



## ANÁLISE DE PERFIL EMPREENDEDOR DOS ESTUDANTES DE ADMINISTRAÇÃO, CIÊNCIAS CONTÁBEIS E ECONOMIA NA UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS

## ENTREPRENEUR PROFILE ANALYSIS OF THE STUDENTS OF ADMINISTRATION, ACCOUNTING SCIENCES AND ECONOMY IN THE FEDERAL UNIVERSITY OF GRANDE DOURADOS

Luiz Gustavo Cordeiro, Universidade Federal da Grande Dourados (UFGD), Brasil, gucordeiro@gmail.com

Luan Carlos Santos Silva, Universidade Federal da Grande Dourados (UFGD), Brasil, luancarlos@ufgd.edu.br

Renata Tilemann Facó, Universidade Federal da Grande Dourados (UFGD), Brasil, renata.tilemann@gmail.com

### Resumo

O objetivo principal deste artigo, consistiu em analisar o perfil empreendedor dos discentes da Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Economia (FACE) da Universidade Federal da Grande Dourados (UFGD). A pesquisa possui caráter qualitativo e descritivo, o método utilizado foi o modelo proposto por Schmidt e Bohnenberger (2009), que determinaram oito características atitudinais necessárias a um empreendedor, entre elas: Auto eficaz (AE), Assume Riscos calculados (AR), Planejador (PL), Detecta oportunidades (DO), Persistente (PE), Sociável (SO), Inovador (IN) e Líder (LI). Por meio da pesquisa foi possível compreender que os acadêmicos do curso de Administração possuem um perfil empreendedor com inclinações para liderança, sociabilidade, Inovação e persistência. Os Acadêmicos do curso de Ciências Contábeis apresentaram uma maior inclinação para o planejamento, e os acadêmicos do curso de Economia, apresentam inclinações para as características de detecção de oportunidades, assumir riscos calculados e auto eficácia. Contudo, através da pesquisa foi possível compreender melhor como são as tendências dos perfis dos acadêmicos diante das ações que caracterizam um empreendedor

**Palavras-chave:** (Empreendedorismo acadêmico; Perfil empreendedor; UFGD; Inovação)

### Abstract

*The main objective of this article was to analyze the entrepreneur profile of the students of the Faculty of Administration, Accounting and Economics (FACE) of the Federal University of Grande Dourados (UFGD). The method used was the model proposed by Schmidt and Bohnenberger (2009), which determined eight attitudinal characteristics necessary for an entrepreneur, among them: Self-effective (SE), Assumes Calculated Risks (AR), Planner (PL), Detects opportunities (DO), Persistent (PE), Sociable (SO), Innovative (IN) and Leader (LE). Through the research, it was possible to understand that the academics of the Administration school have an entrepreneurial profile with inclinations for leadership, sociability, Innovation and persistence. Academics in the school of Accounting have shown a greater inclination for planning, and scholars of the Economics school are prone to the characteristics of opportunity detection, calculated risk taking, and self-efficacy. However, through the research it was possible to better understand the trends of the academic profile of the actions that characterize an entrepreneur*

**Keywords:** (Academic Entrepreneurship; Entrepreneur Profile; UFGD; Innovation)



## 1. INTRODUÇÃO

A relação do Empreendedorismo com o crescimento regional leva instituições públicas a buscarem formas de incentivo ao desenvolvimento do perfil empreendedor dentro de ambientes acadêmicos, através de mecanismos como empresas juniores, programas de extensão universitária e incubadoras tecnológicas.

A Universidade Federal da Grande Dourados (UFGD) criada em 2005 durante o Programa de Expansão das Instituições Federais de Ensino Superior no Brasil, sob a tutoria da Universidade Federal de Goiás (UFG), se desmembrando da Universidade Federal do Mato Grosso do Sul (UFMS), que possuía uma unidade na cidade de Dourados MS chamado Centro Universitário de Dourados (CEUD). Essa unidade esteve em funcionamento desde 1971 até a fundação da UFGD.

Inicialmente a instituição possuía apenas sete cursos de graduação, porém após sua inclusão no Programa de Reestruturação e expansão das Universidades Federais (REUNI), foram ampliados os cursos de graduação e pós-graduação, além do número de servidores e professores até se tornar o que é hoje. Apesar dos cursos de Ciências Contábeis e Administração terem sido implementados em 1986 e 2000 respectivamente a Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Economia (FACE) foi inaugurada apenas em 2009 com a implementação do curso de Economia.

Contudo, o objetivo deste artigo, consistiu em analisar o perfil empreendedor dos discentes da FACE/UFGD, através da aplicação de questionários, para identificar dentre os cursos quais características comportamentais se destacam utilizando o modelo proposto por Schmidt e Bohnenberger (2009). Por meio das análises dos questionários foi possível compreender melhor como são as tendências dos acadêmicos diante das ações que caracterizam um empreendedor.

## 2. EMPREENDEDORISMO ACADÊMICO

O conceito da universidade ao longo dos anos foi se alterando de acordo com os objetivos das instituições. No século XIX, a universidade era definida como aquela dedicada a busca do conhecimento por si mesma. Atualmente, as universidades não são mais definidas apenas como fontes do conhecimento, mas sim como uma força significativa na economia, contribuindo para a vida cultural e apoiando o desenvolvimento econômico (Klofsten & Jones-Evans, 2000).

O empreendedorismo pode ser definido como uma atividade que engloba a combinação inovadora de recursos, com o objetivo de introduzir novos bens ou serviços, formas de organização, mercados, processos ou matéria-prima (Abreu & Grinevich, 2013). O empreendedorismo apresenta diversas características típicas do seu processo. De acordo com Abreu e Grinevich (2013), tais características podem ser definidas como: risco por parte do empreendedor, diante dos resultados incertos; esforço da organização para a criação de uma nova maneira de explorar uma oportunidade; e por fim, apresentar uma atividade inovadora, já que, não reproduz exatamente algo já existente.



Diante da crescente importância do conhecimento nos sistemas de inovação e desenvolvimento econômico surgiu o conceito da universidade empreendedora. Neste contexto, as universidades passaram a incorporar o desenvolvimento econômico como parte de sua missão (Powers & McDougall, 2005). O empreendedorismo com base no conhecimento é um elo fundamental entre a tecnologia e a sua transformação em novos negócios (Audretsch & Keilbach, 2008).

O empreendedorismo tem buscado cada vez mais a criação de negócios com elevado potencial de suporte ao desenvolvimento econômico. Em instituições de ensino, o conhecimento é propagado amplamente e neste contexto, pode-se tornar um ambiente mais propício ao desenvolvimento de empreendimentos mais qualificados. As empresas que são criadas através do suporte do conhecimento estão mais aptas a estabelecer atividades inovadoras e refletir positivamente no crescimento econômico e na competitividade (Garcia et al., 2012)

O empreendedorismo acadêmico representa diversos ganhos não apenas para universidade, mas para a sociedade como um todo. Envolve um processo de valor intangível através da aprendizagem dos alunos em ambientes empreendedores e a sustentabilidade das instituições. Além disso, abrange atividades que aumentam o bem-estar social e resultam em mudanças positivas nas organizações e na sociedade, além de alcançar recompensas financeiras para o empreendedor (Abreu & Grinevich, 2013).

### 3. PERFIL EMPREENDEDOR

O empreendedorismo tem sido foco de diversas pesquisas (Stevenson & Jarillo, 2007; Sharma & Chrisman, 2007; Davidsson & Wiklund, 2007) e este interesse prolongado e elevado é motivado por inúmeros fatores. Entre eles, a atividade empreendedora pode revitalizar economias além de possuir um potencial de aceleração para o progresso tecnológico (Gürol & Atsan, 2006).

Dentro da temática do empreendedorismo é possível identificar fatores que influenciam o comportamento empreendedor, que são individuais, sociais e ambientais. Os fatores sociais analisam as experiências pessoais, familiares e de carreira, já os ambientais analisam os fatores contextuais, como os impactos das condições de mercado (Alstete, 2002). Por outro lado, os fatores individuais têm foco nas características de personalidade dos empreendedores, no perfil empreendedor.

O perfil empreendedor baseia-se no pressuposto que os empreendedores possuem algumas características, atitudes e valores únicos que os diferenciam dos demais (Thomas & Mueller, 2000). Existem diversos trabalhos que medem diferentes fatores dentro da temática do perfil empreendedor. Littunen (2000) realizou um estudo que visou levantar dados referentes às motivações dos empreendedores e as características que possuem as empresas bem-sucedidas e malsucedidas. Já Hindle e Cutting (2002) investigaram os fatores financeiros que influenciam o perfil empreendedor, Peterman & Kennedy, (2003) mediram a intenção de cada empreendedor em abrir um novo negócio, enquanto Lopes et al. (2005) criou um instrumento de medida para identificar a atitude empreendedora.



Diante do cenário atual, entender o perfil do empreendedor se tornou fundamental para a criação de novos empreendimentos. Compreender os fatores que incentivam o empreendedorismo podem aumentar a clareza do que é necessário para desenvolver um perfil empreendedor e, conseqüentemente, possibilitar que novos negócios sejam desenvolvidos através do incentivo a tais fatores. Portanto, entender o perfil empreendedor cria um clima favorável para o empreendedorismo como um todo.

#### 4. MÉTODO

A pesquisa possui caráter qualitativo descritivo e foi realizada utilizando o modelo proposto por Schmidt e Bohnenberger (2009), que determinaram oito características atitudinais necessárias a um empreendedor de acordo com uma pesquisa bibliográfica sobre o que dizem os principais autores e especialistas sobre o empreendedorismo. Entre as características estão: Auto eficaz (AE), Assume Riscos calculados (AR), Planejador (PL), Detecta oportunidades (DO), Persistente (PE), Sociável (SO), Inovador (IN) e Líder (LI). Para realizar as análises foi decidido definir um grau de 1 a 3 de importância para cada uma das características, de acordo com o número de variáveis afirmativas contidas no questionário proposto pelos autores. Organizando as características por grau de importância temos:

Tabela 1 – Grau de importância de acordo com número de variáveis

CARACTERÍSTICA	GRAU DE IMPORTÂNCIA	QUANTIDADE DE VARIÁVEIS AFIRMATIVAS
Líder	1°	4
Sociável	1°	4
Planejador	1°	4
Inovador	2°	3
Detecta Oportunidades	2°	3
Assume Riscos Calculados	2°	3
Auto Eficaz	3°	1
Persistente	3°	1

Fonte: Schmidt e Bohnenberger (2009)

O questionário em questão foi adaptado pelos autores para o contexto da pesquisa, sendo acrescentadas questões sobre dados demográficos como sexo do respondente, faixa etária, entre outros. Outra adaptação realizada foi a utilização da escala Likert de 1 a 5, variando de discordo totalmente até estou totalmente de acordo, em cada uma das variáveis. Sabendo que tal escala desenvolvida por Rensis Likert (1932), segundo Júnior e Costa (2014) pode ser aplicada a estudos que busquem mesurar a atitudes no contexto comportamental do indivíduo respondente, além de ser um método de fácil manuseio e aplicação (COSTA, 2011).

Segundo Godoy (1995 p. 21) “a pesquisa qualitativa ocupa um reconhecido lugar entre as várias possibilidades de se estudar os fenômenos que envolvem os seres humanos e suas intrincadas relações sociais, estabelecidas em diversos ambientes”. Portanto, se torna um método viável para análises comportamentais e de características pessoais.

Gil (1999) define uma pesquisa descritiva como um método que possui a finalidade de descrever características de uma população ou fenômeno específicos, além de estabelecer a



relação entre variáveis dos mesmos. Vergara (2000, p. 47) indaga que a pesquisa descritiva "não têm o compromisso de explicar os fenômenos que descreve, embora sirva de base para tal explicação". Mattar (2001) resalta que cabe ao pesquisador que utiliza tal método, saber o que busca e deseja medir com a pesquisa, além de onde, como e quando a realizará.

## 5. COLETA DE DADOS E ANÁLISES

Para a coleta de dados, foi escolhido pelos pesquisadores realizar manualmente dentro das salas de aula da Universidade Federal da Grande Dourados (UFGD), nos cursos de Administração, Ciências Contábeis e Economia. Antes da aplicação dos questionários era primeiramente explicada a proposta de pesquisa e informado que não haveria necessidade de quaisquer dados pessoais de identificação, em seguida era explicado como deveriam responder o questionário.

Foram no total 187 respondentes sendo 74 do curso de Administração, 67 do curso de Ciências Contábeis e 56 do curso de Economia. Após a coleta, foi utilizada a ferramenta Microsoft Excel para a tabulação de dados e construção de gráficos e planilhas. Foi então decidido pelos pesquisadores dividir as análises por característica avaliada, expondo os resultados dos três cursos estudados de acordo com a mesma.

Também foram analisados os dados demográficos e uma questão que se fez relevante dentro da pesquisa: "Já teve alguma idéia de produto ou serviço novo ou substancialmente melhorado?" e "Já pensou em abrir seu próprio negócio?". A partir dessas questões foi possível avaliar a vontade de empreender *versus* a capacidade de inovar.

## 6. RESULTADOS

Após a coleta de dados e análise com auxílio das ferramentas utilizadas, foi possível obter resultados sobre as questões da pesquisa. A seguir serão apresentados os resultados em forma de tópicos de acordo com as características propostas e os demais dados levantados. Durante a apresentação dos dados em forma de gráfico deve ser considerado a seguinte escada:

Tabela 1 – Escala para interpretação de dados

NÚMERO ASSINALADO	NÍVEL DE CONCORDÂNCIA
1	Discordo totalmente
2	Discordo parcialmente
3	Não discordo nem concordo
4	Parcialmente de acordo
5	Totalmente de acordo

Fonte: Likert (1932)

A margem de erro para todos os gráficos é de 1% para mais ou para menos.



### 6.1 Líder

As variáveis que caracterizam o perfil de liderança nos respondentes obtiveram os seguintes resultados:

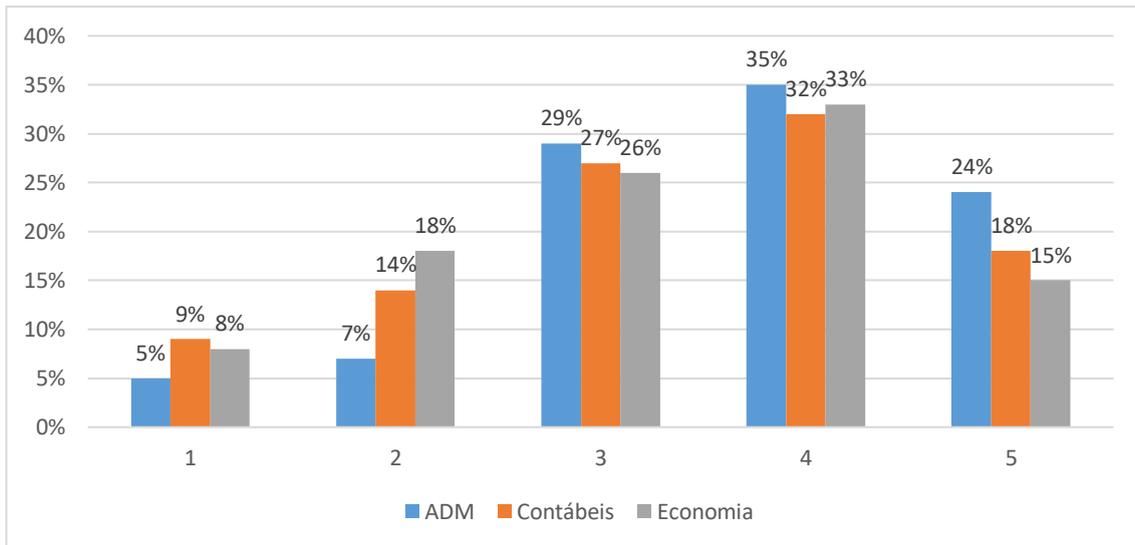


Figura 1 – Gráfico correspondente a característica de liderança.

Conforme o gráfico é possível observar que em sua maioria os acadêmicos dos três cursos têm uma leve inclinação ao perfil de liderança, porém o curso de Administração possui uma inclinação ligeiramente maior com 35% concordando parcialmente e 24% concordando totalmente com as variáveis.

### 6.2 Sociável

As variáveis que caracterizam o perfil de sociabilidade nos respondentes obtiveram os seguintes resultados:

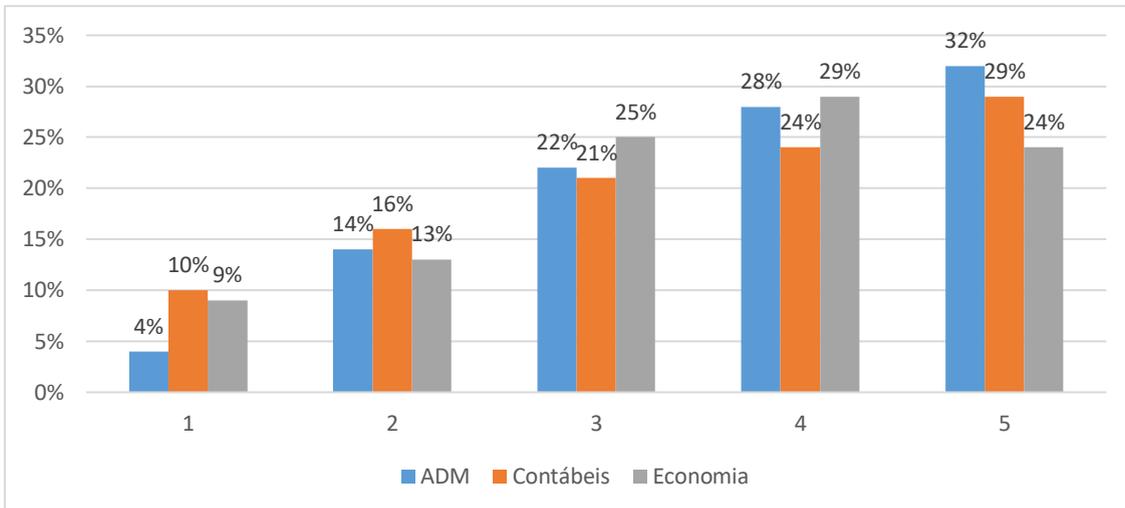


Figura 2 – Gráfico correspondente a característica de sociabilidade.

Quanto as variáveis da característica “sociável”, é possível observar que os três cursos possuem inclinação para tal característica, porém é destacado novamente o curso de Administração que possui 32% dos respondentes que concordaram completamente com as variáveis

### 6.3 Planejador

Seguindo as afirmativas em ordem de importância, os resultados da característica “planejador” são os apresentados a seguir:

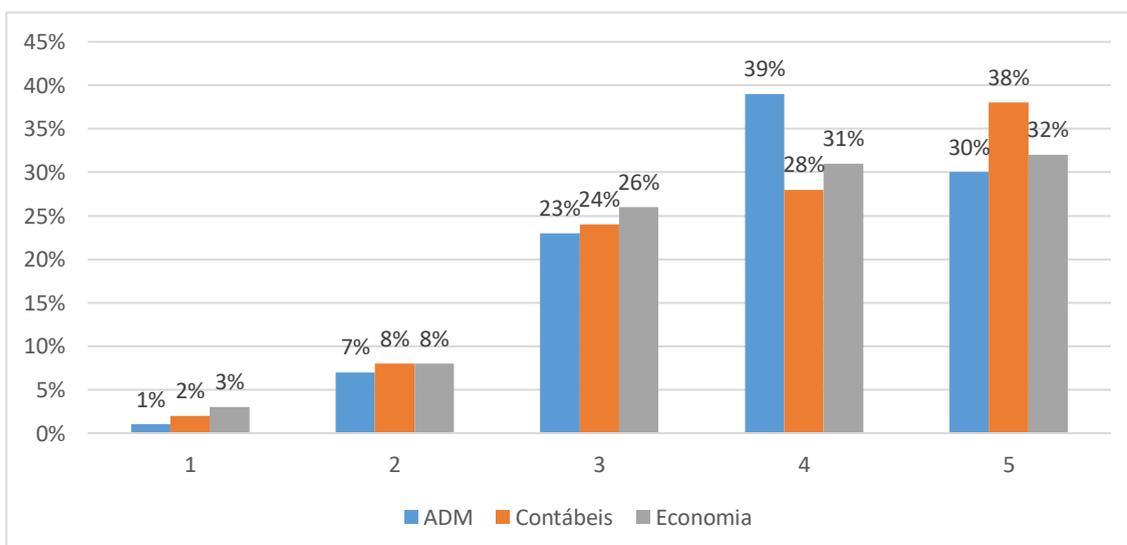


Figura 3 – Gráfico correspondente a característica de planejamento.



A observação do gráfico acima gera o resultado de que existe uma forte inclinação para o planejamento entre os respondentes. Dentre os três cursos se destacam Ciências Contábeis, com 38% dos respondentes concordando completamente com as variáveis, e Administração, com 39% concordando parcialmente.

#### 6.4 Inovador

Em seguida os resultados das afirmativas ligadas a inovação:

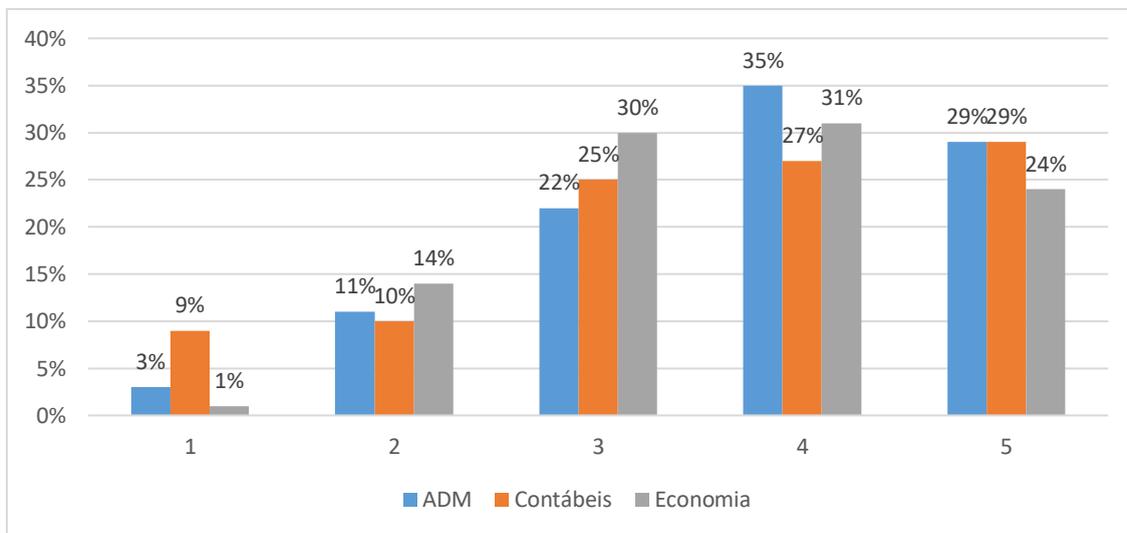


Figura 4 – Gráfico correspondente a característica de inovação.

Quanto a inovação, nota-se que há inclinação para tal característica, destacando os cursos de Administração e Ciências contábeis que apresentam ambos 29% de respondentes totalmente de acordo com as afirmativas. Porém, em um critério de desempate o curso de Administração possui maior inclinação por possuir 35% de respondentes parcialmente de acordo.



## 6.5 Detecta Oportunidades

A característica de detecção de oportunidades obteve os seguintes resultados.

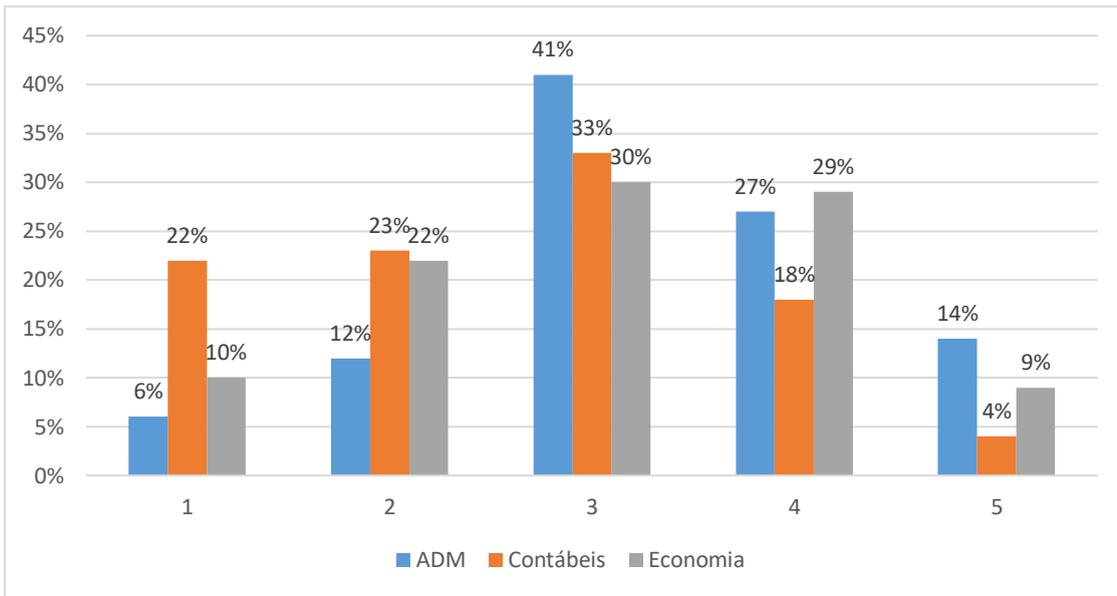


Figura 5 – Gráfico correspondente a característica de Detecção de Oportunidades.

Diferentemente das características anteriores, os resultados não apresentam inclinação a essa característica por parte dos respondentes. É possível também notar que em sua maioria os cursos se apresentam como não concordando nem discordando das afirmativas.

## 6.6 Assume Riscos Calculados

Os resultados para a característica de “Assume Riscos Calculados” foram os seguintes:

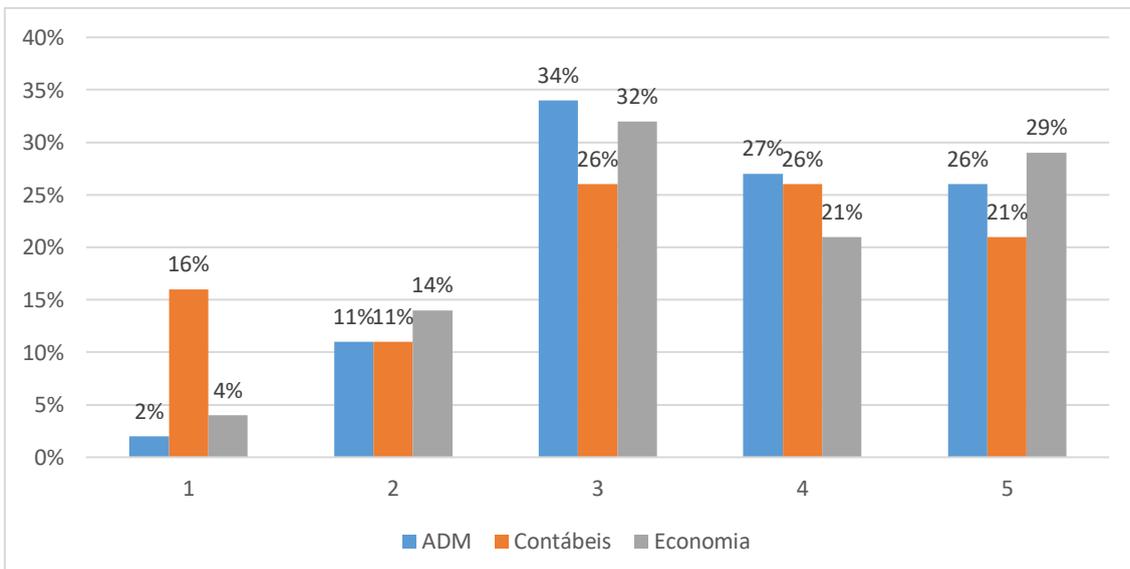




Figura 6 – Gráfico correspondente a característica de assumir riscos calculados.

Novamente se nota uma maioria de respondentes não concordando nem discordando quanto as afirmativas, porém com um número não muito abaixo concordando parcialmente ou totalmente, sendo assim existe inclinação para tal perfil. Destacam-se os cursos de Economia com o maior número de respondentes que concordam totalmente (29%) e Ciências contábeis com o maior número que discorda totalmente (16%).

### 6.7 Auto Eficaz

Com apenas uma afirmativa sobre essa característica, a seguir os resultados de auto eficácia:

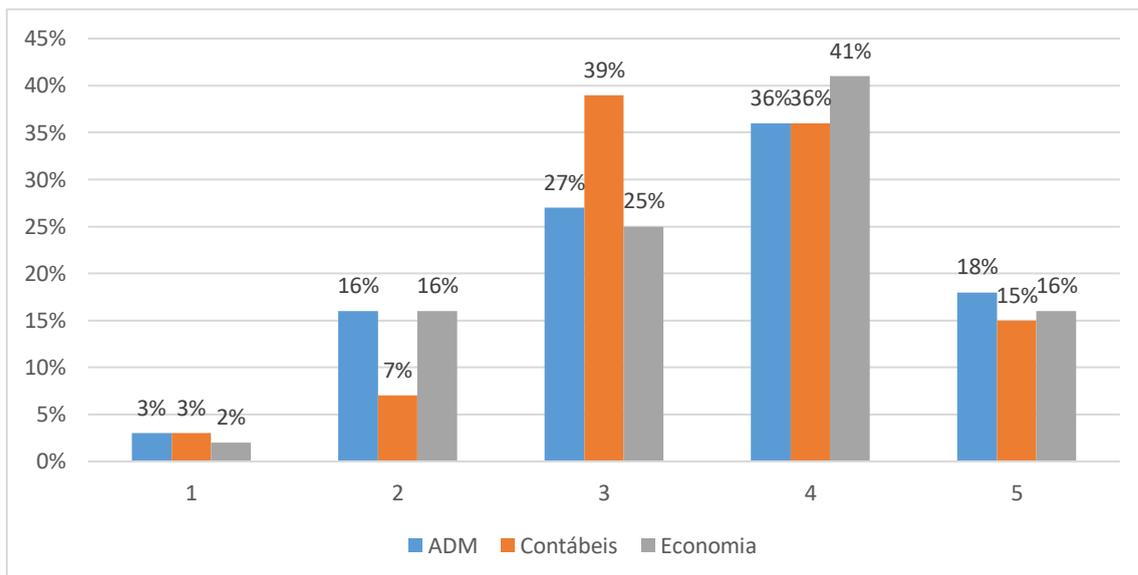


Figura 7 – Gráfico correspondente a característica de auto eficácia.

Através do gráfico acima, pode ser notado que há uma leve inclinação por parte dos respondentes a essa característica. Se destacam Economia com 41% dos respondentes parcialmente de acordo, Ciências contábeis com 39% não estando de acordo e nem discordando e por fim Administração com 18% totalmente de acordo.

### 6.8 Persistente

Por fim os resultados da característica de persistência:

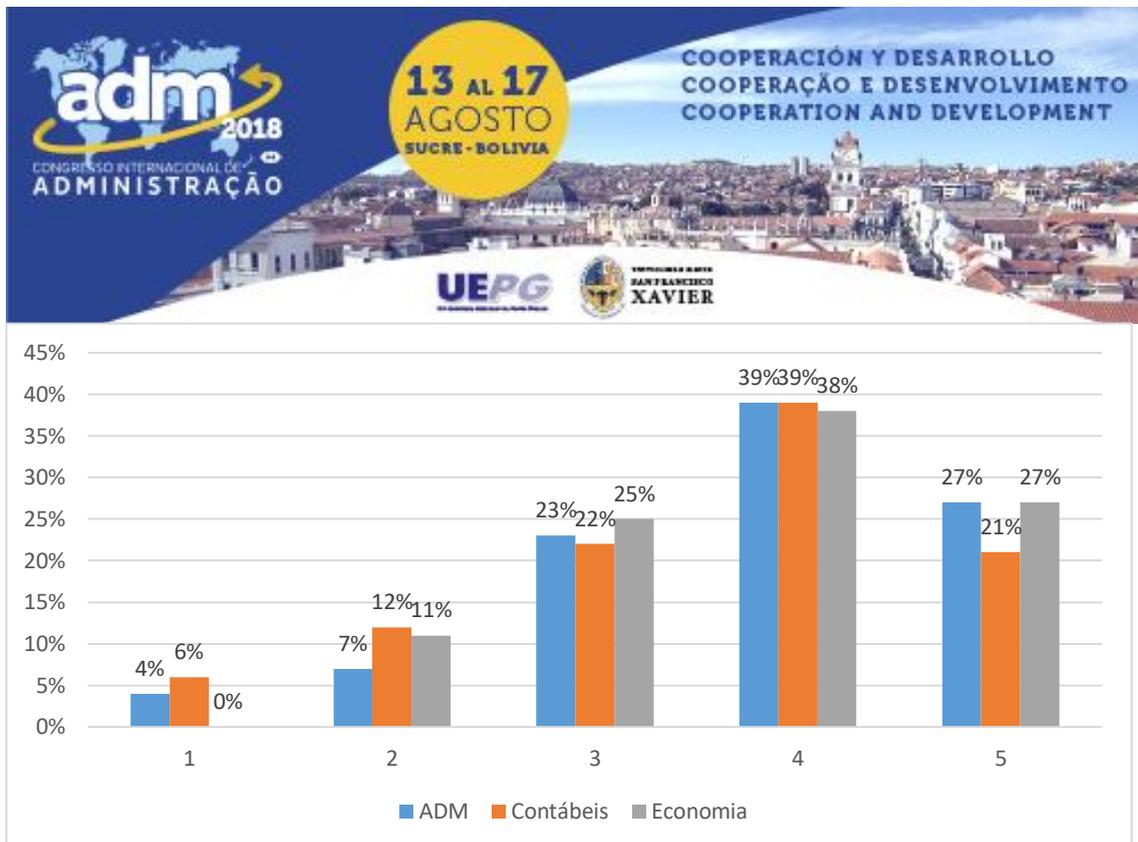


Figura 8 – Gráfico correspondente a característica de persistência.

Ao analisar essa característica nota-se que existe um empate técnico entre os três cursos sobre os respondentes parcialmente de acordo, sendo maioria nos três cursos. De tal forma é possível dizer que há uma leve inclinação positiva para essa característica.

## 6.9 Dados Demográficos

Quanto ao semestre letivo, a maioria dos respondentes se encontrava no primeiro, sendo eles 60% do total de respondentes do curso de Economía, 50% do curso de ciências Contábeis e 49% do curso de Administração.

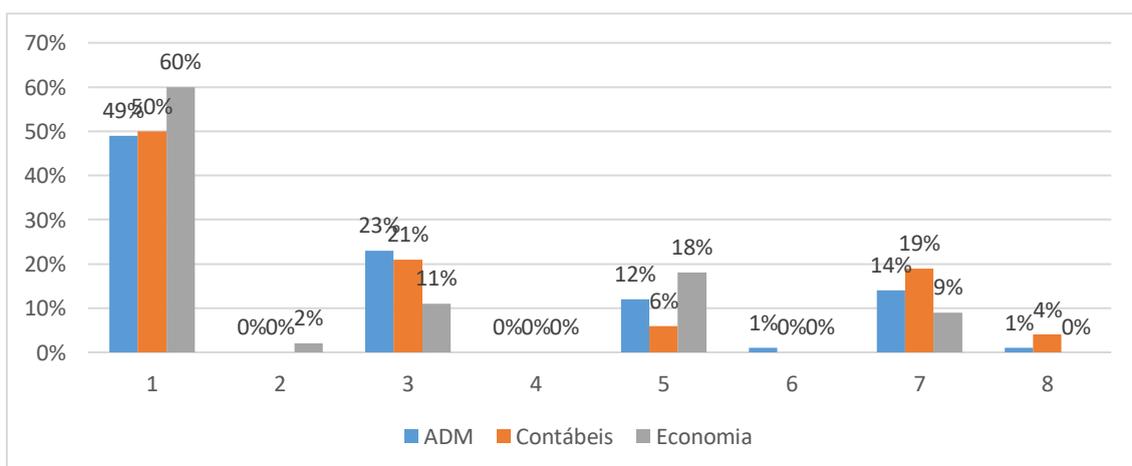


Figura 9 – Gráfico correspondente ao semestre letivo que os respondentes se encontram.

A faixa etária dos respondentes foi identificada como em sua maioria de 17 a 21 anos, sendo 73% dos respondentes totais dos cursos de Administração, 72% do curso de Ciências contábeis e 58% do Curso de Economía.

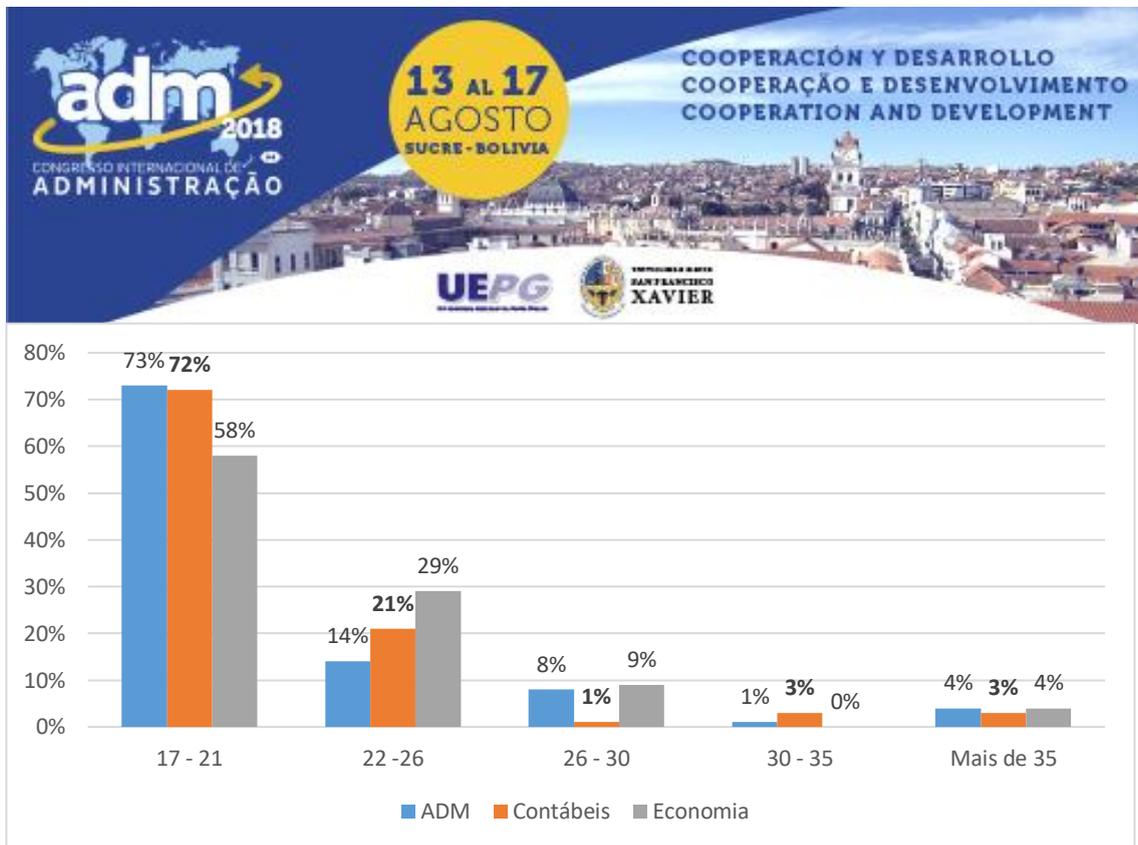


Figura 10 – Gráfico correspondente à faixa etária dos respondentes.

Por fim quanto ao sexo dos respondentes, notou-se uma maioria de mulheres no curso de Ciências contábeis (58%), uma maioria de homens no curso de Economia (54%) e um equilíbrio entre homens e mulheres no curso de Administração sendo ambos 50%.

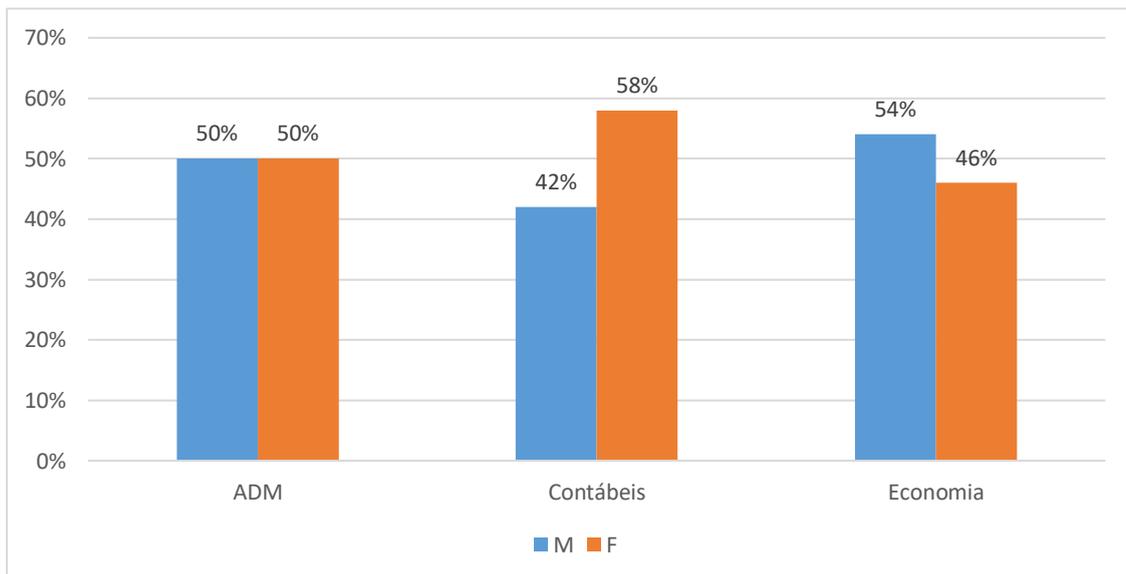


Figura 11 – Gráfico correspondente ao sexo dos respondentes.



### 6.10 Ideia inovadora e pretensão de abrir o próprio negócio

Os dados referentes a questão, “Já teve alguma idéia de produto ou serviço novo ou substancialmente melhorado?” estão dispostos no gráfico a seguir:

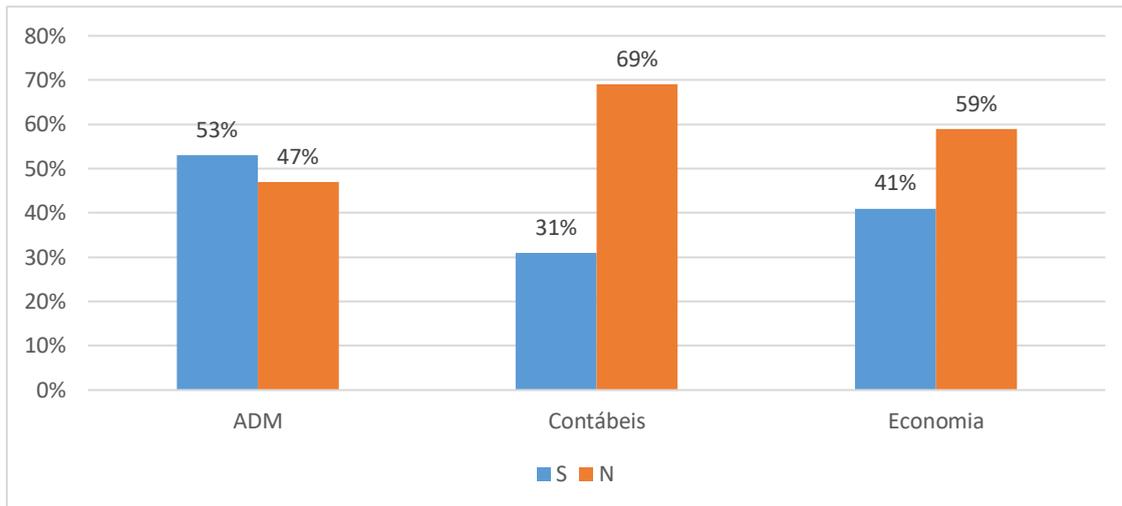


Figura 12 – Gráfico correspondente a ideias inovadoras que os respondentes têm ou já tiveram.

O gráfico a seguir corresponde aos dados coletados a partir da questão “Já pensou em abrir seu próprio negócio?”:

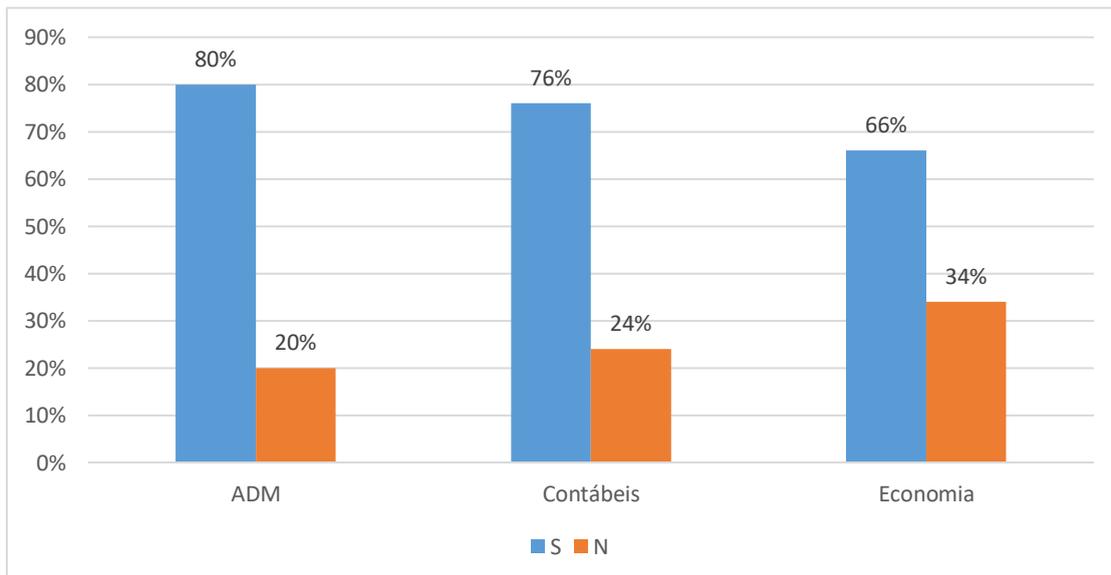


Figura 13 – Gráfico correspondente a pretensão de abrir um negócio próprio por parte dos respondentes.

Através da análise e contraponto dos dois gráficos, é possível notar que a grande maioria dos respondentes dos três cursos sentem vontade ou pretendem abrir seu próprio negócio, porém apenas o curso de Administração possui uma maioria de respondentes que já tiveram ideias de inovações (53% do total de respondentes do curso). Os cursos de Economia e Ciência contábeis



possuem respectivamente 59% e 69% de respondentes que nunca tiveram tais ideias de inovação.

## 7. CONCLUSÃO

De acordo com o objetivo da pesquisa, “verificar e analisar o perfil empreendedor dos discentes a FACE”, foi possível concluir que os acadêmicos curso de Administração possuem um perfil empreendedor com inclinações para liderança, sociabilidade, Inovação e persistência. Os Acadêmicos de Ciências Contábeis demonstraram, por sua vez apresentaram uma maior inclinação para o planejamento. Quanto aos acadêmicos de Economia, foi possível concluir que possuem inclinações para as características de detecção de oportunidades, assumir riscos calculados e auto eficácia.

Ao colocar as características em ordem de importância segundo o que foi apresentado na tabela 1, temos que o curso de Administração possui um perfil empreendedor maior do que o de Economia, que por sua vez é maior do que o de Ciências Contábeis.

Destacando pontos positivos e negativos, concluímos que características como sociabilidade e liderança tiveram a maioria dos acadêmicos dos três cursos com uma inclinação a concordância maior do que a discordância, o que leva a crer que as relações interpessoais não são um problema para os respondentes. Porém, quanto a característica de detecção de oportunidades, poucos concordaram totalmente com as afirmativas o que leva a entender que os acadêmicos não se atentam ao seu ambiente externo.

Por fim a análise de “vontade de empreender *versus* a capacidade de inovar” possui um resultado negativo, evidenciando que a maioria dos acadêmicos dos três cursos pensa em abrir um negócio próprio, porém apenas os de Administração possuem acima de 50% dos acadêmicos que já pensaram em inovações, apesar de não ser um resultado muito acima da média. Fica como proposta para pesquisas futuras analisar essa relação com as grades curriculares dos cursos, para compreender se dentro das grades há um desenvolvimento de características que levem a inovação.

## REFERÊNCIAS

- Maxwell Ferreira De Oliveira. **Metodologia científica**: um manual para a realização de pesquisas em administração. 1 ed. Catalão - GO: UFG, 2011. 73 p.
- GODOY, Arilda Schmidt. PESQUISA QUALITATIVA, TIPOS FUNDAMENTAIS. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 35, n. 3, p. 20-29, mai./jun. 1995.
- JÚNIOR, Severino Domingos Da Silva; COSTA, Francisco José. Mensuração e Escalas de Verificação: uma Análise Comparativa das Escalas de Likert e Phrase Completion. **PMKT - Revista Brasileira de Pesquisa de Marketing, Opinião e Mídia**, São Paulo, v. 15, p. 1-16, out. 2014.
- UFGD - UNIVERSIDADE FEDERAL D GRANDE DOURADOS. **Faculdade de administração, ciências contábeis e economia - face**. Disponível em: <<https://www.ufgd.edu.br/faculdade/face/index>>. Acesso em: 30 mai. 2018.



UFGD - UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS. **Histórico da universidade federal de matogrosso do sul**. Disponível em: <<https://www.ufgd.edu.br/reitoria/aufgd/historico>>. Acesso em: 30 mai. 2018.

ROCHA, Estevão Lima De Carvalho; FREITAS, Ana Augusta Ferreira. Avaliação do Ensino de Empreendedorismo entre Estudantes Universitários por meio do Perfil Empreendedor. **RAC**, Rio de Janeiro, v. 18, n. 4, p. 465-486, jul./ago. 2014.

SCHMIDT, Serje; BOHNENBERGER, Maria Cristina. Perfil Empreendedor e Desempenho Organizacional. **RAC**, Curitiba, v. 13, n. 3, p. 450-467, jul./ago. 2009.

ABREU, Maria; GRINEVICH, Vadim. The nature of academic entrepreneurship in the UK: Widening the focus on entrepreneurial activities. **Research Policy**, v. 42, n. 2, p. 408-422, 2013.

ALSTETE, Jeffrey W. On becoming an entrepreneur: an evolving typology. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, v. 8, n. 4, p. 222-234, 2002.

AUDRETSCH, David B.; KEILBACH, Max. Resolving the knowledge paradox: Knowledge-spillover entrepreneurship and economic growth. **Research Policy**, v. 37, n. 10, p. 1697-1705, 2008.

DAVIDSSON, Per; WIKLUND, Johan. Levels of analysis in entrepreneurship research: Current research practice and suggestions for the future. In: **Entrepreneurship**. Springer, Berlin, Heidelberg, 2007. p. 245-265.

GARCIA, et al. Empreendedorismo acadêmico no Brasil: uma avaliação á criação de empresas por alunos universitários. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, v.1, n.3, 2012.

GÜROL, Yonca; ATSAN, Nuray. Entrepreneurial characteristics amongst university students: Some insights for entrepreneurship education and training in Turkey. **Education+ Training**, v. 48, n. 1, p. 25-38, 2006.

HINDLE, Kevin; CUTTING, Neil. Can applied entrepreneurship education enhance job satisfaction and financial performance? An empirical investigation in the Australian pharmacy profession. **Journal of small business management**, v. 40, n. 2, p. 162, 2002.

KLOFSTEN, Magnus; JONES-EVANS, Dylan. Comparing academic entrepreneurship in Europe—the case of Sweden and Ireland. **Small Business Economics**, v. 14, n. 4, p. 299-309, 2000.

LITTUNEN, Hannu. Entrepreneurship and the characteristics of the entrepreneurial personality. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, v. 6, n. 6, p. 295-310, 2000.

LOPES JR, Sueiro et al. Atitude empreendedora em proprietários-gerentes de pequenas empresas. Construção de um instrumento de medida. **REAd-Revista Eletrônica de Administração**, v. 11, n. 6, 2005.

PETERMAN, Nicole E.; KENNEDY, Jessica. Enterprise education: Influencing students' perceptions of entrepreneurship. **Entrepreneurship theory and practice**, v. 28, n. 2, p. 129-144, 2003.

POWERS, Joshua B.; MCDUGALL, Patricia P. University start-up formation and technology licensing with firms that go public: a resource-based view of academic entrepreneurship. **Journal of business venturing**, v. 20, n. 3, p. 291-311, 2005.

SHARMA, Pramodita; CHRISMAN, Sankaran James J. Toward a reconciliation of the definitional issues in the field of corporate entrepreneurship. In: **Entrepreneurship**. Springer, Berlin, Heidelberg, 2007. p. 83-103.

STEVENSON, Howard H.; JARILLO, J. Carlos. A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial management. In: **Entrepreneurship**. Springer, Berlin, Heidelberg, 2007. p. 155-170.



THOMAS, Anisya S.; MUELLER, Stephen L. A case for comparative entrepreneurship: Assessing the relevance of culture. **Journal of international business studies**, v. 31, n. 2, p. 287-301, 2000.