

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

**O PERFIL EMPREENDEDOR DOS ALUNOS DO CURSO DE CIÊNCIAS
CONTÁBEIS DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA**

ELISA WRIEDT MAZZONI

JUIZ DE FORA
2018

ELISA WRIEDT MAZZONI

**O PERFIL EMPREENDEDOR DOS ALUNOS DO CURSO DE CIÊNCIAS
CONTÁBIES DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito para obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis.

Orientadora: Prof^ª Ma. Janayna Katyúscia Freire

**JUIZ DE FORA
2018**

AGRADECIMENTOS

Agradeço à Deus por estar presente em todos os momentos da minha vida, me dando força, determinação e valiosas oportunidades.

Agradeço a minha orientadora Janayna Freire pela dedicação e apoio na jornada deste trabalho.

Manifesto minha gratidão à minha família, namorado e em especial minha irmã Júlia por todo o apoio e ajuda necessária.



UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS

Termo de Declaração de Autenticidade de Autoria

Declaro, sob as penas da lei e para os devidos fins, junto à Universidade Federal de Juiz de Fora, que meu Trabalho de Conclusão de Curso é original, de minha única e exclusiva autoria e não se trata de cópia integral ou parcial de textos e trabalhos de autoria de outrem, seja em formato de papel, eletrônico, digital, audiovisual ou qualquer outro meio.

Declaro ainda ter total conhecimento e compreensão do que é considerado plágio, não apenas a cópia integral do trabalho, mas também parte dele, inclusive de artigos e/ou parágrafos, sem citação do autor ou de sua fonte. Declaro por fim, ter total conhecimento e compreensão das punições decorrentes da prática de plágio, através das sanções civis previstas na lei do direito autoral¹ e criminais previstas no Código Penal², além das cominações administrativas e acadêmicas que poderão resultar em reprovação no Trabalho de Conclusão de Curso.

Juiz de Fora, 03 de dezembro de 2018.

Elisa Wriedt Mazzoni

¹ LEI Nº 9.610, DE 19 DE FEVEREIRO DE 1998. Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências.

² Art. 184. Violar direitos de autor e os que lhe são conexos: Pena – detenção, de 3 (três) meses a 1 (um) ano, ou multa.

**ATA DE DEFESA DO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

Ao 3º dia do mês de dezembro de 2018, nas dependências da Faculdade de Administração e Ciências Contábeis da Universidade Federal de Juiz de Fora, reuniu-se a banca examinadora formada pelos professores abaixo assinados para examinar o Trabalho de Conclusão de Curso de **Elisa Wriedt Mazzoni**, discente regularmente matriculada no Bacharelado em Ciências Contábeis sob o número **201377054**, intitulado **O PERFIL EMPREENDEDOR DOS ALUNOS DO CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA**. Após a apresentação e consequente deliberação, a banca examinadora se reuniu em sessão fechada, considerando a discente _____.
Tal conceito deverá ser lançado em seu histórico escolar quando da entrega da versão definitiva do trabalho, impressa e em meio digital.

Juiz de Fora, 3 de dezembro de 2018

Profª Ma. Janayna Katyuscia Freire de Souza Ferreira
Orientadora

Prof Me. José Flávio de Melo Moura

Profª Ma. Raquel Angelo Araujo

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Taxas de empreendedorismo em estágio estabelecido (TEE) dos países participantes do GEM agrupados segundo as características de suas economias	19
Gráfico 2 - Taxas de empreendedorismo por oportunidade e por necessidade como proporção da taxa de empreendedorismo inicial – Brasil – 2002:2016	20
Gráfico 3 - % de alunos que já tiveram experiências empreendedoras	23
Gráfico 4 - Influências para empreender seção II	32
Gráfico 5 - Influências para empreender seção III	34

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Empreendedor versus gestor

16

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Atividade Exercida Atualmente	31
Tabela 2 - Intenções Empreendedoras (Seção 2)	32
Tabela 3 - Intenções Empreendedoras (Seção 3)	33
Tabela 4 - Capacidade de resolução de problemas	35
Tabela 5 - Nível de confiança na realização de atividades	36
Tabela 6 - Grau de Importância do Ensino do Empreendedorismo	37

LISTA DE ABREVIATURAS

BNDE	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico
BRICS	Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul
CSN	Companhia Siderúrgica Nacional
GEM	<i>Global Entrepreneurship Monitor</i>
MEI	Microempreendedor Individual
SEBRAE	Serviço de Apoio à Micro e Pequena Empresa
SOFTEX	Sociedade Brasileira para Exportação de Software
TEA	Taxa de Empreendedorismo Inicial
TEE	Taxa de Empreendedorismo Estabelecido
TTE	Taxa de Empreendedorismo Total
UFJF	Universidade Federal de Juiz de Fora
UFRGS	Universidade Federal do Rio Grande do Sul

RESUMO

Este estudo tem como objetivo geral analisar o perfil empreendedor dos alunos do curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Juiz de Fora e refletir sobre o ensino do empreendedorismo na formação contábil. Trata-se de uma pesquisa qualitativa onde foi aplicado um questionário com questões de múltipla escolha e questões discursivas para uma amostra de 93 alunos do curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Juiz de Fora. O questionário foi adaptado, tendo como base nos estudos realizados por Busata (2016) e por Silva, Ferreira e Ferreira (2016). Dentre os principais resultados percebe-se que dos 93 respondentes, a grande maioria (89%) não possui ou possuiu um negócio e 62% dos discentes participantes da pesquisa pretendem abrir uma empresa no futuro independentemente se já possuíram ou possuem um negócio. Relevante parcela dos respondentes afirma possuir um alto grau de confiança na realização das atividades e na capacidade de resolver problemas e tem como sua principal expectativa ao empreender a independência. Em relação à disciplinas e cursos livres relacionados ao empreendedorismo, 55% dos respondentes afirmaram não cursar ou terem cursado nenhuma disciplina e/ou curso livre relacionado ao tema, entretanto 58% dos respondentes acreditam ser de grande importância o ensino do empreendedorismo no curso de Ciências Contábeis e na formação do contador.

Palavras-Chave: Empreendedorismo. Perfil Empreendedor. Formação Contábil. Educação Empreendedora.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	11
2. REFERENCIAL TEORICO	14
2.1 EMPREENDEDORISMO E CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR.....	14
2.2 EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA.....	21
2.3 EMPREENDEDORISMO E A CONTABILIDADE.....	24
2.4 ESTUDOS ANTERIORES.....	26
3. METODOLOGIA.....	28
4. ANÁLISE DOS RESULTADOS	30
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	39
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	41
APÊNDICE.....	44

1. INTRODUÇÃO

A palavra empreendedorismo, neologismo derivado da livre tradução da palavra *entrepreneurship*, é utilizada para designar os estudos relativos ao empreendedor, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação. Já o termo Empreendedor pode ser aplicado àquele que se dedica à geração de riquezas, seja na transformação de conhecimentos em produtos ou serviços, na geração do próprio conhecimento ou na inovação em áreas como marketing, produção e organizações (DOLABELA, 2009 *apud* JÚNIOR; PERES, 2016, p. 47)³.

Visto que o empreendedor manuseia e trabalha com o conhecimento para potencializar suas ideias e decisões, a educação empreendedora está intimamente interligada ao empreendedorismo. Com ela, os alunos exercitam práticas empreendedoras e são instruídos a como agir diante de oportunidades e adversidades, com intuito de se destacarem no mercado de trabalho (CARDOSO, 2017).

Segundo Hatfield (2006, *apud* FARIA; SILVA, 2006, p. 3)⁴, “o empreendedorismo não é uma disciplina de negócios; ao contrário, é um conceito que conduz pensamento e ações” e o impacto que a educação empreendedora possui sobre a economia dos países, seja na inovação ou desenvolvimento, é reconhecido por inúmeras instituições de ensino superior ao redor do mundo.

No Brasil o ensino do empreendedorismo nas instituições de ensino superior é escasso, com disciplinas que não apresentam um aprofundamento no tema, muitos alunos não têm ciência sobre o empreendedorismo e sua contribuição para a formação profissional do mesmo e as mudanças do mercado.

Segundo pesquisa sobre o empreendedorismo nas Universidades Brasileiras, publicada pelo Serviço de Apoio à Micro e Pequena Empresa (SEBRAE, 2016), os programas que proporcionam maior visão e viés inovadores, como criação de novos negócios, gestão de pequenos negócios, franquias e inovação e tecnologia, estão presentes em média em somente 6,2% das instituições do país.

O empreendedorismo é importante tanto para se abrir um negócio, ofertar um produto ou ideia quanto para ambientes empresariais internos, classificado como o

³ DOLABELA, Fernando. Oficina do Empreendedor. São Paulo: Cultura Editores Associados, 2009.

⁴ HATFIELD, L. About Entrepreneurship in John L. Grove College of Business – disponível em <http://www.ship.edu/%7Ebusiness/dept/mgt/aboutentrep.htm> acessado em 02 de maio de 2006

intraempreendedorismo, com o intuito de se adequar ao mercado e suas respectivas mudanças (DANTAS, 2008).

Fahl e Manhani (2015) refletem que a perspectiva da carreira contábil se mostra positiva é um entendimento pacificado dentro da classe contábil. Porém, segundo os autores, falta planejamento profissional e se faz necessária a atuação das entidades educacionais, despendendo esforços para suprir essa carência e buscando uma maior interação com as necessidades atuais do mercado de trabalho.

Neste sentido, Contabilidade e Empreendedorismo possuem uma conexão indiscutível. Ainda segundo Fahl e Manhani (2015, p. 26), a primeira "é a linguagem universal de negócios e atividades econômicas internacionais e, portanto, é participante direta do processo de globalização e de negócios", e como o mercado de trabalho está mudando constantemente e vários negócios e ideias inovadoras estão surgindo cada vez mais, o empreendedorismo entra em cena.

Franco (1999, p. 23), previa a importância do perfil empreendedor na formação do contador:

A globalização da economia e das relações internacionais determinará, indubitavelmente, o processo ou o retrocesso das nações no século XXI, influenciando não somente na economia, mas também na própria cultura dos povos. Vencerão o desafio da competição internacional aqueles que estiverem mais preparados para enfrentá-lo, isto é, aqueles com melhor formação cultural e técnica.

Seguindo esta lógica de pensamento, o contador fica encarregado de - como agente de mudanças, até mesmo do próprio ambiente da empresa - evoluir e manifestar novas ideias, habilidades e empenhar-se para contribuir ativamente no crescimento e desenvolvimento da empresa, mais uma vez demonstrando que o conhecimento contábil e perfil empreendedor, juntos, fazem a diferença. É real a necessidade de fazer possível o diálogo entre as instituições de ensino e o mercado de trabalho e, para tal, se faz imprescindível modificações nos currículos e adições que satisfaçam as demandas do mercado atual, como gestão empresarial, comunicação e liderança, marketing contábil, entre tantas outras. Nesse sentido este trabalho tem como pergunta norteadora: **existe relação entre o ensino do empreendedorismo no curso de Ciências Contábeis e o perfil empreendedor?**

Diante do exposto esta pesquisa tem como objetivo analisar o perfil empreendedor dos alunos do curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Para alcance desse objetivo foram traçados os seguintes objetivos específicos:

- Analisar as aspirações e intenções empreendedoras dos alunos que possuem ou possuíram um negócio;
- Identificar as aspirações e intenções empreendedoras dos alunos que nunca possuíram um negócio;
- Avaliar a capacidade e nível de confiança dos alunos;
- Realizar um levantamento das disciplinas que os alunos cursaram e identificam como relacionadas com empreendedorismo.

Este trabalho se justifica na necessidade de reflexão, por parte das instituições de ensino superior dos cursos de Ciências Contábeis, sobre a oferta de disciplinas relacionadas ao empreendedorismo, buscando demonstrar a relevância da oferta de disciplinas nessa área de conhecimento na formação do contador. Academicamente é relevante, pois trata-se de um tema pouco estudado, além de demonstrar a escassez na oferta de disciplinas sobre o mesmo.

O presente trabalho está estruturado em 5 capítulos, sendo esse, Introdução, o primeiro, no qual se apresenta a contextualização do tema, a pergunta de pesquisa, os objetivos gerais e específicos e a justificativa. O Capítulo 2 apresenta o referencial teórico que aborda sobre o empreendedorismo e características do empreendedor, a educação empreendedora e o empreendedorismo e a contabilidade. O Capítulo 3 apresenta a metodologia de pesquisa utilizada na construção deste trabalho. O Capítulo 4 traz os resultados e análise dos questionários aplicados. O Capítulo 5 apresenta as considerações finais, nas quais são apresentadas as reflexões para as instituições de ensino superior e estudantes de Ciências Contábeis.

2. REFERENCIAL TEORICO

2.1 EMPREENDEDORISMO E CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR

Brito, Pereira e Linard (2013) apresentam uma retrospectiva sobre a história do empreendedorismo. Segundo os autores, o termo empreendedorismo não possui uma origem precisa, em contrapartida, a prática do empreendedorismo se faz presente desde o início da humanidade, período no qual existiam pessoas que se destacavam por inovar em suas atividades ou produtos.

Ainda de acordo com os autores, no Brasil sua chegada é acurada, com a entrada dos portugueses, a partir do século XVII. Irineu Evangelista de Sousa o Barão de Mauá é identificado como um dos primeiros empreendedores do Brasil, devido aos numerosos empreendimentos executados por este. Pode-se citar como ações empreendedoras do Barão de Mauá as Companhias de Navegação a Vapor, a implantação da primeira Ferrovia Brasileira e de uma Companhia de Gás para a iluminação pública. Além da inauguração do trecho inicial da União e Indústria, primeira rodovia pavimentada do país, entre Petrópolis e Juiz de Fora.

Avançando para a década 1920, houve um desenvolvimento no empreendedorismo no Brasil, focado em aprimorar e favorecer indústrias nacionais em contraposição à concorrência internacional. Na década posterior – 1936, governo de Getúlio Vargas – a primeira estatal do país (CSN- Companhia Siderúrgica Nacional) foi fundada e, nos anos 60, seu mesmo fundador criou o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico (BNDE), juntamente com a Petrobras. Assim, verificou-se um processo de incentivo à iniciativa privada. Os anos 60 contou com a presença do empreendedorismo de modo bem mais frequente, considerando a expansão de práticas que estimulavam o crescimento econômico. Como exemplo evidencia-se o Plano de Metas, estipulado no governo de Juscelino Kubitschek, que permitiu o desenvolvimento da indústria naval, a inserção da economia brasileira ao capital estrangeiro, em respeito à redução de taxas na importação de máquinas e equipamentos, além de instaurar, no ABC paulista, a indústria automobilística.

O chamado hoje de SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), teve sua criação em 1972, pelo nome de CEBRAE, apenas tendo sido renomeado em outubro de 1990. O precursor referente a disciplina do empreendedorismo no ensino superior foi a Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas em São Paulo,

e sucedeu-se na década de 80, com a matéria “Novos Negócios. Ademais, a Universidade Federal do Rio Grande do Sul também deu sua contribuição ao, no curso de Ciência da Computação, incorporar a disciplina “Criação de Novas Empresas”.

Com a criação do Estatuto da Micro e Pequena Empresa, em 1984 e das entidades como o Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software), na década de 1990, o empreendedorismo no Brasil ganhou notoriedade com a abertura da economia e fez com que grandes empresas buscassem alternativas para se consolidarem em um mercado competitivo.

Arantes (2014), atribui a prática empreendedora àqueles que possuem aptidão para inovar, de modo ilustre, as atividades as quais se dedicam. A execução de tais atividades pode ser realizada tanto por meio de uma organização quanto por conta própria – caso haja desejo de concretização de um sonho ou ideia.

Complementando o exposto, Dornelas (2008) apresenta a noção de que o empreendedorismo ocasiona a elaboração de negócios de sucesso via atuação conjunta de pessoas e processos que tenham como propósito a metamorfose de ideias em oportunidades.

Partindo dessas definições, pode-se entender que o empreendedorismo, em sua essência, é a aptidão para detectar oportunidades, vencer obstáculos e destinar recursos financeiros com finalidade de criar algo inovador e criativo no mercado. Esta ideia revolucionária possui uma bifurcação: aderir novo modo de realizar serviços e oferecer mercadorias, ou disponibilizar serviços e produtos inéditos.

Ao que se refere aos componentes primordiais do empreendedorismo, coloca-se em primeiro plano a figura do empreendedor. A origem da palavra empreendedor vem do francês antigo "*entreprendre*", um vocábulo formado pelas palavras *entre* e *preneur* derivadas do latim *inter* e *prehendere* que significam respectivamente reciprocidade e comprador (DEGEN, 2009).

Segundo o Sebrae (2017), ser empreendedor significa, acima de tudo, ser um realizador que produz novas ideias através da congruência entre criatividade e imaginação e para ter sucesso é necessário ao empreendedor reunir imaginação, habilidade de organização, determinação, habilidade de liderar pessoas e habilidade de conhecer tecnicamente etapas e processos. Brito, Pereira e Linard (2013, p. 15) defendem que:

Um empreendedor é capaz de conceder a algo já existente uma nova funcionalidade. Constantemente empenha-se em descobrir oportunidades para inovar, sem medo de assumir riscos. Aquele que empreende, além de ser capaz de detectar oportunidades

rentáveis, também busca informações e conhecimentos, pois entende que esse é o caminho para o êxito do seu negócio.

Pati (1995) lista algumas características do perfil do empreendedor, observando que este necessita ser inovador, analítico, autoconfiante, perseverante, flexível, comunicativo, líder, motivado e motivador, proativo, independente porém capaz de trabalhar em conjunto, capaz de priorizar seu negócio em detrimento dos seus desejos pessoais, capaz de assumir riscos e corrigir seus erros, bem como aprender com os erros dos outros, enfrentar possíveis dificuldades futuras e procurar sempre a otimização do seu serviço ou produto.

As figuras de gestor e empreendedor, embora possam ser complementares, não se confundem. Dornelas (2003) enumera algumas características presentes no perfil de cada um. Os gestores se utilizam de sistemas e ciclos de planejamento e possuem uma estrutura gerencial hierárquica, com responsabilidades e funções bem definidas, minimizando ao máximo o risco do negócio. Em contrapartida, os empreendedores são mais propensos a assumirem riscos, por serem flexíveis, operando por meio de decisões rápidas e possuem autoridade informal devido a prevalência dos relacionamentos pessoais. Em resumo, de acordo com Bateman e Snell (2012, p. 102), as diferenças entre um gestor para um empreendedor são apresentadas no Quadro 1 a seguir:

Quadro 1 - Empreendedor versus gestor

	Gestor	Empreendedor
Hierarquia	Apresenta uma hierarquia administrativa formal	Maior uso de redes de contatos do que autoridade formal
Ativos	Normalmente proprietários	Alugam ou utilizam temporariamente
Riscos	Agem mais lentamente e evitam riscos	Mais ágeis e gerenciam ativamente o risco

Fonte: Adaptado de Bateman e Snell (2012, p. 102)

No tocante às motivações para se empreender, Dantas (2008, p. 9) afirma que há pelo menos quatro motivos para o empreendedorismo, são eles:

- Empreendedorismo por necessidade: necessidade dessa prática para garantir subsistência do empreendedor, que se encontra em situação de desemprego por falta de oportunidades no mercado de trabalho. Alguns exemplos desse empreendedorismo seriam o escambo e a pirataria;

- Empreendedorismo por vocação: se dá quando o empreendedor tem oportunidades e possui visão e capacidade para administrar um negócio;
- Empreendedorismo inercial: ocorre em um ambiente empresarial, que por ser vulnerável, não há uma expectativa de evolução e desenvolvimento futuro sem a relação entre os dirigentes e se baseia majoritariamente em uma hereditariedade, passando o negócio de pai para filho;
- Empreendedorismo pelo conhecimento - se baseia na experiência prévia do empreendedor, impulsionando seu êxito no âmbito empresarial.

Independentemente de sua motivação, o empreendedorismo como um todo exibe aspectos positivos tanto no âmbito econômico como no social. No primeiro aspecto, Nickel, Nicolitsas e Dryden (1997, *apud* BARROS; PEREIRA, 2008, p. 977)⁵ afirmam que:

[...] geralmente assume-se que o empreendedorismo se encontra sempre e em qualquer lugar associado ao progresso econômico, embora ausente da vasta maioria dos modelos econômicos. Na sua obra clássica de 1911, *Teoria do Desenvolvimento Econômico*, Schumpeter argumenta que os empreendedores são a força motriz do crescimento econômico, ao introduzir no mercado inovações que tornam obsoletos os produtos e as tecnologias existentes. [...] A contribuição do empreendedor ao desenvolvimento econômico ocorre fundamentalmente pela inovação que introduz e pela concorrência no mercado. A inovação de produtos e de processos de produção está no coração da competitividade de um país, destacou Porter (1992). A concorrência leva ao aumento da eficiência econômica.

Na esfera social, é notável que o empreendedorismo possui um papel na melhoria da condição de vida das pessoas, não só devido ao aumento de sua renda, mas também por meio de ações de responsabilidade social - atitudes promovidas por empresas com o intuito de beneficiar a sociedade como um todo e apresentação de soluções para várias problemáticas que prejudicam tal sociedade. Nessa perspectiva, Sentanin e Barboza (2005) argumentam que o empreendedor detecta uma oportunidade quando percebe uma necessidade de mercado de determinado grupo de pessoas – mercado esse mal explorado – e é pioneiro em desprender meios para atendê-la.

O projeto de pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2016) tem como objetivo compreender o papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico e social do país. De acordo com a pesquisa realizada pelo GEM e divulgada pelo SEBRAE (2016), o Brasil em 2015 havia assumido o oitavo lugar (21%) no ranking de 31 países com o

⁵ Nickel, S., Nicolitsas, P., & Dryden, N. (1997). What makes firms perform well? *European Economic Review*, 41(3-5), 783-796.

desenvolvimento econômico impulsionado pela eficiência, posição mantida em 2016, mesmo com o resultado de 19,6%. O Brasil apresentou uma posição melhorada quando comparado aos demais países integrantes dos BRICS (Rússia, China, Índia e África do Sul).

Em 2016, o país apresentou diminuição da Taxa de Empreendedorismo Estabelecido (TEE) ⁶, atingindo 16,9% para empreendimentos de até 3,5 anos (42 meses), contra 18,9% verificados em 2015. A Taxa de Empreendedorismo Total (TTE)⁷ brasileira apresentou valor de 36,0 % em 2016, número inferior à observada em 2015 (39,3%).

O Gráfico 1, a seguir, traz dados da pesquisa em questão sobre as Taxas de empreendedorismo em estágio estabelecido (TEE) para o ano de 2016 dos países participantes do GEM agrupados segundo as características de suas economias⁸: impulsionados por fatores⁹, eficiência¹⁰ ou inovação¹¹. De acordo com o gráfico apresentado o Brasil situa-se em terceiro lugar (16,9%), entre as 32 nações com economias impulsionadas pela eficiência e a proporção de empreendedores por oportunidade é mais alta do que os empreendedores por necessidade.

⁶ Taxa de Empreendedorismo Estabelecido (TEE) é definida pela metodologia como sendo os proprietários que administram um negócio capaz de gratificar-se monetariamente por mais de 42 meses (3,5 anos) (GEM, 2016).

⁷ A Taxa de Empreendedorismo Total (TTE) é formada por todos os indivíduos que estão envolvidos com uma atividade empreendedora, em linhas gerais pode-se dizer que a TTE é o conjunto dos empreendedores iniciais e estabelecidos (GEM, 2016).

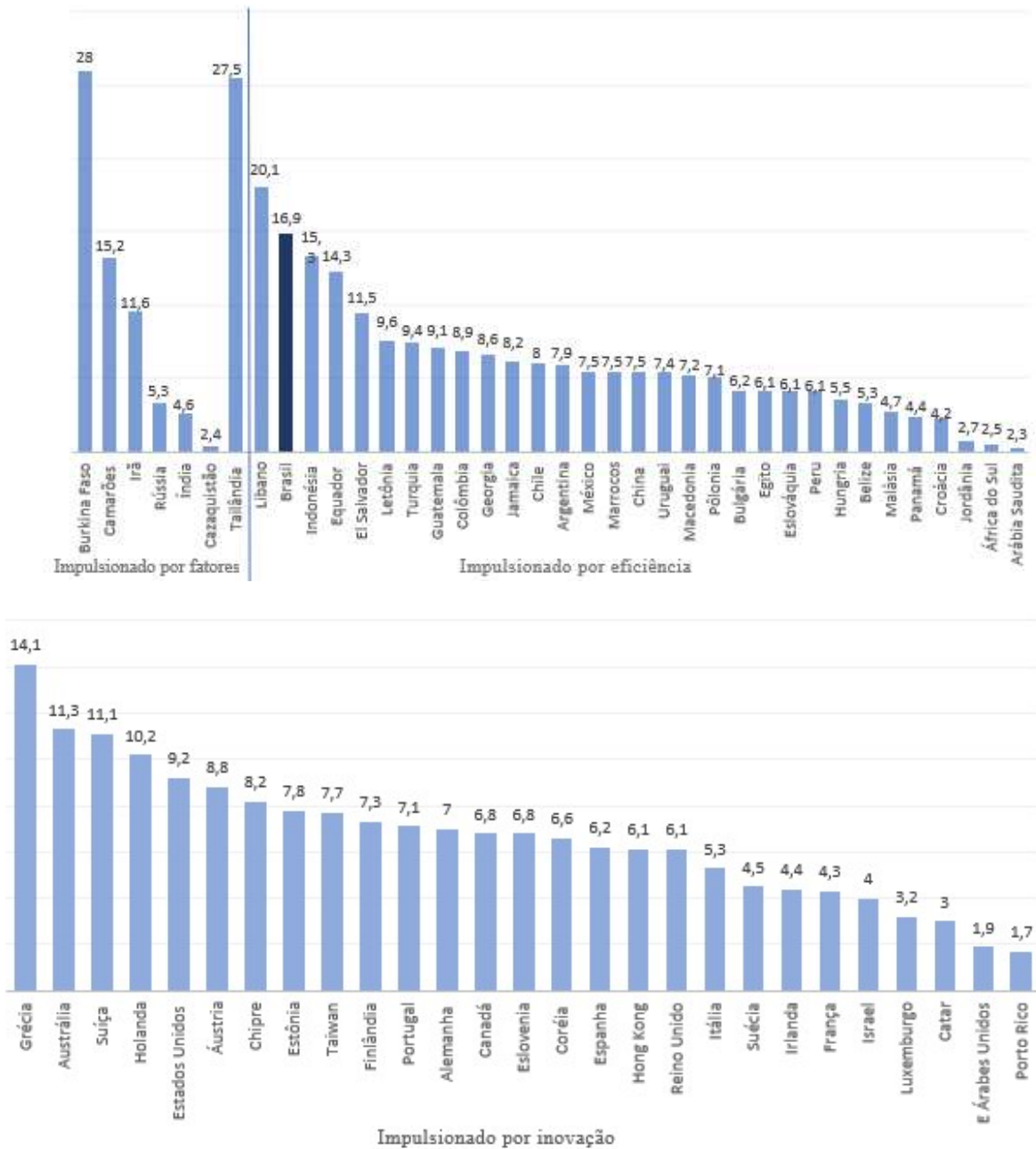
⁸ Essa classificação é baseada no relatório de competitividade Global (*Global Competitiveness Report*) – Publicação do fórum Econômico considerando o PIB per capita e a parcela das exportações relativas aos bens primários

⁹ Países impulsionados por fatores são caracterizados pela predominância de atividades com forte dependência dos fatores trabalho e recursos naturais (GEM,2016).

¹⁰ Países impulsionados pela eficiência são caracterizados pelo avanço da industrialização e ganhos em escala, com predominância de organizações intensivas em capital (GEM, 2016).

¹¹ Países impulsionados pela inovação são caracterizados por empreendimentos intensivos em conhecimento e pela expansão e modernização do setor de serviços (GEM, 2016).

Gráfico 1 – Taxas de empreendedorismo em estágio estabelecido (TEE) dos países participantes do GEM agrupados segundo as características de suas economias¹²



Fonte: GEM (2016)

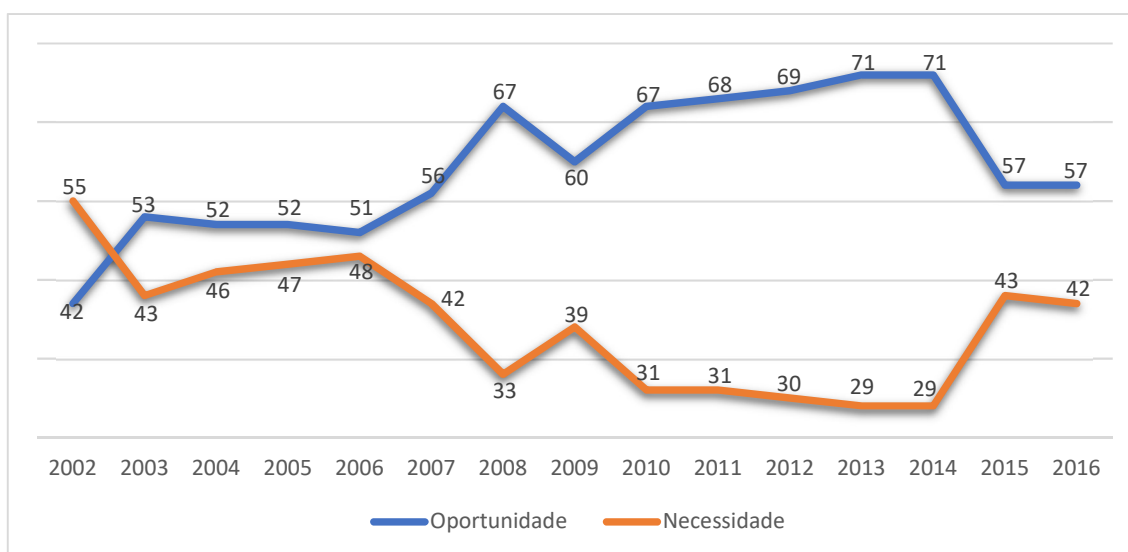
A Taxa de Empreendedorismo Inicial (TEA) é formada por empreendedores nascentes e novos, o encorajamento desses empreendedores pode ocorrer devido a necessidade ou

¹² Essa classificação é baseada no relatório de competitividade Global (*Global Competitiveness Report*) – Publicação do fórum Econômico considerando o PIB per capita e a parcela das exportações relativas aos bens primários

oportunidade. Dessa maneira é possível fragmentar a TEA em duas taxas: a Taxa de Empreendedores por Necessidade e a Taxa de Empreendedores por Oportunidade, sendo que o aumento da taxa de empreendedores por oportunidade está diretamente ligado a diminuição da taxa de empreendedores por necessidade, e vice-versa. No Brasil, o ano de 2016 (57,4%) apresentou uma pequena melhora em relação à 2015 (56,5%). À vista disto, a cada 100 empreendedores, 57 empreendem por oportunidade.

Ainda de acordo com a pesquisa publicada pelo GEM (2016), o Gráfico 2 a seguir traz as taxas de empreendedorismo por oportunidade e por necessidade como proporção da taxa de empreendedorismo inicial no Brasil dentre os anos de 2002 e 2016, através dele percebe-se que a taxa de empreendedorismo por oportunidade no país tem um comportamento crescente, atingindo seu ápice nos anos de 2013 e 2014, apresentando uma queda nos anos de 2015 e 2016.

Gráfico 2 – Taxas de empreendedorismo por oportunidade e por necessidade como proporção da taxa de empreendedorismo inicial – Brasil – 2002:2016¹³



Fonte: GEM (2016)

Independente da motivação para se empreender e com base no discutido anteriormente neste estudo, o empreendedorismo vêm assumindo seu protagonismo na economia brasileira, o que justifica a importância do ensino empreendedor, tanto nas categorias de base quanto a nível

¹³ A soma não pode totalizar 100% pelo fato de que alguns empreendimentos não é possível distinguir se é por oportunidade ou necessidade.

universitário. Sob essa ótica, Bronoski (2008, p. 235), por meio de pesquisas aplicadas, salienta o diferencial de se inserir o ensino empreendedor nos cursos de graduação:

Confirma-se que, em cursos onde exista a disciplina através da qual são difundidos conhecimentos sobre as particularidades em iniciar e gerenciar negócios próprios e as que propiciam ferramentas à boa administração, acentua-se o desejo empreendedor, notadamente nos cursos de Administração, Ciências Contábeis e Economia. Fato igualmente constatado é que na série do curso onde tal disciplina é ministrada, o percentual de desejo em ter seu próprio negócio sobe consideravelmente, 30%, em média.

Como ilustrado acima, a educação empreendedora nos cursos superiores agrega na hora de se criar e gerir um negócio, mais uma vez revelando que, tal educação aplica os conhecimentos para que sejam um diferencial e exerçam influência significativa na hora de se abrir um empreendimento.

2.2 EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA

Sobre a origem do empreendedorismo no ensino superior, Brito, Pereira e Linard (2013, p. 19) dissertam que:

Na década de 80 surgiu a primeira iniciativa quanto ao ensino de empreendedorismo, através da Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas de São Paulo, com a disciplina “Novos Negócios”. Outra grande contribuição foi dada pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, a qual inseriu a disciplina “Criação de Novas Empresas” no curso de Ciência da Computação.

Como mencionado acima, o empreendedorismo tem seu viés social e econômico, e incentivar os alunos a estudarem essa prática e proporcionar meios para tal, é fundamental para que tais alunos desenvolvam espírito empreendedor e alcancem realização e êxito em suas atividades futuras.

Além disso, há a possibilidade de aprimoramento de habilidades antecedentes e progresso de habilidades recém-adquiridas (STEVENSON, 2001). Souza (2004) traz uma visão a respeito de todo esse processo de inserção e disseminação da prática empreendedora nas universidades brasileiras, afirmando que, como as empresas são os centros inovadores e o empreendedor é protagonista no progresso técnico, é interessante que o ensino superior se adapte e insira o ensino do empreendedorismo em sua grade curricular, objetivando desenvolvimento de competências empreendedoras e criação da cultura do empreendedorismo.

O ensino de tal conteúdo, se implementado nas faculdades brasileiras, contribuirá para a inserção do aluno no mercado de trabalho e da sustentabilidade. Com isso, por meio de práticas e experiências vividas e conhecimentos adquiridos em sala de aula, peculiaridades da conduta empreendedora serão incorporados aos alunos, futuros empreendedores.

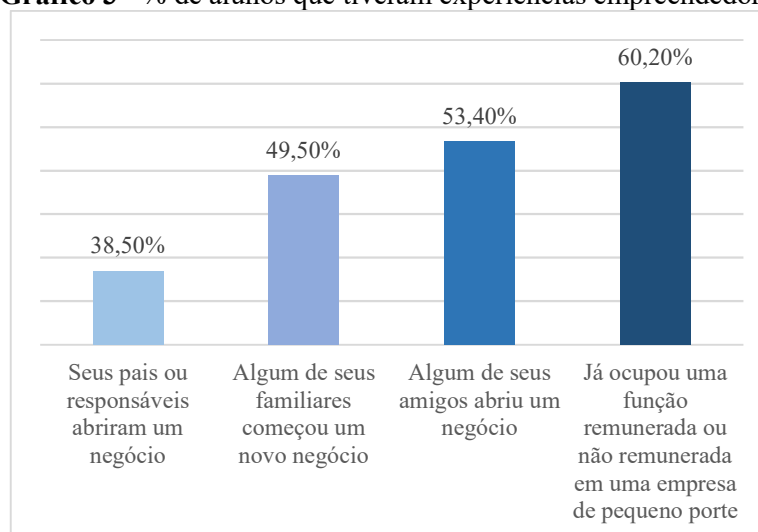
O atual ensino do empreendedorismo nas universidades brasileiras ainda deixa muito a desejar, visto que nas aulas da disciplina são apresentados apenas conceitos introdutórios, não havendo um aprofundamento no tema, não despertando curiosidade e vontade de aprender por parte dos alunos, por falta de incentivo. Há escassez de orientação e falta de incentivo para os alunos por parte dos professores. Além disso, também é notório salientar o fato de que são poucas as universidades no país que até mesmo abordam a prática empreendedora (SEBRAE, 2016).

Para evidenciar esse tema e a justificativa de sua inserção mais abrangente no ensino superior, Ferreira e Freitas (2013) realizaram uma pesquisa na qual analisaram o impacto e relevância das Empresas Juniores (EJ), que colaboram para a formação e desenvolvimento do espírito e conhecimento empreendedores. Nessa pesquisa, foi observado que:

(...) pelo quantitativo das médias, os membros e ex-membros de EJ apresentaram 20 variáveis do comportamento empreendedor superior aos que não tiveram a mesma oportunidade, evidenciando um contributo expressivo na formação profissional dos seus componentes. Esse contributo está relacionado principalmente a características sociais que apenas com a teoria vista em sala de aula não seria possível desenvolvê-las (Ferreira; Freitas 2013, p. 26).

Em uma análise feita pela Endeavor¹⁴ juntamente com o SEBRAE (2016), sobre o perfil dos alunos em relação a empreendedorismo, pode-se observar que entre os alunos de ensino superior no Brasil, 5,7% empreendem, 21% pensam em empreender no futuro e 73,3% dos alunos não têm a intenção de abrir um negócio. Eles são divididos respectivamente em empreendedores, potenciais empreendedores e não empreendedores. Apesar do ensino do empreendedorismo no ensino superior deixe muito a desejar e que aproximadamente 75% dos universitários não queiram empreender no momento, muitos estão familiarizados nesse ambiente. A maioria deles teve contato com o empreendedorismo, com cerca de 60% tendo trabalhado em um pequeno negócio ou tendo um familiar ou amigo que já abriu um negócio (cerca de 50%). No Gráfico 3 a seguir podemos observar melhor essa análise:

¹⁴ Endeavor é uma instituição global sem fins lucrativos com o intuito de apoiar os empreendedores de alto impacto em seus desafios e mobilizar o poder público para pavimentar um ambiente de negócios mais favorável. (Fonte: <https://endeavor.org.br/quem-somos/>, acesso em: 08/12/18).

Gráfico 3 - % de alunos que tiveram experiências empreendedoras

Fonte: SEBRAE (2016)

Nessa perspectiva, o SEBRAE (2016) afirma que se percebe a necessidade de mentores para esses jovens universitários, visto que, não havendo incentivos e orientação, a prática empreendedora não é atrativa nem causa entusiasmo nestes, o que explica a falta de pretensão para adotar essa técnica, justificando os resultados das taxas e gráfico acima. Esses números, porém, poderiam ser diferentes se os alunos estivessem em ambientes de constante pesquisa, ensino e encorajamento à novas maneiras de pensar, agir e inovar. Ao que refere o orientador, SEBRAE (2016, p. 20), afirma:

A figura do mentor - alguém mais experiente que dá conselhos e compartilha experiências - é importante para transmitir valores, ideias, atitudes e ajudar na tomada de decisão dos empreendedores universitários. Na falta de apoio qualificado nas universidades e em casa, é natural que jovens busquem pessoas com experiência para serem seus “gurus”.

Dornelas (2014, *apud* ASSAD; SOUZA, 2017, p. 5)¹⁵ conclui:

[...] a metodologia de ensino do empreendedorismo difere de uma universidade para outra, mas de maneira geral os cursos voltados para este ensino devem focar na identificação e no entendimento das habilidades do empreendedor, na inovação e no processo empreendedor, importância do empreendedor para o desenvolvimento econômico, na identificação e análise de oportunidades, e como elaborar um plano de negócios e gerenciar e fazer a empresa crescer em um ambiente mutável e competitivo.

Por fim, segundo o SEBRAE (2016, p. 23):

¹⁵ DORNELAS, José Carlos Assis, *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios* / José Carlos Assis Dornelas. - 5. ed. - Rio de Janeiro: Empreende / LTC, 2014

Quanto maior o envolvimento com a temática empreendedora, maior a proporção de alunos que realizaram disciplinas do tipo. Cerca de 46% de alunos empreendedores já cursaram essas disciplinas, número superior ao de potenciais empreendedores (38,8%), por sua vez superior ao de alunos que não pensam em ter um negócio (24%).

Mediante tal afirmação, percebe-se que pode existir uma relação entre cursar disciplinas relacionadas ao empreendedorismo e o perfil empreendedor, visto que, ao participar de tais aulas, o percentual de alunos dispostos a aplicarem os ensinamentos estudados na prática é maior.

2.3 EMPREENDEDORISMO E A CONTABILIDADE

Conforme Fahl e Manhani (2015, p. 52) elucidaram:

Com as modificações advindas da globalização da economia e, conseqüentemente, maior concorrência, as empresas necessitam agir rapidamente em resposta aos avanços tecnológicos, para se manterem competitivas. A contabilidade tem papel de destaque diante desse novo cenário.

A prática do empreendedorismo é útil para todos os cursos superiores, porém de acentuada importância para a formação contábil. Como, de acordo com Marion (2012, p. 25), a contabilidade é a linguagem dos negócios pois coleta, mensura, registra e sumariza os dados econômicos, cooperando na tomada de decisões, é justificável que contabilidade e empreendedorismo andem lado a lado, pois este último é o cerne do êxito e inovação no mercado. Sobre esse aspecto, afirmam Júnior e Peres (2016), “um empreendedor não precisa saber contabilidade, mas um contador precisar entender de empreendedorismo para auxiliar seus usuários em busca do sucesso, garantindo, assim, o êxito da profissão contábil”.

Neste contexto, Cardoso, Souza e Almeida (2006, p. 5) explicitam que:

Conforme divulgado pelo Conselho Federal de Contabilidade – CFC (2005)¹⁶, recentemente foi aprovado pela Câmara de Educação Superior do Conselho Nacional de Educação – CNE o Parecer nº 329/2004, que dispõe sobre o aumento da carga horária mínima dos cursos de Ciências Contábeis no Brasil, passando de 2.700 para 3.000 horas. Considerado como uma oportunidade das instituições de ensino melhor preparar os futuros profissionais, o CFC defende a inclusão de matérias que contemplem a área de gestão e de modelo de gestão.

¹⁶ CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. 2005. Mudanças à vista na carga horária dos cursos de contabilidade no país. *Jornal do CFC*, 8(74):9.

Nesse sentido, Cardoso, Souza e Almeida (2006) afirmam que a inserção de tais matérias proporcionará aos futuros profissionais de contabilidade um melhor entendimento dos aspectos sistêmicos que abrangem a gestão organizacional possibilitando a eles desenvolverem habilidades fundamentais para melhor compreensão e auxílio na busca da eficácia e continuidade das organizações.

Como aludido anteriormente, a pesquisa do SEBRAE (2016) traz que as disciplinas referentes ao empreendedorismo oferecidas nos cursos superiores são escassas, não inexistentes, porém a problemática que se põe diante ao método empregado é que ele não é contínuo, sendo as disciplinas expostas e ensinadas aos alunos apenas no começo ou no final do curso, que, por sendo “extremos”, os graduandos não irão desenvolver, ao longo do curso, conhecimento de forma plena. Sobre essa questão, o SEBRAE (2016, p. 27) enfatiza:

Ambas formas acabam por não ser, a priori, o melhor para a formação empreendedora dos alunos já que, quando dadas no início, eles ainda têm uma longa jornada na universidade, na qual serão pouco expostos ao tema. Quando ao final, as disciplinas de empreendedorismo, em geral focadas em inspiração e introdução, tal como vimos nas análises acima, acabam tendo pouco impacto sobre o aluno, pois ele não conseguirá se aprofundar no assunto, visto que estará no fim do seu curso ou mesmo já terá uma carreira encaminhada.

Na prática, é possível perceber a influência da experiência do contador em assuntos sobre empreendedorismo – como a análise, o planejamento, a pesquisa – e sua aliança com o empreendedor à medida que ambos, somando forças e conhecimento, possuem mais chance de segurança e menos risco de fracasso em seus negócios. Como bem elucida ROCHA (2014, *apud*, JÚNIOR; PERES 2016, p. 48)¹⁷:

[...] o profissional contábil é o elo fundamental e importante no crescimento e solidificação de um empreendimento [...] para que o contador seja parceiro do empreendedor, os próprios contadores precisam entender e desenvolver seu potencial empreendedor para, na sequência, incentivar e estimular o desenvolvimento deste potencial nos empresários.

Neste sentido, a contabilidade deve conter um grande elo com o empreendedorismo. Um contador que entende e domina práticas de empreendedorismo e agrega em suas habilidades as características de um empreendedor pode se destacar no mercado em geral, pois atualmente as empresas necessitam de um profissional que além de fazer a auditoria e cuidar dos livros e

¹⁷ ROCHA, Cícero A. Artigo: O Empreendedor e a Contabilidade. [2014]. Disponível em: <http://www.valdecicontabilidade.cnt.br/editoriais/empreendedor_e_contabilidade.php> Acesso em: 20 out. 14.

contas da empresa, tenha visão de negócio para fazer a empresa se consolidar e principalmente se destacar no mercado.

2.4 ESTUDOS ANTERIORES

O presente trabalho baseia-se no estudo realizado por Busata (2016) “O Perfil Empreendedor dos alunos do curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal do Rio Grande do Sul” apresentado no 1º Congresso de Contabilidade da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Para o autor, o mercado de trabalho para o profissional contábil está em frequente transformação e exige de seus profissionais um perfil que proporcione habilidades técnicas, interpessoais e pessoais que viabilizam ao contador apoiarem a gestão de uma empresa, fazendo com que o mercado busque por contadores que apresentem um espírito empreendedor. Outro viés elucidado pela autora é a instabilidade econômica que o Brasil estava vivenciando com a falta de empregos no mercado de trabalho, fazendo com que muitos recém formados iniciassem um novo negócio por necessidade.

Mediante a adaptação da pesquisa “Empreendedorismo nas Universidades Brasileiras” produzida pela Endeavor em 2012 e 2014, o estudo de Busata (2016) com o intuito de colaborar e agregar resultados pertinentes a estudos relativos ao empreendedorismo e o novo perfil do contador tem o objetivo de identificar o Perfil Empreendedor dos Alunos do Curso de Ciências Contábeis da UFRGS tendo em vista distinguir o perfil e as intenções empreendedoras dos alunos e o ensino relacionado ao empreendedorismo obtido pelos mesmos. Para alcançar o objetivo proposto em sua pesquisa foi elaborado um questionário com base no estudo produzido pela Endeavor, o qual foi aplicado para uma mostra de 237 alunos do curso de Ciências Contábeis da UFRGS.

Fazendo uma comparação dos resultados encontrados nesta pesquisa com o trabalho realizado por Busata (2016), pode-se destacar que, na pesquisa realizada pela autora na UFRGS, os respondentes não têm uma grande intenção de abrir uma empresa no futuro; que dos 237 alunos respondentes apenas 22 (9%) tem um negócio, resultado próximo ao encontrado neste estudo, e que a principal expectativa ao empreender é a recompensa financeira. O trabalho conduzido por Busata (2016) também obteve resultados semelhantes no tocante aos resultados encontrados em relação às habilidades técnicas e pessoais consideradas relacionadas às pessoas

com perfil empreendedor e o ensino do empreendedorismo para os estudantes é altamente relevante.

3. METODOLOGIA

No presente estudo, utilizou-se o método indutivo, que é fundamentado na generalização com a observação de fenômenos de uma maneira mais ampla saindo de algo particular para uma questão mais geral. “No raciocínio indutivo a generalização deriva de observações de casos da realidade concreta” (SILVA, 2001, p.26).

Esta pesquisa pode ser classificada como bibliográfica, descritiva e exploratória. Para fins de construção do referencial teórico, foi realizado inicialmente um levantamento da bibliografia publicada sobre o tema em questão e de acordo com Macedo (1994, p. 13):

Trata-se do primeiro passo em qualquer tipo de pesquisa científica, com o fim de revisar a literatura existente e não redundar o tema de estudo ou experimentação [...] a pesquisa bibliográfica é entendida como planejamento global-inicial de qualquer trabalho de pesquisa, o qual envolve uma série de procedimentos metodológicos, configurados em etapas de trabalho.

Os temas abordados na pesquisa bibliográfica do presente trabalho foram o empreendedorismo, a intenção empreendedora no ambiente universitário, o empreendedorismo nas universidades brasileiras, o empreendedorismo no Brasil, as perspectivas do profissional contábil e o ensino da contabilidade, o perfil do contador na atualidade e o perfil empreendedor dos alunos de Ciências Contábeis.

Segundo Gressler (2004) a pesquisa descritiva relata fatos e características presentes em uma determinada população ou área de interesse, ela é utilizada para descrever fenômenos existentes, situações e eventos atuais, identificar problemas e justificar condições. Para Gil (1999, *apud* RAUPP, 2006, p. 81)¹⁸ a pesquisa descritiva tem como principal objetivo descrever características de determinada população ou fenômeno ou estabelecimento de relações entre variáveis.

Quanto aos objetivos, esta pesquisa classifica-se como exploratória pois, segundo Cervo (2007) a pesquisa exploratória "não requer a elaboração de hipóteses a serem testadas no trabalho, restringindo-se a definir objetivos e buscar mais informações sobre determinado assunto de estudo." Esses estudos têm como objetivo familiarizar-se como fenômeno ou obter uma nova percepção dele, podendo descobrir novas ideias.

Para alcançar o objetivo proposto foi aplicado um questionário com questões de múltipla escolha e questões discursivas para uma amostra de 97 alunos do curso de Ciências Contábeis

¹⁸ GIL, Antônio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

da Universidade Federal de Juiz de Fora, foram descartados 4 questionários devido a erros de preenchimento. O questionário foi adaptado, tendo como base os estudos realizados por Busata (2016).

O questionário, apresentado no Apêndice 1, foi dividido em 5 seções. A primeira seção, procurou identificar as informações demográficas dos respondentes. Caso “possuísse ou tivesse possuído” ou “não tivesse possuído um negócio” o respondente era encaminhado para as seções 2 ou 3 de acordo com sua resposta, respectivamente. A segunda seção do mesmo, buscou a identificação dos alunos que já empreendem e suas intenções e aspirações empreendedoras, através de duas subseções, uma com relação as intenções empreendedoras e a outra com as aspirações. A terceira seção do questionário foram colhidos dados relacionados as Intenções e Aspirações Empreendedoras dos Alunos que **nunca** (grifo nosso) empreenderam, apresentando o mesmo molde da segunda seção. A quarta seção tratou de informações quanto a resolução de problemas e nível de confiança do respondente, os mesmos eram destinados a avaliar, utilizando escala Likert¹⁹, algumas afirmativas classificando cada uma de 0 a 5, sendo 0 discordo totalmente e 5 concordo plenamente. Finalizando a coleta de dados, a seção cinco trata sobre as disciplinas relacionadas ao empreendedorismo cursadas pelos respondentes, contendo uma questão de múltipla escolha e uma dissertativa. Os dados foram tratados por meio de estatística descritiva e método não paramétrico, com o auxílio do *IBM SPSS Statistics 24*.

¹⁹ A escala Likert incide em assumir um construto e desenvolver um conjunto de afirmativas pertinentes à sua definição, para as quais os entrevistados enunciarão seu grau de concordância (BERMUDES *et al.*, 2016).

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

O questionário foi aplicado a 97 alunos do curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Juiz de Fora. Dos 97 respondentes, 4 foram descartados por não estarem completos, portanto no presente trabalho será considerada a amostra de 93 alunos.

Dos 93 respondentes, 34 (36,6%) são do gênero masculino e 59 (63,4%) são do gênero feminino. Quanto à faixa etária, 63 (67,7%) respondentes apresentaram idade entre 17 e 24 anos, 23 (24,7%) idade entre 25 e 30 anos, 5 (5,4%) idade entre 31 e 40 anos, 2 (2,2%) com a idade superior a 41 anos. O estado civil dos respondentes é na maioria, com 83 (89,2%) solteiro (a), sendo os demais com 9 (9,7%) respondentes casados (as) ou vivendo com o companheiro (a) e apenas 1 (1,1%) divorciado (a).

Em relação a quantidade de pessoas que moram junto com o respondente, 13 deles (14%) moram sozinhos, 62 (66,7%) moram com 1 a 3 pessoas, 16 (17,2%) moram com 4 a 7 pessoas, 1 (1,1%) moram com 8 a 10 pessoas e 1 (1,1%) moram com mais de 10 pessoas.

Com relação a renda familiar mensal (renda dos respondentes somada com a das pessoas que são responsáveis financeiramente por eles), 2 (2,2%) apresentam uma renda de até 1 salário mínimo, 33 (35,5%) uma renda de 1 a 3 salários mínimos, 30 (32,3%) de 4 a 6 salários mínimos, 23 (24,7%) de 7 a 9 salários mínimos e 5 (5,4%) respondentes com uma renda acima de 10 salários mínimos.

Quanto ao ano de entrada dos respondentes no curso de Ciências Contábeis, 5 (5,4%) ingressaram no ano de 2011, 7 (7,5%) no ano de 2012, 3 (3,2%) no ano de 2013, 11 (11,8%) no ano de 2014, 27 (29%) no ano de 2015, 16 (17,2%) no ano de 2016 e 24 (25,8%) no ano de 2017. Dos respondentes, 57 (61,3%) pertencem ao turno diurno e 36 (38,7%) ao turno noturno.

Em relação a atividade exercida pelos respondentes atualmente, detalhadas na Tabela 1 a seguir, 28 (30,1%) dos respondentes não apresentam nenhuma atividade, 24 (25,8%) fazem estágio, 21 (22,6%) trabalham com a carteira assinada, 4 (4,3%) são funcionários públicos, 7 (7,5%) estão na Empresa Júnior Campe situada na faculdade de Ciências Contábeis e Administração da UFJF e 9 (9,7%) exercem outra atividade. Entre os 9 (9,7%) respondentes que marcaram outra atividade apenas 7 deles identificaram qual atividade exerciam, sendo então uma advogada, 2 autônomos, 2 empreendedores e 2 empresários.

Tabela 1 - Atividade Exercida Atualmente

Atividade Exercida	Respondentes	Porcentagem
Nenhuma atividade	28	30,1%
Estágio	24	25,8%
Trabalho com carteira assinada	21	22,6%
Funcionário Público	4	4,3%
Empresa Júnior	7	7,5%
Outra	9	9,7%
Total	93	100,0%

Fonte: Elaboração própria

Dos respondentes, 6 (6,5%) possuem um negócio atualmente, 4 (4,3%) já possuíram um negócio e a grande maioria 83 (89,2%) respondentes nunca possuíram um negócio.

Os respondentes que indicaram possuir um negócio atualmente ou que possuíram um negócio foram encaminhados para a seção 2 e os que não possuem/possuíram foram encaminhados para a seção 3 do questionário.

Na seção 2, foi questionado o porte da empresa que possuem ou possuíram, 6 (60%) são microempreendedor individual (MEI), 3 (30%) microempresa e 1 (10%) tinha um escritório. Em relação ao número de funcionários que a empresa possui atualmente ou chegou a possuir, 4 (40%) respondentes marcaram nenhum funcionário e 6 (60%) respondentes marcaram que a empresa possui/possuiu de 1 a 5 funcionários.

Em relação ao ramo de atividade da empresa, 1 (10%) atua(va) no ramo de alimentação, 4 (40%) do ramo de moda e costura, 1 (10%) no ramo de estética, 1 (10%) no ramo de saúde, 1 (10%) no ramo infantil, 1 (10%) varejista e 1 (10%) no ramo jurídico.

Ao ser perguntado em relação ao tempo de mercado da empresa ou, caso já tenha fechado, quanto tempo ficou no mercado, 4 (40%) responderam menos de 1 ano, 5 (50%) entre 1 a 3 anos e 1 (10%) acima de 10 anos.

Dos que possuíram um negócio foi-se perguntado aos respondentes quais os motivos que ele aponta como causa para do negócio ter fechado, as respostas foram: mudança da área de trabalho de um dos sócios, insatisfação com o comércio e outros projetos, má administração e dedicação ineficiente e, dificuldade em deslocamento para fornecimento e reabastecimento de mercadorias.

A fim de conhecer as intenções empreendedoras dos respondentes que possuem ou possuíram um negócio, foi apresentado um quadro com seis perguntas. A Tabela 2, a seguir traz as porcentagens de respostas para cada uma das opções:

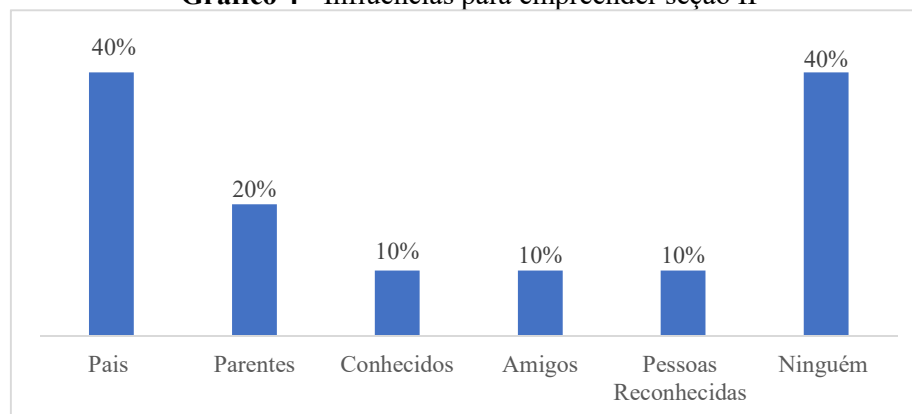
Tabela 2 - Intenções Empreendedoras (Seção 2)

	SIM	NÃO
Independente de possuir um negócio. Pretendo criar um negócio (novo/outro) no futuro?	80%	20%
Quando foi abrir seu negócio, pesquisou sobre oportunidades e mercado?	90%	10%
Quando foi abrir seu negócio, leu livros/publicações (revistas, sites, etc) de como abrir um negócio?	40%	60%
Quando foi abrir seu negócio, gastou tempo aprendendo a iniciar um novo negócio?	80%	20%
Antes de abrir seu negócio, economizou dinheiro para abrir a empresa?	60%	40%
Utilizou recursos de terceiros (empréstimos) para abrir seu negócio.	50%	50%

Fonte: Elaboração própria

Como pode-se observar na tabela anterior, dos 10 respondentes 8 (80%), independente de possuir um negócio, pretendem criar um negócio (novo/outro) no futuro. A grande maioria, quando foi abrir seu negócio, pesquisou sobre a oportunidade de mercado (90%) e gastou tempo aprendendo a iniciar um negócio (80%). Apenas 4 (40%) respondentes, quando foram abrir seu negócio, leram livros/publicações de como abrir um negócio, 6 (60%) deles economizou dinheiro para abrir seu negócio e 5 (50%) utilizou recursos de terceiros para abri-lo.

Em relação as aspirações empreendedoras, foi questionado sobre quem influenciou o respondente a empreender. Com base no Gráfico 3, a seguir, pode-se observar que 40% dos respondentes não tiveram influência de ninguém para empreender, dentre os demais, podendo responder mais de uma opção, 40% indicaram ter sido influenciados pelos pais, 20% por parentes, 10% por conhecidos, 10% por amigos e 10% por pessoas reconhecidas.

Gráfico 4 - Influências para empreender seção II

Fonte: Elaboração própria

Em relação a quem aconselhou para iniciar um negócio, 4 (40%) respondentes disseram que ninguém os aconselhou, 4 (40%) disseram que foi um familiar, 1 (10%) alguém que iniciou uma outra empresa e 1 (10%) Sebrae, incubadoras ou aceleradoras. Referente a qual a expectativa dos respondentes ao empreender, 4 (40%) responderam que sua expectativa é a independência, 3 (30%) recompensa financeira, 2 (20%) recompensas pessoais e 1 (10%) disse que a sua expectativa é construir um legado.

Em relação ao grau de importância dos fatores que o respondente considera necessários para empreender em um negócio, 6 (60%) dos respondentes acreditam que o mais importante é o dinheiro, 2 (20%) respondentes acreditam que seja uma ideia ou produto, 1 (10%) respondente acredita que seja pelos clientes e também 1 (10%) respondente acredita que seja pela motivação e o trabalho duro.

Partindo agora para a Seção 3, respondida pelos discentes que indicaram nunca terem possuído um negócio, foi questionado, também em formato de quadro, sobre suas intenções empreendedoras com seis perguntas. A tabela 3, a seguir, traz as porcentagens de respostas para cada uma das opções:

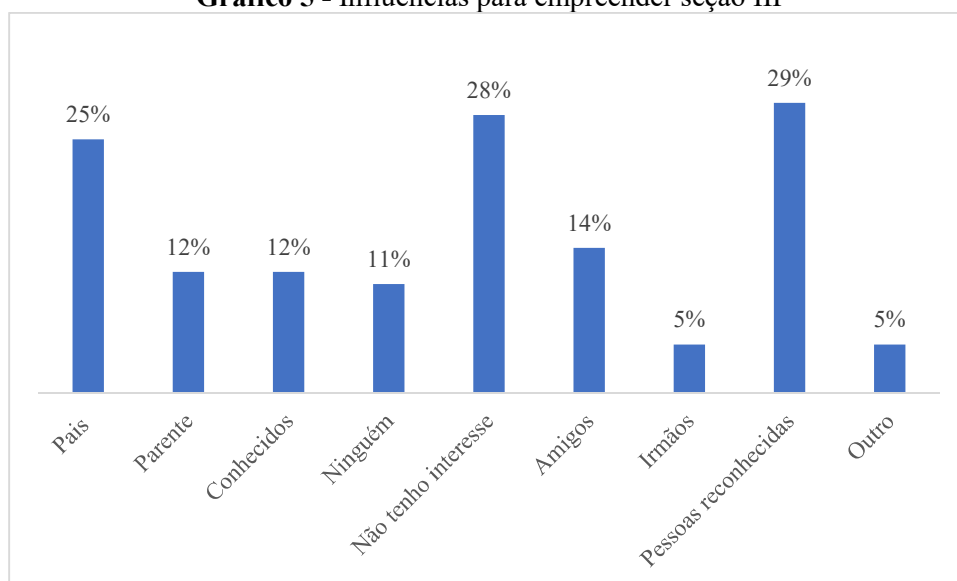
Tabela 3: Intenções Empreendedoras (Seção 3)

	SIM	NÃO
Pretendo criar um negócio no futuro?	60%	40%
Costumo pesquisar oportunidades para abrir um novo negócio?	47%	53 %
Costumo ler livros/publicações (revistas, sites, etc) de como abrir um negócio?	47%	53 %
Gasto tempo aprendendo a iniciar um novo negócio?	31%	69%
Estou economizando dinheiro para abrir minha empresa?	12%	88%
Pretendo utilizar recursos de terceiros (empréstimos) para abrir meu negócio.	25%	75%

Fonte: Elaboração própria

Como pode-se observar na Tabela anterior, dos 83 respondentes, 50 (60%) pretendem criar um negócio (novo/outro) no futuro; 39 (47%) pesquisaram sobre a oportunidade de mercado e costumam ler livros e publicações de como abrir um negócio. Um total de 26 (31%) respondentes gastam tempo aprendendo a iniciar um novo negócio, 21 (25%) pretendem utilizar recursos de terceiros e apenas 10 (12%) respondentes estão economizando dinheiro para abrir sua empresa. Merece atenção em relação às intenções empreendedoras desse grupo de discente é que 60% pretende criar um negócio no futuro, 75% não pretende utilizar recursos de terceiros, porém apenas 12% está economizando dinheiro para abrir sua empresa.

Em relação as aspirações empreendedoras, foi questionado quem influencia o respondente a empreender, podendo selecionar mais de uma opção. As respostas são apresentadas no Gráfico 5, a seguir.

Gráfico 5 - Influências para empreender seção III

Fonte: Elaboração própria

No Gráfico, pode-se observar que 24 (29%) respondentes apontaram que quem influencia são pessoas reconhecidas, 21 (25%) respondentes afirmaram que quem os influencia a empreender são os pais (percentual inferior ao indicado por aqueles que já empreenderam), 10 (12%) respondentes disseram que são os parentes e conhecidos, 12 (14%) disseram que são os amigos, 4 (5%) respondentes disseram que são os irmãos, 4 (5%) indicaram ter influência de outros, dentre esses outros foram indicados a Empresa Júnior, casos de sucesso e o namorado. Pode-se observar também que 9 (11%) dos respondentes não obtiveram influência de ninguém e 23 (28%) dos respondentes não tem interesse em empreender.

Em relação a quem seria uma ‘pessoa’ conselheira para iniciar uma empresa, 7 (8%) respondentes disseram que seria um familiar, 1 (1%) que seria uma pessoa de recursos, 1 (1%) que seria ele mesmo e mais ninguém, 16 (19%) acreditam que o Sebrae, incubadoras e aceleradoras seriam apropriados como conselheiros, 26 (31%) indicaram não ter interesse em iniciar uma empresa e a grande maioria dos respondentes, 32 (39%), acreditam que uma pessoa conselheira seria alguém que já iniciou uma empresa. Pode-se observar que mesmo que 33 (40%) respondentes não queiram criar um negócio no futuro, indicados na primeira pergunta da Tabela 3 apresentada anteriormente, 7 (8%) apontaram pessoas que eles acreditam que seriam conselheiras para iniciar uma empresa.

Referente a qual a expectativa dos respondentes ao empreender, 2 (2%) indicaram que suas expectativas são segurança familiar, 13 (16%) deles recompensas pessoais, 17 (20%) são recompensas financeiras, 22 (27%) não tem interesse em empreender, 1 (1%) respondente disse

que sua expectativa é explorar novos ambientes, e, a grande maioria dos respondentes 28 (34%) disseram que sua expectativa é a independência. Pode-se observar que mesmo que 33 (40%) respondentes não queiram criar um negócio no futuro, 11 (13%) deles apontaram qual seria a principal expectativa caso empreendessem.

Em relação ao grau de importância dos fatores que o respondente considera necessário para empreender em um negócio, 36 (39%) dos respondentes acreditam que o mais importante é o dinheiro, 25 (27%) respondentes acreditam que seja pelos clientes, 16 (17%) respondentes acreditam que seja por uma ideia ou produto e também 16 (17%) respondentes acreditam que seja pela motivação e o trabalho duro.

A quarta e última seção do questionário trata do perfil do respondente quando a resolução de problemas e o seu nível de confiança, os mesmos foram destinados a avaliar, utilizando escala Likert, algumas afirmativas, classificando de 0 a 5, sendo 0 discordo totalmente e 5 concordo plenamente. As respostas quanto a essas afirmativas são apresentadas na Tabela 4 a seguir.

Tabela 4 - Capacidade de resolução de problemas

Afirmativas	0	1	2	3	4	5
Eu sempre consigo resolver problemas difíceis se eu me esforçar	1%	0%	2%	20%	41%	36%
É fácil para mim focar nos meus objetivos realizados	1%	1%	13%	41%	25%	19%
Eu posso resolver a maioria dos problemas se eu investir o esforço necessário	1%	0%	5%	17%	35%	42%
Eu posso manter a calma quando enfrento dificuldades	1%	9%	9%	32%	27%	22%
Se eu estou em apuros geralmente consigo pensar em uma solução	3%	10%	11%	28%	31%	17%

Fonte: Elaboração própria

Quanto a capacidade do discente em resolver problemas a partir do esforço, a maioria concorda (41%) ou concorda plenamente (36%) com a afirmação e apenas 1 (1%) respondente discorda totalmente dessa afirmativa.

Em relação a facilidade de focar nos objetivos, 41% dos respondentes indicou não concordar e nem discordar da afirmativa, enquanto 2% indicaram discordar ou discordar totalmente.

Quando questionado sobre sua capacidade de resolver a maioria dos problemas ao investir esforço necessário, 1 (1%) dos discentes discorda totalmente e a maioria, 35% e 42% afirmaram concordar ou concordar totalmente, respectivamente.

No tocante ao respondente poder manter calma quando enfrenta dificuldades, 1 (1%) dos discentes discorda totalmente, enquanto 27% e 22% concordam e concordam totalmente.

E por fim, em relação a pensar em uma solução numa situação em que o respondente esteja em apuros, 3% dos respondentes discordam totalmente, 28% não concorda e nem discorda e 31% e 17% dos respondentes concordam ou concordam totalmente com a afirmação.

A Tabela 5, a seguir, traz análise do nível de confiança na realização de atividades, também utilizando escala Likert, classificando as afirmativas de 0 a 5, sendo 0 nenhuma confiança e 5 Totalmente confiante na realização da atividade. As respostas quanto a essas afirmativas são apresentadas na tabela a seguir.

Tabela 5 - Nível de confiança na realização de atividades

Afirmativas	0	1	2	3	4	5
Fazer com que os outros se identifiquem e acreditem na minha ideia/empresa	2%	2%	10%	24%	43%	19%
Recrutar e contratar funcionários	5%	2%	24%	27%	23%	19%
Gerenciar ativos financeiros da minha empresa	2%	2%	9%	28%	25%	34%
Ler e interpretar demonstrativos financeiros	0%	0%	7%	28%	28%	37%
Discutir com outras pessoas uma nova ideia de produto e/ou serviço	1%	2%	12%	15%	36%	34%
Delegar tarefas e responsabilidades para os funcionários	1%	4%	17%	25%	28%	25%
Inspirar, encorajar e motivar meus funcionários	2%	5%	13%	17%	25%	38%
Estimar demanda de clientes para um novo produto ou serviço	4%	4%	14%	29%	33%	16%
Estimar valor de capital inicial e de giro necessário	3%	3%	14%	33%	23%	24%
Planejar uma campanha de marketing	8%	8%	14%	27%	22%	21%

Fonte: Elaboração própria

No que faz referência a sua confiança quanto a fazer com que os outros se identifiquem e acreditem na sua ideia/empresa, 2 (2%) respondentes indicaram não possuir confiança e 43% e 19% dos respondentes indicaram ser confiante ou totalmente confiante em sua capacidade. Em relação a recrutar e contratar funcionários, os respondentes demonstraram equilíbrio nas afirmativas positivadas quando a esta habilidade, com exceção dos baixos percentuais apresentados nas opções pouca ou nenhuma confiança.

No que faz menção na sua confiança em gerenciar ativos financeiros de sua empresa, 4 (4%) indicaram possuir pouca ou nenhuma confiança, enquanto que a maioria indicou possuir confiança ou ser totalmente confiante em sua capacidade. Quanto ao respondente ler e interpretar demonstrativos financeiros, a capacidade do discente em discutir com outras pessoas uma nova ideia de produto e/ou serviço, sua capacidade de delegar tarefas e responsabilidades para os funcionários e inspirar, encorajar e motivar seus funcionários, os resultados foram similares aos obtidos na questão anterior.

Quanto a capacidade de o respondente estimar demanda de clientes para um novo produto ou serviço, 4 (4%) afirmaram não possuir tal capacidade e 15 (16%) dos respondentes afirmaram possuir total capacidade.

Em relação à sua capacidade de estimar valor de capital inicial e giro necessário, 3 (3%) dos respondentes indicaram não possuir tal capacidade e 22 (24%) dos respondentes afirmaram possuir total capacidade.

E, por fim, em relação a capacidade de o respondente planejar uma campanha de marketing, 7 (8%) indicaram não possuir tal capacidade e 20 (21%) dos respondentes afirmaram possuir total capacidade. Tal resultado chama atenção pois, apesar de não verificado nesse estudo, o curso de Ciências Contábeis da UFJF não possui disciplina obrigatória relacionada à Marketing, sendo essa uma capacidade não aprimorada por conteúdo de disciplina específica que o aluno tenha cursado.

Partindo para seção 5 do questionário aplicado, foi perguntado aos discentes se o mesmo cursou alguma disciplina ou curso livre relacionado ao empreendedorismo, 51 (55%) respondentes disseram que não cursaram nenhuma disciplina e/ou fizeram algum curso relacionado, os 42 (45%) respondentes indicaram mais de uma disciplina cursadas que os mesmos entendem que estejam relacionadas a empreendedorismo. Dentre as disciplinas citadas, destacam-se: Gestão Financeira, com o total de 13 (14%); Princípios de Administração, Mercado de Capitais e Análise de Projetos com um total de 4 (4%) respondentes cada; Análise de Investimentos, Contabilidade de Custos, Contabilidade Gerencial e Microeconomia com 2 (2%) respondentes cada. Um total de 5 (5%) respondentes acreditam que Marketing seja uma disciplina relacionada a empreendedorismo. Economia, Contabilidade Gerencial e Societária, Controladoria, Tópicos Avançados em Finanças, Governança Corporativa, Gestão de Inovações, Matemática Financeira, Gestão de Pessoas, Gestão Operacional e Planejamento Estratégico foram citadas por 1 (1%) respondente cada, como disciplina relacionada ao tema.

A última pergunta do questionário ainda trouxe um questionamento sobre o grau de importância do ensino do empreendedorismo no curso de Ciências Contábeis; sendo 0 (insignificante) a 5 (muito importante), seus resultados são demonstrados na Tabela 6 a seguir.

Tabela 6 - Grau de Importância do Ensino do Empreendedorismo

Grau de Importância	0	1	2	3	4	5
% dos respondentes	2%	2%	2%	8%	28%	58%

Fonte: Elaboração própria

Dos 93 respondentes, 58% acreditam ser muito importante, 28% indicaram ser importante e 2 (2%) dos respondentes acreditam ser insignificante. Os 2 respondentes que acreditam que o ensino do empreendedorismo no curso de Ciências Contábeis é insignificante entraram no ano de 2015 e 2017, são do turno Diurno e não exercem nenhuma atividade atualmente.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O referido estudo buscou analisar o perfil empreendedor dos alunos do curso de Ciências Contábeis na Universidade Federal de Juiz de Fora, para alcançar o objetivo proposto foi aplicado um questionário adaptado com questões de múltipla escolha, tendo como base os estudos realizados por Busata (2016) e por Silva, Ferreira e Ferreira (2016), a 93 alunos do curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Juiz de Fora.

Através da pesquisa foi possível identificar que apenas 6 (6,5%) dos respondentes possuem um negócio atualmente, 4 (4,3%) já possuíram um negócio e a grande maioria, 83 (89,2%) respondentes, não possui um negócio. Dos 93 respondentes, 58 (62%) pretendem abrir um negócio no futuro independentemente se já possuíram ou possuem um negócio.

A grande maioria dos respondentes afirma que a principal expectativa ao empreender é a independência e quando a capacidade de resolução de problemas e o nível de confiança na realização das atividades os alunos consideram poder realizar a maioria das atividades com um alto grau de confiança.

Ao serem questionados se já cursaram alguma disciplina ou curso livre relacionado ao empreendedorismo, 51 (55%) respondentes disseram que não cursaram nenhuma disciplina e/ou fizeram algum curso relacionado e, os demais, apontaram disciplinas que não são especificamente de empreendedorismo.

Por fim, com relação ao grau de importância do ensino do empreendedorismo no curso de Ciências Contábeis, a maioria dos respondentes (58%) acreditam que o ensino é de grande importância.

A temática proposta neste estudo sugere a reflexão sobre a importância do ensino do empreendedorismo na formação do contador, que poderá contribuir para a inserção do aluno no mercado de trabalho ao agregar em seu currículo peculiaridades da conduta empreendedora por meio dos conhecimentos adquiridos em sala de aula e experiências vividas pelo discente ao entrar em contato com o tema. A busca pelo desenvolvimento de competências empreendedoras e a disseminação da cultura do empreendedorismo pode ser um diferencial na hora de criar ou gerir um negócio, podendo ser determinante para o futuro contador na hora de abrir sua própria empresa.

Para futuras pesquisas, sugere-se aplicar o estudo em instituições de Ensino Superior Público de outras regiões; aplicar em instituições privadas da cidade de Juiz de Fora a fim de realizar uma análise comparativa entre os resultados; além da possibilidade de comparar com outros cursos da área das ciências sociais aplicadas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARANTES, Elaine Cristina; HALICKI, Zélia; STADLER, Adriano (Org.).

Empreendedorismo e responsabilidade social. 2 ed. rev. Curitiba: InterSaberes, 2014 (Coleção Gestão empresarial; v.4)

ASSAD, Rafaela Esmorges; SOUZA, Roosiley dos Santos. **Tendência Empreendedora: Uma análise comparativa entre os acadêmicos dos cursos de Administração e Ciências Contábeis do Campus Pantanal da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul.** I Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação- Navaí - MS,2017.

BARROS, Aluízio; PEREIRA, Claudia. **Empreendedorismo e Crescimento Econômico: uma Análise Empírica.** Curitiba, v. 12, n. 4, 2008.

BATEMAN, Thomas S.; SNELL, Scott A. **Administração.** 2ª. ed. Porto Alegre AMGH, 2012. Cap 5, p. 100- 125.

BERMUDES; Wanderson Lyrio et al. **Tipos de escalas utilizadas em pesquisas e suas aplicações.** Rio de Janeiro, 2016. Disponível em:

<<<http://www.essentiaeditora.iff.edu.br/index.php/vertices/article/download/1809-2667.v18n216-01/5242>>>. Acesso em: 29/11/18.

BRITO, Andréia Matos; PEREIRA, Pedro Silvino; LINARD, Ângela Patrícia.

Empreendedorismo. Juazeiro do Norte. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará- IFCE, 2013. Disponível em:

<<http://estudio01.proj.ufsm.br/cadernos/ifce/tecnico_edificacoes/empreendedorismo.pdf>>. Acesso em: 25/03/2018.

BRONOSKI, Marilene. **A Intenção Empreendedora no ambiente universitário: O Caso Unicentro.** Universidade Estadual do Centro-Oeste- Paraná, 2008.

BUSATA, Jéssica dos Santos Crestani. **Perfil Empreendedor dos alunos do curso de ciências contábeis da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.** 1º Congresso de Iniciação Científica em Contabilidade da UFRGS. Porto Alegre,2016.

CARDOSO, Aline Michelle. **Educação empreendedora: métodos alternativos de ensino e aprendizagem para formação do empreendedor.** Campo Limpo Paulista, SP: FACCAMP, 2017. Disponível em:

<<http://www.faccamp.br/new/arq/pdf/mestrado/Documentos/producao_discente/AlineMichelleCardoso.pdf>>. Acesso em 11/09/18.

CARDOSO, Jorge Luiz; SOUZA, Marcos Antônio de; ALMEIDA, Lara Brito. Perfil do Contador na Atualidade: Um Estudo Exploratório. **Revista Base (Administração e Contabilidade) da UNISINOS**, vol. 3, núm. 3, 2006.

CERVO, Amado Luís; BERVIAN, Pedro A.; DA SILVA, Roberto. **Metodologia Científica.** 6ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

DANTAS, Edmundo Brandão. **Empreendedorismo e Intraempreendedorismo: é preciso aprender a voar com os pés no chão**. Biblioteca On Line de Ciências da Comunicação. ISSN 1646-3137. Disponível em: <<<http://www.bocc.ubi.pt/pag/dantas-edmundo-empreendedorismo.pdf>>>. Acesso em: 25/03/2018.

DEGEN, R. J. **O Empreendedor. Empreender como Opção de Carreira**. Ed Pearson Pratices Hall, 2009, São Paulo.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

FAHL, Alessandra Cristina; MANHANI, Lourdes Pereira de Souza. **As perspectivas do profissional contábil e o ensino da contabilidade**. FUNADESP - Fundação Nacional de Desenvolvimento do Ensino Superior Particular – São Paulo, 2015.

FARIA, Maria Helena Ferreira de; SILVA, Carlos Eduardo Sanches da. **Elementos de educação empreendedora no contexto da Engenharia de Produção: a universidade estimulando novos negócios**. XIII SIMPEP- São Paulo, 2006.

FERREIRA, E. R. A.; FREITAS, A. A. F. Propensão empreendedora entre estudantes participantes de empresas juniores. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 2, n.3, p. 3-32, 2013. Disponível em: <<<http://www.regepe.org.br/regepe/article/view/69/80>>>. Acesso em: 08/08/2018.

FRANCO, Hilário. **A Contabilidade na Era da Globalização**. São Paulo: Atlas, 1999.

GEM. **Global Entrepreneurship Monitor Empreendedorismo no Brasil: 2016**. GRECO, Simara Maria de Souza (coord.) et al. SEBRAE. Curitiba, 2017. Disponível em: <<[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/941a51dd04d5e55430088db11a262802/\\$File/7592.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/941a51dd04d5e55430088db11a262802/$File/7592.pdf)>>. Acesso em: 25/03/2018.

GLESSLER, Lori Alice. **Introdução à pesquisa: projetos e relatórios**. 2ª ed. ver.atual – São Paulo, 2004 Disponível em: <<<https://books.google.com.br/books?id=XHnajlTNILIC&pg=PA53&dq=pesquisa+DESCRITIVA&hl=pt-BR&sa=X&ved=0ahUKEwjCIPuIgoLdAhWHjpAKHd5lDbAQ6AEIKjAA#v=onepage&q=pesquisa%20DESCRITIVA&f=false>>>. Acesso em: 22/08/2018.

JÚNIOR, Ernani Teixeira Campos; PERES, Ramon Silva. Contabilidade e Empreendedorismo: O Que Tem O Contador Empreendedor? **Revista Paraense de Contabilidade** - CRCPA, Belém, PA, v. 01, n. 01, 2016.

MACEDO, Neusa Dias de. **Iniciação a Pesquisa bibliográfica: guia do estudante para fundamentação do trabalho de pesquisa**. 2ª ed., São Paulo: Edições Loyola, 1994.

MARION, Jose Carlos. **Contabilidade Empresarial**. 16. ed. Atlas, 2012

PATI, Vera. **O empreendedor: descoberta e desenvolvimento do potencial empresarial.** In Criando o seu próprio negócio: como desenvolver o potencial empreendedor. por PEREIRA, Heitor José. Brasília: Ed. Sebrae, 1995.

RAUPP, F.M.; BEUREN, I.M. **Metodologia da pesquisa aplicável às ciências sociais.** In. BEUREN, I.M. (Org.). Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2006. Cap.3, p.76-97. Disponível em: <<https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/33863767/metodologia_de_pesquisa_aplicavel_as_ciencias_sociais.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1534991669&Signature=koFsjorkrghLapzvBcI7IKOM5UQ%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DMetodologia_de_pesquisa_aplicavel_as_cie.pdf>>. Acesso em: 22/08/2018.

SEBRAE; ENDEAVOR. **Empreendedorismo nas Universidades Brasileiras.** Brasil, 2016.

SENTANIN, Luis Henrique Valenciano; BARBOZA, Reginaldo José. Conceitos de Empreendedorismo. **Revista Científica Eletrônica de Administração.** ISSN: 1676-6822. Ano V – Número 9 – Dezembro de 2005 – Periódicos Semestrais.

SILVA, Ana Cláudia da; FERREIRA, Denize Demarche Minatti; FERREIRA; Luiz Felipe. **O perfil empreendedor no curso de ciências contábeis da universidade federal de Santa Catarina (UFSC): uma análise comparativa entre ingressantes e concluintes.**14º ECECON – Encontro Catarinense de Estudantes de Ciências Contábeis. Santa Catarina,2016. Disponível em: <<<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/178653/Artigo%20Ana%20Cl%C3%A1udia.pdf?sequence=1>>>. Acesso em: 05/06/2018.

SOUZA, E. C. L.; C.C; ASSIS, S. A. G.; ZERBINI, T. **Métodos e técnicas de ensino e recursos didáticos para o ensino do empreendedorismo em IES brasileiras.** Anais- Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração,2004.Disponível em: <<<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/enanpad2004-epa-trabalhoconvidado.pdf>>>. Acesso em: 31/03/2018.

STEVENSON, H. H. **O compromisso é conseguir.** HSM Management n. 25, 2001

APÊNDICE

Universidade Federal de Juiz de Fora – Curso de Ciências Contábeis

Profª Orientadora Msc Janayna Freire

Apresentação: Estamos realizando uma pesquisa sobre o perfil empreendedor dos alunos do curso de Ciências Contábeis. Os respondentes **NÃO SÃO IDENTIFICADOS E OS RESULTADOS DESTA PESQUISA TEM CARÁTER ESTRITAMENTE ACADÊMICO E SÃO SIGILOSOS.**

Seção I – Informações Demográficas do Respondente

<p>1.1 Gênero: () Masculino () Feminino</p> <p>1.2 Idade: <input type="checkbox"/> 17 a 24 anos <input type="checkbox"/> 25 a 30 anos <input type="checkbox"/> 31 a 40 anos <input type="checkbox"/> 41 a 50 anos <input type="checkbox"/> 51 anos ou mais</p> <p>1.3 Estado Civil: <input type="checkbox"/> Casado (a)/vive com companheiro (a) <input type="checkbox"/> Solteiro (a) <input type="checkbox"/> Viúvo (a) <input type="checkbox"/> Divorciado(a)</p> <p>1.4 Quantas pessoas moram com você? 1.5 (incluindo filhos, irmãos, parentes e amigos) <input type="checkbox"/> Moro sozinho <input type="checkbox"/> 1 a 3 pessoas <input type="checkbox"/> 4 a 7 pessoas <input type="checkbox"/> 8 a 10 pessoas <input type="checkbox"/> Mais de 10 pessoas</p> <p>1.6 Somando a sua renda com a renda das pessoas que são responsáveis financeiramente por você, quanto é, aproximadamente, a renda familiar mensal? <input type="checkbox"/> Nenhuma renda <input type="checkbox"/> Até 1 salário mínimo <input type="checkbox"/> De 1 a 3 salários mínimos <input type="checkbox"/> De 3 a 6 salários mínimos <input type="checkbox"/> De 6 a 9 salários mínimos <input type="checkbox"/> Acima de 15 salários mínimos</p>	<p>1.7 Ano de entrada no curso de Ciências Contábeis: <input type="checkbox"/> 2011 <input type="checkbox"/> 2015 <input type="checkbox"/> 2012 <input type="checkbox"/> 2016 <input type="checkbox"/> 2013 <input type="checkbox"/> 2017 <input type="checkbox"/> 2014 <input type="checkbox"/> 2018</p> <p>1.8 Turno de Origem: <input type="checkbox"/> Diurno <input type="checkbox"/> Noturno</p> <p>1.9 Atividade exercida atualmente: <input type="checkbox"/> Nenhuma atividade <input type="checkbox"/> Estágio <input type="checkbox"/> Trabalho com carteira assinada <input type="checkbox"/> Funcionário Público <input type="checkbox"/> Outros _____</p> <p>1.10 Possui ou já possuiu algum negócio? <input type="checkbox"/> Possuo um negócio atualmente <input type="checkbox"/> Já possuiu um negócio <input type="checkbox"/> Não possuo</p> <p>CASO O RESPONDENTE POSSUA OU TENHA POSSÍDO UM NEGÓCIO, RESPONDA A SEÇÃO 2. CASO NUNCA TENHA POSSUÍDO, RESPONDA A SEÇÃO 3.</p>
--	--

Seção II – Identificação dos Alunos que já empreendem e suas Intenções e Aspirações Empreendedoras

<p>2.1 Porte da Empresa <input type="checkbox"/> Microempreendedor Individual <input type="checkbox"/> Microempresa <input type="checkbox"/> Empresa de Pequeno Porte <input type="checkbox"/> Empresa de médio ou grande porte <input type="checkbox"/> Outro _____</p> <p>2.2 Número de funcionários da empresa que a empresa possui atualmente ou chegou a possuir. <input type="checkbox"/> Nenhum <input type="checkbox"/> De 1 a 5 funcionários <input type="checkbox"/> De 6 a 10 funcionários <input type="checkbox"/> Acima de 10 funcionários</p> <p>2.3 Ramo de Atividade da Empresa <input type="checkbox"/> Alimentação <input type="checkbox"/> Consultoria <input type="checkbox"/> Construção Civil <input type="checkbox"/> Informática</p>	<p>2.4 Faturamento anual da empresa <input type="checkbox"/> Até R\$ 180.000,00 <input type="checkbox"/> Entre R\$ 180.000,01 e R\$ 360.000,00 <input type="checkbox"/> Entre R\$ 360.000,01 e R\$ 720.000,00 <input type="checkbox"/> Entre R\$ R\$ 720.000,01 e R\$ 1.800.000,00 <input type="checkbox"/> Entre R\$ R\$ 1.800.000,01 e R\$ 3.600.000,00 <input type="checkbox"/> Entre R\$ R\$ \$ 3.600.000,01 e R\$4.800.000,00 <input type="checkbox"/> Acima de R\$ 4.800.000,00</p> <p>2.5 Há quanto tempo a Empresa está no mercado ou, caso já tenha fechado, quanto tempo ficou no mercado: <input type="checkbox"/> Menos de 1 ano <input type="checkbox"/> Entre 1 e 3 anos <input type="checkbox"/> Entre 3 anos e 1 mês e 5 anos <input type="checkbox"/> Entre 5 anos e 1 mês e 10 anos <input type="checkbox"/> Acima de 10 anos</p>
--	---

<input type="checkbox"/> Indústria/Fábrica <input type="checkbox"/> Escritório Contábil <input type="checkbox"/> Moda e Costura <input type="checkbox"/> Outro			2.6 Caso sua empresa já tenha fechado, qual (is) motivo (s) você aponta como causa. <hr/> <hr/>				
2.7 Intenções Empreendedoras			SIM	NÃO			
Independente de já possuir um negócio, pretende criar um negócio (novo/outro) no futuro?							
Quando foi abrir seu negócio, pesquisou sobre oportunidades e mercado?							
Quando foi abrir seu negócio, leu livros/publicações (revistas, sites, etc) de como abrir um negócio?							
Quando foi abrir seu negócio, gastou tempo aprendendo a iniciar um novo negócio?							
Antes de abrir seu negócio, economizou dinheiro para abrir a empresa?							
Utilizou recursos de terceiros (empréstimos) para abrir seu negócio?							
2.8 Aspirações Empreendedoras							
2.2.1 Quem te influenciou a empreender? (pode selecionar mais de 1 opção)							
<input type="checkbox"/> Pais		<input type="checkbox"/> Amigos					
<input type="checkbox"/> Parentes		<input type="checkbox"/> Irmãos					
<input type="checkbox"/> Conhecidos		<input type="checkbox"/> Pessoas Reconhecidas					
<input type="checkbox"/> Ninguém		<input type="checkbox"/> Outro _____					
2.2.2 Quem te aconselhou para iniciar um negócio?							
<input type="checkbox"/> Um familiar <input type="checkbox"/> Alguém que iniciou uma empresa <input type="checkbox"/> Uma pessoa de recursos <input type="checkbox"/> Você mesmo e mais ninguém <input type="checkbox"/> Sebrae, incubadoras ou aceleradoras							
2.2.3 Qual a principal expectativa do empreender?							
<input type="checkbox"/> Segurança Familiar <input type="checkbox"/> Recompensas Pessoais <input type="checkbox"/> Independência <input type="checkbox"/> Recompensa Financeira <input type="checkbox"/> Outra _____							
2.2.4 Enumere de 1 a 4, por grau de importância, sendo 1 o mais importante e o 4 o menos importante, os fatores que você considera necessários para empreender em um negócio?							
<input type="checkbox"/> Dinheiro <input type="checkbox"/> Clientes <input type="checkbox"/> Uma ideia ou produto <input type="checkbox"/> Motivação e trabalho duro							

Seção III – Intenções e Aspirações Empreendedoras dos Alunos que nunca empreenderam

3.1 Intenções Empreendedoras			SIM	NÃO			
Pretendo criar um negócio no futuro							
Costumo pesquisar oportunidades para abrir um novo negócio							
Costumo ler livros/publicações (revistas, sites, etc) de como abrir um negócio							
Gasto tempo aprendendo a iniciar um novo negócio							
Estou economizando dinheiro para abrir minha empresa							
Pretendo utilizar recursos de terceiros (empréstimos) para abrir meu negócio							
2.2 Aspirações Empreendedoras							
2.2.1 Quem te influencia a empreender? (pode selecionar mais de 1 opção)							
<input type="checkbox"/> Pais		<input type="checkbox"/> Amigos					
<input type="checkbox"/> Parentes		<input type="checkbox"/> Irmãos					
<input type="checkbox"/> Conhecidos		<input type="checkbox"/> Pessoas reconhecidas					
<input type="checkbox"/> Ninguém		<input type="checkbox"/> Outro _____					
<input type="checkbox"/> Não tenho interesse em empreender							
2.2.2 Para você, quem seria uma pessoa conselheira para iniciar uma empresa?							
<input type="checkbox"/> Um familiar <input type="checkbox"/> Alguém que iniciou uma empresa <input type="checkbox"/> Uma pessoa de recursos <input type="checkbox"/> Você mesmo e mais ninguém <input type="checkbox"/> Sebrae, incubadoras ou aceleradoras <input type="checkbox"/> Não tenho interesse em iniciar uma empresa							
2.2.3 Qual a principal expectativa ao empreender?							
<input type="checkbox"/> Segurança Familiar <input type="checkbox"/> Recompensas Pessoais <input type="checkbox"/> Independência <input type="checkbox"/> Recompensa Financeira <input type="checkbox"/> Não tenho interesse em empreender <input type="checkbox"/> Outra: _____							
2.2.4 Independente de sua intenção empreendedora Enumere de 1 a 4, por grau de importância, sendo 1 o mais importante e o 4 o menos importante, os fatores que você considera necessários para empreender em um negócio?							
<input type="checkbox"/> Dinheiro <input type="checkbox"/> Clientes <input type="checkbox"/> Uma ideia ou produto <input type="checkbox"/> Motivação e trabalho duro							

Seção IV – Perfil quanto a resolução de problemas e nível de confiança do respondente

Avalie de 0 a 5 as afirmativas abaixo e assinale a alternativa que mais se adequa ao seu perfil, sendo 0 discordo totalmente e 5 concordo plenamente

4.1 Capacidade de resolução de problemas

Afirmativas	0	1	2	3	4	5
Eu sempre consigo resolver problemas difíceis se eu me esforçar						
É fácil para mim focar nos meus objetivos pretendidos						
Eu posso resolver a maioria dos problemas se eu investir o esforço necessário						
Eu posso manter a calma quando enfrento dificuldades						
Se eu estou em apuros geralmente consigo pensar em uma solução						

4.2 Nível de confiança na realização de atividades

Afirmativas	0	1	2	3	4	5
Fazer com que os outros se identifiquem e acreditem na minha ideia/empresa						
Recrutar e contratar funcionários						
Gerenciar ativos financeiros da minha empresa						
Ler e interpretar demonstrativos financeiros						
Discutir com outras pessoas uma nova ideia de produto e/ou serviço						
Delegar tarefas e responsabilidades para os funcionários						
Inspirar, encorajar e motivar meus funcionários						
Estimar demanda de clientes para um novo produto ou serviço						
Estimar valor de capital inicial e de giro necessário						
Planejar uma campanha de marketing						

Seção V – Disciplinas Relacionadas ao empreendedorismo

5.1 Quais disciplinas ou Cursos livres relacionadas ao empreendedorismo você já cursou:

5.2 Para você, qual é o grau de importância do ensino do empreendedorismo no curso de Ciências Contábeis? Sendo 0 (insignificante) a 5 (muito importante).

0	1	2	3	4	5