

Potencial Empreendedor Dos Discentes Do Curso De Administração de Uma Instituição de Ensino Superior Privada a Luz do Carland Entrepreneurship Index (CeI)

Daniel Penz¹

Bianca Costa Amorim²

Sabrina do Nascimento³

Amélia Silveira⁴

Resumo: O artigo busca analisar o potencial empreendedor dos discentes do curso de Administração de uma instituição de ensino superior (IES) privada a partir do índice Carland Entrepreneurship Index (CEI). Adotou-se o índice proposto por Carland e Carland (1996) - Carland Entrepreneurship Index (CEI), este se divide em quatro características de medidas empreendedoras: postura estratégica; propensão à inovação, propensão ao risco e traços de personalidade. O somatório dessas características compõe o CEI que classifica os empreendedores em: micro-empreendedor; empreendedor; e macro-empreendedor. A amostra é composta por 104 discentes do curso de Administração de uma IES privada. Na metodologia optou-se por uma pesquisa descritiva com uma abordagem quantitativa dos dados auxiliada pela estatística descritiva para análise dos dados. Os resultados demonstram que a aplicação do CEI identificou a presença do potencial empreendedor entre os discentes analisados e estes apresentaram as quatro dimensões do índice proposto por Carland e Carland (1996).

Palavras-chave: Potencial Empreendedor. *Carland Entrepreneurship Index* (CEI). Índice de Carland. Instituição de Ensino Superior Privada.

1 Introdução

A partir do século passado a humanidade experimentou um novo contexto social altamente dinâmico repleto por transformações, evoluções de conceito e a utilização de novas tecnologias (RUSSO; SBRAGIA, 2007). Para resguardar a continuidade das

¹ Formado em Administração pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul e Mestrando em Administração. Bolsista PROSUP pela Universidade do Vale do Itajaí. E-mail: penz.daniel@gmail.com.

² Formada em Administração pela Assesc e Mestranda em Administração. Bolsista PROSUP pela Universidade do Vale do Itajaí. E-mail: bia_floripa@yahoo.com.br

³ Mestre em Ciências Contábeis pela Universidade Regional de Blumenau e Doutoranda em Administração. Bolsista PROSUP pela Universidade do Vale do Itajaí. Email: sabnascimento@gmail.com.

⁴ Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo. Professora do Programa de Mestrado e Doutorado em Administração (PPGA) e Programa de Mestrado em Gestão e Práticas Educacionais (PROGEDE) da Universidade Nove de Julho. Email: ameliasilveira@gmail.com

organizações neste contexto permeado de mudanças estas necessitam de adaptações e seu sucesso reside na capacidade de desenvolver soluções inovadoras para os problemas e necessidades dos clientes (CLEYN; BRAET, 2012). Assim, vislumbra-se a ascensão do empreendedorismo como uma mola propulsora que impulsiona a continuidade do negócio a partir das habilidades empreendedoras pessoais de seus gestores e/ou empresários.

Dolabela (2008, p. 59) ressalta que o termo “empreendedorismo é um neologismo derivado da livre tradução da palavra *entrepreneurship* e utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação”. Caird (1990) assevera que o empreendedor é uma pessoa faz uso de sua capacidade e suas qualidades empresariais, tais como iniciativa, persuasão, flexibilidade e criatividade. Gibb (1998) diz que o grau em que as habilidades empreendedoras pessoais são exigidas do gestor/empresário é uma função do ambiente em que se encontra inserido. Os altos níveis de incerteza e complexidade em um determinado contexto exigirão maior comportamento ou potencial empreendedor. O empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões (FILION, 1999).

O empreendedorismo não pode “ser explicado somente com estudos voltados ao comportamento, existe a necessidade de melhor compreensão do potencial empreendedor dos indivíduos e elementos que influenciem seu desempenho” (FERREIRA; GUIMENEZ; RAMOS, 2005, p. 52). Dessa forma, além de explorar a vertente comportamental do empreendedorismo, torna-se necessário a utilização de medidas claras para mensurar o empreendedorismo, pois a falta de tal medida tem confundido os resultados de investigação até à data, e promete continuar frustrando as tentativas para entender o fenômeno empreendedor (CARLAND, CARLAND; ENSLEY, 2001).

Na tentativa de compreender o potencial empreendedor dos indivíduos buscou-se na literatura maneiras de mensurar esse perfil comportamental e psicológico. Sabendo-se que Carland e Carland (1996) realizaram estudos voltados a partir desta perspectiva de mensuração do empreendedorismo e propuseram um índice denominado *Carland Entrepreneurship Index* (CEI) que passou a nortear este estudo. O CEI é composto por quatro dimensões, sendo elas: traços de personalidade, propensão ao risco, propensão à inovação e a postura estratégica.

Diante da necessidade de profissionais empreendedores as Instituições de Ensino Superior (IES) detêm uma função imprescindível na formação destes indivíduos. Santos, Minuzzi e Cruz (2007, p. 2) entendem que “o papel das universidades como disseminadoras de cultura empreendedora, e o curso de Administração agindo na preparação de futuros empreendedores, passa a ser de fundamental importância”. Acredita-se que as instituições de ensino, responsáveis pela formação dos profissionais, devam preparar seus discentes para as novas necessidades organizacionais impostas pelo ambiente altamente dinâmico em que se encontram inseridas, tornando-os profissionais empreendedores. Gaião et al. (2009) destaca que a crença em que o empreendedor é inato se quebrou e cabe as universidades e aos educadores fomentar o desenvolvimento deste profissional, incentivando os acadêmicos a explorarem seu potencial direcionando-os ao empreendedorismo (CRUZ JÚNIOR et al., 2006).

Neste contexto, emerge a pergunta que norteia o presente estudo: Qual o potencial empreendedor dos discentes do curso de Administração de uma instituição de ensino superior privada? Para responder a esse questionamento traçou-se o seguinte

objetivo geral analisar o potencial empreendedor dos discentes do curso de Administração de uma instituição de ensino superior privada a partir do índice Carland Entrepreneurship Index (CEI). E como objetivos específicos delinear o perfil dos discentes analisados; identificar a distribuição das respostas fornecidas pelos discentes na escala do CEI; traçar o mapa com as características empreendedoras medidas no CEI; e por fim classificar os discentes analisados de acordo com o índice proposto por Carland e Carland (1996).

Para colaborar com a discussão a respeito desta temática a presente pesquisa demonstra sua contribuição ao extrapolar as investigações realizadas no cenário organizacional e parte para o contexto educacional pautada na afirmação de Ferreira, Gimenez e Ramos (2005, p. 50) quando mencionam que “o meio em que o indivíduo está inserido e o sistema de valores e crenças compartilhadas podem influenciar a sua opção por empreender”. Para Carland, Carland e Ensley (2001), o espírito empreendedor é uma construção digna de investigação, pois ao observar a complexidade do comportamento humano, deve-se reconhecer que a compreensão dos empresários não será uma tarefa simples ou unidimensional e levará muitas mentes de grande visão a se mover em direção ao entendimento e a busca por empreendedores que possam contribuir na continuidade de seus negócios.

2 Origem do Empreendedorismo

A relação do empreendedorismo com o desenvolvimento econômico vem sendo estudada desde 1755, onde a tomada de risco aparece como um aspecto intrínseco ao empreendedor (CANTILLON, 1959). Richard Cantillon escreveu seu livro intitulado “*Essai Sur La Nature du Commerce em Général*” escrito entre 1730 e 1734, impresso inicialmente em 1755 na Inglaterra, posteriormente ganhou traduções em diversos idiomas, o autor nessa época tratava o empreendedor como quem comercializa mantimentos, buscando suprimentos em cidades vizinhas para comercializar em cidades tidas como em pontos estratégicos (CANTILLON, 1959), vinculando desta maneira o empreendedor com o aspecto econômico.

Dessa forma, o desenvolvimento do conceito de empreendedorismo apareceu um século mais tarde com a definição apresentada por Say (1855) que entende o empreendedor como um indivíduo que além de características de tomada de risco possui responsabilidade e conduta. Jean Baptiste Say um século mais tarde lança seu livro, escrito em 1803 e publicado em 1833 “*A Treatise on Political Economy; or the Production, Distribution, and Consumption of Wealth*”, esta obra foi uma das mais influentes sobre Economia Política. Ela preparou o campo para o desenvolvimento do estudo da economia política na França e sua tradução para o Inglês ajudou a torná-lo o livro de economia mais utilizado nos Estados Unidos, bem como acrescentou importante definição estruturando a definição e apontando características ao empreendedor (SAY, 1855).

Desde então muitos conceitos tem sido apresentados, entretanto não existe uma única definição de "empreendedor" aceita na literatura (CARLAND, 1988; KIRBY, 2004; SOUZA; FRACASSO; LOPEZ JÚNIOR, 2008). Além da ausência de uma definição homogênea para o empreendedorismo, observa-se que o conceito de empreendedor está intrinsecamente relacionado ao empreendedorismo, para este

trabalho adotaremos o empreendedor como força motriz do empreendedorismo, no entendimento de Gaião et al. (2009, p. 2) o “empreendedorismo é um conjunto de ações destinadas a entender e promover as atividades dos empreendedores”.

Um dos autores modernos de maior expressão na área de empreendedorismo é Joseph Alois Schumpeter, foi ele quem deu projeção ao tema (ESCOBAR, 2012). No entendimento de Schumpeter (1911) o empreendedor é um indivíduo que explora uma oportunidade de mercado por meio de técnicas ou inovação organizacional. Hisrich (1990) caracteriza o empreendedor como alguém que demonstra iniciativa e pensamento criativo e ainda é capaz de organizar mecanismos sociais e econômicos para transformar recursos e situações em práticas, aceitando riscos e falhas. Para Tompson e Bolton (2004) o empreendedor é uma pessoa que habitualmente cria e inova para construir algo de valor sobre as oportunidades percebidas. Um empreendedor é um indivíduo que cria e gera um negócio visando lucro e crescimento. Carland et al. (1984) ressaltam que a característica principal do empreendedor é o seu comportamento inovador.

Souza, Fracasso e Lopez Júnior (2008, p. 3) afirmam que “uma das maiores dificuldades encontradas para entender o papel do empreendedor no desenvolvimento de novos empreendimentos é a ausência de informações seguras sobre diferentes avaliações de seu comportamento”.

3 Carland Entrepreneurship Index (CEI)

O índice de *Carland Entrepreneurship Index* (CEI) que de acordo com Inácio Júnior e Gimenez (2004, p. 108) “é resultado de extensa pesquisa sobre empreendedorismo realizada pelos professores Jim e JoAnn Carland, reconhecidos internacionalmente como especialistas nesse campo”. Este índice foi proposto por Carland e Carland (1996) sendo composto por quadro dimensões que traçam o potencial empreendedor dos indivíduos, conforme a Figura 1.



Figura 1 – Dimensões do índice de *Carland Entrepreneurship Index* (CEI) proposto por Carland e Carland (1996)

Fonte: elaboração própria.

Traços de Personalidade (TP) – Carland, Carland e Stewart (1996) definem como norteadores dos traços de personalidade a necessidade de realização e a criatividade, ou ainda podem ser entendidos como uma motivação pessoal. Para Ferreira, Gimenez e Ramos (2005) a necessidade de realização pode ser descrita como um desejo pessoal para satisfação, onde um indivíduo que tenha alta necessidade de realização deve ser um indivíduo potencialmente apto pra enfrentar desafios difíceis e de grande porte, com metas audaciosas e alto nível de excelência. A criatividade é relacionada a um conjunto de habilidades que permite ao detentor identificar oportunidades e estar apto a propor soluções (CARLAND; CARLAND; STWEART, 1996). Tais características são abordadas na literatura a partir de meados do século passado por McClelland, Hornaday e Aboud, Liles dentre outros autores (CARLAND et al., 1984). Essa dimensão aponta para a motivação quando relacionada ao bom

desempenho a partir de padrões pré-estabelecidos, com a superação de obstáculos, busca pela realização pessoal e expressão de sentimentos em função dos esforços despendidos para o alcance do resultado esperado (McCLELLAND, 1972 apud FREITAS et al., 2009).

Propensão ao Risco (PR) – Essa é a mais antiga e a mais antiga característica associada ao empreendedorismo. Cantillon (1959) e Say (1955) mencionavam que as transações econômicas relacionando a tomada de risco eram inerentes à figura do empreendedor. Entretanto, Palmer (1971) afirmou que esta foi a primeira característica identificada por Cantillon que diferenciava os empreendedores dos não empreendedores, sendo o indivíduo empreendedor aquele está disposto a assumir o risco do negócio. Com o advento das empresas de capital aberto com administradores contratados o risco é associado a retorno, sendo amplamente estudada academicamente. Para o autor, a avaliação de risco e a tomada de risco são os elementos principais do empreendedorismo alavancado pelas oportunidades para quem bem os administra. Freitas et al. (2009) entendem essa dimensão como a associação com a possibilidade de algo não acontecer da forma com se espera (FREITAS et al., 2009).

Propensão à Inovação (PI) - Para Carland, Carland e Stewart (1996) a inovação é a capacidade de gerar novas riquezas com recursos limitados por meio do uso da criatividade. Assim a Inovação é um elemento que frequentemente está associada ao empreendedorismo. Para Schumpeter (1911) o risco é inerente ao empreendedor enquanto a inovação é a característica central do empreendedorismo. Freitas et al. (2009, p. 4) destaque essa dimensão “se propõem a investigar se o indivíduo empreendedor incorpora a inovação em sua ação de empreender”.

Postura Estratégica (PE) – Essa dimensão mostra-se como um fator importante na consecução dos objetivos organizacionais, uma vez que aparece em diferentes intensidades conforme a intenção pretendida para o negócio (FERREIRA; GIMENEZ; RAMOS, 2005). Carland, Carland e Stewart (1996) afirmam que esta dimensão está associada à busca de oportunidades. O exercício de utilizar a intuição para explorar as oportunidades que se apresentam e a capacidade de escolha dentre as melhores oportunidades disponíveis naquele momento, porém sem se esquecer da capacidade de viabilidade e das avaliações de disponibilidades necessárias para sua execução do empreendimento. Esta dimensão avalia ainda se o indivíduo é introvertido ou extrovertido, como este utiliza suas sensações e intuições para subsidiar sua percepção e ainda faz uso da razão ou dos sentimentos no processo de tomada de decisão (CARLAND; CARLAND, 1996).

No CEI após a distribuição das características empreendedoras dispostas nas quatro dimensões citadas acima se realiza a classificação de acordo com a pontuação obtida para efeito do cálculo de um índice para medir o potencial empreendedor a partir de três grupos, a saber: micro-empendedor, empendedor e macro-empendedor. Na sequência, o Quadro 1 discorre sobre a classificação do CEI.

Categoria	Pontuação	Características Gerais
-----------	-----------	------------------------

Micro- Empreendedor	De 0 a 15 pontos	Um Micro-Empreendedor possui um negócio que não visa o crescimento direto, mas que pode se tornar uma referência em sua cidade ou comunidade. Esse tipo de empreendedor vê seu negócio como a fonte primária para a renda familiar ou para estabelecer emprego familiar. Considera sua empresa como aspecto importante da sua vida, mas não será "consumido" por ela e irá buscar a sua satisfação pessoal através de alguma atividade externa ao seu negócio. O sucesso, para o micro-empresendedor, pode ser medido pelo seu grau de liberdade e pela estabilidade de seu negócio, o que proporcionará condições de aproveitar a vida.
Empreendedor	De 16 a 25 pontos	O Empreendedor, nessa escala, concentra seus esforços para o lucro e crescimento do seu negócio. Seus objetivos são mais ousados que os do micro-empresendedor, mas ao atingir o seu padrão desejado de sucesso, possivelmente o seu foco também mudará para outros interesses externos ao seu negócio. Esse tipo busca a inovação, normalmente procurando melhorias para os produtos, serviços e procedimentos já estabelecidos, ao invés de engendram algo totalmente novo, pois essas melhorias possuem menos probabilidades de desestabilizar o caminho para o sucesso que é tão importante para o empreendedor. O sucesso para as pessoas que se enquadram nessa categoria pode ser simbolizado pelo reconhecimento, admiração e riqueza.
Macro-Empreendedor	De 26 a 33 pontos	O Macro-Empreendedor acredita que o seu próprio envolvimento com seu negócio é o caminho para a auto-realização. Costuma associar o seu sucesso ao crescimento e lucro do seu negócio, mas o seu interesse não é monetário mas, sim, como um prazer, para medir o seu sucesso pessoal, pois o que realmente deseja é dominar o seu mercado. Esse tipo é considerado inovador e criativo e está constantemente em busca de novos caminhos para transformar seus sonhos em novos produtos, mercados, indústrias e desafios. Um Macro-Empreendedor verá seu negócio como um meio de mudar a indústria e tornar-se uma força dominante. Seus esforços giram em torno do seu empreendimento com força e determinação.

Quadro 1 - Classificação do CEI - Micro Empreendedor, Empreendedor e Macro Empreendedor

Fonte: Carland, Carland e Hoy (1992) apud Koernijezuk (2004, p. 59).

4 Metodologia da pesquisa

No que se refere à metodologia, esta pesquisa se caracteriza como descritiva, uma vez que buscou analisar o potencial empreendedor dos discentes do curso de Administração de uma instituição de ensino superior privada a partir do índice *Carland Entrepreneurship Index* (CEI). Pesquisas dessa natureza de acordo com Cervo e Bervian (2002, p. 66) têm por objetivo "procurar descobrir, com a precisão possível, a frequência com que um fenômeno ocorre, sua relação e conexão com outros, sua natureza e características".

A população do presente estudo é composta 897 alunos do curso de graduação em Administração de uma instituição de ensino superior localizada no estado de Santa Catarina. Cabe destacar que a denominação social da instituição foi preservada por motivos estratégicos, sendo que esta instituição foi selecionada de forma intencional devido à acessibilidade das informações. A amostra compreendeu 104 discentes que responderam ao instrumento de pesquisa e cursavam de 4ª a 8ª fase. Para Malhotra (2001) quando o número de respostas válidas ultrapassarem 5% da população total, esta será considerada válida para testar quaisquer hipóteses de uma pesquisa. Destaca ainda

que, esse tipo de amostra configura-se como não probabilística e por adesão, sendo conhecida ainda como uma amostra por voluntários (MALHOTRA, 2001).

Como instrumento de coleta de dados utilizou-se o índice de *Carland Entrepreneurship Index* (CEI) que de acordo com Inácio Júnior e Gimenez (2004, p. 108) “é resultado de extensa pesquisa sobre empreendedorismo realizada pelos professores Jim e JoAnn Carland, reconhecidos internacionalmente como especialistas nesse campo”. Carland e Carland (1996) mencionam que o instrumento de pesquisa é composto por 33 pares de questões fechadas e foi originalmente proposto por Carland e Carland (1996). Koernijezuk (2004) ressalta que este instrumento de pesquisa foi traduzido, testado e validado para o contexto nacional por Inácio em 2002. Cabe citar ainda que o instrumento foi aplicado em sala de aula durante o mês de setembro de 2013, sendo estruturado em duas partes. Na primeira abordava as características dos respondentes em relação ao gênero, fase do curso, faixa etária, segmento de atuação e a intenção dos discentes em abrir seu próprio negócio. E a segunda parte consta os 33 pares de questões propostas por Carland e Carland (1996) que traçam o potencial empreendedor dos indivíduos a partir de quatro funções: traços de personalidade (TP), propensão à inovação (PI), propensão ao risco (PR) e a postura estratégica (PE). Após a classificação por característica, realiza-se o somatório da pontuação obtida e apura-se o índice do CEI, conforme Tabela 1.

Tabela 1 – Classificação da pontuação para o cálculo do CEI

Categoria	Pontuação
Micro-Empreendedor	0 a 15 pontos
Empreendedor	16 a 25 pontos
Macro-Empreendedor	26 a 33 pontos

Fonte: adaptado de Koernijezuk (2004) e Carland e Carland (1996).

Quanto aos procedimentos adotados para análise dos dados estes contam com uma abordagem quantitativa. Martins e Theóphilo (2007, p. 103) ressaltam que um estudo é classificado como quantitativo quando pode “organizar, sumarizar, caracterizar e interpretar os dados numéricos coletados”. Para tanto, realizou-se a verificação da percepção dos discentes por meio da estatística descritiva ao realizar-se o cálculo das médias e frequências.

5 Análise dos Resultados

Neste tópico, busca-se responder os objetivos específicos que permeiam a pesquisa: delinear o perfil dos discentes pesquisados; identificar a distribuição das respostas fornecidas pelos discentes na escala do CEI; traçar as características empreendedoras medidas no CEI; e por fim classificar os discentes pesquisados a partir do índice de *Carland Entrepreneurship Index* (CEI).

5.1 Perfil dos Respondentes

O perfil dos 104 discentes de 4ª a 8ª fase do curso de Administração de uma instituição de ensino superior privada que compõem a amostra desta pesquisa é traçado a partir do gênero, faixa etária, segmento de atuação e a intenção dos discentes em abrir seu próprio negócio.

Em relação aos discentes analisados, destes 65 pessoas são do gênero feminino e 39 pessoas pertencem ao gênero masculino. Sendo que a faixa etária compreende uma média de 25,84 anos na amostra analisada. Destaca-se que a média etária entre o gênero feminino compreende 25,06 anos e no gênero masculino 26,59 anos.

Quanto à ocupação, 87% (90 discentes) alegam que desenvolvem atividades remuneradas, ou seja, trabalham e 13% (14 discentes) afirmaram que não trabalham. Com relação ao segmento de atuação destes 87% dos discentes que trabalham 43% atuam no segmento de prestação de serviços, 35% atua no comércio e 9% desenvolvem trabalhos voltados à área educacional.

Ainda em relação à intenção dos discentes em abrir seu próprio negócio, 41% (43 discentes) mencionaram que não pretendem abrir um negócio. Em contrapartida 59% (61 discentes) pretendem abrir um negócio, ou seja, acredita-se que estes discentes apresentam um potencial empreendedor e ao sair da instituição de ensino superior estejam aptos a abrirem uma empresa.

5.2 Distribuição das respostas na escala do CEI

Esse tópico demonstra o enquadramento da amostra (discentes do curso de Administração) na pontuação da escala estabelecida pelo índice de *Carland Entrepreneurship Index* (CEI). Carland, Carland e Ensley (2001) ressaltam que o empreendedorismo não está associado a uma resposta dicotômica “sim ou não”, ou seja, “ser ou não ser” empreendedor. Para os autores todos os indivíduos deslocam-se sobre um *continuum* onde todos seriam empreendedores e o que difere não é a presença mais a intensidade de sua ocorrência. A seguir, a Figura 1 que aborda a distribuição da amostra (discentes do curso de Administração) na escala do CEI.

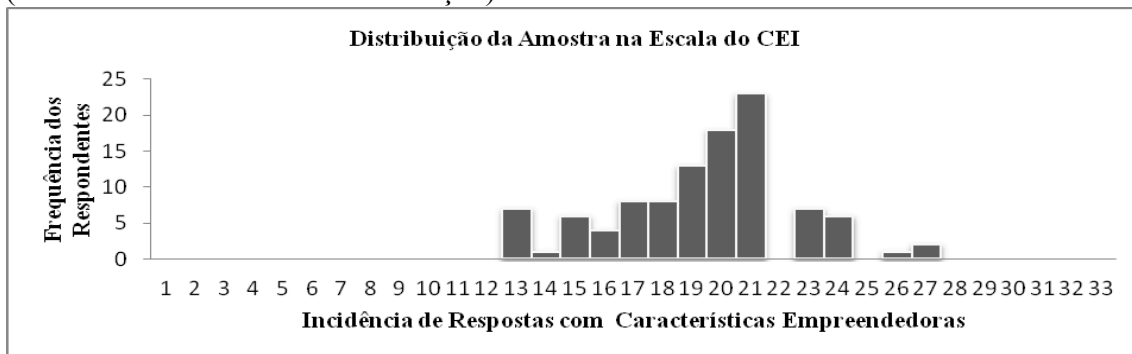


Figura 1 – Distribuição da amostra na escala do CEI

Fonte: dados da pesquisa.

Na Figura 1, percebe-se que a questão com a maior incidência de respostas dentre à amostra relacionada às características empreendedoras foi a Questão 21 “Eu tenho percebido que gerenciar um negócio cai na rotina” com 23%. Na segunda posição tem-se a Questão 20 “Eu gastaria tanto tempo planejando quando gerenciando este negócio” com 18%. A terceira posição é ocupada pela Questão 19 “Eu aprecio o desafio de inventar mais do que qualquer coisa” com 13%. A quarta posição é ocupada pelas Questões 18 “Eu penso que é importante ser lógico” e 17 “Eu sempre procuro por novas maneiras de se fazer as coisas” com 8% em ambas. E por fim, as outras posições são ocupadas pelas Questões 13, 23, 24, 15, 16, 14, 26 e 27.

Os resultados acima corroboram parcialmente com os achados de Culti-Gimenez (2006), uma vez que a Questão 21 também apresentou a maior frequência dentre os discentes do curso de Turismo estudados e a segunda posição também foi ocupada pela Questão 20. Entretanto, as outras questões da escala do CEI apresentaram divergências. Nos achados do estudo realizado por Koernijezuk (2004) que analisou os empresários as questões com a maior frequência foi a Questão 18, seguida pelas Questões 19 e 17 divergindo parcialmente dos achados desta pesquisa.

5.3 Características empreendedoras medidas pelo CEI

O *Carland Entrepreneurship Index* (CEI) leva em consideração quatro características para descrever um empreendedor, sendo elas: Postura Estratégica (PE); Propensão à Inovação (PI), Propensão ao Risco (PR) e Traços de Personalidade (TP).

A Postura Estratégica (PE) busca avaliar a forma como o indivíduo é introvertido ou extrovertido, como este utiliza suas sensações e intuições para subsidiar sua percepção e ainda faz uso da razão ou dos sentimentos no processo de tomada de decisão (CARLAND; CARLAND, 1996). Na sequência, a Tabela 2 apresenta as características empreendedoras relacionadas à Postura Estratégica (PE).

Tabela 2 - Características empreendedoras dos discentes do curso de Administração voltadas à função Postura Estratégica (PE)

Questões	Características	Respostas SEM características empreendedoras		Respostas COM característica empreendedora	
		Nº respostas	Percentual (%)	Nº respostas	Percentual (%)
		1	PE	24	23%
4	PE	20	19%	84	81%
5	PE	44	41%	64	59%
8	PE	12	12%	92	88%
9	PE	58	54%	50	46%
11	PE	38	37%	66	63%
12	PE	17	16%	87	84%
20	PE	42	40%	62	60%
21	PE	78	78%	22	22%
23	PE	22	21%	82	79%
24	PE	48	46%	56	54%
27	PE	26	25%	78	75%
28	PE	56	54%	48	46%

Fonte: dados da pesquisa.

Observa-se na Tabela 2 nas respostas com características empreendedoras traçadas a partir do CEI, a questão que se sobressaiu com 88% das respostas por parte dos discentes pesquisados foi a Questão 8 “um plano deveria ser escrito para ser efetivo”. Na segunda posição, com 84% das respostas estavam voltadas a Questão 12 “Eu sou aquele que tem de pensar e planejar”. A terceira posição é ocupada pela Questão 4 “Eu quero que este negócio cresça e torne-se poderoso” que obteve 81% das respostas. Na quarta posição tem-se a Questão 23 “Nós temos alguma coisa que fazemos melhor do que os concorrentes” com 79% das respostas. A quinta posição ocupada pela Questão 1 “Objetivos por escrito para este negócio são cruciais” com 77% e por fim na sexta posição, encontra-se a Questão 27 “Empréstimo é somente outra decisão de negócios” com 75% de opção entre os discentes pesquisados. Os achados

corroboram parcialmente com os resultados de Koernijezuk (2004), pois as questões que apresentaram as maiores frequências em relação às respostas com características empreendedoras foram as Questões 8, 24, 12, 4, 11 e 23.

A Tabela 2 discorre ainda sobre as respostas sem características empreendedoras traçadas a partir do CEI onde a Questão 21 “Nada sobre gerenciar este negócio é sempre rotina” aparece com a maior pontuação (78%) entre a percepção dos discentes de Administração. A segunda posição é ocupada pelas Questões 9 e 28 com 54% das respostas. Estes resultados corroboram com os achados de Koernijezuk (2004) em que as características não empreendedoras são expressas principalmente pelas Questões 21 e 28 dentre os empresários analisados.

Na Propensão à Inovação (PI) como dimensão do CEI “se propõem a investigar se o indivíduo empreendedor incorpora a inovação em sua ação de empreender” (FREITAS et al., 2009, p. 4). A seguir, a Tabela 3 demonstra as características empreendedoras associadas à PI.

Tabela 3 - Características empreendedoras dos discentes do curso de Administração voltadas à função Propensão à Inovação (PI)

Questões	Características	Respostas SEM características empreendedoras		Respostas COM característica empreendedoras	
		Nº respostas	Percentual (%)	Nº respostas	Percentual (%)
17	PI	60	58%	44	42%
19	PI	59	57%	45	43%
22	PI	76	76%	24	24%
25	PI	56	54%	48	46%
33	PI	48	46%	56	54%

Fonte: dados da pesquisa.

Percebe-se na Tabela 3 que dentre as questões relacionadas com as características empreendedoras a Questão 33 “É mais importante ver possibilidades nas situações” obteve a maior pontuação (54%), seguida pela Questão 25 “Eu adoro a ideia de tentar ser mais esperto que os concorrentes” com 46% e Questão 17 “Eu sempre procuro por novas maneiras de se fazer as coisas” que atingiu 42% das respostas entre os discentes. Na pesquisa de Koernijezuk (2004) a Questão 33 também atingiu o maior percentual entre os empresários analisados, seguida pelas Questões 19, Questão 25 e Questão 17.

Em contrapartida, nas respostas sem características empreendedoras a Questão 22 “Eu prefiro as pessoas que são realistas” atingiu a maior pontuação (76%), seguida pelas Questões 17 “Eu procuro estabelecer procedimentos padrões para que as coisas sejam feitas certas” e 19 “Eu penso que procedimentos padrões são cruciais” com 58% e 57% respectivamente. Dentre os achados de Koernijezuk (2004) a Questão 22 obteve a maior pontuação 72%, seguida pelas questões 17, 25 e 19.

Com relação aos Traços de Personalidade (TP) estes apontam para a motivação quando relacionada ao bom desempenho a partir de padrões pré-estabelecidos, com a superação de obstáculos, busca pela realização pessoal e expressão de sentimentos em função dos esforços despendidos para o alcance do resultado esperado (McCLELLAND, 1972 apud FREITAS et al., 2009). A Tabela 4 discorre sobre as características relacionadas ao TP dos discentes pesquisados.

Tabela 4 - Características empreendedoras dos discentes do curso de Administração voltadas à função Traços de Personalidade (TP)

Questões	Características	Respostas SEM	Respostas COM
----------	-----------------	---------------	---------------

		características empreendedoras		característica empreendedora	
		Nº respostas	Percentual (%)	Nº respostas	Percentual (%)
2	TP	34	33%	70	67%
3	TP	68	63%	40	37%
6	TP	29	29%	71	71%
7	TP	21	20%	83	80%
10	TP	26	26%	74	74%
13	TP	68	65%	36	35%
14	TP	75	69%	33	31%
15	TP	80	77%	24	23%
16	TP	34	33%	70	67%
18	TP	53	51%	51	49%
29	TP	48	46%	56	54%
32	TP	42	40%	62	60%

Fonte: dados da pesquisa.

Na Tabela 4 constata-se que dentre as respostas com características empreendedoras a maior pontuação foi obtida pela Questão 7 “Eu não descansarei até que nós sejamos os melhores” com 80% das respostas. A segunda posição encontra-se a Questão 10 “Eu tenho a deixar minha cabeça governar meu coração” que atingiu 74% das respostas. Na terceira posição têm-se a Questão 6 “Eu gosto de abordar situações de uma perspectiva analítica” com 71% das afirmações. E a quarta posição é dividida pelas questões 2 “Eu gosto de pensar em mim mesmo com uma pessoa criativa” e 16 “O dinheiro que vem com o sucesso é a coisa mais importante” ambas com 67% das respostas. Para Koernijezuk (2004) em seus resultados relacionados aos Traços de Personalidade (TP) as questões que obtiveram a maior pontuação dentre os empresários foram às questões 10, 16, 7 e 2 corroborando parcialmente com os achados desta pesquisa.

Entretanto, com as respostas sem as características empreendedoras percebe-se que a Questão 15 “Eu penso que eu sou uma pessoa prática” apresentou a maior pontuação 77%. Na sequência, aparecem as Questões 14 “Eu anseio pelo dia em que gerenciar este negócio seja simples”, 13 “As pessoas que trabalham para mim gostam de mim” e 3 “Eu não teria iniciado este negócio se eu não tivesse certeza de que seria bem sucedido” com 69%, 65% e 63% respectivamente. Na pesquisa realizada por Koernijezuk (2004) as questões com maior pontuação foram 3 com (81,7%), 15 (76,9%) e 13 (60,4%) corroborando parcialmente com os achados do estudo.

E por fim, a função Propensão ao Risco (PR) é entendida como a associação com a possibilidade de algo não acontecer da forma como se espera (FREITAS et al., 2009). Na Tabela 5 abordam-se as características empreendedoras dos discentes voltadas à função Propensão ao Risco (PR).

Tabela 5 - Características empreendedoras dos discentes do curso de Administração voltadas à função Propensão ao Risco (PR)

Questões	Características	Respostas SEM características empreendedoras		Respostas COM característica empreendedora	
		Nº respostas	Percentual (%)	Nº respostas	Percentual (%)
26	PR	22	21%	82	79%
30	PR	11	11%	93	89%
31	PR	50	48%	54	52%

Fonte: dados da pesquisa.

Verifica-se na Tabela 5 com relação às respostas dos discentes com características empreendedoras que a Questão 30 “Se você quer que este negócio cresça, você tem que assumir alguns riscos” atingiu a maior pontuação 89% das respostas, seguida pela Questão 26 “Se você quer exceder a concorrência, você tem que assumir alguns riscos” com 79%. Este resultado coaduna com os achados de Koernijezuk (2004).

Porém, em relação às respostas dos discentes sem características empreendedoras percebe-se que a Questão 31 “A coisa que eu mais sinto falta em trabalhar para alguém é a segurança” atingiu 48% das respostas. Este resultado diverge dos achados de Koernijezuk (2004).

5.4 Classificação dos discentes pesquisados a partir do CEI

A seguir são apresentados os resultados da aplicação do índice do *Carland Entrepreneurship Index* (CEI) nos discentes do curso de Administração de uma instituição de ensino superior de Santa Catarina, conforme Tabela 6. E na sequência a comparação dos achados desta pesquisa com estudos empíricos anteriores que utilizaram o CEI, dispostas na Tabela 7.

Tabela 6 – Classificação do índice de Carland Entrepreneurship Index (CEI)

Categoria do CEI	Número de observações	Percentual (%)
Micro-Empreendedor	14	13,46%
Empreendedor	87	83,65%
Macro- Empreendedor	3	2,88%
Total	104	100,00%

Fonte: dados da pesquisa.

Na Tabela 6 constata-se que dentre os discentes do curso de Administração estudados ocorre com potencial empreendedor, uma vez que a categoria empreendedor obteve 83,65% das respostas, seguida pela categoria micro-empreendedor com 13,46% e a categoria macro-empreendedor com apenas 2,88%. Cabe destacar ainda que, o cálculo geral do CEI atingiu uma média de 19,21 pontos para a amostra deste estudo. Estes achados corroboram com Culti-Gimenez et al. (2006) que atingiram uma média geral 16,5 pontos com a aplicação do índice, sendo a categoria empreendedora a mais representativa, além de corroborar com os achados de Koernijezuk (2004) com obtiveram uma média geral de 18,06 pontos. Na sequência, a Tabela 7 efetua uma comparação dos resultados desta pesquisa com os estudos anteriores que aplicaram o CEI em contextos nacionais diferenciados.

Tabela 7 – Comparação dos achados da pesquisa com os estudos anteriores que utilizaram o CEI

Dimensões	Achados da pesquisa	Vieira et al. (2013)	Freitas et al. (2009)	Culti-Gimenez et al. (2006)	Ferreira (2005)	Kornijezuk (2004)
Micro-Empreendedor	13,46%	33%	12,9%	15,65%	41,75%	28,4%
Empreendedor	83,65%	67%	86,5%	83,67%	57,28%	67,5%
Macro-Empreendedor	2,88%	0%	0,6%	1,00%	1,00%	4,1%

Fonte: dados da pesquisa.

Na Tabela 7, observa-se a comparação dos resultados desta pesquisa com os estudos empíricos anteriores que utilizaram o CEI. Vieira et al. (2013) buscaram verificar a existência de diferentes configurações no processo de formação da estratégia em pequenas empresas de comércio de Londrina/PR. O estudo foi realizado com 100 empresas de comércio da região central de Londrina em que o instrumento de pesquisa foi aplicado pessoalmente com o principal dirigente da empresa. Os resultados revelaram que a atitude empreendedora do principal gerente dessas pequenas empresas enquadra-se na categoria empreendedora com 67% das respostas.

Freitas et al. (2009) tiveram como objetivo aferir o potencial empreendedor de proprietários de pequenos negócios, tomadores de microcrédito, através da utilização do *Carland Entrepreneurship Index* (CEI) e sua associação com aspectos do capital humano e gênero. O estudo contemplou 171 empreendedores informais, clientes do programa de microcrédito Crediamigo. Os achados da pesquisa revelaram a existência da associação entre o potencial empreendedor e escolaridade e idade, não sendo identificadas associações com a experiência na atividade, nem diferenças significativas entre o potencial empreendedor de homens e mulheres. Cabe mencionar ainda que, a maioria dos empreendedores analisados enquadra-se na categoria empreendedor proposto no índice de CEI.

Culti-Gimenez et al. (2006) identificaram o comportamento empreendedor de alunos de um curso de graduação em turismo, que tem entre seus objetivos, o desenvolvimento de competências empreendedoras nos alunos. A amostra é composta por 147 respondentes. Os resultados os alunos analisados configuram-se como empreendedores e obtiveram uma média teórica de 16,5 pontos mediante a aplicação do índice CEI.

Ferreira (2005) teve como objetivo investigar a associação entre os índices de potencial empreendedor e de liderança criativa, bem como, as variáveis: desempenho e porte da empresa, gênero, idade e grau de instrução dos dirigentes, extraídos de uma amostra das empresas que comercializam materiais de construção civil em Curitiba/PR. A amostra é composta por 87 empresas que atuam no segmento do comércio varejista de materiais de construção civil da Curitiba/PR. Concluiu-se com o estudo que o índice de potencial empreendedor está relacionado com a liderança criativa, estes não são influenciados pelo gênero, mas podem ser suscetíveis ao grau de instrução dos respondentes. Destaca-se ainda que o CEI é maior entre os jovens até 30 anos e diminui para os indivíduos com mais de 43 anos.

Denota-se que a aplicação do índice do *Carland Entrepreneurship Index* (CEI) nos discentes do curso de Administração de uma instituição de ensino superior de Santa Catarina revela o perfil empreendedor destes discentes, além de corroborar com os achados de Viera et al. (2013), Freitas et al. (2009), Culti-Gimenez et al. (2006), Ferreira (2005) e Koernijezuk (2004). Para Carland et al. (1984) o indivíduo empreendedor é aquele capaz de identificar oportunidades, utilizar-se de criatividade para aproveitá-las, detém capacidade de implementação de suas ideias, se dispõem a correr riscos relativos, além de realizar com sucesso processos de inovação.

6 Considerações Finais

Esta pesquisa teve como objetivo analisar o potencial empreendedor dos discentes do curso de Administração de uma instituição de ensino superior privada a partir do índice *Carland Entrepreneurship Index (CEI)*. Amostra é composta por 104 discentes do curso de Administração de uma instituição de ensino superior privada localizada no estado de Santa Catarina. Na metodologia optou-se por uma pesquisa descritiva com uma abordagem quantitativa dos dados. Resgata-se a seguir, a indagação principal desta pesquisa: *Qual o potencial empreendedor dos discentes do curso de Administração de uma instituição de ensino superior privada?*

Em resposta a esta indagação foi possível constatar em relação ao perfil dos 104 discentes analisados, 65 pessoas são do gênero feminino e 39 do gênero masculino, com uma faixa etária média de 25,84 anos. Na amostra, verifica-se 87% dos discentes analisados trabalham, enquanto apenas 13% não trabalham. Sendo que dentre os discentes que atuam no mercado de trabalho 43% atua no segmento de serviços, 35% atua no segmento do comércio e 9% em instituições de ensino. Outro aspecto relevante diz respeito à intenção dos discentes analisados em abrir seu próprio negócio corresponde a 59% da amostra.

Quanto à distribuição das respostas fornecidas pelos discentes na escala do CEI verifica-se que a questão que recebeu o maior número de resposta foi a Questão 21 “Eu tenho percebido que gerenciar um negócio cai na rotina” com 23%, seguida pelas questões 20, 19, 18 e 17 essas questões estão voltadas para as peculiaridades da gestão de uma organização (rotinas de trabalho, gerenciamento, planejamento, criatividade, raciocínio lógico no processo de tomada de decisão). Estes achados corroboram parcialmente com os achados de Koernijezuk (2004) e Culti-Gimenez (2006).

No que tange, as características empreendedoras medidas pelo CEI percebe-se que as quatro dimensões: Postura Estratégica (PE), Propensão ao Risco (PR); Traços de Personalidade (TP) e Propensão à Inovação (PI) encontram-se presentes neste estudo e estes resultados corroboram parcialmente com as pesquisas realizadas por Koernijezuk (2004) e Culti-Gimenez (2006).

Em relação à classificação pelo CEI consta-se que os discentes analisados apresentam um potencial empreendedor uma vez que esta categoria de acordo com o índice proposto por Carland e Carland (1996) obteve 83,65% das respostas. Na sequência com 13,46% encontram-se a categoria micro-empreendedor e com 2,88% na categoria macro-empreendedor. Estes resultados corroboram com os achados de Koernijezuk (2004), Ferreira (2005), Culti-Gimenez et al. (2006), Freitas et al. (2009) e Viera et al. (2013). Ressalta-se ainda no que concerne ao cálculo geral do CEI esta pesquisa atingiu uma média de 19,21 pontos e esse resultado coaduna com os achados de Culti-Gimenez et al. (2006) que obteve a média geral de 16,5 pontos quando analisou os discentes do curso de Turismo e com os resultados de Koernijezuk (2004) que atingiu uma média geral de 18,06 pontos quando estudou os empresários.

E por fim, infere-se que o CEI revelou a presença do potencial empreendedor entre os discentes analisados do curso de Administração da instituição de ensino superior pesquisada. Estes apresentaram as quatro dimensões do índice proposto por Carland e Carland (1996). Os achados do estudo coadunam com a afirmação de Carland (1984) quando menciona que todo o indivíduo empreendedor é capaz de identificar oportunidades, utilizar-se de criatividade para aproveitá-las, além de deter capacidade para implementar essas ideias e ainda estar propenso a correr os riscos relativos para obter o sucesso nos processos inovadores que pretende realizar. Dessa forma, sugere-se

para futuras pesquisas a comparação deste estudo com outras instituições de ensino superior, bem como com outros cursos de graduação e pós-graduação para aferir o potencial empreendedor dos discentes.

Referências

- CAIRD, S. Enterprise competencies: an agenda for research. **Journal of European Industrial Training**, 14, n.7, p. 3–8, 1990.
- CANTILLON, R. **Essai sur La Nature du Commerce em Général**. 1755. Reeditado e traduzido por The Royal Economic Society by Frank Cass and Company Ltd. London. 1959.
- CARLAND J. W.; CARLAND, J. A. C.; ENSLEY, M. D. Hunting the Heffalump: the Theoretical Basis and Dimensionality of the Carland Entrepreneurship Index. **Academy of Entrepreneurship Journal**, v. 7, n 2, 2001.
- CARLAND, J. C.; CARLAND, J. W. The theoritetical bases and dimensionality of the carland entrepreneurship index. In: RISE Conference, 1996 University of Jyväskylä, Filand, p.1-24. Disponível em: <<http://www.thedrscarland.com>>. Acesso em 10 out. 2013.
- CARLAND, J. A.; CARLAND, J. W.; STEWART, W. H. Seeing what's not there: the enigma of entrepreneurship. **Journal of Small Business Strategy**, v. 7, n. 1, p. 1-20, 1996.
- CARLAND, J. W.; HOY, F.; CARLAND, J.A.C. "Who is an Entrepreneur?" Is a Question Worth Asking. **American Journal of Small Business**. 33–39, 1988.
- _____; HOY, F.; BOULTON, W.; CARLAND, J. A. C. Differentiating entrepreneurs from small business owners: a conceptualization. **Academy of management review**, v. 9, n. 2, p. 354-359, 1984.
- CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A. **Metodologia científica**. 5.ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2002.
- CLEYN, S. H.; BRAET, J. Do board composition and investor type influence innovativeness in SMEs? **Int Entrep Manag J**, v. 8, p. 85-308, 2012.
- CRUZ JÚNIOR, J. B.; ARAÚJO, P.C.; WOLF, S. M.; RIBEIRO, T. V. A. Empreendedorismo e Educação Empreendedora: Confrontação Entre a Teoria e Prática. **Revista de Ciências da Administração**. v. 8, n.15, jan/jun, 2006.
- CULTI-GIMENEZ, S.; COSTA, M. I.; SCHYPULA, A.; GIMENEZ, F. A. P. Comportamento empreendedor de alunos do curso de turismo. **Cadernos da Escola de Negócios**. v.4, n.4, jan./dez. 2006.
- DOLABELA, F. **Oficina do Empreendedor**: A metodologia do ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. São Paulo: Cultura, 2008.
- ESCOBAR, M. A. R. **Relação das capacidades dinâmicas e orientação Empreendedora com o desempenho em agências de viagens moderada pelo ambiente organizacional percebido**. 2012. 202 f. Tese (Doutorado em Administração) Programa de Pós-Graduação da Universidade do Vale do Itajaí, Biguaçu, 2012.
- FERREIRA, J. M. **Potencial empreendedor e liderança criativa: um estudo com varejistas de materiais de construção da cidade de Curitiba/PR**. 2005. 133 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Católica do Paraná, Curitiba, 2005.
- FERREIRA, J. M.; GIMENEZ, F. A. P.; RAMOS, S. C. Potencial empreendedor e liderança criativa: um estudo com varejistas de materiais de construção da cidade de Curitiba/PR. **Revista de Administra da UNIMEP**, São Paulo, v.3, n.3, p.45, set./dez. 2005.
- FREITAS, A. A. F.; RIBEIRO, R. C. L.; BARBOSA, R. T.; PATRICIO, P. E. A. O potencial empreendedor de empreendedores informais clientes de programas de microcrédito: uma avaliação sob as perspectivas de capital humano e gênero. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 33, 2009. **Anais...** São Paulo: ANPD, 2009. CD-ROM.
- FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração da USP**, v. 34, n. 2, abr./jun. 1999.

- GAIÃO, B. F. S.; SILVA, T. A.; QUEIROZ, C. T. A. P.; LIRA, W. S.; PEDROSA, A. S.; CÂNDIDO, G. A. Diagnóstico da tendência empreendedora através o modelo de durham: um estudo de caso no setor educacional. **Qualit@s Revista Eletrônica**. v.8. n 3, 2009.
- GIBB, A. A. Entrepreneurial core capacities, competitiveness and management development in the 21st century, Keynote speech at the Internationalizing Entrepreneurship. In: Education and Training 8th annual Conference, 1998 European Business School, Oestrich-Winkel, Germany.
- HISRICH, R. D. Entrepreneurship/intrapreneurship. **American Psychologist**. v. 45, n 2, 209-222, 1990.
- INÁCIO JÚNIOR, E.; GIMENEZ, F. A. P. Potencial Empreendedor: um Instrumento para mensuração. **Revista de Negócios**. v. 9, n. 2, 107-116, 2004.
- MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- MARTINS, G.; THEÓPHILO, C. R. **Metodologia da Investigação Científica para Ciências Sociais Aplicadas**. São Paulo: Atlas, 2007.
- PALMER, M. The application of psychological testing to entrepreneurial potential. **California Management Review**, v. 13, n. 3, p. 32-39, 1971.
- RUSSO, R. F. S. M.; SBRAGIA, R. Tendência empreendedora do gerente: uma análise de sua relevância para o sucesso de projetos inovadores. **Gestão e Produção**. v. 14, n. 3, 581-593, 2007.
- SANTOS, P. C. F.; MINUZZI, J.; CRUZ, N. J. T. O ensino de empreendedorismo nos cursos de administração: sugestões a partir do perfil empreendedor de estudantes alagoanos e catarinenses. In: ENCONTRO DE ENSINO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE, 1, 2007, Recife, PE. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2007. 1 CD-ROM.
- SAY, J. B. A Treatise on Political Economy; or the Production, Distribution, and Consumption of Wealth, ed. Clement C. Biddle, trans. C. R. Prinsep from the 4th ed. of the French, Philadelphia: Lippincott, **Grambo & Co.** 4th-5th ed. 1855.
- SOUZA, E. C. L.; FRACASSO, E. M.; LOPEZ JÚNIOR, G. S. Empreendedorismo e Atitude Empreendedora: Conceitos e Construção de Escalas. In: ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS, 5, 2008. **Anais...** São Paulo: ABREPO, 2008. CD-ROM.
- SHUMPETER, J. A. Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung. Leipzig, Verlag Von Duncker & Humblot. 1911. Traduzido por Markus C Becker e Thorbjorn Knudsen. The fundamental Phenomenon of Economic Development. **American Journal of Economics and Sociology**. v. 61, n 2, 405-437, 2002.
- THOMPSON, J.; BOLTON, B. Entrepreneurs Talent, Temperament, Technique, 2nd edition , Great Britain: **Elsevier**, 1-11, 2004. Disponível em <<https://www.dawsonera.com/readonline/9780080472683/startPage/6>>. Acesso em 21 set. 2013.
- VIEIRA, S. F.; NEGREIROS, L. F.; MELATTI, G. A.; GIMENEZ, F. A. P.; SOUZA, J. F. C. F. ; PELISSON, C. Formação de estratégias em micro e pequenas empresas do comércio de Londrina: uma abordagem sob a perspectiva das configurações. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, v.7, n. 1, jan./abr. 2013.
- KIRBY, D. A. Entrepreneurship education: can business schools meet the challenge? **Education + Training**. v. 46, n 8-9, p.510-519, 2004.
- KORNIJEZUK, F. B. S. **Características empreendedoras de pequenos empresários de Brasília**. 2004. 129 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Ciência da Informação e Documentação da Universidade de Brasília, Distrito Federal, 2004.