

NEGÓCIO DE MULHER: A CARACTERIZAÇÃO EMPREENDEDORA DAS ACADÊMICAS DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DE UMA INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR.

ROMÁRIO ROCHA DO NASCIMENTO

ESCOLA SUPERIOR DE AGRICULTURA LUIZ DE QUEIROZ - ESALQ/USP

TAIANA DIAS BARROS DA SILVA

FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DO TOCANTINS (UFT)

ANDRÉ PUGLIESE DA SILVA

FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DO TOCANTINS (UFT)

NEGÓCIO DE MULHER: A CARACTERIZAÇÃO EMPREENDEDORA DAS ACADÊMICAS DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DE UMA INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR.

1. INTRODUÇÃO

O cenário econômico e político têm feito com que muitos dos brasileiros optem por novas alternativas de negócios para vida ou apenas para renda extra. Ao considerar o atual panorama do Brasil, o empreendedorismo é uma das atividades que mais cresce no país, em especial entre as mulheres, que vem surpreendendo positivamente quando se trata da abertura do próprio negócio.

De acordo com pesquisas realizadas pela GEM (Global Entrepreneurship Monitor), o Brasil é um país de grande potencial empreendedor, principalmente na região Norte do país, onde se localiza o Estado do Tocantins. O estudo realizado pela GEM, em 2016 aponta que nessa região, as mulheres superam os homens no que se refere à execução de atividades empreendedoras para fins de aquisição de renda. A instabilidade econômica dos últimos anos é um dos motivos que mais estimula o fortalecimento de novas empreendedoras na criação de uma renda para o subsídio familiar. No Tocantins, por exemplo, especialmente em sua capital, Palmas, o empreendedorismo feminino vem crescendo a cada ano. Considerada uma cidade de custo de vida elevado, que depende do setor público (a participação relativa de servidores públicos em empregos formais é de 69%) para manter seus níveis de sustentação (Rodrigues, 2012), o empreendedorismo passa a ser para muitos, uma alternativa de ganhos extras.

O empreendedorismo feminino tem evoluído bastante nos últimos anos e isso tem sustentando o interesse por pesquisas na área. As mudanças no modo de vida da população levaram a mulher, antes limitada à condição de “cuidadora do lar”, para uma participação maior no mercado de trabalho, uma vez que sua colaboração se destaca no desenvolvimento de atividades pouco exploradas. Segundo dados do SEBRAE, em 2014 o país contava com mais de 7 milhões de mulheres empregadoras que trabalham por conta própria, gerando renda para suas famílias e fortalecendo a economia. Isso corresponde a quase 9% das brasileiras.

No contexto evolutivo do empreendedorismo e suas peculiaridades, urge salientar que as práticas empreendedoras têm sido cada vez mais difundidas no Brasil. Evento evolutivo esse que parte muitas vezes da iniciativa e apoio Governamental, bem como das Intuições de Ensino Superior, que atualmente tem desenvolvido um importante papel na construção do empreendedor brasileiro. Naturalmente a interferência da Universidade nessa função não tem apenas preparado os alunos para conseguir trabalhar em uma empresa, mas também, adquirir habilidades específicas para serem empreendedores de carreiras em um negócio próprio. As práticas estimuladas e desenvolvidas nas Instituições de Ensino têm colocado o estudante em outra esfera de conhecimento, mostrando e identificando seu perfil e potencial.

Analisando o contexto empreendedor, as Instituições de Ensino, principalmente os de Administração têm desenvolvido uma função fundamental sobre o avanço da promoção do empreendedorismo, uma vez que tem apostado na aplicação de atividades inovadoras para seus acadêmicos, de modo que eles possam usá-las para montar seu próprio negócio. Essas Instituições de Ensino têm buscado a capacitação de seus alunos para que possam adquirir conhecimento e estimular a prática real do mercado. As Instituições de Ensino Superior têm o dever de influenciar seus acadêmicos a sustentá-los em habilidades e características que possam desenvolver, aprimorar e inovar em qualquer situação de mercado, sendo capaz de direcionar futuros profissionais em qualquer ramo da economia.

Para o desenvolvimento do estudo, foi utilizado como instrumento principal, o questionário de David McClelland (1972), adaptado e validado Bartel (2010) no Brasil, que visa avaliar características comportamentais empreendedoras. Com suporte de outras métricas

de pesquisa (questionários fechados) foi possível fazer uma caracterização completa, como: (i) traçar o perfil empreendedor das alunas do curso de administração; (ii) identificar suas principais habilidades empreendedoras; (iii) identificar suas convicções futuras para os negócios e; (iv) ressaltar suas problematizações sobre características distintas no mundo do empreendedorismo.

O presente trabalho está dividido em cinco capítulos, seguindo pela fundamentação teórica e o desenvolvimento do tema. No terceiro capítulo, aborda-se os procedimentos metodológicos utilizados para finalização do trabalho. No quarto capítulo encontram-se os resultados obtidos e as suas respectivas análises. E finalmente, no último capítulo, se expõe as considerações finais do estudo realizado.

2. PROBLEMA DE PESQUISA E OBJETIVOS

O empenho para pesquisa surgiu de uma possibilidade que vislumbra o levantamento, em gênero, da caracterização empreendedora das alunas de administração de uma IES na cidade de Palmas-TO. O estudo justifica-se pelo modo que futuras gestoras são influenciadas na perspectiva dos currículos que atualmente são difundidos pelas Instituições de Ensino Superior para o desenvolvimento de características e habilidades empreendedoras.

O projeto pretende contribuir significativamente para o conteúdo de debate e para agregação do conhecimento que rege sobre a cultura do empreendedorismo feminino e suas peculiaridades ainda pouco estudadas. O mapeamento do perfil empreendedor configura-se nesse estudo como procedimento de grande relevância, uma vez que o elevado número de empreendedoras no país é um resultado eminente da necessidade que as mulheres têm de propor ideias que lhe tragam independência financeira e satisfação profissional. Trazer sua caracterização autodeclarada é um ato de respeito dentro de suas próprias perspectivas. Dessa forma, objetiva-se: Analisar e caracterizar o perfil empreendedor das acadêmicas do curso de administração de uma Instituição de Ensino Superior, localizada na cidade de Palmas-TO.

3. REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 Breve contextualização sobre empreendedorismo

Embora o termo empreendedorismo aparenta ser um assunto novo, para muitos autores o conceito é bem antigo e vem assumido diversas vertentes ao longo dos anos (Oliveira, 2012). De acordo com Dornelas (2001) o termo empreendedorismo deriva da palavra francesa “entrepreneur”, que traduzida, significa aquele que assume riscos sem medo e começa algo novo e diferente dos existentes.

Dolabela (1999) ressalta que no século XII o termo empreendedorismo era usado para designar aquele que incentivava brigas. Na Idade Média, o termo empreendedor foi utilizado para definir aquele que gerenciava grandes projetos de produção. Neste período o indivíduo não assumia grandes riscos, apenas gerenciava os projetos, utilizando os recursos disponíveis, geralmente provenientes do governo. No século XVII, começaram a surgir os primeiros indícios da relação entre assumir riscos e o empreendedorismo. No século XVIII a pessoa com o capital foi diferenciada daquela que precisava de capital. Em outras palavras o empreendedor foi diferenciado do fornecedor do capital (o investidor de risco da atualidade), uma das causas para diferenciação foi à industrialização.

Para Hisrich e Peters (2004) o desenvolvimento do empreendedorismo e do termo empreendedor originou-se na idade média, passando por várias significações entre o século XVII e ano de 1985, onde teve grandes autores e estudiosos da teoria, como Richard Cantillon (1725), Jean Baptiste Say (1803), Francis Walker (1876), Joseph Schumpeter (1934), David

McClelland (1961), Peter Drucker (1964), Albert Shapero (1975), Karl Vesper (1980), Gifford Pinchot (1983), Robert Hisrich (1985).

Dos pioneiros, os economistas associaram o empreendedor á inovação, enquanto os comportamentalistas, em suas pesquisas enfatizaram os aspectos atitudinais, criatividade e intuição, como elementos fundamentais para ajudar a entender o empreendedor (Dolabela, 1999). Já quando os estudos abordam a teoria comportamentalista do empreendedor, dois estudiosos se destacaram, Max Weber que recorreu aos sistemas de valores para explicar o comportamento empreendedor. E David McClelland que centrou sua atenção na motivação e na necessidade de realização como um dos fatores essenciais para o desenvolvimento do empreendedorismo, além de identificar em seus estudos, quais as principais características associadas ao empreendedor.

Assim, sobre o histórico evolutivo e as percepções acerca do empreendedor e do empreendedorismo, é notável destacar que é um assunto complexo, que recebeu fortes contribuições de diversas áreas do conhecimento, e que é um fenômeno que vem sendo refinado ao longo dos anos (Oliveira, 2012). O empreendedorismo também é visto por outros autores como umas das principais bases de sustentação da economia de um país. Pois por dele acontece inovação, geração de oportunidades, empregos e riquezas para o país (Zanluchi & Silva, 2013). Muitos dos empreendimentos que dão certo tornam - se grande influência nos mercado econômico nacional, além da agregação de valor do se insere, como na ocorrência de milhares de empregos.

Além disso, é interessante frisar que os conceitos existentes sobre empreendedorismo não fazem distinção de gênero, desta forma, entende-se que “empreender é uma tarefa tanto para homens quanto para mulheres, independente de sua classe social ou profissão. Basta que a pessoa deseje, use da sua criatividade, inove, motive e assuma riscos (Franco, 2014, p.4)”. Sobre o perfil, as distinções das características empreendedoras nunca foram separadas ou estudadas na questão de gênero. Todos que tendem ter incidência sob o empreendedorismo são dotados dos mesmos comportamentos e atitudes.

3.2 Desenvolvendo o conceito

São muitas as definições dadas ao empreendedor, entre estas, a que melhor reflete a definição do espírito empreendedor é dada por Moraes (2013), quando escreve que o empreendedor é aquele indivíduo que sonha e que trabalha deliberadamente para tornar seus projetos em realidade. Empreendedores são apaixonados pelo que fazem, e são dotados de iniciativa para criar. O empreendedor busca a cada dia melhorar suas práticas embasadas em suas experiências e muitas vezes na própria instituição. É um profissional tende a se adaptar a todas as áreas, onde sempre procurando inovar, incentivando o crescimento da economia, empresa e dos profissionais. E vale lembrar que os empreendedores são pessoas que, quando desafiadas, estão dispostas a trabalhar duro para conseguir vencer desafios e busca independentemente de suas atividades fazer as coisas acontecerem.

O verdadeiro empreendedor não mede esforços para enfrentar desafios na área de trabalho que se compromete a inovar, é corajoso, disposto a assumir responsabilidades e correr riscos em busca de inovação e melhorias, e procuram sempre as melhores maneiras de resolver os mais difíceis problemas que surgem no seu ambiente de trabalho. O crescimento do empreendedorismo no mundo acelerou principalmente no início da década de 1990 e aumentou em grande proporção nos anos 2000, crescimento esse proveniente de ações desenvolvidas a favor do movimento.

No Brasil, o movimento ganhou força também, a partir da década de 1990, com a abertura da economia, e quando entidades como SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e SOFTEX (Sociedade Brasileira para Exportação de Software)

foram criadas. A partir desse momento, o empreendedorismo ganhou força, e hoje é um dos mais importantes fatores de desenvolvimento social e econômico do país, gerando emprego e renda (GEM, 2014).

Os autores Lima e Mauricio (2016) escrevem que a cada dia surgem novos empreendedores no Brasil, pessoas com idéias, vontades e sonhos, que de alguma forma conseguiram um capital para investir, mas que necessitam de planejamento para garantir sucesso. Segundo dados da pesquisa GEM (2015) abrir o próprio negócio continua figurando entre os principais sonhos dos brasileiros. A pesquisa aponta, que aproximadamente 52 milhões de brasileiros com idade entre 18 e 64 anos estavam envolvidos na criação ou manutenção de algum negócio, na condição de empreendedor em estágio inicial ou estabelecido. Aponta ainda que em 2016, a taxa total de empreendedorismo para o Brasil (TTE) foi de 36% tendo um crescimento de aproximadamente 1,8% em relação ao ano de 2014 e 3,3% inferior ao constatado em 2015. Dentre estes, 51,5% são homens e 48,5% são mulheres, resultados este, que de certa forma, comprovam que tanto homens quanto mulheres podem empreender.

3.3 Por que empreender?

No que tange aos motivos que levam as pessoas a empreender, a pesquisa GEM (2014) destaca que os indivíduos geralmente são movidos para o empreendedorismo por dois motivos específicos: por necessidade ou oportunidade, sendo que: (i) os empreendedores por necessidade são aqueles que iniciam um empreendimento autônomo por não possuírem melhores opções para o trabalho e então abrem um negócio a fim de gerar renda para si e suas famílias; (ii) os empreendedores por oportunidade identificam uma chance de negócio no mercado e decidem empreender, mesmo quando possuem alternativas de emprego e renda, ou ainda, para manter ou aumentar sua renda pelo desejo de independência no trabalho.

Para outros autores, os motivos que levam o indivíduo a empreender, ultrapassam a lógica binária citada pela pesquisa GEM de que empreendedores empreendem apenas por oportunidade ou por necessidade. Nos estudos realizados por Vale; Corrêa e Reis (2014), por exemplo, foi identificado que as pessoas podem ser levadas ao empreendedorismo por diversos fatores, tais como: oportunidade, atributos pessoais, mercado de trabalho, insatisfação com emprego, família ou por influência externa.

Outros fatores são a motivação humana e a necessidade de autor-realização, que são considerados como principais fatores que movem os indivíduos na busca de atividades empreendedoras. Dentre os principais motivos que impulsionam o indivíduo a agir, destaca-se a necessidade de conquistas e realizações (Baggio & Baggio, 2014; Vale, Corrêa & Reis, 2014). Além destes fatores citados anteriormente, as pessoas engajam em novos negócios com o intuito de ser patrão de si mesmo, ter independência financeira, valorizar uma oportunidade, necessidade de desenvolver suas próprias habilidades.

3.4 E características que os destacam?

O que pode caracterizar um empreendedor de sucesso é uma série de elementos que os tornam capazes de montar um negócio de sucesso (Oliveira, 2012). De acordo como SEBRAE (2016) para se tornar um empreendedor de sucesso, o indivíduo precisa ter imaginação, ser determinado, organizado, tem que saber liderar pessoas e conhecer tecnicamente etapas e processos relacionados à empresa. O bom empreendedor não tem medo de desafios, tem coragem de enfrentar riscos, procura sua realização pessoal e profissional e possui uma excelente autoconfiança.

Sobre as 10 CCE's (Características Comportamentais Empreendedoras) propostas inicialmente por McClelland, os autores Minello *et al* (2011) e Souza *et al* (2012), escrevem que cada uma delas estão inseridas em três necessidades básicas do empreendedor. Na necessidade de realização estão as CCE's: Busca de oportunidades e iniciativa; Persistência; Comprometimento; Exigência de qualidade e eficiência; e Correr riscos calculados. Na necessidade de planejamento estão: Estabelecimento de metas, busca de informações planejamento e monitoramento sistêmico. Na necessidade de poder estão: Persuasão e rede de contatos, independência e autoconfiança.

Além de todas as características empreendedoras presentes na literatura, vale ressaltar as características atitudinais do empreendedor, apresentada nos estudos de Schmid e Bohnenberger (2009), quando destaca que o empreendedor deve ser autoeficaz; assumir riscos calculados; é planejador; detecta oportunidades; persiste; é sociável; inovador e líder. Cada atitude é fielmente associada ao empreendedor e o torna mais real à medida que sua familiaridade com as características aumenta.

3.5 Empreendedorismo no contexto acadêmico

As IES estão desenvolvendo estudos sobre empreendedorismo em suas ementas a fim de definir práticas voltadas para a dinâmica dos negócios inovadores. Os recursos permeiam o processamento do aprendizado do empreendedorismo de forma assídua, e muitos trabalhos envolvem desenvolvimento de planos de negócios e consultorias com ideias inovadoras a empresas já existentes e atividades práticas em função do mercado real.

Dornelas (2001) destaca que os cursos devem incluir em sua grade, um currículo baseado em muitos métodos que incluem as seguintes habilidades e características: (1) Habilidades de comunicação, especialmente persuasão; (2) Habilidades de criatividade; (3) Habilidades para reconhecer oportunidades empreendedoras; (4) Pensamento crítico e habilidades de avaliação; (5) Habilidades de liderança; (6) Habilidades e competências gerenciais: incluindo contabilidade, estratégia, marketing, RH e networking; (7) Habilidades de negociação; (8) Habilidades para tomar decisões; (9) Habilidades de resolver problemas; (10) Habilidades de networking; (11) Habilidades de administração do tempo. Cada habilidade transforma-se ao longo do tempo em referências de aprendizado que acrescenta e estimula o empreendedorismo, especialmente em cursos de gestão. Para Ribeiro e Moreira (2017) a estimulação do empreendedorismo leva a uma quebra de paradigmas da tradição didática, onde na sala de aula os comportamentos e atitudes também dão espaço para o processo de ensino.

Algumas práticas do desenvolvimento do empreendedorismo nas Instituições de Ensino e principalmente nos cursos de Administração incluem: captação de recursos para negócios; aulas sobre exclusivamente para empreendedorismo; plano de negócio; atividades de campo; realização de consultorias; acesso à tecnologia. Práticas essas que desenvolvem o indivíduo para que tenha realmente características empreendedoras.

Os cursos de administração devem formar indivíduos com visão empreendedora, sendo habilitados a buscar novas oportunidades e adaptação às mudanças (Greatti *et al*, 2010). A partir de 1950 essas instituições de ensino se adequaram com ementas específicas para serem aplicadas aos alunos e futuros gestores e donos de negócios para aprimorarem suas habilidades para esse objetivo. Dessa forma é imprescindível que o debate e o ensino em instituições que promovem o ensino da gestão acolham características específicas de didática que estimulem o empreendedorismo.

3.6 Negócio de mulher: O empreendedorismo feminino e suas especificidades

Estudos recentes destacam que a participação feminina no mercado de trabalho é cada vez mais crescente e que em termos de empreendedorismo, não é diferente (Queiroz, 2013). Sobre a participação feminina no mercado de trabalho, Cramer *et al* (2012) ressalta que, apesar das resistências, elas vêm conquistando gradativamente seu espaço tanto no mercado de trabalho quanto como donas de seus próprios negócios. No que tange a atividade empreendedora salienta que as mulheres vêm se destacando principalmente no gerenciamento de pequenos e médios empreendimentos.

O empreendedorismo feminino tem ganhado destaque no cenário nacional, e tudo isso se deve ao estilo peculiar da mulher em exercer a capacidade de desempenhar seu trabalho com potencial, perfeição e agilidade. Os empreendimentos femininos geralmente são negócios relacionados ao mundo feminino, como exemplo, o vestuário, serviços pessoais e comércio de produtos de beleza, áreas em que se identificam e tem mais habilidades (Tonelii & Andreassi, 2013). As empreendedoras optam em trabalhar em setores sobre os quais tem conhecimento e/ou possuem experiência anterior (Cramer *et al.*, 2012). As mulheres empreendedoras são conhecidas pela sua coragem, paixão pelo que faz, pela sua criatividade e dedicação. Geralmente são pessoas autônomas, corajosas, que não tem medo de correr riscos e perdas, são mulheres capazes de desempenhar diversos papéis diariamente.

Para Barbosa *et al* (2011) o negócio próprio é algo com que as mulheres se identificam se dedicam com paixão, pois enxergam no empreendimento a capacidade de criar e afirmar seus próprios valores, na medida em que há autonomia, independência e liberdade. Nesta mesma linha de pensamento Martins (2010); Zanluce e Silva (2013) destacam que o empreendimento é visto por muitas mulheres como uma opção de vida mais promissora no que diz respeito à busca por crescimento profissional e realização pessoal, é uma forma de prover mais receitas, de conquistar independência, como uma forma de realização de um sonho.

As mulheres têm procurado seu espaço no mercado, a fim de conquistar sua vida financeira e senti-se realizada pessoalmente e profissionalmente. A mulher cresceu muito na área de empreendedorismo por ser corajosa, determinada e desejar sempre a liberdade e autonomia. De acordo com Garcia *et al.* (2011), além destes fatores, as mulheres buscam no empreendedorismo a possibilidade de flexibilização da jornada de trabalho, benefício que não é alcançado no mercado de trabalho tradicional. Outro motivo é a possibilidade de ficar mais tempo com os filhos, conseguindo assim cumprir sua dupla jornada, a de mulher trabalhadora e a de mãe/dona de casa.

A mulher como empreendedora tem características parecidas com as dos homens, porém, se destacam mais em algumas habilidades como motivação, organização e habilidades profissionais e realização pessoal. A valia do comportamento geralmente se diferencia por causa do lado mais sensível e humano que são características mais presentes nas mulheres. Diante desse crescimento constante, muitos questionamentos surgiram em torno das mulheres, principalmente nas questões que envolvem a interação entre homens e mulheres nesse ambiente, bem como a trajetória da mulher em cargos de gerência ou como empreendedora de seus negócios, e principalmente sobre o perfil dessas mulheres (Cramer *et al.*, 2012).

Quando o assunto é comportamento, atitudes e características entre o homem e a mulher à frente de empreendimentos, Hisrich e Peters (2004) salientam que ambos possuem características em comuns, diferenciando-se apenas aspectos particulares como motivação, habilidades empresarial e no histórico profissional. Diferenças das mulheres são tratadas por Hisrich e Peters (2004) em 8 características.

Quadro 1

Características de destaque das empreendedoras

Características	Empreendedoras
Motivação	Realização – conquista de uma meta; Independência – fazer as coisas sozinhas.
Ponto de partida	Frustração no emprego; Interesse e reconhecimento de oportunidade na área; Mudança na situação pessoal.
Fontes de fundos	Bens e economias pessoais; Empréstimos pessoais.
Histórico profissional	Experiência na área de negócios; Experiência em gerência intermediária ou administração; Histórico ocupacional relacionado com o trabalho.
Características de personalidades	Flexível e tolerante; Orientada para metas; Criativa e realista; Nível médio de autoconfiança; Entusiasmada e enérgica; Habilidade para lidar com o ambiente social e econômico.
Histórico	Idade no início do negócio; Pai autônomo; Educação superior - artes liberais; Primogênita.
Grupos de apoio	Amigos íntimos; Cônjuge; Família; Grupos profissionais femininos; Associações comerciais.
Tipos de negócios	Relacionados à prestação de serviços – serviço educacional, consultoria ou relações públicas.

Fonte: Adaptado de Hisrich e Peters (2004, p. 86).

Se comparado, os homens geralmente estão mais preocupados com o aspecto econômico, enquanto as mulheres têm aspirações mais holísticas para empreender. Entre essas aspirações está a busca pela complementação de renda familiar, mas, além desta, existe a busca por mudanças nas expectativas de vida pessoal e a busca de auto-realização (Zanluchi & Silva, 2013). Há algumas divergências entre as mulheres e os homens quanto ao empreendedorismo. Enquanto os homens se preocupam mais com os aspectos econômicos, as mulheres buscam a complementação da renda familiar e a realização pessoal e profissional.

As mulheres empreendedoras possuem características próprias, que fazem com que elas se destaquem no mundo dos negócios, tais como: intuição, sensibilidade, a flexibilidade no que diz respeito ao relacionamento com os funcionários, compreensão e a cooperação, são mais preocupadas com as pessoas, possuem percepção de micro sem perder a visão do macro, são mais versáteis e além de possuírem facilidade em se relacionar. Outra característica importante, é que, são capazes de executar várias atividades ao mesmo tempo, lidar com várias responsabilidades (Cramer, 2012; Franco, 2014). Já Zanluchi e Silva (2013) destacam que as empreendedoras são determinadas e otimistas, e que não desiste do que querem, seguem em busca de seus objetivos.

A partir do momento que as mulheres entraram no ramo profissional, procuraram desempenhar sua missão de forma que a qualidade fosse à base principal do legado da prática em si. A mulher empreendedora, não mede sacrifício, tem facilidade em se relacionar e consegue realizar mais de um trabalho de uma só vez. Quando as mulheres iniciam um empreendimento muitas barreiras e dificuldades são impostas as elas, entre essas a necessidade de desempenhar múltiplos papéis (Barbosa *et al.* 2011).

De acordo com Alperstedt; Ferreira e Serafim (2014) os principais problemas encontrados ao longo do processo empreendedor pelas mulheres pode ser resumido em: problemas pessoais e familiares, financeiros, dificuldades de gestão, falta de credibilidade e dificuldades de mercado. A conciliação dos múltiplos papéis de mãe, esposa e empreendedora é uma das dificuldades mais destacadas. Neste contexto, Cramer *et al.*, (2012, p. 68) salienta que “as mulheres empreendedoras enfrentam, além das barreiras comuns ao desempenho de qualquer atividade empreendedora, a cobrança por parte das pessoas envolvidas com os seus empreendimentos”. Outro tipo de barreira enfrentada é a cobrança familiar, devido à

concorrência da atividade laboral com a dedicação à família. Este fato e que é responsável por um sentimento de culpa por terem que abdicar, muitas vezes, do convívio familiar, antes como o único ambiente em que podiam interagir.

4. METODOLOGIA DA PESQUISA

A presente pesquisa assenta-se como uma pesquisa de levantamento (*survey*) do tipo descritiva, com abordagem quantitativa e quantitativa, uma vez que tem o objetivo de levantar informações/características de um grupo específico e descrever os resultados obtidos. Para realização da pesquisa foi necessário à utilização de pesquisa bibliográfica para verificar e analisar os pressupostos teóricos acerca do tema empreendedorismo e em específico sobre empreendedorismo feminino. Posteriormente a aplicação de questionários com perguntas fechadas e roteiro de entrevista para obtenção dos objetivos especificados. Nas pesquisas descritivas, a finalidade é descrever os dados e informações obtidas nas pesquisas, sejam elas de abordagem qualitativa ou quantitativas.

Atualmente o curso de Administração da IES estudada possui 288 alunos devidamente matriculados. Desse total, 123 estão matriculados no período matutino, 165 noturnos e 151 são mulheres. As alunas pesquisadas comportam uma amostra não-probabilística e por conveniência, ou seja, por acessibilidade, vez que foram pesquisadas alunas que estavam dispostas a participar da pesquisa. Para questão de informação, das 151 alunas pesquisadas, 64 se propuseram a responder a pesquisa, porém três questionários foram descartados por não estarem dentro dos requisitos da pesquisa. Os questionários foram aplicados em sala de aula, bem como encaminhados por e-mail para as acadêmicas através do Google Docs.

O principal instrumento de pesquisa utilizado neste trabalho fundamenta-se nas características comportamentais empreendedoras, elaborado por McClelland (1972). Em face do modelo original de McClelland de 1972 não ser encontrado, o instrumento utilizado se baseia no modelo proposto Bartel (2010), do qual foi validado e adaptado no Brasil.

O questionário foi dividido em outras três partes: uma composta por perguntas voltadas ao perfil socioeconômico dos pesquisados e mais duas com perguntas semi-estruturadas e fechadas e roteiro de entrevista, voltados para questões do empreendedorismo e suas principais habilidades desenvolvidas no contexto acadêmico, a fim de montar o perfil.

Para a tabulação dos dados, foi utilizado no questionário o suporte da Escala de Likert Tradicional, onde o pesquisado corresponde seu grau de concordância com as perguntas do questionário aplicado. Cada afirmativa foi com a mensuração da escala, que varia de 1 a 5, sendo 1= nunca, 2 = raramente, 3 = algumas vezes, 4 = maioria das vezes e 5 = sempre.

As 10 Características Comportamentais Empreendedoras CCE's, composta no instrumento de McClelland, detém 5 questões que totalizam 50 no questionário, além de mais 5 para fator de correção. O instrumento de McClelland considera que a pontuação máxima a ser alcançada em cada uma CCE's é de 25 pontos, e o mínimo para ser considerado empreendedor é de 15 pontos (Bartel, 2010). A Mensuração do nível do Perfil Empreendedor se da seguinte forma: PI - Perfil Empreendedor Inferior (Entre 01 a 05); PMI - Perfil Empreendedor Médio Inferior (Entre 06 a 10); PM - Perfil Empreendedor Médio (Entre 11 a 15); PMS - Perfil Empreendedor Médio Superior (Entre 16 a 20); PS - Perfil Empreendedor Superior (Entre 21 a 25). Após, os cálculos de moda, média e desvio padrão para cada uma das 10 características foi possível identificar a média geral e apontar o nível do perfil empreendedor das alunas e suas principais características na ficha de avaliação. No caso de discrepâncias, corrigido conforme folha de correção. Por último o gráfico comportamental empreendedor das alunas, mediante dados tabulados em média e desvio padrão. Na fixa de avaliação, os números horizontais são referentes á CCE que se segue. Na vertical o ordenamento das questões dentro do questionário sem especificação.

Tabela 1
Ficha de avaliação de McClelland

						Total	CCE
	+	+	-	+	+	6	= Busca de oportunidades
1	12	23	34	45			
	+	+	-	+	+	6	= Persistência
2	13	24	35	46			
	+	+	+	-	+	6	= Comprometimento
3	14	25	36	47			
	+	+	+	+	+	0	= Exigência de qualidade e eficiência
4	15	26	37	48			
	+	+	-	+	+	6	= Correr riscos calculados
5	16	27	38	49			
	-	+	+	+	+	6	= Estabelecimento de metas.
6	17	28	39	50			
	+	-	+	+	+	6	= Busca de informações,
7	18	29	40	51			
	+	+	-	+	+	6	= Planejamento e monitoramento Sis.
8	19	30	41	52			
	-	+	+	+	+	6	= Persuasão e otimização da rede de contatos
9	20	31	42	53			
	-	+	+	+	+	6	= Independência e autoconfiança
10	21	32	43	54			
	-	-	-	+	+	18	= Fator de correção
11	22	33	44	55			

Fonte: Adaptado de Bartel (2010).

Como o questionário prever a super valorização quanto á imagem e características, assegura-se o uso de uma ficha de avaliação. Nos casos que ocorreram supervalorização, foi aplicado o fator de correção ao resultado de todas as características empreendedoras da pesquisada. Ao todo, 5 questionários passaram por correção.

Tabela 2
Folha de correção

Se o total do fator de correção for:	Faça a correção da pontuação de cada CCE de acordo com o número abaixo
24 ou 25	7
22 ou 23	5
20 ou 21	3
19 ou menos	0

Faz-se a seguinte correção:			
Características	Pontuação Original	Fator de correção	Total corrigido
Busca de oportunidades		-	=
Persistência			
Comprometimento			
Exigência de qualidade e eficiência			
Correr riscos calculados			

Estabelecimento de metas,
Busca de informações,
Planejamento e monitoramento sistemático
Persuasão e otimização da rede de contatos
Independência e autoconfiança

Fonte: Adaptado de Bartel (2010).

O total das somas das respostas 11, 22, 33, 44 e 55 é pra demonstrar se o pesquisado tentou mostrar auto-favorável. Deve ser aplicado quando o total pontuado no questionário for maior que 20.

No questionário de McClelland também foi acrescentado uma questão fechada para identificar o perfil empreendedor das pesquisadas sob a sua própria perspectiva.

Quadro 2

Nível de perfil empreendedor

Baixo	1	2	3	4	5	Alto
	Perfil Empreendedor Inferior	Perfil Empreendedor Médio Inferior	Perfil Empreendedor Médio	Perfil Empreendedor Médio Superior	Perfil Empreendedor Superior	

Fonte: Elaborado pelos Autores (2018), baseado em Likert.

Esse serviu para comparação sobre a percepção pessoal das pesquisadas quanto ao seu perfil empreendedor e os dados da pesquisa.

5. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Para melhor compreensão dos resultados da pesquisa, os tópicos foram apresentados em quatro partes de acordo com a sequência de aplicação do estudo: (i) perfil demográfico e socioeconômico e (ii) o perfil de acordo com Habilidades empreendedoras; (iii) resultados do perfil comportamental; (iii) resultado das problematizações.

Perfil demográfico e socioeconômico

A maioria das alunas do curso de administração é composta por mulheres jovens, com idade igual ou inferior a 25 anos e que se assemelham aos dados gerais do Ensino superior no Brasil. A maioria das pesquisadas (55%) possuem idade entre 18 e 24 anos de idade e 30% delas tem idade entre 25 e 29 anos.

Ainda é possível destacar das pesquisadas, que 20% delas possuem filhos, 73,3% são mulheres solteiras, 25% são casadas, 1,7% delas possuem outro tipo de estado civil. Atualmente existem muitas formas de ingressar no ensino superior no Brasil e a maioria das acadêmicas entrou no curso pelo vestibular tradicional (76,70%). Quanto ao tempo, apenas 10% delas tem no máximo até 1 ano na Instituição, 53,3% tem de 1 á 3 anos, 28,3% das pesquisadas estão entre 4 e 5 anos na Instituição e 8,3 % delas tem mais de 5 anos no curso.

Por meio do perfil socioeconômico foi possível mensurar os dados das alunas, como vínculo empregatício, fontes de renda extra, proveniente de práticas empreendedoras e o objetivo profissional das alunas futuramente quando formadas. De 66,7% das pesquisadas que possuem vínculo empregatício, 47,6% delas declararam ser vinculadas ao setor público, 45,2% ao setor privado e apenas 8,1% possuem negócio próprio. De 8,1% que possuem negocio próprio, elencam que os tipos de negócios mais comuns eram: artesanato 21,40%, vendas de cosméticos com 14,30%, festa e decoração (14,30%) e venda de roupas (7,10%).

As alunas também foram questionadas sobre seus objetivos profissionais após terminarem graduação em Administração, considerando três setores de atuação: (i) setor

público; (ii) setor privado; e (iii) negócio próprio. Maioria das acadêmicas manifestou interesse pela vida profissional no setor público (53,30%), apenas 16,70% delas demonstram interesse pelo setor privado, os outros 30% tem interesse em montar um negócio próprio. Alguns dos maiores motivos da maioria optar pelo setor público estão ligados á estabilidade profissional que o setor proporciona.

O perfil de acordo com Habilidades empreendedoras

Neste tópico, estão apresentadas as principais habilidades empreendedoras constatadas nas alunas de acordo com os dados da pesquisa. Essas habilidades podem ser estimuladas e desenvolvidas ao longo do curso de administração e praticadas no dia-a-dia, conforme salientado na fundamentação teórica que trata do empreendedorismo no contexto acadêmico.

Tabela 3

Habilidades empreendedoras

<i>HCP</i>	Habilidade de comunicação, especialmente persuasão;	10,30%
<i>HC</i>	Habilidades de criatividade;	10,30%
<i>HOE</i>	Habilidades para reconhecer oportunidades empreendedoras;	10,00%
<i>PHA</i>	Pensamento crítico e habilidades de avaliação;	13,00%
<i>HL</i>	Habilidade de liderança;	9,20%
<i>HG</i>	Habilidades gerenciais: incluindo contabilidade, estratégia, marketing, RH e networking;	5,50%
<i>HNE</i>	Habilidade de negociação;	7,00%
<i>HPD</i>	Habilidade para tomar decisões;	11,80%
<i>HRP</i>	Habilidade de resolver problemas;	12,90%
<i>HN</i>	Habilidade de networking;	2,20%
<i>HAT</i>	Habilidade de administração do tempo.	7,30%

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

E relevante frisar que o curso deve estimular e desenvolver essas habilidades, além de preparar os alunos para serem empreendedores e lidar com as circunstâncias do mundo empresarial. Os dados corroboram que o perfil empreendedor é muito estimulado pelo Curso de administração da IES, porém as habilidades não são essencialmente trabalhadas em conjunto. Como observado, há números preocupantes quanto às habilidades de Network e de gerenciamento, com porcentagem baixa.

Perfil empreendedor de acordo com McClelland

A tabela os dados referentes às características comportamentais empreendedoras das alunas do curso de Administração da IES.

Tabela 4

CCE's das Acadêmicas

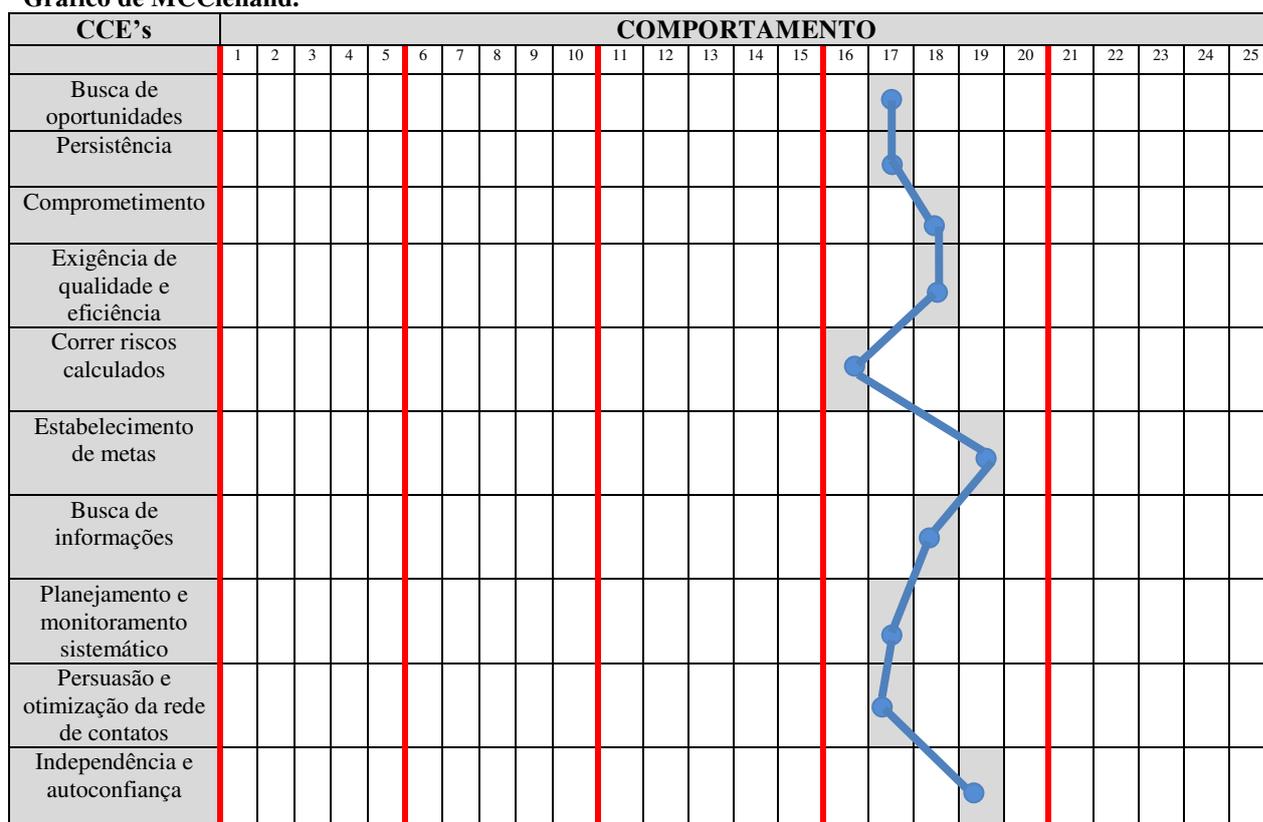
Características Comportamentais Empreendedoras CCE's	Mínimo	Máximo	Média	D. Padrão
Busca de oportunidades	11	23	17,55	2,36
Persistência	10	21	17,00	2,50
Comprometimento	14	23	18,75	2,32
Exigência de qualidade e eficiência	10	24	18,50	2,50
Correr riscos calculados	12	24	16,65	2,29
Estabelecimento de metas	13	25	19,70	3,11
Busca de informações	13	25	18,40	2,30
Planejamento e monitoramento sistemático	10	25	17,50	2,90
Persuasão e otimização da rede de contatos	10	24	17,20	2,58
Independência e autoconfiança	10	25	18,60	2,88

Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Considerando que o mínimo para ser empreendedor seja de 15 pontos, conclui-se que as pesquisadas do curso possuem perfil empreendedor em todas as CCE's. Dentre as CCE's que mais se destacaram entre as alunas estão: estabelecimentos de metas, comprometimento, independência e autoconfiança, exigência de qualidade e eficiência, com médias 19,70; 18,75; 18,60 e 18,50, respectivamente.

As CCE's de menores destaques entre as alunas foram: correr riscos calculados, com média de 16,65; persistência, com 17,00 e persuasão e otimização da rede de contatos com 17,20. O gráfico de McClelland abaixo faz uma demonstração sistemática da oscilação das CCE'S das Acadêmicas.

Gráfico 1
Gráfico de MCClelland.



Fonte: Resultado da pesquisa (2018).

As representações gráficas de todas as CCE's das acadêmicas estão relacionadas entre 16 e 20, com média geral de 17,98, sendo considerado por fim, um **Perfil Empreendedor Médio Superior**.

O perfil declarado é aquele em que o próprio pesquisado autodeclara seu nível empreendedor. Foi possível verificar que a maioria das acadêmicas (45%) declarou possuir um Perfil Empreendedor Médio, enquanto (30%) delas declararam ter um perfil médio alto. Apenas 11,70% declararam ter perfil empreendedor alto. Nessa perspectiva, nota-se que as alunas foram cautelosas com auto-declaração. Enquanto os dados consolidados afirmam que possuem um Perfil Empreendedor Médio Superior, elas se auto-declaram com **Perfil Empreendedor Médio**. Os 5,0% das acadêmicas que classificaram seu Perfil Empreendedor Baixo pode está relacionado ao interesse profissional de não possuir um negócio próprio, onde as mesmas preferem seguir carreira no setor público.

Das problematizações (entrevistas)

Das pesquisadas, 8,1% delas afirmaram possuir negócio próprio na cidade, na qual administram como empreendimento. Três delas aceitaram responder entrevista orientada com questões semi-estruturadas. A base teórica para roteiro de entrevista foi adaptado das características (quadro 1) estudadas por Hisrich e Peters (2004), que são: motivação; ponto de partida; fontes de fundos; histórico profissional; características de personalidade; histórico; grupo de apoio e tipos de negócios. As entrevistadas foram identificadas como En1, En2 e En3. Cada variável predominante foram as de mais ocorrência na fala das pesquisadas.

Quadro 3

Características como variáveis de influência das empreendedoras

Características	Variáveis predominantes na pesquisa
Motivação	En1 (aumento de renda); En2 (aumento de renda); En3 (aumento de renda e independência financeira).
Ponto de partida	En1 (dificuldade financeira); En2 (situação pessoal e da família e interesse) En3 (crise financeira e interesse)
Fontes de fundos	En1 (investimento pessoal); En2 (banco do povo e investimento pessoal); En3 (investimento pessoal e família)
Histórico profissional	En1 (apenas estudos); En2 (estudos e experiência profissional em negócios); En3 (apenas estudos e trabalhos relacionados à gestão).
Características de personalidades	En1(criativa e realista); En2 (criativa e realista + segura); En3 (orientada para metas + determinada).
Histórico	En1(empresários na família); En2 (empresários na família e educação superior em administração); En3 (Ensino superior em administração).
Grupos de apoio	En1 (família); En2 (família e amigos); En3 (família e amigos).
Tipos de negócios	En1 (artesanato); En2 (venda de cosméticos); En3 (Venda de cosméticos).

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

A educação superior foi uma variável imprescindível para o discernimento evolutivo do empreendedorismo das alunas, como forma de incentivo e encorajamento de capacidade para abrir o próprio negócio. Além disso, as entrevistadas destacaram que o maior incentivo veio da necessidade de possuir independência financeira e do estímulo, a partir da crise econômica atual. Quando se trata de investimentos, as mesmas tiveram que aderir ao pessoal, se resguardando dos empréstimos bancários. Os riscos inerentes aos empréstimos bancários associados a um possível fracasso são fatores que motivaram o uso de recursos pessoais. Quanto ao grupo de apoio, a família é o principal suporte das mesmas, sendo também motivo de incentivo. Diferente da pesquisa de Hisrich e Peters (2004) as pesquisadas apontaram possuir tipo de negócio na área de vendas e não de serviços.

6. CONCLUSÃO

A presente pesquisa fez um estudo sobre empreendedorismo e empreendedorismo feminino no contexto acadêmico. Para fidelização da pesquisa foi necessário a realização de pesquisa de campo para traçar o perfil empreendedor das acadêmicas do curso em destaque por meio da aplicação de um instrumento de pesquisa, composto por 4 partes: uma socioeconômica e demográfica; uma com modelo de habilidades e características no contexto acadêmico, uma com identificação de características proposto por Hisrich e Peters (2004), e por fim, a do perfil empreendedor que teve como base o instrumento principal de McClelland.

Os fundamentos teóricos apresentados foram de muita valia para o desenvolvimento da pesquisa, uma vez que a caracterização das alunas foi constatada por meio de uma pesquisa autodeclarada que buscava mapear todas as características possíveis da atuação feminina no empreendedorismo, tendo como base o contexto acadêmico. Os resultados demonstraram que as alunas possuem Perfil Empreendedor Médio Superior e que conseqüentemente muito desse resultado está relacionado à influência que o curso de gestão proporciona. Supõe-se que em outras pesquisas fora do contexto acadêmico não se obtenha um nível tão elevado.

Quando questionadas sobre o nível de perfil empreendedor que possuem, as mesmas se auto declararam ter um perfil empreendedor um nível abaixo (Perfil Empreendedor Médio) do identificado pelo instrumento de McClelland. Quanto aos resultados sobre as principais habilidades empreendedoras no contexto acadêmico, vale destacar que algumas declaram que possuem pouca instrução para Habilidade de Gerenciamento e Habilidade networking, o que direciona maior atenção ao currículo do curso para com essa perspectiva.

Os desafios desse projeto é que o empreendedorismo feminino é pouco estudado no Brasil, especialmente no contexto evolutivo e mais profundo para com as características empreendedoras exclusivamente femininas. Encontrar bases teóricas que fundamentem essa premissa tornou-se um empecilho para a mesma, fato este que apesar da dificuldade, instiga a discussão sobre o tema. Ressalva-se também a dificuldade de aplicação dos questionários às pesquisadas, visto que muitas delas não se dispuseram a responder e que os dados de alguns questionários não estavam a contento para pesquisa, tornando-os inválidos e insatisfatórios.

O estudo também mostrou que as Instituições de Ensino possuem um grande papel na formação de potenciais empreendedores para o mercado de trabalho. Porém nesta pesquisa não há resultados específicos que possam corroborar essa premissa. Dessa forma, sugere-se para trabalhos futuros que pesquisas tenham foco na coordenação do curso, para identificar o que tem sido feito pedagogicamente para influenciar o empreendedorismo nos acadêmicos, como resposta ao “por que” dos resultados aqui apresentados, uma vez que essa pesquisa não se limitou a tal questionamento como objetivo.

REFERÊNCIAS

- Alperstedt, G. D, Ferreira, J. B & Serafim, M. C. (2014, março). Empreendedorismo Feminino: Dificuldades Vivenciadas em Histórias de Vida. *Anais do Encontro de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (EGEPE)*, Goiânia, GO, Brasil, 24/26.
- Baggio, A. F & Baggio, D. K. (2014). Empreendedorismo: Conceitos e Definições. *Rev. de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia*, 1(1), 25-38.
- Barbosa, F. C et al. (2011). Empreendedorismo Feminino e Estilo de gestão feminina: estudo de casos múltiplos com empreendedoras na cidade de Aracaju - Sergipe. *Revista de Micro e Pequena empresa*, 5(2), 124- 141.
- Bartel, G. (2010). *Análise da evolução das características comportamentais empreendedoras dos acadêmicos do curso de Administração de uma IES catarinense* Dissertação (Pós-Graduação em Administração). FURB, Blumenau, 2010.
- Cramer, L et al. Representações femininas da ação empreendedora: Uma análise da trajetória das Mulheres no mundo dos negócios. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas - REGEPE*, 1(1), jan/abril.

- Dolabela, F. *Oficina do empreendedor*. 6. ed. São Paulo: Ed. de Cultura, 1999.
- Dornelas, J. C. de A. *Empreendedorismo: transformando idéias em negócios*. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- Franco, M. M. S. Empreendedorismo Feminino: Características Empreendedoras das Mulheres na Gestão das Micro e Pequenas Empresas. (2014, março). *Anais do Encontro de estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas – EGEPE, VIII, Goiânia, GO, Brasil, 26/27*.
- Garcia, A. P. F et.al. Empreendedorismo Feminino: Luiza Helena Trajano e o caso da Rede Magazine Luiza. (2011, maio). Artigo apresentado no *Congresso do Instituto Franco-Brasileiro de Administração de Empresas IFBAE, Franca, SP, Brasil, 24/25*.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR - GEM. (2016). *Empreendedorismo no Brasil*. Sebrae; Ibpq; FGV. Relatório Executivo, 2016.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR - GEM. (2015). *Empreendedorismo no Brasil*. Sebrae; Ibpq; FGV. Relatório Executivo, 2015.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR - GEM. (2014). *Empreendedorismo no Brasil*. Sebrae; Ibpq; FGV. Relatório Executivo, 2014.
- Gratti, L et al.(2010, setembro). Aprendizagem em Empreendedorismo dos Acadêmicos do Curso de Administração de uma Universidade Estadual no Sul do Brasil. *Anais do Encontro da EnAnpad*, Rio de Janeiro, RJ, Brasil, 25/29.
- Hisrich, R. D & Peters, M. *Empreendedorismo*. trad. Lene Belon Ribeiro. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.
- Lima, T. C & Mauricio, N. M. M. (2016). Tendência empreendedora: Perfil dos acadêmicos do curso de administração de uma IES do Tocantins. *Revista Científica do ITPAC*, 9(1), fev.
- Martins, C. B et al. (2010). Empreendedorismo Feminino: Características e Perfil de Gestão em Pequenas e Médias Empresas. *Rev. Adm. UFSM*, 3(2), 288-302.
- Minello, I. F et al. (2011, setembro). Competências e Características Empreendedoras dos proprietários das lojas de um Shopping Popular. *Anais do XXXV Encontro da ANAPAD*, Rio de Janeiro, RJ, Brasil, 4/7.
- Moraes, R. S de. *O Profissional do futuro: uma visão empreendedora*. São Paulo: Minha Editora, 2013.
- Oliveira, F. M de. (2012). Empreendedorismo: teoria e prática. *Especialize IPOG Revista ONLINE*. Recuperado de 25 junho de 2018, de <http://www.ipog.edu.br>.
- Queiroz, J. L. A. P. (2013). *Trajetória de Vida e Trabalho das Mulheres Empreendedoras de Boa Vista, Roraima: avanços e vitórias, 2013*. Dissertação (Programa de Pós-Graduação Sociedade e Cultura na Amazônia) UFAM, Manaus, 2013.

- Rodrigues W. (2012). Cenários econômicos prospectivos para Palmas – TO no período de 2008 a 2020. *Revista de Economia*, 8(2), 01-16.
- Souza, E. M et al. (2013). Comportamento empreendedor e crescimento de empresas: uma análise comparativa. *Scientia*, 01(02),192 – 395.
- SEBRAE. *Mulher de negócios: Empreendedorismo feminino em pauta*. Campo Grande, 2014.
- Tonelli, M. J & Andreassi, T. (2013). Mulheres Empreendedoras. *FGV-EAESP*, 12(1), 50-53.
- Vale, G. M. V; Corrêa, V. S; Reis, R. F. dos. (2014). Motivações para o Empreendedorismo: Necessidade Versus Oportunidade? *RAC*, 18 (3), 311-327.
- Zanluchi, J. B & Silva, E. C.(2013). Empreendedorismo feminino no projeto venha crescer com esteio? uma comparação entre duas organizações. *Desenvolve: Revista de Gestão do Unilasalle*, 2(2), 187-200.
- Ribeiro, M. F. S & Moreira, R. N. (2017). Características do comportamento empreendedor dos professores de empreendedorismo de ensino fundamental de uma solução educacional. *Revista de Administração da UNI7*, 1 (1), 263-290.
- Schmidt, S & Bohnenberger, M. C. (2009). Perfil Empreendedor e Desempenho Organizacional. *RAC*, 13(3), 450-467.
- SEBRAE. *Perfil Empreendedor*. Recuperado em 20 de junho, 2018 de <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/O-que-%C3%A9-ser-empendedor>.