

Fatores Determinantes do Comportamento Empreendedor de Concluintes do Curso de Ciências Contábeis

Determining Factors of Entrepreneurial Behavior of Graduates of the Accounting Sciences Course

Aline Lopes Oliveira

Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado (FECAP)

aline-lopeso@hotmail.com

Brasil

Caroline De Oliveira Almeida

Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado (FECAP)

carolaine.almeida2@outlook.com

Brasil

Gustavo Perez

Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado (FECAP)

guperezbr@gmail.com

Brasil

Vilma Geni Slomski

Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado (FECAP)

vilma.geni@fecap.br

Brasil

Antonio Vicente Tavares De Souza Junior

Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado (FECAP)

antonio.tavares.jr@hotmail.com

Brasil

Resumo

Esta pesquisa teve como objetivo analisar os fatores determinantes do comportamento empreendedor de concluintes do curso de Ciências Contábeis oferecido por Instituição de Ensino Superior (IES) da cidade de São Paulo, no ano de 2019. Realizou-se uma pesquisa descritiva-quantitativa. Os dados foram coletados por meio de questionário, aplicado *in loco*, e analisados por métodos estatísticos. Constatou-se que traços de “personalidade” como percepções de autoeficácia, direcionadas para elementos comportamentais como liderança e maturidade, e “elementos contextuais” direcionados para acesso a capital, redes sociais e informações foram variáveis que indicaram níveis de significância positivos nas intenções de empreender dos respondentes. Todavia, fatores “demográficos” como idade, sexo e experiência profissional, e “atitudinais” como necessidade de realização e locus de controle foram variáveis que não tiveram impactos estatisticamente significativos nas intenções de empreender no contexto estudado. Conclui-se, assim, pela adequação do modelo no contexto econômico brasileiro e que a motivação para empreender é condicionada não apenas por fatores pessoais, mas também econômicos, sociais e culturais, reforçando a ideia de que, além da motivação para a criação de novos empreendimentos, o sucesso nos negócios requer aprendizagem empreendedora e aquisição de competências para empreender.

Palavras-chave: Fatores determinantes, Empreendedorismo, Alunos concluintes, Curso de Ciências Contábeis.

Abstract

This research aimed to analyze the determining factors of the entrepreneurial behavior of graduates of the Accounting Sciences course offered by a Higher Education Institution (HEI) in the city of São Paulo, in 2019. A descriptive-quantitative research was carried out. Data were collected through a questionnaire, applied *in loco*, and analyzed using statistical methods. It was found that "personality" traits such as perceptions of self-efficacy, directed to behavioral elements such as leadership and maturity, and "contextual elements" directed to access to capital, social networks and information were variables that indicated positive significance levels in the intentions to undertake of the respondents. However, "demographic" factors such as age, sex and professional experience, and "attitudinal" factors such as the need for achievement and locus of control were variables that had no statistically significant impact on intentions to undertake in the context studied. It is concluded, therefore, by the adequacy of the model in the Brazilian economic context and that the motivation to undertake is conditioned not only by personal factors, but also by economic, social and cultural factors, reinforcing the idea that, in addition to the motivation to create new ventures, business success requires entrepreneurial learning and the acquisition of entrepreneurial skills.

Keywords: Determining factors, Entrepreneurship, Graduating students, Accounting Sciences Course.

1. INTRODUÇÃO

Diante das mudanças econômicas, culturais, sociais e tecnológicas, a atividade empreendedora e a figura do empreendedor se apresentam como centrais para o desenvolvimento econômico de um país que depende de empreendimentos e inovações (Indarti & Kristiansen, 2003; Nascimento, Dantas, Santos, Veras, & Costa Junior, 2011). Neste sentido, Gomes (2011) ressalta que, assim como a pequena empresa, o empreendedorismo cumpre sua função no desenvolvimento da comunidade local. Isso significa dizer que os avanços tecnológicos impõem novas exigências às organizações nas quais as ideias inovadoras, *know-how*, planejamento e, principalmente, uma equipe competente e motivada fazem a diferença, ainda mais quando somados à criação de novos negócios.

O termo empreendedorismo tem sido utilizado para designar aquela atividade exercida por pessoas que com criatividade e inovação são capazes de fazer sucesso (Hisrich, Peters, & Shepherd, 2008). Em acordo, Sarkar (2007, p. 43) define empreendedor como “alguém que toma decisões sobre como usar e adquirir recursos assumindo o risco”. Assumir riscos, inovar e fazer gestão são capacidades que demandam uma postura proativa e uma formação que considere conhecimentos, habilidades e valores, pois o empreendedor não se limita a criar e administrar uma empresa, mas em assumir riscos e a gestão dos negócios (Hisrich & Peters, 2004). Quando se aproxima o conceito de empregabilidade com o de empreendedorismo, nota-se que a capacidade de se manter no emprego está diretamente relacionada com características empreendedoras, tais como a orientação por resultados, a visão ampla de mundo e a capacidade de pensar e de agir para a busca de oportunidades (Harper, 2008). Deste ponto de vista, Hisrich e Peters (2004, p. 26) definem o empreendedor como um “indivíduo que se arrisca e dá início a algo novo”. Dornelas (2008, p. 22) corrobora ao dizer que o empreendedorismo “é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades. E a perfeita implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso”. Em acordo, Dolabela (2008a, p. 24) conclui que o empreendedorismo é “um termo que implica uma forma de ser, uma concepção de mundo, uma forma de se relacionar”.

Para Nascimento, Dantas, Santos, Veras e Costa Junior (2011, p. 69), “a capacidade de inovar aparece como fator essencial para qualquer atividade relacionada ao ambiente corporativo”. Dessa forma, empreendedorismo é uma competência a ser desenvolvida e aprimorada ao longo da vida, por isso as atitudes empreendedoras devem ser desenvolvidas e aprimoradas ao longo do curso de graduação nas áreas de negócios, mais especificamente na

Contabilidade. Esta temática deve permear as disciplinas para uma formação voltada para o empreendedorismo. A relevância da formação do contador, para além de competências técnicas é ressaltada pela Lei 9.394, de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB, 1996); tal normativa tem como propósito alinhar os cursos de graduação às necessidades do mundo do trabalho, em que o perfil desejado para os egressos abarque também competências relacionais, sociais e organizacionais e, assim, mudanças curriculares são instituídas.

Neste sentido, caminha a Resolução do Conselho Nacional de Educação/ Câmara de Educação Superior (CNE/CES) n. 6 de 10 de março de 2004 que estabelece as Diretrizes Curriculares Nacionais para o Curso de Graduação em Ciências Contábeis implementadas pelas instituições de ensino superior. Nesta lógica, Iudícibus e Marion (2002) ressaltam que a formação do profissional Contábil inclui não apenas conhecimentos técnicos (qualificação formal), mas conhecimentos e valores que o capacitem para os desafios e imprevistos nas situações de trabalho. O contador dispõe de um mercado de trabalho amplo e com opções diversificadas para seu crescimento profissional. Todavia, de acordo com Rodrigues et al. (2009), a Proposta Nacional de Conteúdo para o Curso de Graduação em Ciências Contábeis emitida pelo Conselho Federal de Contabilidade (CFC) ainda não inseriu a disciplina de empreendedorismo na matriz curricular. Esse dado é preocupante quando o CFC, como órgão que fiscaliza e certifica a profissão, reestabeleceu, pela Lei 12.249 (2010), o Exame de Suficiência como pré-requisito para obtenção do registro nos Conselhos Regionais de Contabilidade do país. Neste sentido, Lima, Nassif, Lopes e Silva (2014) ressaltam que 33,5% dos estudantes do Ensino Superior pesquisados pretendem empreender no período de 5 anos após sua graduação. Porém, o estudo de V.R.D. Silva (2016) constatou haver dissonância entre a carga horária de disciplinas como Empreendedorismo Social e o que preconiza o Ministério da Educação (MEC), dado este que deveria servir de alerta para as Instituições de Ensino Superior (IES) e também ao Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes (ENADE), pois parece que não valorizam as competências ligadas ao empreendedorismo.

Em relação à Contabilidade, a pesquisa realizada por M.C.P. Silva (2015) destaca que nas edições de 2006, 2009 e 2012 do ENADE, a disciplina de Empreendedorismo não foi abordada em nenhuma das questões. Ao analisar as edições do Exame de Suficiência dos anos de 2011 a 2014, o resultado foi o mesmo, não havendo questões envolvendo o conteúdo de empreendedorismo. Esses dados indicam que tais competências não estão sendo adequadamente exigidas dos estudantes pelo exame que visa avaliar os cursos de nível superior

no Brasil. Essas constatações revelam um descompasso entre as exigências do mundo do trabalho, a academia e os órgãos de fiscalização da profissão contábil.

Diante destas constatações destaca-se a importância da formação empreendedora dos profissionais que atuam na área dos negócios e, assim, perspectivas para uma atuação também empreendedora da Contabilidade, que cada vez mais deixa de trabalhar em função das tradicionais demandas por cálculos e apuração de impostos para o cumprimento de obrigações legais e passa a se utilizar da contabilidade para tomadas de decisões, na perspectiva de um enfoque mais gerencial (Iudícibus & Marion, 2002). Todavia, o grande desafio para os cursos de graduação na área de negócios é o desenvolvimento de atividades que otimizem as características empreendedoras dos alunos. Estudos sobre o comportamento empreendedor (Indarti & Kristiansen, 2003; Hisrich & Peters, 2004; Chell, 2008; Dolabela, 2008; Dornelas, 2008; Thompson, 2009; Moore, 2010; Giacomini et al., 2010; Nascimento et al., 2011; Lin, Foster, & Ungar, 2011; Shinnar, Giacomini, & Janssen, 2012; Chlosta, Patzelt, Klein, & Dormann, 2012; Van, Kautonen, Wincent & Binari, 2018; Darmanto & Yuliari, 2018; Neneh, 2019) indicam que os empreendedores são indivíduos com características inovadoras, proativas e com facilidade em identificar novas oportunidades; surge a necessidade de entender como eles desenvolvem tais competências. A importância de desenvolver e aperfeiçoar, no decorrer do processo de ensino-aprendizagem, características e atitudes empreendedoras nos discentes despertou o interesse para realizar esta pesquisa e a formular a seguinte questão: Quais são os fatores determinantes do comportamento empreendedor de concluintes do curso de Ciências Contábeis oferecido por uma IES da cidade de São Paulo, no ano de 2019?

Tendo em vista esta problemática o objetivo geral da pesquisa foi o de analisar os fatores determinantes do comportamento empreendedor de concluintes do curso de Ciências Contábeis oferecido por uma IES da cidade de São Paulo. Considera-se que a compreensão das características e padrões de comportamento empreendedores podem trazer contribuições que ampliem o olhar sobre a pessoa empreendedora e sua formação. Deste ponto de vista, o ensino do empreendedorismo precisa passar as disciplinas dos cursos nas áreas de negócios (Boyles, 2012), de modo que as competências empreendedoras dos futuros egressos sejam desenvolvidas e otimizadas.

Espera-se que esta pesquisa possa oferecer contribuições para aprofundar a compreensão sobre o tema, bem como para o repensar da formação dos futuros profissionais nas áreas de negócios. As reformulações curriculares precisam considerar estratégias e ações nas quais os traços de personalidade e intenções empreendedoras sejam reforçados,

especialmente no que se refere aos fatores determinantes do comportamento empreendedor dos futuros profissionais da área Contábil.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Nesta seção serão discutidos conceitos tais como empreendedorismo e fatores determinantes do comportamento empreendedor, conforme a seguir.

2.1 Empreendedorismo

O tema empreendedorismo ou *entrepreneurship* ganhou notoriedade no pensamento econômico a partir dos estudos de Schumpeter (1934) que define o empreendedor como sendo uma pessoa criativa, proativa e bem-sucedida em inovações. Neste sentido, Schein (1985, p. 30) argumenta que o empreendedorismo está relacionado “à criatividade e à propensão de criar algo novo, envolvendo a motivação para superar obstáculos, propensão por aceitar riscos e desejo de elevação pessoal em qualquer objetivo a ser alcançado”. Baggio e Baggio (2015, p. 26) acrescentam que “é o despertar do indivíduo para o aproveitamento integral de suas potencialidades racionais e intuitivas, bem como a busca do autoconhecimento em processo de aprendizado permanente, em atitude de abertura para novas experiências e novos paradigmas”. Em acordo, estudo recente como o de Landström e Harirchi (2018, p. 19) defende a ideia de que o empreendedorismo relaciona-se com a “criação de uma atividade econômica que se concentra na novidade, no pensamento sistêmico e na proatividade”.

Nesta lógica, o termo empreendedorismo é decorrente de um novo modo de ver e de utilizar as coisas que já existem, ou seja, por trás das inovações “existem pessoas, ou equipes com um conjunto de características especiais, visionárias, que questionam, investigam, arriscam, que fazem as coisas acontecerem, enfim, que empreendem” (Dornelas, 2001, p. 19).

Ampliando essa ideia, Dornelas (2003, p. 35) conceitua o empreendedorismo como “fazer algo novo, diferente, mudar a situação atual e buscar, incessantemente, novas oportunidades de negócio, tendo como foco a inovação e criação de valor”. Além disso, para o autor, a busca por oportunidades e inovações, os riscos que são assumidos, a criatividade ao utilizar os recursos e fazer diferente são a essência do empreendedorismo. Deste ponto de vista, para ser empreendedor não basta possuir habilidades técnicas e administrativas, faz-se necessário ter, também, habilidades empreendedoras, as quais se relacionam com a gestão de

mudanças, liderança, inovação, intuição, capacidade de correr riscos e visão de futuro (Sales & Souza Neto, 2004; Hisrich & Peters, 2004; Baggio & Baggio, 2015).

A associação do empreendedorismo com o campo da inovação e do desenvolvimento econômico é reforçada por Sales e Souza Neto (2004, p. 9) quando classificam o empreendedor como único capaz de introduzir inovações que resultam em “prosperidade e riqueza no contexto econômico”. Assim, de acordo com os autores (2004, p. 9), o empreendedorismo é base para a compreensão do processo “de criação de riquezas e ciclos de crescimento econômico”. Filion (1999) diz que o estudo seminal de Schumpeter (1934) difundiu o conceito de empreendedorismo, destacando a importância do empreendedor para o desenvolvimento econômico. Essa compreensão do que representa o empreendedorismo tornou-se cada vez mais complexa a partir da abordagem comportamentalista e dos estudos de Filion (1999, p. 8) quando diz que as ciências do comportamento descrevem os empreendedores como “inovadores, pessoas independentes, onde o papel de liderança nos negócios inferia uma fonte de autoridade formal” e, dessa forma, “um empreendedor é alguém que exerce controle sobre uma produção que não seja só para o seu consumo pessoal”. Deste ponto de vista, a teoria comportamentalista ampliou o conhecimento sobre motivação e o comportamento empreendedor. A abordagem comportamental, representada por autores como McClelland (1961) e recentemente Chipeta e Surujlal (2017) e Fuller, Liu, Marler e Pratt, (2018) destacam aspectos característicos dos empreendedores, acreditam que existem traços de personalidade que são próprios dos indivíduos, todavia, precisam ser desenvolvidos e aprimorados no espaço escolar.

O presente estudo busca identificar e compreender determinantes do comportamento empreendedor a partir de estudos relacionados com a sociologia e o construtivismo social que consideram também fatores extrínsecos aos indivíduos, como o contexto, os grupos sociais em que os indivíduos estão inseridos, as experiências vividas e suas influências na escolha por empreender. Estes fatores tornam-se preponderantes e podem intensificar ou dificultar a criação de novas empresas (Indarti & Kristiansen, 2003; Hisrich & Peters, 2004; Baggio & Baggio, 2015; Dolabela, 2008; Nascimento et al., 2011; Shinnar et al., 2012; Chlosta et al., 2012 Chipeta & Surujlal, 2017; Fuller, Liu, Marler & Pratt, 2018) defendem a ideia de que os empreendedores são pessoas que inovam sendo corroborada por Hisrich e Peters (2004, p. 33) quando dizem que “o papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico envolve mais do que apenas o aumento de produção e renda *per capita*; envolve iniciar e constituir mudanças na estrutura do negócio e da sociedade”. Como a arte de fazer acontecer, o empreendedorismo consiste no “prazer de realizar com sinergismo e inovação qualquer projeto pessoal ou

organizacional, em desafio permanente às oportunidades e riscos” (Baggio & Baggio, 2015, p. 26).

Os diferentes aspectos do comportamento empreendedor podem se manifestar em momentos distintos de detecção de novas oportunidades de negócios, em específico quando da criação de uma nova empresa. Hisrich e Peters (2004) dividem o comportamento empreendedor em diferentes aspectos: a) o processo de criação, que deve possuir valor tanto para o empreendedor, quanto ao público que se destina; b) tempo e esforço, para criar algo novo e torná-lo um empreendimento operacional, em que se fazem necessárias dedicação e quantidade significativa de tempo e esforço; c) modo como um empreendedor é recompensado, sendo a independência o prêmio mais importante, seguida de sua satisfação e comportamento diante dos riscos.

Estudos acerca de atitudes empreendedoras desenvolvidos com base em teorias comportamentais, a exemplo de McClelland (1961) e posteriormente, Chipeta e Surujlal, (2017), Fuller, Liu, Marler e Pratt (2018) ressaltam o conceito de necessidade de realização, indivíduos com alto desempenho e realização tendem a ser empreendedores de sucesso. O empreendedor é tido como alguém que aproveita integralmente suas potencialidades, buscando sempre novas oportunidades para novas experiências e desafios. O comportamento desse indivíduo permite a ele construir maiores perspectivas e possibilita aprendizagem e desenvolvimento contínuo. Dessa forma, “ser empreendedor significa possuir, acima de tudo, o impulso de materializar coisas novas, concretizar ideias e sonhos próprios e vivenciar características de personalidade e comportamento não muito comuns nas pessoas” (Baggio & Baggio, 2015, pp. 26-27).

Ao defender o ensino do empreendedorismo, Dolabela (2008b, pp. 24-25) afirma que o crescimento econômico e sustentável passou a exigir uma atividade empreendedora diferenciada por parte dos indivíduos. Neste contexto, o autor entende o empreendedorismo como sendo a “exteriorização do que passa no âmago de uma pessoa” e, por este motivo, “trabalho e prazer andam juntos”. Ainda sob a visão de Dolabela (2008b, p. 122), “o comportamento empreendedor se desenvolve a partir de experiências anteriores e contextos sociais”, e é neste contexto que o autor afirma que o empreendedor é “produto do meio em que vive (época e lugar)”. Dessa forma, as características do empreendedor não são suficientes para determinar o sucesso de um empreendimento. Diante disso, é possível comparar quais fatores são determinantes da intenção empreendedora em diferentes países e culturas, conforme se pretende fazer neste estudo. Todavia, as motivações para a abertura de uma empresa não tornam

o indivíduo um empreendedor. Para que um empresário assuma esse perfil, deve ter uma série de atributos e considerar fatores além dos comportamentais.

O empreendedorismo desempenha um papel fundamental na sociedade, segundo Dolabela (1999, p. 43), trata-se de um “neologismo derivado da palavra entrepreneurship e é utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades e seu universo de atuação”. A ênfase nesse campo de estudo surge muito mais como uma consequência da rapidez dos avanços tecnológicos, do que como um mero modismo. Há diversas definições do termo empreendedor, as quais se alteram conforme as mudanças sociais ocorrem e à medida que a estrutura econômica mundial se torna mais complexa (Dornelas, 2001). A atual competitividade na economia força os empresários a adotarem formas e modelos diferentes de gestão. Sendo assim, o empreendedorismo “ajuda os empreendedores a melhor atender às suas necessidades pessoais, mas também devido à contribuição econômica dos novos empreendimentos” (Hisrich & Peters, 2004, p. 43), ou seja, além de contribuir com emprego e renda, o empreendedorismo representa uma força positiva no crescimento econômico, o que fortalece o surgimento de novos empreendimentos, diretamente relacionados com inovação.

Neste ponto de vista, Souza e Guimarães (2005, p. 6) dizem que um empresário empreendedor tem “um comportamento inovador, criando uma situação para sua empresa ou trabalho, enquanto o empresário está mais preocupado com os aspectos operacionais da administração do negócio”. A essas características, Dornelas (2008) acrescenta outras como: ser visionário; saber tomar decisões; fazer a diferença; saber explorar ao máximo as oportunidades; ser bem relacionado (*networking*); organizado; líder, formador de equipes; determinado, dinâmico, dedicado, otimista, apaixonado pelo que faz; independente; ser capaz de ficar rico; de construir o próprio destino; de planejar; de possuir conhecimento; de assumir riscos calculados e, assim, criar valor para a sociedade. Pode-se dizer que o perfil empreendedor abarca mais que fatores comportamentais, também sociais, ambientais e educacionais. Por isso, destaca-se a importância de desenvolver o comportamento empreendedor durante a formação universitária, sem distinção de áreas de formação. Isso reforça a ideia de que as capacidades empreendedoras precisam ser aprimoradas ao longo dos anos, contrariando, portanto, uma visão errônea de que as competências empreendedoras são inatas e, portanto, não precisam ser otimizadas pelos processos educativos.

2.2 Fatores Determinantes do Comportamento Empreendedor

Fatores que descrevem o “comportamento empreendedor” foram investigados e descritos por diversos autores ao longo das últimas décadas (Indarti & Kristiansen, 2003; Souza & Guimarães, 2005; Dornelas, 2008; Costa & Mares, 2016, entre outros). A intenção de empreender é definida por Thompson (2009, p. 667) como sendo uma convicção auto reconhecida por uma pessoa de que pretende criar um empreendimento e conscientemente planeja fazê-lo em algum momento no futuro. O construto motivação é central na criação de novos negócios e na intenção de empreender dos indivíduos. Nesse contexto, a motivação refere-se a um “processo responsável pela intensidade, direção e persistência dos esforços para o alcance de uma determinada meta” (Robbins, 2005, p. 132).

O comportamento empreendedor é a definição do “empreendedorismo de negócios”, sempre vinculado a um negócio, empresa ou empreendimento, é quando aflora boa ideia e sua posterior transformação em negócios lucrativos. Para Pereira, Oliveira, Valadares e Emmendoerfer (2016) o comportamento empreendedor é um dentre os outros papéis que o homem desempenha na sociedade e a força motriz desse comportamento é a necessidade de realização pessoal. E essa necessidade que faz com que o indivíduo fique mais atento às novas oportunidades

Bird e Schjoedt (2009, p.327) indicam que uma das “motivações dos empreendedores é fazer alguma ação no mundo e, com isso, dar origem a um empreendimento”. Em acordo, Van, Kautonen, Wincent, e Binari, (2018) acrescentam que pensamentos, intenções, motivações, aprendizado, inteligência sem ação não criam valor econômico. Pesquisas recentes (Darmanto & Yuliari, 2018; Neneh, 2019) dizem que a natureza da organização ancora-se nas ações dos indivíduos e que a autoeficácia contribui para a intenção e o comportamento empreendedor.

Nesta mesma linha de pensamento, o estudo de Baggio e Baggio (2015), Chipeta & Surujlal, (2017); Fuller, Liu, Marler & Pratt, (2018) ressaltam fatores que motivam os empreendedores tais como o desejo de realização pessoal, a insatisfação no trabalho, o desejo de ganhar dinheiro, o desejo de mudar de vida ou mesmo o fato de ser demitido de seu emprego. Por outro lado, destacam a influência de fatores ambientais como a oportunidade de negócios e a possibilidade de ter um grupo de pessoas competentes com características semelhantes, bem como a influência de parentes ou modelos já desenvolvidos na família. Em acordo, pesquisas (Chipeta & Surujlal, 2017; Fuller, Liu, Marler & Pratt, 2018) destacam que não apenas os fatores ambientais motivam os empreendedores, mas também os comportamentais.

Em busca dos intervenientes da atitude empreendedora, Arenius e Minniti (2005) destacam fatores: a) sociodemográficos (idade; sexo, educação, experiência etc.); b) perceptuais ou de preferência (a percepção que o ser humano tem de si próprio, das suas capacidades, conhecimentos, bem como sua visão de mundo alteram substancialmente o modo como age e, portanto, também altera o seu comportamento empreendedor); c) ambientais ou de contexto, exógenos à pessoa do empreendedor (tecnologia, desenvolvimento econômico, cultura etc.).

Percebe-se que vários fatores podem determinar o sucesso ou até mesmo o fracasso de um empreendimento. Chell (2008) destaca que, do ponto de vista psicológico, a personalidade empreendedora deriva de uma estrutura *interna* e é entendida como um construto. O autor afirma que são os traços de personalidade específicos que contribuem para avaliar os atributos pessoais e que tipificam as características do empreendedor. Já do ponto de vista sociológico, entende que o comportamento do empreendedor é influenciado por regras sociais, normas e responsabilidades, os quais, juntos, conferem um sentido de legitimidade à personalidade empreendedora. Costa e Mares (2016) investigaram fatores que impactam o comportamento empreendedor e constataram que variáveis demográficas influenciam a intenção do indivíduo de empreender, tais como a idade, etnia, nível de educação, gênero, experiência de trabalho e experiência anterior de auto trabalho.

Shinnar, Giacomini e Janssen (2012) verificaram diferenças significativas entre homens e mulheres quanto à percepção de barreiras da intenção empreendedora, tais como: falta de apoio; medo do fracasso e falta de competência. Identificaram ainda que os homens parecem estar mais propensos a criar seu próprio negócio do que as mulheres, que são afetadas principalmente pela falta de apoio. Na Índia, o estudo de Sinha (1996) concluiu que os empresários de sucesso são relativamente jovens e que a educação é importante para a intenção de empreender e para alcançar o sucesso. Em Singapura, Lee (1997) descobriu que o ensino superior tinha um grande impacto sobre a necessidade de realização de mulheres empresárias.

Por sua vez, Indarti e Kristiansen (2003) desenvolveram uma metodologia para identificar os determinantes da intenção empreendedora de estudantes de graduação da Noruega e Indonésia. Os resultados foram extraídos a partir de um modelo no qual foram estabelecidos 5 construtos (Necessidade de Realização, Locus de Controle, Eficácia Própria, Busca por Informação e Intenção Empresarial), subdivididos em 15 variáveis que compõem o questionário utilizado na pesquisa. O presente trabalho utiliza essa metodologia junto aos estudantes, no contexto brasileiro. Os construtos Necessidade de realização, Locus de controle e Eficácia própria estão ligados a personalidades e atitudes.

Nessa linha de pensamento, a necessidade de realização teria grande influência nas intenções empreendedoras e é conceituada como “unitária disposição que motiva uma pessoa a enfrentar desafios no interesse de alcançar sucesso e excelência” (Lee, 1997, p. 103). Já o *locus de controle* é uma personalidade que caracteriza o sentimento de autocontrole do indivíduo e consiste em “um atributo indicando o senso de controle que uma pessoa tem sobre a vida” (Hisrich & Peters, 1998, p. 68). A autoeficácia é a base para a motivação humana e realização pessoal. Para Indarti e Kristiansen (2003, p. 83), “a percepção de um indivíduo sobre sua autoeficácia é influenciada pelo modo como ele vai agir a partir do conhecimento e habilidades disponíveis”. Consequentemente, as pessoas se comportam de acordo com as crenças que possuem sobre suas capacidades para agir diante dos fatos. Oliveira, Vieira, Laguía, Moriano e Soares (2016) dizem que a autoeficácia é percebida em indivíduos mais persistentes, mais comprometidos no trabalho, mais empenhados na consecução de tarefas e com a confiança de que possuem as competências requeridas para conquistar seus objetivos.

A variável contextual foi descrita no estudo de Nascimento et al. (2011, p. 73) como os fatores relacionados a “características culturais, rede de relacionamentos, condições econômicas e políticas, bem como a infraestrutura institucional” que afetam a intenção empreendedora. Com isso, três características fundamentais deste grupo são abordadas: acesso ao capital, acesso à informação e rede de contatos sociais. Tendo em vista que o empreendedorismo é uma forma de se relacionar, Kristiansen (2001, 2002) afirma que fatores ambientais afetam os níveis de intenções empreendedoras dos estudantes. Os modelos podem ser formados por empresários com quem o sujeito possui convivência ou quando a própria família possui empreendimento. Para Bosma, Hessels, Schutjens, Praag e Verheul (2012), a família pode ser fonte de motivação para a pessoa a criar seu próprio negócio, servindo, assim, como modelos empreendedores. A pesquisa de Chlosta, Patzelt, Klein e Dormann (2012) constatou que a família empreendedora torna maior a possibilidade de os indivíduos criarem ou possuírem seu próprio negócio. Todavia, os autores ressaltam o fato de que a motivação e a probabilidade de um sujeito empreender não dependem somente do modelo parental, mas também das suas características e personalidade. O acesso ao capital é uma variável significativa quando se trata de abrir uma empresa e esse acesso pode vir de diversas fontes, como: poupança pessoal, rede familiar, financiamentos e empréstimos de pessoas jurídicas ou físicas etc. (Indarti & Kristiansen, 2003).

Para que uma empresa possa ter sucesso é importante que haja redes sociais, as quais possibilitem laços e canais com outras empresas e empresários, que geram a possibilidade de

atingir recursos necessários para o crescimento de uma organização (Kristiansen & Ryen, 2002). Com isso, é importante estudar até que ponto o acesso ao capital, à informação e às redes sociais são variáveis externas que impactam diretamente o comportamento empreendedor do indivíduo. A Figura 1 apresenta o modelo adotado por Indarti e Kristiansen (2003) para determinar os fatores que, segundo eles, influenciam os indivíduos a criar um novo negócio.

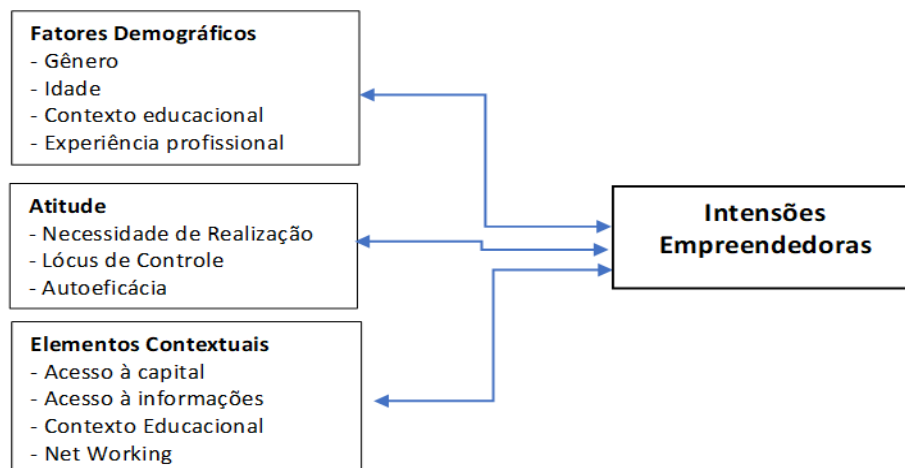


Figura 1. Modelo metodológico da pesquisa .Fonte: Indarti e Kristiansen (2003, p. 84).

Com base no modelo acima, Indarti e Kristiansen (2003) elaboraram cinco hipóteses para uma análise das intenções de empreender, as quais deram suporte ao presente estudo, a saber: a) H1 – Fatores demográficos e o contexto individual, como a idade, sexo, educação e experiência profissional têm influência na intenção empresarial; b) H2 – Necessidade de realização alta têm um impacto positivo na intenção empresarial; c) H3 – Altas pontuações referentes a lócus de controle são correlacionadas positivamente com a intenção empresarial; d) H4 – Altas pontuações referentes à eficácia própria são correlacionadas positivamente com a intenção empresarial; e) H5 – Busca por informação é um prognóstico significativamente positivo da intenção empresarial.

A presente pesquisa utilizará o estudo seminal de Indarti e Kristiansen (2003) e o teste das hipóteses citadas acima, a fim de identificar quais fatores são determinantes do comportamento empreendedor de estudantes concluintes do curso de Ciências Contábeis. As autoras concluíram que, no contexto norueguês, a atitude empreendedora não é fomentada, uma vez que o país possui baixas taxas de desemprego e alta remuneração aos empregados, tornando-os estáveis e satisfeitos com a sua atuação no mercado de trabalho. Nascimento et al. (2011) replicaram a metodologia da pesquisa de Indarti e Kristiansen (2003) no Brasil com o

objetivo de identificar determinantes das intenções empreendedoras em estudantes de ensino superior em Alagoas. Os autores concluíram pela aderência e adaptabilidade do modelo à realidade nacional.

Hecke (2011) identificou diferenças nas intenções empreendedoras dos concluintes do curso de Ciências Contábeis e de Administração. O autor concluiu que os egressos do curso Ciências Contábeis e de Administração se mostraram preparados para criar um negócio por possuírem os conhecimentos necessários para iniciar um projeto empresarial. O estudo de Slomski, Rocha, Xavier e Carvalho (2013) com alunos concluintes de um curso de Ciências Contábeis constataram que 88% dos estudantes concordam que “ser um empreendedor implicaria grande satisfação”, seguido de 72%, que demonstraram “estar dispostos a fazer de tudo para ser empresários”. O estudo concluiu que metodologias que privilegiem a prática de gestão empresarial podem contribuir para fomentar as intenções empreendedoras dos alunos dos cursos nas áreas de negócios e do empreendedorismo no Brasil.

Lima et al. (2014) realizaram uma pesquisa acerca das intenções empreendedoras dos estudantes brasileiros. Os resultados indicaram que 7,9% dos respondentes brasileiros desejam fundar uma empresa assim que se formarem, enquanto, internacionalmente, esse percentual é de 6,6%. O estudo concluiu que deveria existir maiores investimentos e a inserção do tema do empreendedorismo na matriz curricular. O estudo de Santos, Caetano e Curral (2010), em Portugal, com 521 estudantes universitários de Ciências Sociais, da Saúde, de Gestão e das Tecnologias, encontrou diferenças significativas entre os estudantes universitários nas quatro dimensões do potencial empreendedor. Já o estudo de Giacomini et al. (2010) identificou que, nos contextos americano, asiático e europeu, os estudantes são motivados por fatores semelhantes. Porém, concluiu-se que as diferenças culturais devem ser levadas em consideração ao desenvolver programas de educação para o empreendedorismo.

O estudo de Teixeira (2015) concluiu pela falta de alinhamento entre o que os cursos oferecem e o que o exercício da profissão Contábil exige, destacando-se que as competências ligadas a Riscos, Liderança e Persuasão foram menos desenvolvidas no decorrer do curso. Em acordo, Rodrigues et al. (2019) replicaram a metodologia utilizada pelo relatório GUESSS no Brasil. Os autores concluíram que os estudantes possuem baixa intenção de empreender em algum momento da vida. Constataram também que diversos aspectos do ensino universitário poderiam ser aprimorados visando à promoção do empreendedorismo. Esta revisão da literatura evidencia a importância do tema em questão, em especial na área Contábil.

3. METODOLOGIA DA PESQUISA

Tendo em vista que o objetivo desta pesquisa é analisar os fatores que podem determinar o comportamento empreendedor de concluintes do curso de Ciências Contábeis no ano de 2019, entendeu-se que a metodologia de pesquisa mais adequada é a descritiva de abordagem quantitativa. Para Sampieri, Collado e Lucio (2013, p. 102), a pesquisa descritiva “busca especificar as propriedades, as características e os perfis de pessoas, grupos, comunidades, processos e objetos ou qualquer outro fenômeno que se submeta a uma análise”. Em acordo com a pesquisa descritiva, a abordagem quantitativa utiliza a “quantificação tanto nas modalidades de coleta de informações, quanto no tratamento delas por meio de técnicas estatísticas, desde as mais simples como percentual, média, desvio-padrão, às mais complexas, como coeficiente de correlação, análise de regressão etc.” (Richardson, Peres, Wanderley, Correia, & Peres, 2012, p. 70).

A pesquisa delimitou-se ao curso de Ciências Contábeis oferecido no período noturno, por uma IES da cidade de São Paulo, no ano de 2019. A escolha da instituição deve-se a sua credibilidade na área acadêmica obtendo a nota máxima no ENADE nos últimos cinco anos. A população constituiu-se de 700 alunos regularmente matriculados no curso de Ciências Contábeis selecionado, no ano de 2019. Deste total de alunos, selecionou-se uma amostra inicial de 205 concluintes distribuídos em 4 turmas, sendo 1 turma do 6º período com 60 alunos, 2 turmas do 7º período com 100 alunos e 1 turma do 8º período com 45 alunos. Desta amostra, 116 alunos responderam os questionários e foram validados para a pesquisa.

A fim de estimar o tamanho mínimo que a amostra deveria possuir para que a modelagem de equações estruturais fosse aplicada, utilizou-se o *software* G*Power 3.1 (Faul, Erdfelder, Buchner, & Lang, 2009). Assim, de acordo com a análise dessa ferramenta, a amostra mínima necessária para este estudo seria de 85 casos. Dado que a amostra obtida foi de 116 casos, constata-se que ela atendeu aos pressupostos exigidos e se mostra adequada para aplicação da modelagem de equações estruturais. Por sua vez, Hair Jr., Hult, Ringle e Sarstedt (2014b, pp. 93-94) afirmam que, de acordo com alguns pesquisadores, a amostra deverá ser igual a no mínimo 10 vezes o maior número de questões usadas para medir um construto ou 10 vezes o maior número de caminhos estruturais apontados para um mesmo construto no modelo estrutural. Nesse caso, a amostra mínima a ser utilizada neste trabalho seria de 40 casos, valor de observações superado no presente estudo.

Os dados foram coletados por meio de questionário aplicado *in loco*. Para Richardson, Peres, Wanderley, Correia e Peres (2012, p. 189), o questionário é um dos “instrumentos de coleta de dados que podem ser utilizados para obter informações acerca de grupos sociais”, sendo que “cumprem pelo menos duas funções: descrever as características e medir determinadas variáveis de um grupo social”. Tais funções são essenciais para o desenvolvimento deste trabalho, dado que se buscou descrever as características da população estudada e avaliar a correlação existente entre os determinantes do comportamento empreendedor e a intenção de empreender dos estudantes. Para tanto, o instrumento de coleta de dados foi composto por 19 questões estruturadas e dividiu-se em duas partes a saber: a parte I – teve como objetivo levantar dados demográficos dos respondentes a partir das seguintes questões: gênero, idade, experiência profissional, área e setor de atuação; a parte II teve como base a metodologia desenvolvida por Indarti e Kristiansen (2003) e replicada no Brasil por Nascimento et al. (2011).

Tabela 1 - Construtos e assertivas do instrumento de coleta de dados

CONSTRUTOS		ASSERTIVAS
Necessidade de Realização	NR1	<i>Em relação ao meu trabalho e / ou aos meus estudos eu me saio muito bem nas tarefas consideradas muito difíceis.</i>
	NR2	<i>Tento intensamente melhorar em relação ao que já realizei no passado.</i>
	NR3	<i>Busco responsabilidades adicionais nos trabalhos que me dão para fazer.</i>
	NR4	<i>Tento atuar mais do que os (as) meus (minhas) colegas.</i>
Lócus de Controle	LC1	<i>Acredito que empenho e trabalho intenso geralmente levam ao sucesso.</i>
	LC2	<i>Se eu não tiver sucesso em uma atividade / tarefa, eu tendo a desistir.</i>
	LC3	<i>Eu, com certeza, não acredito em sorte.</i>
Autoeficácia	AE1	<i>Eu tenho as habilidades de liderança que são necessárias para me tornar um (a) empreendedor (a).</i>
	AE2	<i>Eu tenho maturidade mental (psicológica) para começar a ser um(a) empreendedor(a)</i>
Busca por Informação	BI1	<i>Eu tenho acesso a capital para começar a ser um (a) empreendedor (a).</i>
	BI2	<i>Eu tenho uma boa rede de contatos sociais que pode ser utilizada quando eu decidir me tornar um (a) empreendedor (a).</i>
	BI3	<i>Eu tenho acesso a informações de apoio para começar a ser um (a) empreendedor(a).</i>
Intenção de Empreender	IE1	<i>Eu quero seguir uma carreira como empreendedor (a).</i>
	IE2	<i>Eu quero seguir uma carreira como empregado (a) em uma empresa / organização.</i>
	IE3	<i>Eu prefiro ser um (a) empreendedor (a) do que um (a) empregado (a) em uma empresa/organização.</i>

Fonte. Adaptado de Indarti e Kristiansen (2003) e Nascimento, et al. (2011).

O objetivo foi identificar determinantes do comportamento empreendedor dos concluintes investigados a partir de 5 construtos, conforme a Tabela 1: a) Necessidade de Realização, subdivide-se em 4 assertivas (NR1, NR2, NR3 e NR4); b) Lócus de Controle, subdividido em 3 assertivas (LC1, LC2, LC3); c) Autoeficácia, composta por 2 afirmações (AE1, AE2); d) Busca por Informação, que possui 3 enunciados (BI1, BI2, BI3); e) Intenção de

Empreender, também formada por 3 assertivas (IE1, IE2, IE3). A escala utilizada do estudo foi do tipo Likert de 7 pontos, na qual o respondente deve assinalar o grau de concordância com a assertiva, sendo que o grau 1 corresponde a Discordo totalmente e o grau 7 equivale a Concordo totalmente. O modelo criado por Indarti e Kristiansen (2003) fez uso desse tipo de escala e, desse modo, esse padrão será mantido neste estudo.

O pré-teste do instrumento de coleta de dados foi realizado com 6 graduandos de cursos das áreas de negócios (Economia, Administração e Ciências Contábeis), que validaram as assertivas deste estudo. No momento da aplicação explicou-se aos concluintes o objetivo da pesquisa, solicitou-se sua colaboração e sua autorização com a assinatura do Termo de Consentimento Pós-Esclarecido. Os dados foram analisados por meio da estatística descritiva, teste de média, modelo de mensuração e modelo de equação estrutural. Segundo Collis e Hussey (2005, p. 186), “a estatística é um conjunto de métodos e teoria aplicados a dados quantitativos ao tomar decisões diante de uma incerteza.” O processo de análise estatística envolve procedimentos como: codificação das respostas, tabulação dos dados, cálculos estatísticos e apresentação. Os dados coletados foram devidamente organizados e tabulados através do *software* SPSS® – *Statistic Package for Social Sciences*, por se apresentar como uma das principais ferramentas de análise de dados na área das ciências sociais aplicadas.

Após a realização da análise descritiva dos dados demográficos e dos construtos, efetuou-se o teste de normalidade Kolmogorov-Smirnov, o qual visa “testar se os valores amostrais são oriundos de uma população com suposta distribuição teórica ou esperada, neste caso a distribuição normal” (Fávero & Belfiori, 2017, p. 196), sendo o teste mais indicado para verificar a normalidade da distribuição de amostras com mais de 50 elementos. Assim, testou-se H1 – fatores demográficos e o contexto individual a partir dos testes de média não-paramétricos de Mann-Whitney para as variáveis sexo e trabalho, e de Kruskal-Wallis para os dados relacionados à idade, tempo de serviço e área. Esses testes buscaram comparar as médias e identificar a existência de diferenças significativas entre os fatores analisados e a intenção empresarial encontrada.

Em seguida, buscaram-se modelos para testar as demais hipóteses (H2; H3; H4; H5). Inicialmente, testou-se os pressupostos por meio do modelo de mensuração, em que se avaliaram: a) a confiabilidade da consistência interna entre os construtos da pesquisa (Alpha de Cronbach), que mede o “grau de confiabilidade (reliability) com o qual determinada escala, adotada para a definição das variáveis originais, produz resultados consistentes sobre a relação dessas variáveis” (Fávero & Belfiori, 2017, p. 432) e da confiabilidade composta, “que é

definida como a quantidade total de variância de escore verdadeiro em relação à variância de escore total” (Mahotra, 2019, p. 593); b) a confiabilidade dos indicadores (quadrado da carga externa) que revela “quanto da variação em um item é explicado pela construção e é descrito como a variação extraída do item” (Hair Jr., Gabriel, & Patel, 2014a, p. 103), além de sua validade convergente (*Average Variance Extracted* - AVE) “que verifica se a medida em questão está substancialmente relacionada a outras formas de medida já existentes do mesmo construto” (Cunha, 2007, p. 164); c) a validade discriminante (cargas cruzadas e Fornell e Larcker), a qual “verifica se a medida em questão não está relacionada indevidamente com indicadores de construtos distintos, isto é, se a medida ou escala que está sendo avaliada não se correlaciona significativamente com variáveis das quais o teste deveria diferir” (Cunha, 2007, p. 164). Desse modo, o modelo de mensuração “permite avaliar se cada construto tem confiabilidade satisfatória para se estimarem as relações causais em etapas posteriores de teste do modelo” (Brei & Liberali Neto, 2006, p. 136).

Após a verificação da adequação do modelo de mensuração, realizaram-se os testes do modelo de equações estruturais, *Structural Equation Modeling* (SEM) também chamada de análise estrutural de covariância e análise de variável latente. Para Hair Jr., Black, Babin, Anderson e Tatham (2009, p. 543), a SEM “é uma família de modelos estatísticos que buscam explicar as relações entre múltiplas variáveis, estas verificam a estrutura de inter-relações expressas em uma série de equações de regressão múltipla”, as quais descrevem cada uma das relações existentes entre os construtos (variáveis dependentes e independentes) analisados. Desta forma, a SEM comporta um conjunto de técnicas estatísticas multivariadas que possibilitam o exame simultâneo de um conjunto de relacionamentos teóricos entre uma ou mais variáveis independentes, com variáveis contínuas ou discretas, e uma ou mais variáveis dependentes, também contínuas ou discretas (Hair Jr., Black, Babin, Anderson, & Tatham, 2009). Para verificar a colinearidade utilizou-se a correlação de *Pearson* e a *Variance Inflation Factor* (VIF), a avaliação das relações causais entre os construtos (significância dos coeficientes de caminho), o coeficiente de determinação (R^2) e a relevância preditiva (Q^2). A correlação de *Pearson* mensura a direção e força da relação linear entre duas variáveis quantitativas (Moore, 2010, p. 105) e a *Variance Inflation Factor* (VIF) visa identificar eventuais problemas de multicolinearidade entre os construtos (Lin et al., 2011).

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Os resultados obtidos por meio da análise, interpretação e organização final dos dados provenientes da aplicação do questionário de pesquisa e resultaram nos seguintes temas: perfil demográfico e fatores determinantes do comportamento empreendedor dos concluintes investigados.

4.1 Perfil Demográfico dos Colaboradores da Pesquisa

Os dados da Tabela 2 evidenciam que 55% dos respondentes são do sexo feminino, a idade com maior concentração (80%) é na faixa de 21 a 30 anos. Destaca-se que a maioria dos concluintes trabalham (91%) e, em relação ao tempo de serviço, predomina a faixa de 1 a 3 anos (49%). A maioria trabalha na área contábil/financeira (72%) e em setor privado (97%).

De acordo com os dados da tabela 2, identifica-se a predominância do gênero feminino (55%). Esse resultado é corroborado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) que vem evidenciando, desde o censo de 2010, que o número de mulheres (51,03%) no Brasil é superior ao de homens (48,97%).

Tabela 2 - Perfil dos Respondentes

Sexo	Freq.	%	Faixa etária	Freq.	%	Trabalha	Freq.	%
Masculino	52	45%	até 20 anos	14	12%	Sim	106	91%
			de 21 a 30 anos	93	80%			
Feminino	64	55%	de 31 a 40 anos	6	5%	Não	10	9%
			acima de 40 anos	3	3%			
Tempo de serviço	Freq.	%	Área que trabalha	Freq.	%	Setor que trabalha	Freq.	%
menos de 1 ano	17	16%	contábil/financeira	76	72%	Setor público	2	2%
de 1 a 3 anos	52	49%	tributária	12	11%	Setor privado	103	97%
de 4 a 6 anos	22	21%	administrativa/gerencial	15	14%	Terceiro setor	1	1%
acima de 6 anos	15	14%	outra	3	3%			

Outro aspecto importante é o fato de 97% dos respondentes trabalharem no setor privado. Este resultado pode ser explicado pelo fato de o curso ser ofertado por uma IES localizada na maior metrópole da América da Latina com forte atuação no setor de serviços e comércio. Por outro lado, de acordo com os dados da pesquisa, conclui-se que os respondentes ingressaram na graduação logo após a conclusão do ensino médio. Dessa forma, a faixa etária com maior predominância no perfil dos estudantes ficou entre 21 e 30 anos. Esse achado corrobora com o estudo de Sinha (1996) que concluiu que empresários de sucesso são relativamente jovens. Por se tratar de um curso na área de negócios, Contabilidade especificamente, a área de maior atuação dos estudantes é a contábil/financeira, porém este

mesmo curso possibilita trabalhar e ter um bom desempenho em áreas correlatas, tais como: tributária, administrativa, gerencial, entre outras ligadas aos negócios.

4.2 Fatores Determinantes das Intenções de Empreender

Os dados da Tabela 3 mostram o teste de hipótese (H1). Os resultados indicam que os fatores demográficos e o contexto individual, tais como idade, sexo, educação e experiência profissional não têm influência na intenção de empreender dos respondentes.

Estes resultados apontam rejeição da hipótese nula, indicando que a distribuição dos dados não é normal. Portanto, verifica-se, segundo os testes de médias, que não existem diferenças significativas em nenhum dos fatores analisados e sua intenção empresarial. De acordo com essas descobertas, não é possível aceitar a primeira hipótese para os concluintes do curso de Ciências Contábeis.

Tabela 3 - Teste de Média para Intenção de Empreender

Variáveis	Sexo	Número	Média	Desvio-Padrão	Teste de Média
Sexo	Feminino	64	5,234	0,041	0,690
	Masculino	52	5,115	1,014	
Idade	Até 20 anos	14	4,167	1,052	0,399
	21 a 30 anos	93	4,151	1,227	
	31 a 40 anos	6	3,278	1,255	
	Acima de 40 anos	3	4,444	0,962	
Trabalha	Não	10	4,600	0,015	0,152
	Sim	106	4,069	1,216	
Tempo de Serviço	Menos de 1 ano	17	3,922	1,077	0,662
	1 a 3 anos	52	4,186	1,321	
	4 a 6 anos	22	4,061	1,158	
	Acima de 6 anos	15	3,844	1,126	
Área	Administrativa/Gerencial	15	4,289	1,573	0,849
	Contábil/Financeira	76	4,026	1,184	
	Tributária	12	3,972	1,087	
	Outros	3	4,444	0,770	

Esses resultados corroboram com o estudo de Nascimento et al. (2011) e de Indarti e Kristiansen (2003) que não identificaram correlação positiva entre os dados demográficos e a intenção de empreender. Esses resultados contrariam o estudo de Costa e Mares (2016), no qual os fatores demográficos e antecedentes individuais, como idade, gênero, educação e experiência de trabalho influenciaram nas intenções de empreender. Esse achado contradiz também o estudo

de Mazzarol et al. (1999) que identificou a variável sexo masculino como a mais propensa para fundar empresas que o sexo feminino.

Os fatores motivacionais do empreendedorismo foram identificados a partir das hipóteses H2; H3; H4; H5, testadas inicialmente por meio do modelo de mensuração, a partir da confiabilidade da consistência interna (alfa de Cronbach e confiabilidade composta), confiabilidade dos indicadores (quadrado da carga externa), validade Convergente (*Average Variance Extracted* – AVE) e validade discriminante (cargas cruzadas e Fornell-Larcker). O primeiro teste de validade discriminante realizado foi o de cargas cruzadas, em que as cargas fatoriais das questões devem ser maiores em sua variável latente relacionada do que nas demais Hair Jr., Gabriel e Patel (2014a). Por meio do quadrado da carga externa, verificou-se que a questão 1 (0,545) das necessidades de realização, questões 2 (-0,964) e 3 (-0,261) dos lócus de controle, e questão 2 (-0,541) da intenção de empreender apresentaram baixa carga fatorial, portanto elas foram retiradas dos construtos, conforme a seguir.

Tabela 4 - Confiabilidade dos Indicadores e Validade Discriminante

Questões	Necessidades de Realização	Lócus de Controle	Autoeficácia	Busca por Informação	Intenção de Empreender
NR1	0,545	0,125	0,281	0,228	0,105
NR2	0,707	0,088	0,241	0,128	0,119
NR3	0,731	0,102	0,175	0,021	0,109
NR4	0,835	0,031	0,210	0,128	0,225
LC1	0,377	0,157	0,105	0,009	0,023
LC2	-0,036	-0,964	-0,230	-0,178	-0,240
LC3	-0,138	-0,261	-0,034	0,050	-0,059
AE1	0,353	0,222	0,931	0,411	0,564
AE2	0,181	0,211	0,886	0,517	0,443
BI1	0,185	0,088	0,316	0,661	0,292
BI2	0,115	0,129	0,314	0,770	0,290
BI3	0,106	0,140	0,476	0,827	0,429
IE1	0,247	0,239	0,531	0,461	0,928
IE2	0,020	-0,229	-0,264	-0,038	-0,541
IE3	0,201	0,177	0,519	0,468	0,917

Após esta análise, realizou-se a avaliação da consistência interna do modelo, validade convergente e o segundo teste da validade discriminante. Os resultados destes pressupostos são apresentados na Tabela 5. Os resultados indicam que os testes de confiabilidade composta e alfa de Cronbach, utilizados para medir a confiabilidade de consistência interna dos construtos, mostram altos níveis de confiabilidade de consistência interna entre os construtos da pesquisa, conforme preconizado por Hair Jr. et al. (2014a). Ressalta-se que o alfa da variável BI foi menor que 0,708, contudo os autores supracitados explicam que valores de confiabilidade composta de 0,60 a 0,70 são aceitáveis, conforme a seguir.

Tabela 5

Confiabilidade da Consistência Interna, Validade Convergente e Validade Discriminante

Descrição	Confiabilidade Composta > 0,70	Alfa de Cronbach > 0,708	AVE > 0,50	Teste de Forell-Larcker				
				NR	LC	AE	BI	IE
NR	0,823	0,715	0,610	0,781				
LC	1,000	1,000	1,000	0,379	1,000			
AE	0,904	0,792	0,826	0,265	0,107	0,909		
BI	0,800	0,629	0,573	0,127	0,003	0,497	0,757	
IE	0,936	0,863	0,880	0,238	0,068	0,560	0,494	0,938

Nota: NR = Necessidades de Realização; LC = Locus de Controle; AE = Autoeficácia; BI = Busca por Informação; IE = Intenção de Empreender.

Em acordo com dados da Tabela 5, o teste AVE fornece evidências de validade convergente, pois os valores dos construtos em todos os modelos ficaram acima do mínimo requerido de 0,50. A validade discriminante foi atendida a partir do teste de Forell-Larcker, visto que a raiz quadrada de AVE é maior que as correlações entre as variáveis. Após a verificação da adequação do modelo de mensuração, realizaram-se os testes do modelo de estruturação, para verificar a colinearidade (correlação de Pearson e VIF), avaliação das relações causais entre os construtos (significância dos coeficientes de caminho), coeficiente de determinação (R^2) e relevância preditiva (Q^2). No modelo de estruturação, inicialmente calculou-se a colinearidade para identificar possíveis problemas de multicolinearidade, por meio do coeficiente de correlação de Pearson e *Variance Inflation Factor* (VIF). Os resultados são apresentados na Tabela 6.

Tabela 6 - Correlação de Pearson e VIF

Variáveis	NR	LC	AE	BI	IE	VIF
NR	1	0,379*	0,265*	0,127	0,238*	1,242
LC		1	0,107	0,003	0,068	1,172
AE			1	0,497*	0,560*	1,408
BI				1	0,494*	1,334
IE					1	

Nota: NR = Necessidades de Realização; LC = Locus de Controle; AE = Autoeficácia; BI = Busca por Informação; IE = Intenção de Empreender. * A correlação é significativa no nível 0,001.

Os resultados da Tabela 6 indicam que não foi possível constatar um grau elevado de correlação entre as variáveis independentes (correlação superior a 85%) e o VIF foi menor que 5, logo, não há problemas elevados de multicolinearidade que possam afetar os resultados do modelo estrutural PLS *Path Modeling* (PLS-PM) e os testes da modelagem de Equações Estruturais (*Structural Equation Modeling - SEM*). Neste sentido, os dados da Figura 2 mostram as relações dos coeficientes estimados dos caminhos do modelo estrutural, os níveis de significância e os valores de R^2 e Q^2 . Com esse procedimento busca-se responder as hipóteses H2, H3, H4 e H5, conforme dados da figura 2.

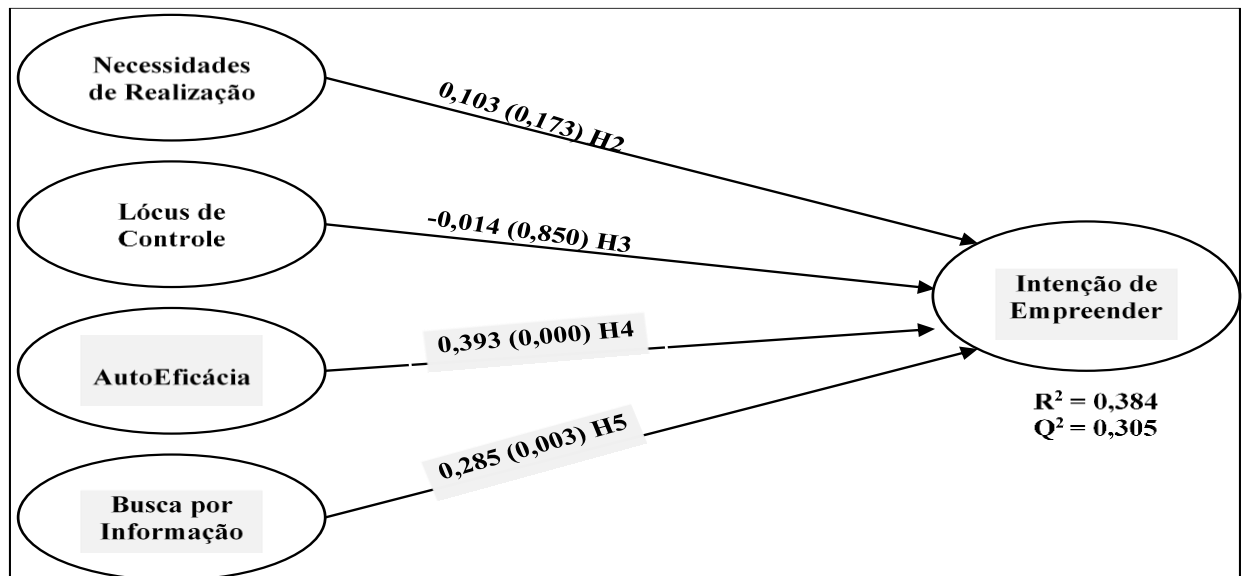


Figura 2. Modelo Estrutural – PLS Path Modeling (PLS-PM).

Com base nos valores dos coeficientes de determinação (R^2) da Figura 2, os construtos “Necessidade de Realização”, “Locus de Controle”, “Autoeficácia” e “Busca por Informação” explicam a intenção de empreender com 38,4%, valor considerado baixo com base em Hair Jr. et al. (2014a). Constata-se que o baixo R^2 também foi encontrado no estudo de Indarti e Kristiansen (2003) com 0,225. Assim, o R^2 deste estudo é considerado válido, visto que os valores estão próximos dos encontrados em estudos anteriores. Como pode ser visto, os valores de Q^2 foram acima de zero, ou seja, os fatores predizem com precisão a intenção de empreender.

Os dados da Figura 2 evidenciam que, no teste da hipótese H4, “Alta pontuação referente à eficácia própria correlaciona-se positivamente” em que: destacando-se a variável “Autoeficácia” com 0,393 (0,000) e no teste da H5, “Busca por informação é um prognóstico significativamente positivo da intenção empresarial”, destaca-se a variável “Busca por Informação” com 0,285 (0,003). Desta forma tem-se que estes construtos foram confirmados com coeficientes expressivos denotando-se que influenciam positivamente na intenção de empreender dos concluintes investigados. O que significa dizer que apenas uma das hipóteses sobre elementos comportamentais (H4) e a única hipótese direcionada para elementos contextuais (H5) afetam significativamente as intenções empreendedoras dos concluintes desta pesquisa.

Pode-se destacar que a variável “Autoeficácia”, direcionada para elementos comportamentais, tais como ter habilidade de liderança e maturidade, comportamentos necessários para se tornar um empreendedor, mostrou-se como o fator que determina a intenção de empreender dos concluintes investigados. Já com menos intensidade, a variável “Busca por

Informação” direcionada para elementos contextuais, tais como ter acesso ao capital, à rede de contatos sociais e às informações como fatores de apoio para começar um empreendimento, também influencia positivamente a intenção de empreender dos concluintes do curso de Ciências Contábeis investigados.

Estes resultados são corroborados pelos estudos utilizados como base desta pesquisa de Indarti e Kristiansen (2003) e de Nascimento et al. (2011), em que as hipóteses H4 e H5 também foram aceitas. O que indica que os fatores “Autoeficácia” e “Busca por informação” exercem influência significativa nas motivações empreendedoras dos estudantes, independente da distância geográfica. De acordo com Oliveira et al. (2016), é possível concluir que, no que tange aos elementos comportamentais, os estudantes analisados nos três países são mais persistentes, mais comprometidos no trabalho e mais empenhados na consecução de tarefas. Em relação aos elementos contextuais, observa-se que o acesso ao capital, a informação e as redes sociais são variáveis externas que impactam diretamente o comportamento empreendedor do indivíduo.

As hipóteses H2 e H3 referentes ao comportamento empreendedor, o construto “Necessidade de Realização” (H2), e o construto “Locus de Controle” (H3), tem impacto positivo na intenção empresarial” não foram confirmadas pelo modelo desta pesquisa. Em acordo, os estudos de Indarti e Kristiansen (2003) e Nascimento et al. (2011) também não encontraram correlação positiva entre necessidade de realização e intenção empreendedora (H2). Esses resultados não corroboram com Baggio e Baggio (2015) quando dizem existir correlação positiva entre fatores intrínsecos como o desejo de realização pessoal e a motivação para o empreendedorismo. Entretanto, a hipótese de que altas pontuações referentes a locus de controle influenciam positivamente a intenção empresarial (H3), contrariamente foi corroborada pelo estudo de Nascimento et al. (2011) no contexto brasileiro, em Alagoas. O autor identificou alta pontuação em relação à influência do locus de controle na intenção empresarial, o que permitiu que a hipótese (H3) fosse aceita. Isso permite inferir que mesmo havendo diferenças quanto aos fatores comportamentais e contextuais, os estudantes dos diferentes países manifestam intenção de empreender e que iniciativas empreendedoras, na percepção de futuros profissionais da Contabilidade, são afetadas não apenas por fatores pessoais, mas também econômicos, sociais e culturais.

5. CONCLUSÕES

A presente pesquisa teve como objetivo analisar os fatores que podem determinar o comportamento empreendedor de concluintes do curso de Ciências Contábeis. Foi possível

constatar que a variável “Autoeficácia”, direcionada para elementos comportamentais e a variável “Busca por Informação” direcionada para elementos contextuais mostraram-se como fatores determinantes na intenção de empreender dos concluintes investigados. Neste sentido, indicadores sociais e comportamentais podem ser influenciadores da percepção dos estudantes quanto ao interesse de empreender.

Todavia, o construto “Necessidade de realização alta tem um impacto positivo na intenção empresarial” e o construto “Altas pontuações referentes a locus de controle são correlacionadas positivamente com a intenção empresarial” foram refutadas por este estudo. Esses resultados permitem inferir que, mesmo havendo diferenças quanto aos fatores comportamentais e contextuais determinantes da intenção de empreender, os estudantes dos países que participaram da pesquisa de alguma forma manifestam sentimentos positivos quanto a abrir o próprio negócio. Isso permite dizer que os concluintes do curso de Ciências Contábeis participantes desta pesquisa possuem maiores percepções e sentimento de autoeficácia e busca por informações do que a necessidade de realização e maior sentimento de autocontrole quando são inquiridos sobre suas intenções de empreender. Isso permite concluir que a intenção de empreender dos futuros profissionais da Contabilidade investigados é condicionada não apenas por fatores pessoais, mas também econômicos, sociais e culturais.

Pode-se dizer que a regeneração da economia, a inovação e o emprego passam pela capacidade empreendedora dos indivíduos e das empresas que nascem. Quanto mais conhecimento e criatividade e inovação, mais empregos e riqueza, este é o ciclo virtuoso capaz de dinamizar a economia e o bem-estar social. Isso indica a necessidade de investimentos em educação para fomentar o engajamento dos indivíduos e das empresas nas diversas fases do processo empreendedor – da ideia à concretização do projeto e de uma nova empresa. O mundo do trabalho requer novo perfil de competências dos profissionais, cada vez mais são necessários comportamentos como pensamento flexível, inovação e empreendedorismo. Pessoas com perfil empreendedor são flexíveis e se adaptam às mudanças. A inovação e a gestão de riscos são competências gerenciais igualmente valorizadas pelas empresas. Neste contexto, a figura do empreendedor como aquele capaz de inovar e responder aos desafios do ambiente econômico e social em que atuam é cada vez mais requerida.

Sugere-se a aplicabilidade do estudo em outras regiões do país. Todavia, considera-se a necessidade de adequação do questionário com a inclusão de assertivas voltadas para a realidade dos cursos na área de negócios, de modo que seja possível verificar se os construtos “Necessidade de Realização” (NR) e “Locus de Controle” (LC) também podem ser fatores

determinantes do comportamento empreendedor dos concluintes, de modo que os resultados sirvam de subsídios para o repensar dos cursos de graduação, em especial de Contabilidade. Além disso, que seja possível buscar uma explicação mais consensual sobre os fatores que interferem na intenção de empreender dos futuros profissionais da área de negócios.

REFERÊNCIAS

Arenius, P., & Minniti, M. (2005). Perceptual variables and nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, 24(3), 233-247.

Baggio, A. F., & Baggio, D. K. (2015). Empreendedorismo: conceitos e definições. *Revista de empreendedorismo, inovação e tecnologia*, 1(1), 25-38

Bosma, N., Hessels, J., Schutjens, V., Praag, M., & Verheul, I. (2012) ENTREPRENEURSHIP And Role Models. *Journal Of Economic Psychology*, 33(2), 410-424.

Bird, B., & Schjoedt, L. (2009). Entrepreneurial Behavior: Its Nature, Scope, Recent Research, And Agenda For Future Research. In *Understanding The Entrepreneurial Mind* (Pp. 327–358).

Springer, New York.

Boyles, T. (2012). 21st century knowledge, skills, and abilities and entrepreneurial competence: a model for undergraduate entrepreneurship education. *Journal of entrepreneurship education*, 15(1), 41-55.

Brei, V. A., & Liberali Neto, G. (2006). O uso da técnica de modelagem em equações estruturais na área de marketing: um estudo comparativo entre publicações no brasil e no exterior. *Revista de administração contemporânea*, 10(4), 131-151.

Chell, E. (2008). The nascent entrepreneur, business development and the role of human resources. In r. Barrett & s. Mayson. (ed). *International handbook of entrepreneurship and hrm* (pp. 21- 46). Cheltenham: Edward Elgar.

Chipeta, E. M., & Surujlal, J. (2017). Influence of attitude, risk taking propensity and proactive personality on social entrepreneurship intentions. *Polish journal of management studies*, 15.

Chlosta, S., Patzelt, H., Klein, S. B., & Dormann, C. (2012) parental role models and the decision to become self-employed: the moderating effect of personality. *Small business economics*, 38(1), 121-138.

Collis, J., & Hussey, R. (2005). *Pesquisa em administração: um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação* (2a ed.). Porto Alegre: Bookman.

da Costa, T. G., & Mares, P. (2016). Factors affecting students' entrepreneurial intentions of polytechnic institute of setubal: a cognitive approach. *Revista De Administração, Contabilidade e Economia da Fundace*, 7(1).

Cunha, J. A. (2007). *Psicodiagnóstico-v*. (5a ed.). Porto Alegre: Artmed.

Darmanto, S., & Yuliari, G. (2018). Mediating role of entrepreneurial self efficacy in developing entrepreneurial behavior of entrepreneur students. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 24(1), 1-14.

Dolabela, F. (1999). *Oficina do empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza*. Rio de Janeiro: sextante.

Dolabela, F. (2008a). *O segredo de luísa: uma ideia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa*. Rio de Janeiro: sextante.

Dolabela, F. (2008b). *Oficina do empreendedor: A metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza*. Rio de Janeiro: sextante.

Dornelas, J. C. A. (2001). *Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios*. Rio de Janeiro: Campus.

Dornelas, J. C. A. (2003). *Empreendedorismo corporativo*. Rio de Janeiro: Elsevier Brasil.

Dornelas, J. C. A. (2008). *Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios*. (3a ed.) Rio de Janeiro: Elsevier.

Faul, F., Erdfelder, E., Buchner, A., & Lang, A.G. (2009). Statistical power analyses using G*Power 3.1: Tests for correlation and regression analyses. *Behavior Research Methods*, 41, 1149-1160.

Fávero, L. P., & Belfiori, P. (2017). *Manual de análise de dados: Estatística e modelagem multivariada com Excel, SPSS e Stata*. Rio de Janeiro: Elsevier.

Filion, L. J. (1999) Empreendedorismo: Empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. *Revista de Administração*, 34(2), 05-28.

Fuller, B., Liu, Y., Bajaba, S., Marler, L. E., & Pratt, J. (2018). Examining how the personality, self-efficacy, and anticipatory cognitions of potential entrepreneurs shape their entrepreneurial intentions. *Personality and Individual Differences*, 125, 120-125.

Giacomin, O., Janssen, F., Pruett, M., Shinnar, R. S., Llopis, F., & Toney, B. (2010). Entrepreneurial intentions, motivations and barriers: Differences among American, Asian and European students. *International Entrepreneurship And Management Journal*, 7(2), 219-238.

Gomes, A. F. (2011). O empreendedorismo como uma alavanca para o desenvolvimento local. *Rea-revista eletrônica de administração*, 4(2). Recuperado de <http://periodicos.unifacef.com.br/index.php/%20rea/article/view/192>

Hair Jr., J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2009). *Análise multivariada de dados*. (6a ed.). Porto Alegre: Bookman.

Hair Jr, J. F., Gabriel, M. L. D. D. S., & Patel, V. K. (2014a). Modelagem de equações estruturais baseada em covariância (CB-SEM) com o AMOS: Orientações sobre a sua aplicação como uma ferramenta de pesquisa de marketing. *Revista Brasileira de Marketing*, 13(2), 44-55.

Hair Jr., J. F., Hult, G. T., Ringle, C.M., & Sarstedt, M. (2014b) *a primer on partial least square structural equation modeling (PLS-SEM)*. California: Sage Publications.

Harper, D. A. (2008). Towards a theory of entrepreneurial teams. *Journal of Business Venturing*, 23(6), 613-626.

Hecke, A. P. (2011). *A intenção empreendedora dos alunos concluintes dos cursos de graduação em administração em ciências contábeis das instituições de ensino superior de Curitiba-PR*. (Dissertação de mestrado). Universidade Federal do Paraná, Curitiba, PR, Brasil.

Hisrich, R. D., & Peters, M. P. (1998). *Entrepreneurship*. Boston: Irwin/Mcgraw-Hill.

Hisrich, R. D., & Peters, M. P. (2004). *Empreendedorismo*. Porto Alegre: Bookman.

Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2008). The nature and importance of entrepreneurship. New York: Entrepreneurship.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Censo Demográfico 2010*. Brasil, 2010.

Indarti, N., & Kristiansen, S. (2003). Determinants of entrepreneurial intention: the case of Norwegian students. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 5(1), 79-95.

Iudícibus, S., & Marion, J. C. (2002). *Introdução à teoria da contabilidade* (3a ed). São Paulo: Atlas.

Kristiansen, S. (2001). Promoting African pioneers in business: what makes a context conducive to small-scale entrepreneurship? *The Journal of Entrepreneurship*, 10(1), 43-69.

Kristiansen, S. (2002). Individual perception of business contexts: The case of small-scale entrepreneurs in Tanzania. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 7(3), 283.

Kristiansen, S., & Ryen, A. (2002). Enacting their business environment: Asian entrepreneurs in East Africa. *African and Asian Studies*, 1(3), 165-186.

Landström, H., & Harirchi, G. (2019). That's Interesting in Entrepreneurship Research. *Journal of Small Business Management*, 57, 507-529.

Lee, J. (1997). The motivation of women entrepreneurs in Singapore. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 3(2), 93-110.

Lei n. 9.394, de 20 de dezembro de 1996. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Brasília: Congresso Nacional. Recuperado de <http://portal.mec.gov.br/seed/arquivos/pdf/tvescola/leis/lein9394.pdf>

Lei n. 12.249, de 11 de junho de 2010. (...) Altera (...) os Decretos-Leis n. 9.295, de 27 de maio de 1946, (...) e dá outras providências. Brasília: Congresso Nacional. Recuperado de: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2007-2010/2010/lei/112249.htm

Lima, E., Nassif, V., Lopes, R., & Silva, D. (2014) educação superior em empreendedorismo e intenções empreendedoras dos estudantes—relatório do estudo GUESS Brasil 2013-2014. *Caderno de pesquisa*, Grupo APOE, Grupo de Estudo Sobre Administração De Pequenas Organizações e Empreendedorismo, PPGA-UNINOVE, (3).

Lin, D., Foster, D. P., & Ungar, L. H. (2011). VIF regression: a fast regression algorithm for large data. *Journal of the American Statistical Association*, 106(493), 232-247.

Mahotra, N. (2019). *Pesquisa de Marketing: Uma orientação aplicada*. (7a ed.). São Paulo: Bookman.

Mazzarol, T., Volery, T., Doss, N., & Thein, V. (1999). Fatores que influenciam a empresa de pequeno porte iniciantes. *Jornal Internacional de Comportamento Empreendedor e Pesquisa*, 5(2), 48-63.

Mcclelland, D. C. (1961) *The achieving society*. Princeton: Van Nostrand.

Mcclelland, D. C. (1972) *A sociedade competitiva*. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura.

Moore, D. S. (2010). *The basic practice of statistics* (5a ed.). New York: WH Freeman and Company.

Nascimento, T. C., Dantas, A. De B., Santos, P. Da C. F. Dos, Veras, M., & Costa Junior, A. G. Da. (2011). A metodologia de Kristensen e Indarti para identificar intenção empreendedora em estudantes de ensino superior: comparando resultados obtidos na Noruega, indonésia e alagoas. *Revista de Negócios*, 15(3), 67-86.

Neneh, B. N. (2019). From entrepreneurial intentions to behavior: The role of anticipated regret and proactive personality. *Journal of Vocational Behavior*, 112, 311-324.

Pereira, I. M., de Oliveira, D. R., Valadares, J. L., & Emmendoerfer, M. L. (2016). Comportamento empreendedor no setor público: análise comparada de dois presidentes do brasil. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 5(2), 51-76.

Pereira, I., Oliveira, B. M. F., Vieira, D. A., Laguía, A., Moriano, J. A., & Soares, V. J. S. (2016). Intenção empreendedora em estudantes universitários: Adaptação e validação de uma escala (QIE). *Avaliação Psicológica*, 15(2), 187-196.

Resolução CNE/CES n. 6, de 10 de março de 2004. Institui as Diretrizes Curriculares Nacionais para o Curso de Graduação em Ciências Contábeis, bacharelado, e dá outras providências. Recuperado de http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/rces06_04.pdf

Richardson, R. J., Peres, J. D. S., Wanderley, J., Correia, L., & Peres, M. (2012). *Pesquisa social: Métodos e técnicas*. São Paulo: Atlas.

Robbins, S. P. (2005). *Comportamento organizacional*. São Paulo: Pearson Prentice Hall.

Rodrigues, A. T. L., De França, J. A., Boarin, J. J., Coelho, J. M. A., Carneiro, J. D., Bugarim, M. C. C., & Morais, M. L. S. De (2009). *Proposta nacional de conteúdo para o curso de graduação em Ciências Contábeis*. Brasília: Fundação Brasileira de Contabilidade.

Rodrigues, I. L., Machado, D. de Q., Reinaldo, H. O. A., Alcântara, S. R. A. S. De, & Silva, L. M. T. (2019). Intenção empreendedora em estudantes de administração: Um estudo com estudantes da Universidade Federal do Ceará. *REMIPE-Revista de Micro e Pequenas Empresas e Empreendedorismo da Fatec Osasco*, 5(1), 65-84.

Sales, A. H., & Souza Neto, S. P. De. (2004) Empreendedorismo nas micro e pequenas empresas no Brasil. In: *Encontro da Associação Nacional de Programas de Pós-graduação em Administração*, Curitiba.

Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, P. B. (2013). *Metodologia de pesquisa* (5a ed.). Porto Alegre: Penso.

Santos, S. C., Caetano, A., & Curral, L. (2010) Atitude dos estudantes universitários face ao empreendedorismo: Como identificar o potencial empreendedor. *Revista Bortuguesa e Brasileira de Gestão*, 9(4), 2-14. Recuperado de <http://www.scielo.mec.pt/pdf/rpbg/v9n4/v9n4a02.pdf>

Sarkar, S. (2007). *Empreendedorismo e inovação*. Lisboa: Escolar.

Schumpeter, J. A. (1934) *The theory of economic development*. Oxford: Oxford University.

Schein, E. *Organizational Culture and Leadership*. San Francisco: Jossey-Bass Publishers, 1985.

Shinnar, R. S., Giacomini, O., & Janssen, F. (2012) Entrepreneurial perceptions and intentions: The role of gender and culture. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(3), 465-493.

Silva, M. C. P. (2015). *Estudo das exigências programáticas nos exames de suficiência e provas do Enade para o curso de Ciências Contábeis*. (Trabalho de conclusão de curso). Universidade Federal de Goiás, Goiânia, GO, Brasil.

Silva, V. R. D. (2016). *ENADE e fluxo curricular nos cursos de graduação em ciências contábeis no Brasil*. (Trabalho de conclusão de curso). Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, MG, Brasil.

Sinha, T. N. (1996). Human factors in entrepreneurship effectiveness. *The Journal of Entrepreneurship*, 5(1), 23-39.

Slomski, V. G., Rocha, L. F., Xavier, V. V. N. T., & De Carvalho, R. F. (2013). Percepções sobre metodologias incentivadoras de intenções empreendedoras em alunos concluintes de um

curso de ciências contábeis oferecido por uma instituição de ensino superior da cidade de São Paulo. *Ciências Sociais Aplicadas em Revista*, 13(24), 119-135.

Souza, E. C. L. De., & Guimarães, T. De A. (2005) *empreendedorismo além do plano de negócio*. São Paulo: Atlas.

Teixeira, V. V. N. (2015). *Percepções de concluintes sobre competências empreendedoras adquiridas nos cursos de Ciências Contábeis oferecidos por universidades federais do Estado da Paraíba*. (Dissertação de mestrado). Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado, São Paulo, SP, Brasil.

Thompson, E. R. (2009). Individual entrepreneurial intent: Construct clarification and development of an internationally reliable metric. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 669-694.

Van Gelderen, M., Kautonen, T., Wincent, J., & Biniari, M. (2018). Implementation intentions in the entrepreneurial process: concept, empirical findings, and research agenda. *Small Business Economics*, 51(4), 923-941.