Psicologia escolar educacional. v. 10, n.1, p.69-82, 2006.
- BEUREN, Ilse Maria; RAUPP, Fabiano Mauty. Metodologia da pesquisa aplicável as ciências sociais. In: BEUREN, Ilse Maria (Org.). **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e pratica**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- BOM ANGELO, Eduardo. **Empreendedor corporativo: a nova postura de quem faz a diferença**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.
- BRASIL JÚNIOR. Confederação Brasileira de Empresas Juniores. Relatório Nacional Censo e Identidade 2010. São Paulo, 2010.
- BRASIL JÚNIOR. **Relatório Nacional Censo e Identidade 2011**. Disponível em: <<http://www.brasiljunior.org.br/site/category/8-arquivos-gerais>>. Acesso em: set 2013.
- CARVALHO, R. **A importância da empresa júnior de publicidade na empregabilidade de seus alunos** – um estudo de caso. Dissertação do Mestrado em Engenharia da Produção da Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, 2003.
- CASALI, A. *et al.* **Empregabilidade e educação: novos caminhos no mundo do trabalho**. São Paulo: Educ, 1997.
- CORRAR, J.; PAULO, E.; DIAS FILHO, J. (Coords.). Análise multivariada: para os cursos de administração, ciências contábeis e economia/ FIPECAP – Fundação Instituto de Pesquisas Contábeis, Atuarias e Financeiras. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- DANJOU, I. L'entrepreneuriat: un champ fertile à la recherche de son unité. Revue Française de Gestion, v.28, n.138, 2002.
- DEGEN, R. O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial. São Paulo: MacGraw-Hill, 1989.
- DNA JÚNIOR 2012**. Disponível em: <<http://www.brasiljunior.org.br/arquivos/files/DNA%20EJ18.pdf>>. Acesso em: out 2013.
- DNA JÚNIOR 2009**. Disponível em: <<http://www.brasiljunior.org.br/arquivos/files/DNA%20EJ18.pdf>>. Acesso em: out 2013.
- DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa**. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: Transformando idéias em negócios**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

EMMENDOERFER, M. L.; CARVALHO, N. B.; PEREIRA, M. F. A Empresa Júnior como Estratégia Didática em uma Universidade Federal. Revista ANGRAD – Associação Nacional dos Cursos de Graduação em Administração, v. 9, p. 441-453, 2008.

FACULDADE ADELMAR ROSADO. Disponível em: <http://empresafarjunior.blogspot.com.br/2011/05/maio-de-mudancas-na-far-junior.html>. Acesso em: nov. 2013

FANAYA JÚNIOR, E. D.; LOPES, A. S.; OLIVEIRA, G. K. M.; ROSA, R. M.; MORESCO, W. Gerenciamento das atividades realizadas pelos membros da Rural Jr Assessoria e Consultoria. In: Anais... SEMEX – Seminário de Extensão Universitária da Universidade Estadual do Mato Grosso do Sul, v. 1, n.1, p. 1-5, 2010.

FEITOSA, M. J. Silva; FIRMO, L. A. Bases do Comprometimento Organizacional em Empresas Juniores: um Estudo na A.C.E Consultoria e na Prospect Empresa Júnior. VII Encontro de Estudos Organizacionais da ANPAD (ENEO), Curitiba/PR, 2012.

FILION, L. J. O planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações. Revista de Administração. v. 31, n. 3, p. 63-71, jul./set, 1991.

FILION, Louis Jacques. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários gerentes de pequenos negócios. In **Revista de Administração**. São Paulo: v. 34, nº2, abr./jun. 1999.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GIMENEZ F. A. P. ; JÚNIOR E. I. Potencial Empreendedor: Um Instrumento para Mensuração. In: XXII Simpósio da Gestão da Inovação Tecnológica , 2002, Salvador. Anais Eletrônico... Salvador: Simpósio da Gestão da Inovação Tecnológica, 2002.

GIMENEZ, F; *et al.* **Uma investigação sobre a tendência do comportamento empreendedor**. In: Empreendedorismo: Competência Essencial para pequenas e Médias Empresas. Souza, Eda (org.). Brasília: ANPROTEC, 2001.

GONDIM, Sônia. **Perfil profissional e mercado de trabalho**: relação com a formação acadêmica pela perspectiva de estudantes universitários. Estudos de Psicologia, v. 7, n. 2, p. 299-309, jul/dez 2002.

GUIMARÃES, L. O. Empreendedorismo no Currículo dos Cursos de Graduação e Pós-graduação em Administração: análise da organização didático-pedagógica destas disciplinas em escolas de negócios norte-americanas. In: XXVI ENCONTRO ANUAL DA ANPAD, 2002, Salvador. Anais Eletrônico... Salvador: ANPAD, 2002.

HAIR, J. et al. **Análise Multivariada de Dados**. Tradução Adonai Schlup Sant Anna e Alselmo Chaves Neto. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

HISRICH, Roberto D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo**. 7. ed. Porto Alegre : Bookman, 2009.

INSTITUTO CAMILLO FILHO. Disponível em: <http://www.icf.edu.br/novo/empresajr.php>. Acesso em: nov 2013.

KIRZNER, I. M. Competition and entrepreneurship. Chicago: Chicago University Press, 1973

MALHOTRA, N. Pesquisa de Marketing. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

MASSENSINI, A. R. Empresa Júnior da Unievangélica: Uma Experiência Promissora na Consultoria de Empresas e formação de Acadêmicos de Administração. Revista ADMINISTRAÇÃO, v. 5, n. 5, p. 1-13, 2008.

MATOS, Franco de. **A empresa júnior no Brasil e no Mundo**: o conceito, o funcionamento, a história e as tendências do movimento empresa júnior. São Paulo: Martin Claret, 1997.

MORETTO NETO, Luís. *et al.* (Org.). **Empresa júnior**: espaço de aprendizagem. Florianópolis: Pallotti, 2004.

NECK, H. M. & GEENE, P. G. Entrepreneurship education: Known worlds and new frontiers. Journal of Small Business Management, 2011.

NICOLINI, Alexandre. Qual será o futuro das fábricas de administradores? **Revista de Administração de Empresas**. São Paulo: v. 43, n. 2, p. 44-54, 2003.

OLIVEIRA, Edson Marques. **Empreendedorismo social e empresa júnior no Brasil: O** emergir de novas estratégias para formação profissional. Paraná: Uni oeste, 2003.

OLIVEIRA, Fernanda Coelho. *et al.* **Importância da Empresa Júnior para o desenvolvimento profissional dos universitários**. XIX Seminário Nacional de Parques Tecnológicos e Incubadoras de Empresas. Florianópolis, SC, 26 a 30 out. 2009. Disponível em: <http://www.redetec.org.br/publique/media/p_14.pdf>. Acesso em: out 2013.

OLIVEIRA, Edson Marques de. **Empreendedorismo social e empresa júnior no Brasil: o** emergir de novas estratégias para formação profissional. Curitiba: FAE Centro Universitário, 2005. Disponível em: <[http://www.fae.edu/publicações/pdf/II seminário/políticas_04.pdf](http://www.fae.edu/publicações/pdf/II%20seminário/políticas_04.pdf)> Acesso em: set 2013.

RODRIGUES, C. M. C.; VIEIRA, K. M.; RIBAS, F. T. T.; ARRUDA, G. S. de; CATARINA, G. M. F. S. Relação entre os valores pessoais e comprometimento organizacional: o caso das empresas juniores de Santa Maria. **GESTÃO.Org – Revista Eletrônica Gestão de Gestão Organizacional**, v.8, n.2, p. 245-264, Mai-Ago 2010.

SALUSSE, M. A. Y; ANDREASSI, T. O Estado da Arte do Ensino do Empreendedorismo: Mapeamento e Evolução. VI Encontro de Estudos em estratégia (ANPAD). Bento Gonçalves/RS, 2013.

SARKAR, S. O empreendedor inovador: faça diferente e conquiste seu espaço no mercado. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

SOUZA NETO, S. Prado. de; ALMEIDA, K; NUNES A. Q; STEFFANELLO M. A. Influência do Ensino do Empreendedorismo no Potencial Empreendedor do Aluno. I Encontro de Ensino e Pesquisa em Administração e Contabilidade da ANPAD. Recife, 2007

SCHUMPETER, J. A. . The theory of economic development. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1934.

SCHUMPETER, J. A. [1934]. Teoria do Desenvolvimento Econômico. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SCHUMPETER, J. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico**. São Paulo: Nova Cultural, 1988. Cap. 2: O fenômeno fundamental do desenvolvimento econômico. (p. 43-66)

SCHUMPETER, A. S., Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e ciclo econômico. São Paulo: Nova Cultural, 1997.

SHANE, S. Reflections on the 2010 AMR decade award: Delivering on the promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 2012.

SILVA, A. dos S; MARTINS, H. C. Empreendedorismo Social: um Estudo da Relação entre os Elementos Constituintes do Empreendedorismo e a Gestão de Organizações Sociais. XXXIX Encontro da Anpad. Rio de Janeiro, 2010.

SOUZA, Eda C.L. **Empreendedorismo: competência essencial para pequenas e médias empresas**. Brasília: Anprotec, 2001.

STAWINSKI, Fabio. **Empresas juniores e a importância da prática no ambiente acadêmico**. *Revista Científica de Administração e Sistemas da Informação*. 2006.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ. Disponível em: <http://www.ufpi.br/viscondedemaui/>. Acesso em: nov. 2013.

VELASQUE, Isabela. **Empresa Júnior: formação de universitários empreendedores para o mercado de trabalho**. 2008. Disponível em: <http://www.faculdadejkvalparaíso.com.br/pdf/pós_graduação/ISABELA_VELASQUE.pdf>. Acesso em: out 2013.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

WUNDERER, R. Employees as “co-intrapreneurs” – a transformation concept.

Leadership & Organization Development Journal, v. 22, n. 5/6, p. 193, 2001. 193, 2001.