

Empresa Júnior E Formação Empreendedora De Discentes Do Curso De Administração

Flávia Lorene Sampaio Barbosa

Universidade Federal do Piauí
E-mail: flsbarbosa@hotmail.com

Alexandre Rabelo Neto

Universidade Federal do Piauí
E-mail: alexandrenaka@hotmail.com

Roseilda Nunes Moreira

Faculdade 7 de Setembro - Universidade de Fortaleza
E-mail: roseilda@fa7.edu.br

Fabiana Pinto de Almeida Bizarria

Universidade de Fortaleza - Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira
E-mail: bianapsq@hotmail.com

Resumo

Considerando a abrangência da área de atuação do curso de administração e a importância da prática profissional durante o processo de formação acadêmica, o estudo buscou analisar a contribuição da empresa júnior na formação empreendedora dos discentes de administração. Foi realizada uma pesquisa bibliográfica e de campo, a partir de uma abordagem quantitativa *survey*, nas empresas juniores em atividade na cidade de Teresina-PI. Os resultados da pesquisa demonstraram que a formação empreendedora dos discentes pesquisados pode estar relacionada, de forma significativa, com o desenvolvimento pessoal durante a graduação e com aspectos ligados à liderança e a delegação de responsabilidades. Para driblar as limitações desse estudo, recomenda-se que novas investigações ampliem a amostra e considerem uma abordagem longitudinal, no sentido de apreender o processo formativo favorecido pelas empresas júnior. Considerando a influência que a vivência empreendedora pode suscitar, acredita-se que a investigação elabore um caminho de pesquisa que marca a presença da empresa júnior na formação acadêmica, em especial, na confrontação do empreendedorismo como teoria e como prática.

Palavras-chave: Discentes. Empreendedorismo. Formação. Empresa Júnior.

Artigo submetido em 23/07/2015 e aprovado em 04/12/2015, após avaliação double blind review.

Junior Enterprise And Entrepreneurial Management Training Course Students

Flávia Lorenne Sampaio Barbosa

Universidade Federal do Piauí
E-mail: flsbarbosa@hotmail.com

Alexandre Rabelo Neto

Universidade Federal do Piauí
E-mail: alexandrenaka@hotmail.com

Roseilda Nunes Moreira

Faculdade 7 de Setembro - Universidade de Fortaleza
E-mail: roseilda@fa7.edu.br

Fabiana Pinto de Almeida Bizarria

Universidade de Fortaleza - Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira
E-mail: bianapsq@hotmail.com

Abstract

Considering the scope of the course area of operation management and the importance of professional practice during the process of academic education, the study investigates the junior company contribution to the entrepreneurial training of management students. A literature and field research was conducted, from a quantitative survey approach, in junior companies active in the city of Teresina PI. The survey results showed that the entrepreneurial training of surveyed students may be related, significantly, with the personal development during graduation and aspects of leadership and the delegation of responsibilities. To circumvent the limitations of this study, it is recommended that further investigations broaden the sample and consider a longitudinal approach, to grasp the educational process favored by junior companies. Aware of the influence that the entrepreneurial experience may raise, it is believed that the investigation work out a research path that marks the presence of the junior company in academia, especially in the confrontation of entrepreneurship as theory and as practice.

Keywords: Learners. Entrepreneurship. Formation. Junior Company.

Manuscript received on July 23, 2015 and approved on December 04, 2015, after two rounds of double blind review.

1 Introdução

A relevância do estudo do empreendedorismo é notável para o desenvolvimento socioeconômico de qualquer país. A riqueza de uma nação é medida por sua capacidade de produzir, em quantidades suficientes, os bens e serviços necessários para o bem-estar da população (DEGEN, 1989). A preocupação com a criação de pequenas empresas duradouras e a necessidade da diminuição das altas taxas de mortalidade desses empreendimentos são alguns dos motivos para o crescimento da popularidade do termo (Souza Neto et al., 2007).

O tema empreendedorismo apresenta um crescimento acentuado nos principais periódicos internacionais, especialmente após a década de 1990. “O número de artigos aumentou de 26 em 1990 para 83 em 2000, chegando a 824 artigos publicados em 2012”. (Almeida, 2013). Pesquisa de tendências para 2020 realizada por Wright, Silva & Spers (2010), indica que há uma expectativa de aumento na participação das atividades empreendedoras no mundo do trabalho, especialmente relacionadas às novas configurações de trabalho e à melhoria da educação, que possibilitará maior consolidação teórica do tema, favorecendo a formação empreendedora.

Muito se tem estudado e discutido no mundo acadêmico, sobretudo nas últimas décadas, a respeito da importância do empreendedorismo. A compreensão de como o empreendedorismo acontece e como pode ser ensinado mostra-se relevante para que os indivíduos possam aumentar suas chances de identificar e explorar oportunidades, bem como para o desenvolvimento de uma cultura favorável ao empreendedorismo (Neck & Greene, 2011).

Na vida universitária encontram-se vários desafios, e um deles é transpor a teoria e os conhecimentos que são adquiridos ao longo do curso, de tal maneira que eles possam ser aplicados de forma prática na sociedade, visando desenvolver o crescimento profissional, pessoal e acadêmico do aluno. Nesses termos, as empresas juniores representam laboratórios que podem ajudar estudantes a operacionalizar o conhecimento adquirido na academia (Feitosa & Firmo, 2012).

As empresas juniores (EJs) são associações civis sem fins lucrativos que visam proporcionar aos estudantes de graduação a aplicação e aprimoramento dos conhecimentos teóricos obtidos ao longo da formação acadêmica (Fanaya Júnior et al., 2010; Rodrigues et al., 2010). Uma associação sem fins econômicos, constituída e gerida, exclusivamente, por estudantes que cursam o ensino superior (Brasil Júnior, 2011), com o intuito de promover

novas competências, além daquelas adquiridas dentro de sala de aula, com a perspectiva de aproximá-los do mercado de trabalho (Matos, 1997).

O Movimento Empresa Júnior (MEJ) cresceu no Brasil nos últimos anos, sendo reconhecido como o país com maior número de EJs no mundo, com aproximadamente, 1.120 associações e 27.800 empresários juniores (Brasil Júnior, 2010). A empresa júnior é um ambiente que propicia as condições necessárias para fortalecer e desenvolver aspectos empreendedores e gerenciais, além de motivar seus participantes, mostrando-lhes a viabilidade e a utilidade prática da gestão e do empreendedorismo (Moretto Neto et al., 2004).

Com base no exposto, o estudo realizado concentra-se no seguinte problema de pesquisa: Qual a contribuição da empresa júnior para a formação empreendedora dos alunos do curso de administração?

Sabendo que uma importante característica da empresa júnior pode ser proporcionar a formação profissional mediante a aplicação prática de conhecimento teórico, o objetivo geral da pesquisa é: analisar a contribuição da empresa júnior para a formação empreendedora dos alunos do curso de administração.

Para que o objetivo geral fosse alcançado, foram traçados os seguintes objetivos específicos: a) abordar o referencial teórico pertinente sobre a contribuição da empresa júnior para a formação empreendedora; b) identificar as atividades que contribuem para o desenvolvimento profissional dos discentes do curso de administração; c) identificar os aspectos relacionados ao desenvolvimento pessoal e acadêmico dos alunos do curso de administração; d) identificar o perfil empreendedor dos alunos de administração que participam de EJs.

A importância deste trabalho se reflete em demonstrar o papel que a empresa júnior desempenha no que diz respeito ao desenvolvimento profissional, pessoal e acadêmico, dos alunos de Administração, buscando motivá-los a participar de atividades extracurriculares, contemplando o tripé da universitário: ensino, pesquisa e extensão, agregando conhecimentos e técnicas necessárias ao mercado de trabalho, e desta forma, buscando desenvolver o espírito empreendedor, com o objetivo de gerar novas habilidades e pessoas voltadas para uma perspectiva mais proativa (Oliveira, 2003).

2 Empreendedorismo

O empreendedorismo é um fenômeno de abrangência internacional, que tem sido muito discutido e difundido no Brasil nos últimos anos, mais precisamente no final dos anos 90. Muitos autores discutem o tema, tornando-o popular entre os fatores ligados ao desenvolvimento econômico e geração de empregos e riqueza ao país (Silva & Martins, 2010). Com as grandes mudanças tecnológicas, o empreendedorismo torna-se cada vez mais importante no cenário mundial (Dolabela, 2008).

O termo empreendedorismo tem origem francesa, “*entrepreneur*”, e veio à tona por volta do século XVII ou XVIII. Trata-se de um campo de atuação ocupado por aquele que empreende um projeto ou atividade significativa. Com o tempo, esse termo passou a identificar indivíduos arrojados que influenciavam o desenvolvimento econômico ao descobrirem novas e melhores formas de fazer as coisas. Atribui-se a Jean Baptiste Say a autoria desse significado que propunha que o empreendedor movimentava recursos econômicos de uma área de baixa produtividade para outra de maior produtividade e rendimento (Dess, 1998).

No século XX, o economista Joseph Schumpeter descreveu os empreendedores como indivíduos inovadores que conduzem o processo “criativo/destrutivo” do capitalismo (Silva & Martins, 2010). Na visão de Schumpeter, a função dos empreendedores é reformar ou revolucionar o padrão de produção, estando essa atividade intimamente ligada à inovação de processos e de tecnologia (Dees, 1998). Os estudos de Schumpeter colaboraram para o desenvolvimento da teoria e prática do empreendedorismo (Bom Angelo, 2003).

Empreendedorismo é definido como um processo complexo e multifacetado, no qual as variáveis sociais, como mobilidade social, cultura, sociedade; econômicas, como incentivos de mercado, políticas públicas, capital de risco e psicológicas influenciam o ato de empreender (Gimenez & Inácio Júnior, 2002). Dentre as diversas características do empreendedorismo, algumas das mais citadas são: necessidade de realização, propensão ao risco, criatividade, visão, alta energia, postura estratégica e autoconfiança (Gimenez & Inácio Júnior, 2002).

O empreendedorismo também é representado como um processo de geração e agregação de valor através de novas combinações ou recombinações de recursos em ambientes incertos e ambíguos (Wunderer, 2001). O empreendedorismo é o processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos

financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal (Hisrich & Peters, 2009).

Os estudos sobre empreendedorismo iniciam pelas características ou traços da personalidade do empreendedor. Amplamente difundida e ainda utilizada por pesquisadores ao redor do mundo, a abordagem dos traços evoluiu e se consolidou (Salussi & Andreassi, 2013). Uma segunda fase percebe o empreendedorismo sob a perspectiva de processo, a unidade de análise, antes voltada para o empreendedor, agora migra para a relação entre o indivíduo e a oportunidade (Shane, 2012). A abordagem atual é o empreendedorismo como processo cognitivo, o foco volta a ser o empreendedor. A abordagem cognitiva tem seu nível de análise ampliado para o time envolvido no processo empreendedor e, mais especificamente, na possibilidade de se aprender a pensar de forma empreendedora (Neeck & Greene, 2011).

O empreendedorismo pode ser analisado sob três ângulos: o contexto, que são as condições ou os efeitos sobre a ação empreendedora; o ator, que é o próprio empreendedor; e, novamente, a ação, que é o processo empreendedor, ou seja, como o empreendedor, com base na identificação de uma oportunidade no ambiente de negócios, desenvolve e gera as ações necessárias para concretizar sua ideia. Esses resultados levaram à compreensão do conceito de empreendedor sob o ângulo do ator social. Trata-se de alguém corajoso para assumir riscos, criativo, dinâmico, autoconfiante, dedicado, perseverante, ambicioso, inteligente, otimista, inquieto e pouco disciplinado. O ângulo da ação diz respeito à iniciativa, realização, autonomia, aposta no trabalho, diferenciação e transformação de ideias em oportunidades. E, finalmente, o ângulo do contexto, que se mostrou relacionado à concepção da ideia diferente de negócio, com desafios e visão de oportunidades em cenários adversos. Essas reflexões desencadearam discussões acerca dos estímulos à formação empreendedora (Danjou, 2002).

Sobre a formação empreendedora e o desenvolvimento do empreendedorismo no Brasil algumas sugestões são apresentadas, tais como: propagar o ensino de empreendedorismo em todos os níveis educacionais; estimular a pesquisa na área de empreendedorismo; criar sistemas de apoio à atividade empreendedora; política tributária, inclusão empresarial e marcos regulatórios adequados à Pequenas e Médias Empresas - PMEs (Dolabela, 2008). A crescente conscientização por parte das Instituições de Ensino Superior (IES) no sentido de proporcionar aos alunos competências que possibilitem não só a sua inserção em uma sociedade altamente competitiva, como também sua participação no

mercado de trabalho tem possibilitado a implantação de cursos voltados para o empreendedorismo (Souza, 2001).

Cursos com ênfase na perspectiva empreendedora surgiram nos Estados Unidos (EUA), em 1947, idealizados pela escola de Administração de Harvard, com o objetivo de qualificar ex-combatentes da Segunda Guerra Mundial para o mercado de trabalho, mas principalmente para a geração do autoemprego (Guimarães, 2002). O primeiro curso a ensinar empreendedorismo no Brasil surgiu na Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas, em São Paulo, em 1981, como curso de especialização, logo depois em 1984, o curso foi estendido para graduação (Dolabela, 2008).

Nas Instituições de Ensino Superior (IES) este fenômeno decorre, sobretudo, de uma necessidade de preparar os alunos para o mercado de trabalho, considerando as intensas mudanças de um mercado econômico globalizado. O volume de pesquisas acadêmicas sobre educação empreendedora tem apontado seu crescimento e relevância, visto que o número de disciplinas cresceu consideravelmente, contribuindo para que o empreendedorismo seja mais disseminado nas IES (Hisrich & Peters, 2009).

Hoje, muitas IES buscam desenvolver o espírito empreendedor em seus alunos, motivando-os e treinando-os para empreender (Degen, 1989). O fato é que o empreendedorismo no Brasil tem ampliado seu escopo de atuação e de investigação.

2.1 O Empreendedor

O empreendedor, no sentido Schumpeteriano, é um inovador, alguém que provoca o processo de destruição criativa (Sarkar, 2008). Esta clássica definição de empreendedor como aquele que inova sinaliza a necessidade de um olhar mais amplo sobre o empreendedorismo, de forma a contemplar outros elementos e perspectivas que não somente o processo de criação de empresas (Schumpeter, 1982).

O economista Joseph Schumpeter foi o primeiro a caracterizar o empreendedor como uma pessoa que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços e pela criação de novas formas de organização. A ideia de atitude empreendedora, que é, por essência inovativa, fundamenta a discussão do processo de desenvolvimento econômico com foco no indivíduo mobilizador de mudanças intrínsecas ao desenvolvimento (Schumpeter, 1997).

O empreendedor é normalmente aquele que cria novos negócios, mas, também, é possível inovar dentro de negócios já existentes, empresas já constituídas (Schumpeter, 1982). O empreendedor é motivado pela aspiração de mudar o *status quo* da Sociedade e através de sua capacidade de inovar ser reconhecido por sua capacidade de desenvolver economicamente sua região (Schumpeter, 1997). Nessa perspectiva o empreendedor pode escolher oportunidades em ambientes de risco com baixa probabilidade de sucesso influenciado por valores como otimismo e autoconfiança (Shane; Locke & Collins, 2003). Em suma, o empreendedor está associado ao desenvolvimento econômico, à inovação e ao aproveitamento de oportunidades em negócios (Schumpeter, 1982).

Diferentemente, o empreendedor pode ser aquele que cria um equilíbrio, encontrando uma posição positiva em um ambiente de caos sendo aquele que está sempre atento às oportunidades de lucro, observando e identificando quando o mercado dá sinais de alguma demanda não atendida (Kirzner, 1973). Tanto Kirzner (1973) quanto Schumpeter (1982), enfatizam que o empreendedor é um identificador de oportunidades, sempre curioso e atento a informações, melhorando suas chances com mais conhecimentos.

Ser empreendedor significa realizar coisas novas, colocar em prática ideias próprias, assumir riscos e estar presente nas atividades da empresa (Degen, 1989). O empreendedor é aquele que não se cansa de observar negócios, na constante procura de novas oportunidades (Degen, 1989).

O empreendedor é uma pessoa imaginativa caracterizada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos (Filion, 1991). Enquanto as pessoas se mantêm aprendendo sobre possíveis oportunidades e tomando decisões de risco moderado dirigidas à inovação, continuam desempenhando um papel empreendedor. Empreendedor é aquele que, na construção de uma visão de futuro, apresenta um comportamento estratégico e inovador, criando negócios, visando crescimento e lucro (Gimenez et al., 2001).

O empreendedor pauta-se na busca da inovação, com ações proativas com o intuito de obter inovações de forma sistêmica (Dornelas, 2003). No entanto, não basta ser competente, entusiasmado, ativo e preparado, é preciso também que seja racional, flexível, tolerante e persistente, visto que, frequentemente, os empreendedores tomam decisões em ambientes altamente inseguros, com altos riscos, intensas pressões de tempo e considerável investimento emocional (Bom Angelo, 2003).

Dessa forma, destacam-se fatores de diferenciação entre empresário e empreendedor. O empresário trabalha de forma eficiente e efetiva os recursos para alcançar seus objetivos

e metas. O empreendedor define recursos para viabilizá-los, de acordo com sua visão e objetivos. Para os empresários, o padrão de trabalho implica uma análise racional, com o objetivo de adaptar-se às mudanças. Para os empreendedores, o padrão de trabalho está na imaginação, na criatividade, em iniciar as mudanças (Filion, 1999). Contudo são os empreendedores que estão eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riquezas para a sociedade (Dornelas, 2008).

2.2 Características do Empreendedor

O ensino do empreendedorismo, bem como de suas principais características, ainda são objeto de discussão na área do empreendedorismo. No entanto, alguns aspectos são enfatizados como características de jovens empreendedores, como, por exemplo, o trabalho em grupo, o pensamento crítico, habilidade para resolver problemas, o trabalho sob pressão, negociação, liderança, confiança, necessidade de reconhecimento, autoconhecimento, flexibilidade, energia, originalidade, otimismo, iniciativa, perseverança, entre outras (Velasque, 2008; Filion, 1999).

A atitude empreendedora repousa em três aspectos elementares, a intuição, a personalidade voltada para os negócios e a capacidade de superação da oposição do ambiente social. Além desses, a discussão em torno da liderança encerra um tipo empresarial de liderança (Schumpeter, 1997). “Um dos atributos principais do empreendedor é identificar oportunidades, agarrá-las e buscar os recursos para transformá-las em negócio lucrativo, [...] por estar constantemente diante do novo, o empreendedor evolui através de um processo interativo de tentativa e erro” (Dolabela, 2008).

Os empreendedores buscam novas oportunidades, entrar em novos mercados e oferecer novos produtos, e com isso, os aspectos como criatividade, inovação, autonomia e liderança, dentre outros, passam a ser mais valorizados, implicando novas competências, não só para a vida, como também para a sustentabilidade do homem no mundo do trabalho. Isso leva à necessidade de formar pessoas disseminadoras da inovação (Casali et al., 1997).

É observado que ao “analisar tais características, o possuidor de todas elas é alguém muito especial, difícil de encontrar. Por outro lado, tais características são encontradas também em pessoas que não exercem atividades empreendedoras” (Dolabela 2008). Porém,

todas essas características variam de acordo com as atividades que o empreendedor executa em uma dada época ou em função da etapa de crescimento da empresa (Filion, 1999).

O empreendedorismo é comumente visto como “um ramo da administração de empresas. As escolas de administração habitualmente têm um setor, um grupo, uma área de concentração em empreendedorismo” (Dolabela, 2008). Embora a IES seja o ponto de partida, já que é formadora de opinião e multiplicadora do saber, “o aluno empreendedor precisa ser submetido a situações similares àquelas que encontrará na prática. O processo de aprendizagem do empreendedor, na pequena empresa, é essencialmente baseado em ações” (Dolabela, 2008).

No que tange a formação do administrador, pode se considerar que há “dificuldades de se construir um perfil profissional que articule a formação acadêmica e as exigências do mercado de trabalho” (Gondim, 2002), tendo em vista que “as habilidades desejáveis ao administrador, quando não são inatas, têm de ser desenvolvidas ao longo do curso” (Nicolini, 2003).

Ressaltando a importância do aperfeiçoamento contínuo do currículo nos cursos de administração, como forma de capacitar potenciais empreendedores para a gestão de seu próprio negócio e para o crescimento profissional e pessoal do aluno, fica evidenciado, que o empreendedorismo é de grande importância para a formação de graduandos, principalmente no curso de administração.

3 Empresa Júnior na Formação Empreendedora

A Empresa Júnior (EJ) surge como uma possibilidade viável e criativa na perspectiva da formação profissional com forte impacto para a qualificação do profissional. Então, ressalta-se a valorização da empresa júnior como processo, como passagem e transformação do lugar de aluno para profissional (Oliveira, 2005). Desta forma, a empresa júnior insere o aluno no ambiente mercadológico e aproxima-o de reais empreendedores (Moretto Neto et al., 2004). A EJ pode, ainda, contribuir para o crescimento da cultura empreendedora, tanto internamente com seus participantes e demais alunos da instituição, quanto externamente, com a comunidade.

Numa relação mútua entre a IES, estudantes, professores e empresa, as EJs proporcionam uma troca de benefícios com todos os atores participantes, sendo, portanto, uma ferramenta didática para o ensino (Emmendoerfer et al., 2008). Trata-se de um

instrumento didático, visto que a Empresa Júnior gera um ambiente de aplicação das teorias apreendidas, contribuindo para vivência prático-profissional do estudante, desenvolvendo capacitação de empresário júnior, aproximando a vida discente da realidade profissional, e com isso, gerando oportunidades da construção de conhecimento para com o cenário empresarial (Oliveira, 2003; Massensini et al., 2010).

A empresa júnior cumpre parte dos seus objetivos, que é desenvolver habilidades empreendedoras (Velasque, 2008). Assim, ao ingressarem na empresa júnior, os alunos agregam experiência a sua formação acadêmica, com a possibilidade de participar de decisões como líderes de uma empresa. Desenvolvem capacidade de trabalhar em grupo, habilidades gerenciais e de negociar com clientes e fornecedores, criatividade, oratória, liderança e o respeito à liderança, proatividade, sendo uma experiência que antecipa funções profissionais que se estabelecem no mercado de trabalho e nas organizações (Oliveira et al., 2009). Com isso, as empresas que são administradas pelo modo empreendedor, proporcionam uma cultura organizacional que estimula os alunos a gerarem ideias e a participarem de outras atividades que possam produzir um resultado mais criativo (Hisrich & Peters, 2009).

A empresa júnior proporciona ao aluno a oportunidade de aliar a teoria aprendida em sala de aula com a prática do mundo empresarial, possibilitando condições de implantar suas próprias ideias, participar de trabalhos em equipe, exercer a liderança e tomar decisões (Moretto Neto et al., 2004). As responsabilidades e dificuldades de participar de uma empresa júnior incentiva os alunos a serem mais confiantes na busca soluções para os problemas, desenvolvendo o espírito empreendedor. Nesse contexto, a EJ desempenha um papel fundamental nas IES, considerando que o aluno pode desenvolver e aplicar os conhecimentos que aprendeu em sala de aula, favorecendo o perfil empreendedor. A EJ possibilita estimula a busca de conhecimento e atitudes ativas, despertando os alunos para serem protagonista de sua própria história (Nicolini, 2003). Em síntese, a constatação da necessidade de uma formação empreendedora e o crescimento acentuado no número de EJs estimulam reflexões de como essas associações vêm se configurando junto à realidade das IES brasileiras e como as mesmas têm contribuído para a formação profissional de seus integrantes.

4 Método

Optou-se por tipologias de delineamento de pesquisa agrupadas em três grupos: quanto aos objetivos, quanto à abordagem do problema e aos procedimentos (Beuren & Raupp, 2003). No que se refere à pesquisa, com foco principalmente nos objetivos relacionados a este estudo, caracteriza-se como descritiva, pois expõe as características de determinada população ou de determinado fenômeno, podendo também estabelecer correlações entre variáveis e definir sua natureza (Vergara, 2000). A pesquisa investiga a contribuição de empresas júniores para a formação empreendedora dos alunos do curso de administração, bem como também, as atividades que são desenvolvidas que favorecem seu perfil empreendedor.

Quanto à abordagem foi utilizada a abordagem quantitativa, objetivando medir as relações entre variáveis (associação, causa e efeito), visando obter dados mensuráveis de uma amostra finita de indivíduos a partir de uma população pré-definida (Alencar, 2010). Quanto aos procedimentos, foi adotada uma pesquisa bibliográfica e de campo (Gil, 2007). Para tanto, obteve-se um referencial teórico que contribuísse para a identificação e análise dos conteúdos, no que tange os perfis necessários para um jovem empreendedor e sobre a participação da EJ para o desenvolvimento desse perfil, sendo levantadas as atividades que são executadas na EJs e a contribuição dessas atividades para o crescimento profissional, pessoal e acadêmico do aluno.

A pesquisa de campo, que pode estar voltada para o estudo de indivíduos, grupos, comunidades, instituições e outros campos, com vistas à compreensão de vários aspectos da sociedade (Alencar, 2010), deu-se, primeiramente, por meio de um levantamento do número de empresas juniores, na cidade de Teresina. Esse levantamento foi realizado por meio de pesquisas pela *internet*, bem como por contato telefônico. Assim sendo, de um total de 16 (dezesesseis) IES que possuem o curso de administração na cidade de Teresina, apenas 7 (sete) delas possuem empresa júnior no curso de administração, e para constatação efetiva da funcionalidade das mesmas recorreu-se à Confederação Piauiense de Empresa Júnior, que informou que somente 5 (cinco) delas estão ativas, sendo elas; a do Instituto Camillo Filho (ECJ Jr.), Associação de Ensino Superior do Piauí (Aespi Jr.), Faculdade Ademar Rosado (FAR Jr.), Universidade Federal do Piauí (Visconde de Mauá) e Universidade Estadual do Piauí (Executivos Jr.).

Essa pesquisa teve como respondentes alunos do curso de administração que participam como membros efetivos das empresas juniores selecionadas. Correspondendo a

7 (sete) participantes da ECF Júnior, 8 (oito) da FAR Jr., 8 (oito) da Executivos Jr., 26 (vinte e seis) da Visconde de Mauá e 10 (dez) da Aespi Jr., obtendo-se uma população total de 59 alunos. Deste total, 7 (sete) da ECF Júnior, 8 (oito) da FAR Jr., 5 (cinco) da Executivos Jr., sete da Visconde de Mauá e dois da Aespi Jr. contribuíram com a coleta de dados. Com isso, a amostra foi composta por 29 participantes (Malhotra, 2012). Portanto, o índice de resposta foi de, aproximadamente, 49%. O instrumento utilizado na coleta de dados para o desenvolvimento desta pesquisa foi a aplicação de um questionário, contendo oito questões, sendo todas elas fechadas e, por opção dos participantes, os questionários foram encaminhados via *e-mail*.

Na primeira questão, o objetivo foi saber em qual período da graduação os alunos tiveram interesse em ingressar na EJ, nas questões de dois a quatro, o propósito foi saber qual a contribuição da EJ para o crescimento profissional, pessoal e acadêmico do aluno participante, o construto motivação foi analisado com base nas variáveis V1 (Busca por desenvolvimento pessoal) até a variável V11 (Desenvolver capacidade para negociação), para identificar os perfis empreendedores que são desenvolvidos nos alunos, foram utilizadas as variáveis V12 (Saber trabalhar em equipe) até a variável V25 (Habilidade para resolver problemas) e as atividades que favorecem ao crescimento profissional, pessoal e acadêmico, respectivamente, foram medidas a partir das variáveis V26 (Execução e avaliação de projetos para micro e pequenas empresas) até a variável V37 (Promover palestras, cursos, debates e workshops), conforme o quadro 1.

Quadro1: Variáveis utilizadas na pesquisa

P1	Em que semestre da graduação você estava quando ingressou na EJ?
P2	Você concorda que a empresa júnior contribui para o seu aprendizado prático e profissional?
P3	Você concorda que a empresa júnior contribui para o seu desenvolvimento pessoal durante a graduação?
P4	Você concorda que a empresa júnior contribui para a compreensão do conteúdo das disciplinas, em geral para o crescimento acadêmico?
Motivação	(V1) Busca por desenvolvimento pessoal; (V2) Crescimento profissional; (V3) Incentivo de professores e colegas; (V4) Maior conhecimento do campo de atuação do Administrador; (V5) Oportunidade de aplicar o conhecimento teórico; (V6) Elaborar e implementar projetos e estudos que propiciem um maior contato com a realidade social e de mercado; (V7) Vivência em um ambiente empresarial; (V8) Complementação curricular; (V9) Relacionamento interpessoal; (V10) Desenvolver capacidade para negociação.
Participação na EJ	(V11) Saber trabalhar em equipe; (V12) Pró-atividade; (V13) Liderança; (V14) Saber delegar responsabilidades; (V15) Criatividade; (V16) Desenvolvimento de habilidades gerenciais; (V17) Pensamento crítico; (V18) Habilidade para negociação; (V19) Otimismo e confiança; (V20) O trabalho sob pressão; (V21) Inovação e iniciativa; (V22) Autoconhecimento; (V23) Originalidade, flexibilidade; (V24) Habilidade para resolver problemas.

Crescimento profissional, pessoal e acadêmico	(V25) Execução e avaliação de projetos para micro e pequenas empresas; (V26) Atividades de consultoria; (V27) Pesquisas relacionadas a público-alvo e aspectos mercadológicos; (V28) Plano de negócios para organizações; (V29) Treinamentos empresariais; (V30) Recrutamento e seleção; (V31) Atividades de Gestão Administrativo-Financeira; (V32) Cursos de capacitação; (V33) Pesquisas de mercado; (V34) Atividades de projetos sociais para a comunidade; (V35) Atividades de divulgação da EJ na comunidade acadêmica; (V36) Promover palestras, cursos, debates e workshops.
---	--

Fonte: autores

Os questionários foram aplicados no período de 14/10 à 10/11/2013. Adotou-se para o formato de respostas a escala *Likert* de cinco pontos (níveis de respostas), de forma a medir o nível de concordância ou não concordância à afirmação (Gil, 2007). As cinco alternativas de resposta foram: 1- concordo totalmente; 2 - concordo parcialmente; 3 – indiferente; 4 - discordo parcialmente e; 5 - discordo totalmente. Para a elaboração do questionário utilizou-se o referencial teórico proposto no trabalho, com o propósito de responder ao problema central desta pesquisa a partir do objetivo geral e específicos traçados para a pesquisa, conforme o quadro 1.

Quadro 2: Matriz das questões com base nos autores do trabalho.

QUESTÕES	AUTORES
P1, P2, P3 e P4	Moretto Neto et al. (2004); Brasil Júnior (2011); Carvalho (2003); Oliveira (2005); CBEJ (2012)
P5	Bardagi et al. (2006); Moretto Neto et al. (2004)
P6	Casali et al. (1997); Dolabela (2008); Dornelas (2003); Gimenez (2001); Fillion (1997/1999); Oliveira et al. (2009); Velasque (2008); Nicolini (2003).
P7	Brasil Júnior (2011); Carvalho (2003); CBEJ (2009/2012); Moretto Neto et al. (2004); Oliveira (2003); Stawinski (2006).

Fonte: autores

O tratamento dos dados, inicialmente, buscou identificar e analisar os *missing values* (valores perdidos), com o objetivo de identificar os padrões existentes nos dados perdidos que caracterize esse processo. Nessa fase o pesquisador deve tomar a decisão de ignorar ou não os dados que acontecem aleatoriamente nas variáveis (Hair et al., 2009). Assim sendo, optou-se por desconsiderar os *missing values* por serem de natureza completamente aleatória. No que se refere aos *outliers*, não houve necessidade de correção, visto que os mesmos não interferiram no padrão dos dados a serem analisados (Hair et al., 2009; Corrar et al., 2009). Na análise de *outliers*, utilizou-se o *boxplot* para identificar possíveis erros de digitação dos dados.

Outro procedimento de pré-tratamento utilizado foi a verificação da normalidade das variáveis como requisito para os testes estatísticos univariados e multivariados do estudo

(Hair et al, 2009). Primeiramente, verificou-se a normalidade de cada variável isoladamente e depois a normalidade multivariada demonstrando que as combinações das variáveis univariadas também são normais. Foram utilizados os testes *Shapiro-Wilks* e *Kolmogorov-Smirnov* para determinar o nível de significância para as diferenças em relação à distribuição normal. Buscou-se, por meio da análise da matriz de correlação dos indicadores de cada *construto*, avaliar a colinearidade entre os indicadores. A análise foi feita com o auxílio do *Software SPSS 19.0 (Statistical Package for Social Sciences)* para análises das técnicas multivariadas.

Com o objetivo de identificar as relações entre os *construtos* e a formação empreendedora do profissional de Administração, utilizou-se análise de regressão multivariada por meio do método hierárquico, visto que o método *stepwise* não se aplica a esse estudo por conta de uma limitação relacionada a amostra (Hair et al, 2009). Essa técnica possibilita prever o poder de variáveis dependentes (variável prevista ou explicada), em função das variáveis independentes (variáveis explanatórias ou preditoras) possibilitando, também, um poder analítico nas relações entre as variáveis (Hair et al, 2009). Buscou-se por meio da análise de regressão o estabelecimento de uma relação funcional entre as variáveis do estudo para a descrição do fenômeno formação empreendedora do profissional de administração. Diante disso, tem-se que a estimativa mais adequada será aquela que apresenta a menor diferença entre os valores reais observados e os valores estimados pelo modelo, ou seja, o menor resíduo ponderado entre todas as observações reais e as estimadas (Corrar et al., 2009; Hair et al., 2009). A seguir, apresentam-se os resultados da pesquisa, bem como a análise e a discussão dos mesmos.

5 Análise dos resultados

Inicia-se esse tópico com a apresentação das características dos pesquisados que compuseram a amostra, com 29 casos válidos. Assim sendo, observou-se uma maior predominância de discentes do quarto período do curso de Administração de Empresas, com 37,9% da amostra, seguido dos discentes do terceiro período com 20,7% da amostra, conforme a tabela 1.

Tabela 1: Características dos respondentes

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	periodo2	2	6,9	6,9	6,9
	periodo3	6	20,7	20,7	27,6
	periodo4	11	37,9	37,9	65,5
	periodo5	4	13,8	13,8	79,3
	periodo6	3	10,3	10,3	89,7
	periodo7	3	10,3	10,3	100,0
	Total	29	100,0	100,0	100,0

Fonte: Dados da pesquisa

6 Análise do papel da empresa júnior na formação empreendedora do profissional de administração

Realizaram-se análises de correlação bivariada para identificar as relações entre os antecedentes e formação empreendedora dos discentes pesquisados em relação à empresa júnior, por meio do coeficiente de correlação de *Pearson*. Utilizou-se o método hierárquico para analisar a contribuição de cada variável ao modelo, iniciando pela variável independente com o maior coeficiente de correlação com a variável dependente. O método utiliza o teste F, para determinar se a variável será mantida ou retirada do modelo (Hair et al., 2009).

O objetivo da análise de regressão múltipla, para esse estudo, se fez necessário no sentido de buscar o entendimento sobre as relações da variável dependente com as demais variáveis da pesquisa. No que se refere à relação entre período cursado (pergunta 1) e as demais variáveis do estudo, o método hierárquico selecionou como estatisticamente significativas as variáveis: Maior conhecimento do campo de atuação do Administrador (V4) e a variável Saber delegar responsabilidades (V14). O modelo apresentou um R^2 de 0,431, demonstrando uma explicação de 43,1 %. Portanto, nota-se que um dos aspectos que influenciam a formação empreendedora do discente de administração, participante de uma empresa júnior, pode estar relacionado ao período cursado, visto que quanto mais tempo o discente permanece no curso de administração maior a possibilidade de aquisição de conhecimento em administração e de aspectos voltados para a delegação de responsabilidades. Assim sendo, nota-se que a formação teórica e prática, visto que esses discentes ocupam, na empresa júnior, funções organizacionais semelhantes às que se dedicarão no futuro profissional, pode propiciar um melhor desenvolvimento do discente de Administração (Ziliotto & Berti, 2012), conforme a tabela 2.

Tabela 2: Coeficientes do modelo de regressão período cursado

Modelo	Coeficientes padronizados			
	Beta	t	Sig.	R ²
Zscore: conhecimento em administração	-0.643	-4.039	0,000	
Zscore: delegar responsabilidades	0.510	3.207	0,000	0,431

Fonte: Elaborada pelos autores

Nota: a. *Dependent variable* (Período cursado).

No que se refere ao aprendizado prático e profissional (pergunta 2) e as demais variáveis do estudo, o método hierárquico de regressão selecionou como estatisticamente significativas as variáveis: o seu desenvolvimento pessoal durante a graduação (pergunta 3) e a variável proatividade (V12). O modelo mais significativo apresentou um R² de 0,840, demonstrando uma explicação de 84,0 %. Esse resultado demonstra uma forte influência do desenvolvimento pessoal durante a graduação sobre o aprendizado prático e profissional na formação empreendedora do discente, visto que o beta apresentado é de 0,920, conforme a tabela 3. Diante disso, percebe-se que o discente de administração participante de uma empresa júnior, a partir do seu desenvolvimento pessoal, poderá apresentar características empreendedoras relacionadas a autoeficácia, planejamento, capacidade de assumir riscos, liderança, persistência e sociabilidade (SCHIMIDT; BOHNENBERGER, 2009).

Tabela 3: Coeficientes do modelo de regressão aprendizado prático e profissional

Modelo	Coeficientes padronizados			
	Beta	t	Sig.	R ²
Zscore: desenvolvimento pessoal durante a graduação	0.920	11.647	0,000	
Zscore: proatividade	-0.205	-2.595	0,015	0,840

Fonte: Elaborada pelos autores

Nota: a. *Dependent variable* (aprendizado prático e profissional).

Em relação ao desenvolvimento pessoal durante a graduação (pergunta 3) e as demais variáveis do estudo, as variáveis estatisticamente significativas selecionadas foram: aprendizado prático e profissional (P2), crescimento acadêmico (P4), inovação/iniciativa (V22), liderança (V13) e a variável trabalho sob pressão (V21). O modelo mais significativo apresentou um R² de 0,966, demonstrando uma explicação de 96,6 %. Diante disso, a formação empreendedora vista pelo ponto de vista do desenvolvimento pessoal durante a

graduação, pode estar moderadamente relacionada ao desenvolvimento de liderança, visto que o beta apresentado é de 0,304, conforme a tabela 4.

Tabela 4: Coeficientes do modelo de regressão desenvolvimento pessoal durante a graduação

Modelo	Coeficientes padronizados			
	Beta	t	Sig.	R ²
Zscore: aprendizado prático/profissional	,256	3.484	0,000	
Zscore: crescimento acadêmico	,245	3.555	0,002	
Zscore: inovação/iniciativa	,197	5.212	0,000	
Zscore: liderança	,304	3.079	0,002	
Zscore: trabalho sob pressão	,198	3.079	0,005	0,996

Fonte: Elaborada pelos autores

Nota: a. *Dependent variable* (desenvolvimento pessoal durante a graduação).

No que se refere ao crescimento acadêmico (pergunta 4) e as demais variáveis do estudo, o método hierárquico de regressão selecionou como estatisticamente significativas as variáveis: desenvolvimento pessoal durante a graduação (pergunta 3) e a variável complementação curricular (V9). O modelo mais significativo apresentou um R² de 0,710, demonstrando uma explicação de 71,0 %. Esse resultado demonstra que o desenvolvimento pessoal durante a graduação influencia significativamente a formação empreendedora dos discentes de administração pesquisados, visto que o Beta apresentado foi de 0,946, conforme a tabela 5.

Tabela 5: Coeficientes do modelo de regressão crescimento acadêmico

Modelo	Coeficientes padronizados			
	Beta	t	Sig.	R ²
Zscore: desenvolvimento pessoal durante a graduação	0.946	7.870	0,000	
Zscore: complementação curricular	-0.308	-2.566	0,016	0,710

Fonte: Elaborada pelos autores

Nota: a. *Dependent variable* (crescimento acadêmico).

7 Considerações finais

As Instituições de Ensino Superior (IES) possuem um importante papel na formação de pessoas com conhecimentos orientados para a criação de novas empresas. Nesse sentido, o aluno, como potencial empreendedor, deve reunir características que o habilite para a função empreendedora (Carvalho & Conzalez, 2006). Assim, “o ensino superior passa a ter

um papel fundamental na formação de capacidades transformadoras como componentes estratégicos para o desenvolvimento tecnológico, cultural e socioeconômico.” (Zamberlan et al., 2009).

A relevância teórica de investigar o empreendedorismo em estudantes de IES é evidenciada à medida que estas assumem papel determinante na construção e emancipação do potencial empreendedor. Tendo em vista que o objetivo geral do estudo foi analisar a contribuição da empresa júnior para a formação empreendedora dos alunos do curso de administração, notou-se que a essa formação pode estar relacionada de forma significativa com o desenvolvimento pessoal durante a graduação e por aspectos ligados à liderança e a delegação de responsabilidades. Portanto, o objetivo geral do estudo foi atingido.

No que se refere ao primeiro objetivo específico, o referencial teórico sobre a contribuição da empresa júnior para a formação empreendedora se deu a partir dos autores que fundamentaram o campo teórico para o estudo (Moretto Neto et al., 2004; Brasil Júnior, 2011; Carvalho, 2003; Oliveira, 2003, 2005; CBEJ, 2012; Bardagi et al., 2006; Casali et al., 1997; Dolabela, 2008; Dornelas, 2003; Gimenez, 2001; Fillion, 1999; Kirzner, 1973; Oliveira et al., 2009; Velasque, 2008; Nicolini, 2003; Schumpeter, 1997; Stawinski, 2006). Diante disso, atendeu-se o primeiro objetivo específico.

O segundo objetivo específico que buscou identificar as atividades que contribuem para o desenvolvimento profissional dos discentes do curso de administração foi atendido a partir da análise dos aspectos motivadores para a participação do discente na empresa júnior. O resultado apresentado, com suporte na análise estatística descritiva feita para o estudo, demonstrou que aspectos relacionados com o ambiente profissional, com a elaboração e implementação de projetos e estudos que propiciem um maior contato com a realidade social e de mercado, com o crescimento profissional e com a complementação curricular tiveram o índice de respostas no nível mais alto da escala (concordo totalmente). Assim, o segundo objetivo específico do estudo foi atingido. Nota-se, também, que um dos aspectos que influenciam a formação empreendedora relaciona-se ao tempo percorrido no curso, tendo em vista que a aquisição de conhecimentos ao longo do curso, favorecem maior protagonismo em torno do empreendedorismo.

Para identificar os aspectos relacionados ao desenvolvimento pessoal e acadêmico dos alunos do curso de administração, o terceiro objetivo específico do estudo, utilizou-se análise de regressão. O resultado demonstra que: “inovação/iniciativa” (V22), “liderança” (V13) e a variável “trabalho sob pressão” (V21), influenciam a formação empreendedora vista

pelo ponto de vista do desenvolvimento pessoal durante a graduação, O desenvolvimento de liderança é um aspecto de influência moderada na formação empreendedora, para esse estudo.

Assim sendo, nota-se que a formação teórica e prática, visto que esses discentes ocupam, na empresa júnior, funções organizacionais semelhantes às que se dedicarão no futuro profissional, pode propiciar um melhor desenvolvimento do discente de Administração (Ziliotto & Berti, 2012)

Para identificar formação empreendedora dos alunos de administração que participam de empresas juniores, utilizou-se uma regressão múltipla. Assim sendo, notou-se que em todos os modelos de regressão apresentados, o aspecto que é mais significativo para a formação empreendedora dos discentes pesquisados foi o desenvolvimento pessoal durante a graduação, que apresentou o maior Beta entre todas as variáveis utilizadas, com um valor de 0,946. Pode-se inferir que esse achado corrobore com o fato que os aspectos individuais subjacentes ao perfil discente podem ser potencializados na vivência empreendedora propiciada pela empresa júnior.

Para que se possa ampliar e driblar as limitações da pesquisa, recomenda-se que novas investigações ampliem a amostra e considerem uma abordagem longitudinal, no sentido de apreender o processo formativo favorecido pelas empresas júnior. A estatística escolhida formalizou a existência de relações entre empreendedorismo, empresa júnior e formação discentes, mas reportou-se a um contexto específico, limitando sua generalização. Percebeu-se que novos estudos poderiam ampliar os resultados por meio de novos testes e/ou por meio de triangulação de dados. Ademais, uma relevante contribuição seria possível por meio de estudos comparativos em outros cursos para se fazer um contraponto entre as diferentes realidades acadêmicas.

Cabe salientar a dificuldade encontrada, no que se refere ao contato com os antigos diretores das empresas juniores, para que eles pudessem compor, também, a população do trabalho, visto que, em nenhuma delas havia um registro formal de contato dos mesmos.

A pesquisa contribui com a discussão em torno do empreendedorismo no processo formativo de discentes. Levantar categorias de análise e buscar sua influência/importância nesse cenário foi que instigou a investigação e de onde se pode levantar questões para discussões futuras. Compreender empreendedorismo como um fenômeno que pode ser apreendido e/ou aprimorado é discussão tangencial ao planejamento de ações que priorizam a formação de novos empreendimentos. A empresa júnior pode ser espaço de diálogo para

essa problemática em momento de construção identitária de profissionais. Considerando a influência que a vivência empreendedora pode suscitar, acredita-se que a investigação elabore um caminho de pesquisa que marca a presença da empresa júnior na formação acadêmica, em especial, na confrontação do empreendedorismo como teoria e como prática.

Referências

- Alencar, R. T. *Pesquisa aplicada a administração*. Teresina: UAPI/UFPI, 2010.
- Almeida, G. O. *Valores, Atitudes e Intenção Empreendedora: Um estudo com Universitários Brasileiros e Cabo-Verdianos*. Tese (Doutorado em Administração). Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas/Fundação Getúlio Vargas, 2013.
- Bardagi, M. et al. *Escolha profissional e inserção no mercado de trabalho: percepções de estudantes formandos*. *Psicologia escolar educacional*, 10, 2006.
- Beuren, I. M.; Raupp, F. M. Metodologia da pesquisa aplicável as ciências sociais. In: Beuren, I. M. (Org.). *Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e pratica*. São Paulo: Atlas, 2003.
- Bom Angelo, Eduardo. *Empreendedor corporativo: a nova postura de quem faz a diferença*. Rio de Janeiro: Campus, 2003.
- Brasil Júnior. *Relatório Nacional Censo e Identidade 2010*. Confederação Brasileira de Empresas Juniores.
- Brasil Júnior. *Relatório Nacional Censo e Identidade 2011*. Confederação Brasileira de Empresas Juniores.
- Carvalho, P. M. R.; González, L. Modelo explicativo sobre a intenção empreendedora. *Comportamento Organizacional e Gestão*, 12, 2006. <http://hdl.handle.net/10400.11/439>.
- Carvalho, R. *A importância da empresa júnior de publicidade na empregabilidade de seus alunos: um estudo de caso*. Dissertação (Mestrado em Engenharia da Produção). Santa Catarina: Universidade Federal de Santa Catarina, 2003.
- Casali, A. et al. *Empregabilidade e educação: novos caminhos no mundo do trabalho*. São Paulo: Educ, 1997.
- Confederação Brasileira de Empresas Juniores (CBEJ). *DNA Júnior 2009*.
- Confederação Brasileira de Empresas Juniores (CBEJ). *DNA Júnior 2012*.
- Corrar, J.; Paulo, E.; Dias Filho, J. (Coords.). *Análise multivariada: para os cursos de administração, ciências contábeis e economia*. São Paulo: Atlas, 2009.
- Danjou, I. L'entrepreneuriat: un champ fertile à la recherche de son unité. *Revue Française de Gestion*, 28, 2002.
- Degen, R. *O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial*. São Paulo: MacGraw-Hill, 1989.
- Dolabela, F. *Oficina do empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza*. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.
- Dornelas, J. C. A. *Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- Dornelas, J. C. A. *Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- Emmendoerfer, M. L.; Carvalho, N. B.; Pereira, M. F. A Empresa Júnior como Estratégia Didática em uma Universidade Federal. *Revista ANGRAD*, 9, 2008.
- Fanaya Júnior, E. D. et al. Gerenciamento das atividades realizadas pelos membros da Rural Jr – Empresa Jr. De Assessoria e Consultoria Rural da UEMS/AQUIDUANA. *Anais do VIII SEMEX*, 2010. <http://anaisonline.uems.br/index.php/semex/article/view/286/277>
- Feitosa, M. J. S.; Firmo, L. A. Bases do Comprometimento Organizacional em Empresas Juniores: um Estudo na A.C.E Consultoria e na Prospect Empresa Júnior. *VII ENEO*, 2012.

- Filion, L. J. O planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações. *Revista de Administração*, 31, 1991.
- Filion, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários gerentes de pequenos negócios. *Revista de Administração*, 34, 1999.
- Gil, A. C. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. São Paulo: Atlas, 2007.
- Gimenez F. A. P.; Inácio Júnior, E. Potencial Empreendedor: Um Instrumento para Mensuração. *XXII Simpósio da Gestão da Inovação Tecnológica*, 2002.
- Gimenez, F. et al. Uma investigação sobre a tendência do comportamento empreendedor. In: Souza, E. (Org.). *Empreendedorismo: Competência Essencial para pequenas e Médias Empresas*. Brasília: ANPROTEC, 2001.
- Gondim, S. Perfil profissional e mercado de trabalho: relação com a formação acadêmica pela perspectiva de estudantes universitários. *Estudos de Psicologia*, 7, 2002.
- Guimarães, L. O. Empreendedorismo no Currículo dos Cursos de Graduação e Pós-graduação em Administração: análise da organização didático-pedagógica destas disciplinas em escolas de negócios norte-americanas. *XXVI EnANPAD*, 2002.
- Hair, J. et al. *Análise Multivariada de Dados*. Porto Alegre: Bookman, 2009.
- Hisrich, R. D.; Peters, M. P.; Shepherd, D. A. *Empreendedorismo*. Porto Alegre: Bookman, 2009.
- Instituto Camillo Filho. *Empresa Júnior*. <http://www.icf.edu.br/novo/empresajr.php>
- Kirzner, I. M. *Competition and entrepreneurship*. Chicago: Chicago University Press, 1973.
- Malhotra, N. *Pesquisa de Marketing*. Porto Alegre: Bookman, 2012.
- Massensini, A. R. Empresa Júnior da Unievangélica: Uma Experiência Promissora na Consultoria de Empresas e formação de Acadêmicos de Administração. *Revista Administração*, 5, 2008.
- Matos, F. *A empresa júnior no Brasil e no Mundo: o conceito, o funcionamento, a história e as tendências do movimento empresa júnior*. São Paulo: Martin Claret, 1997.
- Moretto Neto, L. et al. (Org.). *Empresa júnior: espaço de aprendizagem*. Florianópolis: Pallotti, 2004.
- Neck, H. M.; Geene, P. G. Entrepreneurship education: Known worlds and new frontiers. *Journal of Small Business Management*, 49, 2011. DOI: 10.1111/j.1540-627X.2010.00314.x
- Nicolini, A. Qual será o futuro das fábricas de administradores? *Revista de Administração de Empresas*, 43, 2003.
- Oliveira, E. M. *Empreendedorismo social e empresa júnior no Brasil: O emergir de novas estratégias para formação profissional*. Paraná: Unioeste, 2003.
- Oliveira, E. M. *Empreendedorismo social e empresa júnior no Brasil: o emergir de novas estratégias para formação profissional*. Curitiba: FAE Centro Universitário, 2005.
- Oliveira, F. C. et al. Importância da Empresa Júnior para o desenvolvimento profissional dos universitários. *XIX Seminário Nacional de Parques Tecnológicos e Incubadoras de Empresas*, 2009.
- Rodrigues, C. M. C. et al. Relação entre os valores pessoais e comprometimento organizacional: o caso das empresas juniores de Santa Maria. *Gestão.Org: Revista Eletrônica Gestão de Organizacional*, 8, 2010.
- Salusse, M. A. Y.; Andreassi, T. O Estado da Arte do Ensino do Empreendedorismo: Mapeamento e Evolução. *VI 3Es ANPAD*, 2013.
- Sarkar, S. *O empreendedor inovador: faça diferente e conquiste seu espaço no mercado*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- Souza Neto, S. P. et al. A Influência do Ensino do Empreendedorismo no Potencial Empreendedor do Aluno. *I EnEPQ ANPAD*, Recife, 2007.
- Schmidt, M. C.; Bohnenberger, S. Perfil Empreendedor e Desempenho Organizacional. *Revista de Administração Contemporânea*, 13, 2009.
- Schumpeter, J. A. *Teoria do Desenvolvimento Econômico*. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

- Schumpeter, A. S. *Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e ciclo econômico*. São Paulo: Nova Cultural, 1997.
- Shane, S. Reflections on the 2010 AMR decade award: Delivering on the promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 2012.
- Shane, S.; Locke, E. A.; Collins, C. J. Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review*, Philadelphia, 13, 2003.
- <http://digitalcommons.ilr.cornell.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1840&context=articles>.
- Silva, A. S.; Martins, H. C. Empreendedorismo Social: um Estudo da Relação entre os Elementos Constituintes do Empreendedorismo e a Gestão de Organizações Sociais. *XXXIX EnANPAD*, 2010.
- Souza, E. C. L. *Empreendedorismo: competência essencial para pequenas e médias empresas*. Brasília: Anprotec, 2001.
- Stawinski, F. Empresas juniores e a importância da prática no ambiente acadêmico. *Revista Científica de Administração e Sistemas da Informação*. 2006.
- Velasque, I. *Empresa Júnior: formação de universitários empreendedores para o mercado de trabalho*. 2008.
- Vergara, S. C. *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. São Paulo: Atlas, 2000.
- Wright, J. T. C.; Silva, A. T. B.; Spers, R. G. O mercado de trabalho no futuro: uma discussão sobre profissões inovadoras, empreendedorismo e tendências para 2020. *Revista de Administração e Inovação*, 7, 2010. <http://www.spell.org.br/documentos/ver/4017/o-mercado-de-trabalho-no-futuro--uma-discussao-sobre-profissoes-inovadoras--empreendedorismo-e-tendencias-para-2020/i/pt-br>
- Wunderer, R. Employees as “co-intrapreneurs”: a transformation concept. *Leadership & Organization Development Journal*, 22, 2001. DOI: <http://dx.doi.org/10.1108/EUM0000000005676>
- Zamberlam, J. et al. *Estudantes Internacionais no Processo Globalizador e Na Internacionalização do Ensino Superior*. Porto Alegre: Solidus, 2009.
- Ziliotto, D. M.; Berti, A. R. A aprendizagem do aluno inserido em empresa júnior. *Revista Conexão UEPG*, 8, 2012.