

**UNIVERSIDADE DE RIO VERDE (UniRV)  
FACULDADE DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**VANESSA SILVA PIRES**

**EMPREENDEDORISMO NA CONTABILIDADE: UMA ANÁLISE DA  
VISÃO EMPREENDEDORA DOS DISCENTES DE CIÊNCIAS  
CONTÁBEIS**

**RIO VERDE, GO**

**2018**

**VANESSA SILVA PIRES**

**EMPREENDEDORISMO NA CONTABILIDADE: UMA ANÁLISE DA VISÃO  
EMPREENDEDORA DOS DISCENTES DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

TCC 2 apresentado à Banca Examinadora do Curso de Direito da Universidade de Rio Verde (UniRV) como exigência parcial para obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis.

Orientadora: Prof<sup>ª</sup>. Esp. Fernanda Sousa Marques

**RIO VERDE, GO**

**2018**

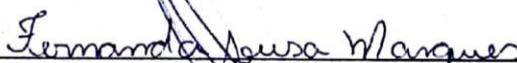
VANESSA SILVA PIRES

**EMPREENDEDORISMO NA CONTABILIDADE: UMA ANÁLISE  
DA VISÃO EMPREENDEDORA DOS DISCENTES DE CIÊNCIAS  
CONTÁBEIS**

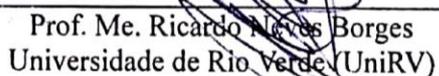
Trabalho de Conclusão de Curso II apresentado a Banca Examinadora do Curso de Ciências Contábeis da Universidade de Rio Verde (UniRV), como exigência parcial para obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis.

Rio Verde, Goiás, 03 de dezembro de 2018

**BANCA EXAMINADORA**



Prof. Esp. Fernanda Sousa Marques  
Universidade de Rio Verde (UniRV)



Prof. Me. Ricardo Alves Borges  
Universidade de Rio Verde (UniRV)



Prof. Me. André Henrique Barros  
Universidade de Rio Verde (UniRV)

Dedico este trabalho ao meu pai João Gomes Pires e a minha mãe Rita Josefa da Silva Pires, por serem alicerce do meu aprendizado e crescimento. Ao meu irmão Elvis Santiago Silva Pires pelo apoio e incentivo na realização dessa conquista.

## **AGRADECIMENTOS**

É com imenso orgulho e gratidão que concluo mais uma etapa da minha vida. Só tenho a agradecer a Deus por me proporcionar saúde e sabedoria para lidar com os impasses dessa trajetória, agradecer a Ele, ademais, me proporcionar uma família preciosa que não mediu esforços para a realização do meu sonho que se tornou nosso sonho.

Agradeço, em especial, ao meu pai João Gomes Pires, o qual é minha referência pelo seu caráter e sapiência, estendo o agradecimento a minha mãe Rita Josefa da Silva Pires como ao meu irmão Elvis Santiago Silva Pires pela contribuição, sempre me apoiando e me incentivando nessa conquista.

A todos os meus colegas de sala que fizeram parte do meu meio acadêmico, as amigadas que construí durante essa jornada, em especial, a Mariana Deodati, Bruno Ribeiro, Marcelo Golçalves, Franciene Lima, Thais Oliveira, Luciana Martins, Jean Allander, Lívia Cardoso e Larissa Silva que tornaram o percurso mais alegre e descontraído. Também agradeço ao meu grande amigo Renato Luiz pela motivação e contribuição, que fez total diferença no meu modo de observar e planejar meus objetivos pessoais.

Fica o meu agradecimento também a todos os professores que foram fundamentais por todo conhecimento recebido e experiência adquirida, tendo um maior apreço a minha orientadora Fernanda Sousa Marques que com sua gentileza, aceitou o desafio de me orientar, e juntas, transformamos ideias e concluímos objetivos.

## RESUMO

Na contabilidade, as mudanças ocorrem a todo instante, os profissionais precisam estar preparados para lidarem com os desafios. Com o surgimento das novas tecnologias e sistemas, o contador precisa estar apto a interpretação, ter raciocínio rápido, ter habilidades pessoais, interpessoais e estar sempre em busca de informações, características essas que se assemelham com o espírito empreendedor. Este estudo tem como objetivo identificar a visão empreendedora dos discentes da Faculdade de Ciências Contábeis da Universidade de Rio Verde (UniRV). O empreendedorismo é uma opção de carreira profissional dos discentes, se identificada uma intenção/visão no discente, a universidade pode se tornar ferramenta de motivação, buscando desenvolvimento da criatividade e elevando a confiança do mesmo. A metodologia utilizada foi classificada como descritiva. Quanto aos procedimentos, tratou a princípio de uma pesquisa bibliográfica e, em seguida, um levantamento (Survey). Aos métodos de abordagem, classificou-se como dedutiva, com abordagem quali-quantitativa. Nesse passo, foi elaborado um questionário, contendo 7 quesitos e 42 itens cruciais para alcançar os objetivos propostos. A princípio, o estudo contou com uma amostra de 120 indivíduos, sendo que do total 90 participaram da pesquisa. Obteve-se um resultado positivo em relação à visão dos discentes quanto ao empreendedorismo, na grande maioria dos respondentes, identificou-se a forte tendência à perfis empreendedores, ademais, muitos revelaram seus interesses em tornarem-se, futuramente, empresários.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Empreendedor. Visão empreendedora. Perfis empreendedores. Motivação. Criatividade.

## **ABSTRACT**

In accounting, changes occur at all times, professionals need to be prepared to deal with challenges. With the emergence of new technologies and systems, the accountant needs to be able to interpret, have quick reasoning, have personal skills, interpersonal and always be in search of information, characteristics that resemble the spirit Entrepreneur. This study aims to identify the entrepreneurial vision of the students of the Faculty of Accounting Sciences of the University of Rio Verde (UniRV). Entrepreneurship is a professional career option for students, if an intention/vision is identified in the student, the university can become a tool of motivation, seeking development of creativity and raising the confidence of it. The methodology used was classified as descriptive. Regarding the procedures, he treated the principle of a bibliographic research and then a survey. The methods of approach were classified as deductive, with a qualitative approach. In this step, a questionnaire was elaborated, containing 7 questions and 42 items crucial to achieve the proposed objectives. At first, the study counted on a sample of 120 individuals, and of the total 90 participated in the research. A positive result was obtained regarding the students view of entrepreneurship in the great majority of the respondents, a strong tendency towards entrepreneurial profiles was identified and many showed their interest in becoming entrepreneurs in the future.

Keywords: Entrepreneurship. Entrepreneur. Entrepreneurial vision. Entrepreneurial profiles. Motivation. Creativity.

## **LISTA DE TABELAS**

<b>TABELA 1 - Composição da amostra .....</b>	<b>26</b>
<b>TABELA 2 - Período matriculado .....</b>	<b>33</b>
<b>TABELA 3 - Conhecimento sobre empreendedorismo .....</b>	<b>35</b>
<b>TABELA 4 - Influências .....</b>	<b>37</b>
<b>TABELA 5 - Visão empreendedora .....</b>	<b>38</b>
<b>TABELA 6 - Intenção empreendedora .....</b>	<b>40</b>
<b>TABELA 7 - Incentivo dado pela universidade/professores .....</b>	<b>41</b>
<b>TABELA 8 - Perfil empreendedor .....</b>	<b>43</b>

## LISTA DE GRÁFICOS

<b>GRÁFICO 1</b> - Sexo dos respondentes .....	31
<b>GRÁFICO 2</b> - Faixa etária dos respondentes .....	32
<b>GRÁFICO 3</b> - Residência .....	33
<b>GRÁFICO 4</b> - Discentes que já possuem graduação .....	34
<b>GRÁFICO 5</b> - Trabalho .....	34

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	11
1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO .....	11
1.2 PROBLEMA DE PESQUISA .....	13
1.3 OBJETIVOS .....	13
1.3.1 Objetivo geral .....	13
1.3.2 Objetivos específicos .....	13
1.4 DELIMITAÇÃO .....	13
1.5 JUSTIFICATIVA .....	14
<b>2 REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	16
2.1 EMPREENDEDORISMO E VISÃO EMPREENDEDORA .....	16
2.2 PERFIL EMPREENDEDOR .....	17
2.3 DESAFIOS E BENEFÍCIOS DO EMPREENDEDORISMO .....	18
2.4 O EMPREENDEDORISMO INOVADOR .....	20
2.5 GLOBALIZAÇÃO E INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS .....	20
2.6 ONDE SURGE A DECISÃO E EMPREENDER .....	21
2.7 PAPEL DA UNIVERSIDADE NO INCENTIVO AO EMPREENDEDORISMO .....	22
2.8 A IMPORTÂNCIA DOS MENTORES .....	23
2.9 EMPREENDEDORISMO NA CONTABILIDADE .....	24
<b>3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS</b> .....	26
3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA .....	26
3.2 UNIVERSO E AMOSTRA .....	27
3.3 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS .....	27
3.4 ASPECTOS ÉTICOS .....	28
3.5 ABORDAGEM AOS PARTICIPANTES .....	28
3.6 RISCOS E BENEFÍCIOS .....	29
3.7 CRITÉRIO DE INCLUSÃO E EXCLUSÃO .....	29
3.8 TRATAMENTO DOS DADOS .....	30
<b>4 ANÁLISE DE DADOS</b> .....	31

4.1 DADOS GERAIS .....	31
4.2 CONHECIMENTO SOBRE EMPREENDEDORISMO .....	35
4.3 INFLUÊNCIAS .....	36
4.4 VISÃO EMPREENDEDORA .....	38
4.5 INTENÇÃO EMPREENDEDORA .....	40
4.6 INCENTIVO DADO PELA UNIVERSIDADE/PROFESSORES .....	41
4.7 PERFIL EMPREENDEDOR .....	43
4.8 LIMITAÇÕES DA PESQUISA .....	45
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>46</b>
<b>6 SUGESTÕES FUTURAS PESQUISAS .....</b>	<b>48</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>49</b>
<b>APÊNDICES .....</b>	<b>53</b>
APÊNDICE A .....	54
APÊNDICE B .....	55
APÊNDICE C .....	57
APÊNDICE D .....	59
APÊNDICE E .....	61

# 1 INTRODUÇÃO

## 1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO

O termo empreendedor tem sua origem na palavra francesa *entrepreneur*, que se refere a uma pessoa que assume riscos e começa algo novo (DORNELAS, 2008). No Brasil, o termo empreendedorismo aumentou sua popularidade no final da década de 1990, diferente dos Estados Unidos, onde a palavra *entrepreneurship* é conhecida e citada há muitos anos (DORNELAS, 2008).

Conforme Souza (2015), o empreendedorismo é um assunto que vem chamando a atenção de pesquisadores, políticos e da sociedade como um todo, pois, acredita-se que o mesmo tem ligação com a capacidade produtiva versus a capacidade do indivíduo, elementos importantes que auxiliam no desenvolvimento econômico, trazendo benefícios para a sociedade.

Para Hecke (2011), a criação de novos empreendimentos é primordial para o desenvolvimento de qualquer país, tanto para a geração de riqueza e empregos, quanto às inovações no mercado, contribuindo de forma sustentável para o crescimento econômico regional.

O empreendedor é o indivíduo que se motiva a iniciar um negócio para desempenhar uma ideia ou planejamento pessoal, trazendo sempre inovação, assumindo riscos e comprometimento (CHIAVENATO, 2012). Ainda segundo Chiavenato (2012), são englobados também, nesse conceito, os indivíduos membros de empresas familiares e proprietários que compraram empresas já existentes e não somente os pioneiros e os criadores de novos negócios.

De acordo com SEBRAE (2017), dados retirados do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM)<sup>1</sup>, dirigido, no nível internacional pelo *Globo Entrepreneurship Research Association* (GERA), sendo a principal pesquisa realizada no mundo a respeito do empreendedorismo, apresentou em seu relatório os resultados para 65 países com indivíduos entre 18 e 64 anos. O Brasil, no ano de 2016, alcançou a taxa de 36% da população adulta envolvida com a atividade empreendedora, sendo a segunda maior taxa alcançada, ficando atrás somente em 2015, onde

---

<sup>1</sup>o GEM - Monitoramento de Empreendedorismo Global, é a principal pesquisa realizada no mundo, acerca do empreendedorismo.

se obteve uma taxa de 39%, redução essa, causada pela crise econômica enfrentada pelo país e/ou pelo desgaste natural dos indicadores gerados pelo recorde anterior (SEBRAE, 2017).

As instituições de ensino superior têm um importante papel na formação de um empreendedor, visto que é o local propício para estimular, fortalecer, desenvolver habilidades e impulsionar novos empreendedores (HECKE, 2011).

Nesse sentido, a potencialização, inspiração, acerca do empreendedorismo, deve ser dada também a partir da universidade, assim como apoiar os objetivos e a capacidade de inovação do discente, a fim de fomentar o crescimento econômico e social da comunidade (ENDEAVOR, 2016).

Conforme Cruz (2013), boa parte dos pesquisadores já concorda com a ideia de que como qualquer outra disciplina, o empreendedorismo também possa ser ensinado. De acordo com os dados da Endeavor (2016), no Brasil, uma média de 56% dos discentes empreendedores acredita que as disciplinas voltadas para o empreendedorismo têm importante papel em incentivar e prepará-los para empreender, mas essa oportunidade só é oferecida por em média 38,78% das universidades, esse diferencial reforça a ideia de que a disciplina de empreendedorismo é um item que pode definir uma nova opção de carreira para o aluno.

Nesse prisma, Jacques Filho (2001) ressalta que o mercado está sempre à procura de empreendedores, que estejam preparados para assumirem riscos, interessados a buscarem novos conhecimentos, e com boa técnica. De acordo com Matias e Martins (2012), o empreendedorismo tem um forte impacto sobre o desenvolvimento social e o profissional da contabilidade age a favor do desenvolvimento mesmo quando está no papel de empregado em determinada empresa. Uma empresa necessita de uma boa administração e de ferramentas que auxiliem nos processos de gestão, sendo que uma dessas ferramentas é a contabilidade, que proporciona informações necessárias para o controle e tomada de decisão e para criar novos métodos e estratégias (MULLER; OLIVEIRA. 2002).

Matias e Martins (2012) acreditam que o contador precisa enxergar sua capacidade como empreendedor e, a partir disso, desenvolver suas habilidades, pois, nesse sentido, os autores buscam identificar o momento ideal na formação do profissional para instigar o empreendedorismo, considerando a época da sua graduação a mais oportuna para fomentar o empreendedorismo nos futuros contadores. Guerra e Grazziotin (2010) elevam a importância que haja um professor dentro da sala de aula, afirmando que é necessário ter matéria específica

que trate sobre o empreendedorismo, mas também é importante que outros professores tragam o tema empreendedorismo para as salas de aula de forma habitual.

## 1.2 PROBLEMA DE PESQUISA

Diante deste cenário, surge o seguinte problema de pesquisa: **Qual é a visão dos discentes de ciências contábeis quanto ao empreendedorismo?**

## 1.3 OBJETIVOS

### 1.3.1 Objetivo geral

Analisar a visão dos discentes em relação ao empreendedorismo.

### 1.3.2 Objetivos específicos

- Definir visão empreendedora;
- Discorrer sobre o perfil empreendedor;
- Identificar as influências que levam a decisão de empreender;
- Verificar se os discentes possuem ou não perfil empreendedor;
- Analisar o incentivo dado pelos mentores (professores) aos discentes quanto ao desenvolvimento de uma visão empreendedora;
- Definir a visão dos discentes sobre o empreendedorismo.

## 1.4 DELIMITAÇÃO

A pesquisa se restringe aos discentes matriculados no 1º (primeiro) ao 8º (oitavo) período da Faculdade de Ciências Contábeis da Universidade de Rio Verde (UniRV), do segundo semestre de 2018.

## 1.5 JUSTIFICATIVA

Dolabela (2006) ressalta a relevância do empreendedorismo à sociedade, como o principal instrumento para o crescimento da economia, desenvolvimento social e sustentável, sendo um dos melhores artifícios em prol do desemprego. Já quanto à importância do empreendedorismo para o indivíduo, o autor traz como ferramenta de autorrealização, e formação de autossuficiência pessoal.

O fenômeno da globalização e o desenvolvimento da tecnologia, no cenário atual, proporcionam uma enorme mudança na comunicação e no deslocamento da informação, inovações essas, que ocasionaram um grande aumento da competitividade, passando a exigir do governo, do ensino e da sociedade como um todo, orientação adequada, educação capaz de fomentar novas ideias, fazendo com que possam cumprir com as novas exigências do mercado (FERREIRA; SORIA; CLOSS, 2012). O empreendedorismo vem se tornando marcante por conta das grandes inovações do mercado e, diante disso, espera-se que as pessoas, as entidades e as regiões estejam preparadas para receber tal demanda, atuando de forma competente, sustentável e revolucionária (SOUZA, 2015).

Nesse sentido, Filion (1991) define o empreendedor, como aquele que possui, desenvolve e executa visões, daí a importância de se possuir uma visão empreendedora. Assim como outros autores, Filion (1991) acredita que o empreendedorismo possa ser ensinado, mas, para se desenvolver a aprendizagem, é necessário que se possua uma visão daquilo que se almeja alcançar e, a partir daí, aplicar fatores que auxiliem no desenvolvimento dessa visão.

Identificando essas visões e ideias, pode-se averiguar como a instituição de ensino superior instiga essas visões empreendedoras, sendo a universidade como principal alicerce na formação crítica e criativa do discente, a fim de desenvolver o seu potencial para ser empreendedor (GUERRA; GRAZZIOTIN, 2010).

Assim, Souza (2015) evidencia que a instituição de ensino superior tem a incumbência de tornar seus discentes autores do seu próprio sucesso e fomentadores do desenvolvimento social, econômico e local.

Além dos indivíduos possuírem visões que possam atuar no processo empreendedor, existe o fator “influência”, que, segundo Dolabela (2006), refere-se aos fenômenos culturais que formam e instigam os empreendedores, pois acredita-se que sempre tem algo ou alguém que os influenciam, porque, empreendedores provêm do meio em que estão inseridos.

Definir empreendedorismo e os meios que levam alguém a se tornar um empreendedor, implicam a diversos questionamentos. Assim como há pesquisas relacionadas ao desenvolvimento para se tornar um empreendedor, também existem casos onde o indivíduo possui perfil empreendedor nato. Há várias definições quanto ao perfil empreendedor, de acordo com Araújo (2014), as principais características dos indivíduos que possuem esse perfil, estão relacionadas a capacidade de inovação, assumir riscos, coragem, vontade de adquirir independência e autorrealização, ter visão e sonhos a serem alcançados, entre outros.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

Nesta seção, serão abordados, empreendedorismo e visão empreendedora, perfil empreendedor, desafios e benefícios do empreendedorismo, empreendedorismo inovador, globalização e inovações tecnológicas, onde surge a decisão de empreender, o papel da universidade e a importância dos mentores no incentivo e suporte ao empreendedorismo, e, por fim, a ligação do empreendedorismo com o curso de Ciências Contábeis.

### 2.1 EMPREENDEDORISMO E VISÃO EMPREENDEDORA

Segundo Dornelas (2008) com as novas invenções surgidas no mundo, principalmente a partir do século XX, houve uma grande mudança no estilo de vida da população. Essas invenções são frutos da inovação, trazidas por pessoas capazes de enxergar além do que já existe e capazes de criar e arriscar, através do empreendedorismo, mais conhecidos como empreendedores (DORNELAS, 2008).

Para Friedlaender (2004), a definição de empreendedor tem suas particularidades, pois, para os economistas o empreendedor é aquele que aloca recursos e traz inovações. Já para os psicólogos, a visão empreendedora adquirida está naquele que detém objetivos claros, ter a audácia de se arriscar, executar e atingir suas metas.

Uma das principais definições quanto ao empreendedorismo na literatura econômica estar relacionado à formação de uma empresa, através de uma oportunidade e que envolve o fato de correr riscos para que se tenha algum retorno (SEBRAE, 2017). Na visão de Chiavenato (2012), por estar relacionado à criação de um novo negócio ou à continuação de um negócio já existente, a atividade empreendedora por diversas vezes está ligada a incertezas, especialmente quando é algo novo no mercado, já que a cada novo empreendimento que surge, provoca transformações e inovações que influenciam no desenvolvimento econômico.

No Brasil, o empreendedorismo ganhou força a partir da década de 1990, diferente dos Estados Unidos, onde o termo *entrepreneurship*, já é comentado há muitos anos (DORNELAS, 2008). Dornelas (2008) acredita que a popularidade do empreendedorismo brasileiro se deu por conta da preocupação em manter a empresa no mercado, reduzir custos, procurar meios para aumentar a competitividade, em um mercado que está em busca da estabilização econômica, após a globalização.

De acordo com Dantas (2008) a maioria dos autores trata o empreendedor como o indivíduo que realiza e que estabelece uma meta para tornar realidade uma visão adquirida daquilo que se deseja alcançar. Não é necessário apenas habilidades administrativas técnicas para ser um empreendedor, também é crucial ter habilidades empreendedoras, dentre muitas, como, a inovação, a capacidade de ser líder, ter habilidade para lidar com mudanças e correr riscos, é necessário prever e ter uma visão de futuro (BAGGIO; BAGGIO, 2014).

Nesse passo, Bernardi (2012) acredita que o empreendedorismo surge através da capacidade, do interesse do indivíduo e de suas características pessoais, bem como, de sua habilidade visionária, de inovação, da busca por conhecimentos específicos, adquirindo competências sobre as novas formas de negócio. Fillion (2000) alega que os empreendedores criam visões do que almejam alcançar, além de determinar situações, que têm como principal função, idealizar e determinar o que querem e o que irão fazer.

Bernardi (2012) ressalta, ademais, que os empreendedores bem-sucedidos são caracterizados por serem pessoas visionárias, líderes e realizadores e que basicamente, um dos precursores do sucesso de um negócio é manter o equilíbrio entre visionar e realizar. Fillion (1993) conceitua ainda a visão empreendedora como uma projeção, ou seja, a ideia que o empreendedor visualiza de como o seu produto vai conquistar o mercado no futuro, é onde o empreendedor deseja levar o seu negócio.

## 2.2 PERFIL EMPREENDEDOR

Conforme David (2004), a partir do desenvolvimento econômico e o avanço do capitalismo, o empreendedor passou a ser agente de estudo também da psicologia. Cielo (2001) associa o perfil empreendedor aos empreendedores que obtiveram sucesso, entre os cientistas as características dos empreendedores de sucesso são bastante discutidas e há uma similaridade entre as diversas colocações, como, a personalidade, conhecimentos, competências, e as atitudes que auxiliam no sucesso do negócio.

Schmidt e Bohnenberger (2009) assimilam o perfil empreendedor com diversas características, como, capacidade de assumir riscos, planejar o que almeja, realizar os planos, identificar oportunidades, persistir, perseverar, buscar inovações e ter habilidade de liderança.

David (2004), em sua obra, exemplifica algumas características dos empreendedores de sucesso, dentre elas estão:

- a) Habilidade na tomada de decisão: Avaliam todo o cenário, riscos e perspectivas, possuem confiança, tomam decisão na hora correta e de forma rápida;
- b) Fazem a diferença: Agregam valor nas coisas que executam, fazem mais do que o combinado, ajudam no desenvolvimento da sociedade;
- c) Possuem visão otimista: Possuem visão do que almejam alcançar, são otimistas, planejam, elaboram estratégias, têm sonhos e querem fazer a mudança no mundo;
- d) Entusiasmo: Adoram o seu trabalho e sempre pensam positivamente, enxergando sempre o sucesso ao invés do fracasso;
- e) Possuem autocontrole: São centrados, possuem inteligência emocional, sempre pensam antes de agir, mantêm foco nos objetivos;
- f) São criativos e possuem capacidade de inovação: têm facilidade em enxergar novas oportunidades e criar produtos, serviços, planos, estratégias e tarefas;
- g) Possuem valores: Costumam conduzir seus negócios de forma ética e moral, acreditando sempre no seu trabalho como instrumento de realização pessoal e contribuição para a sociedade.

Faz alguns anos, acreditava que, o empreendedor já nascia com características prontas para empreender, já nascia com o diferencial determinado ao sucesso nos negócios, porém, essa expressão com o passar dos anos mudou, porque se acredita que o empreendedorismo possa ser aprendido e ensinado por qualquer pessoa, uma vez que para se obter sucesso no negócio depende de fatores internos e externos, e de como se administra os problemas dia após dia (DORNELAS, 2008). Assim sendo, a ideia de que o empreendedorismo possa ser ensinado se tornou menos polêmica e mais discutida (LOPES, 2010).

### 2.3 DESAFIOS E BENEFÍCIOS DO EMPREENDEDORISMO

De forma notável, o empreendedorismo é muito discutido principalmente por suas vantagens e que, na maioria das vezes, não se encontra notícias, livros, artigos, se tratando dos seus desafios, o que torna a realidade da vida empresarial pouco convincente, diante daquilo que as pessoas esperam do mercado empreendedor (DANTAS, 2008).

A Endeavor (2016) alega que o empreendedorismo é cercado de desafios de diversas formas, desse modo, empreendedores cabem priorizar suas infinitas demandas para que não se percam nessa difícil rotina.

Segundo Dantas (2008), os maiores equívocos trazidos pelos livros e artigos, são as afirmações concretas dos benefícios que o empreendedorismo proporciona, entre eles, a alegação de que ser empreendedor irá proporcionar grande ganho financeiro e profissional, conforme o autor, não informa, porém que para que isso ocorra o indivíduo tem que possuir preparação e estar ciente de suas limitações, porque o que mais ocorre, são empresas que crescem de forma rápida no mercado, mas fecham suas portas com a mesma agilidade, por falta de correta administração.

Para o SEBRAE (2009), no início da vida empresarial surgem diversas barreiras, e é necessário ter em mente o que se deseja alcançar de forma clara, pois ter um delineamento correto aumenta as chances de sucesso. Por esse motivo, no Brasil, temos várias iniciativas que auxiliam empreendedores, uma delas é o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), que possui relevante função no meio empreendedor, capacitando e promovendo o desenvolvimento (ALMEIDA, 2013).

Nesse sentido, então, apesar dos desafios, é necessário enxergar que a sociedade necessita ainda mais de empreendedores, através deles surgem novas ideias, novas inovações que satisfaçam a comunidade em geral (FRIEDLAENDER, 2004). Desse modo, ser empreendedor é ser agente de desenvolvimento econômico e social, e basicamente o empreendedorismo proporciona aumento de inovações, novos empregos, renda e fomenta a produção e o crescimento tanto pessoal quanto social (BARROS NETO, 2015).

Portanto, mesmo que o empreendedorismo traga em sua bagagem grandes benefícios sociais e para o desenvolvimento local, regional e mundial, não é apenas correr riscos e criar uma empresa, é fundamental que se tenha comprometimento, capacidade e conhecimento, do que se almeja alcançar, sendo a educação um dos aspectos importantes para se chegar ao sucesso (GONÇALVES, 2009).

## 2.4 O EMPREENDEDORISMO INOVADOR

Martins (2010) destaca como um dos maiores obstáculos dos últimos tempos, após o avanço do desenvolvimento tecnológico e científico, a necessidade de transformar o ser humano, capaz de usar sua originalidade, para produzir inovação.

Nesse prisma, Schumpeter, considerado um grande historiador da economia, não pode deixar de ser citado quando o assunto é empreendedorismo. As suas obras caracterizavam o empreendedor como o indivíduo que inova de maneira radical e, que a inovação é fruto exclusivo dos empreendedores (MACULAN, 2005).

De acordo com dados da Endeavor (2016), aproximadamente 6% dos universitários brasileiros já possuem algum tipo de empreendimento e 21% têm o desejo de empreender. O que preocupa, conforme o autor, é que somente 4% desses universitários empreendedores possuem algum diferencial no mercado, algo que seja inovador e, entre os potenciais empreendedores, 75% dizem que não trará algo novo para o mercado, tal fator é importante, pois, por estarem ingressados em uma universidade, o ensino deveria instigar os discentes à inovação.

Friedlaender (2004) diz que todo indivíduo possui a necessidade de estar em constante mudança e aprendizado e que a instituição de ensino e os professores devem instigar e desenvolver a inovação em seus discentes, porquanto o mundo está em constante mudança, e é necessário que esses indivíduos se adaptem à essas mudanças. Ainda de acordo com o autor os empreendedores possuem características de inovação, são preeminentes de atender às necessidades da sociedade e ter essas características de criatividade, inovação, desenvolvimento de novas tecnologias, traz a reflexão de que mudar e se adaptar às novas mudanças é necessário até para a sobrevivência.

No contexto da atualidade, a criatividade e inovação nos negócios são as que auxiliam no sucesso do empreendimento e é através da inovação que se vence a competitividade, e enfrenta as dificuldades diárias das empresas (BARLACH, 2009).

## 2.5 GLOBALIZAÇÃO E INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS

Segundo Almeida (2013), na década de 80, com o processo da globalização, as empresas passaram por grandes mudanças, muitas pessoas perderam seus empregos e se viram obrigadas

a buscarem por novas alternativas, acarretando em um crescimento acentuado das micro e pequenas empresas, que surgiram como solução daqueles que foram excluídos do mercado.

Para Ricca (2004), as empresas passaram a produzir mais sem aumentar o número de postos de trabalho, ocasionando a redução do número de empregos para aqueles sem a devida qualificação, aumentando o número de informalidade no mercado de trabalho. Portanto, o processo de globalização aumentou a importância da tecnologia dentro das empresas, passando a ter uma ligação ainda maior entre empresas e educação (FRIEDLAENDER, 2004).

No entendimento trazido, Ricca (2004) complementa, didaticamente, que a globalização também trouxe consigo mudanças na economia com a expansão dos mercados, dos quais tornaram-se competitivos e consolidando apenas aqueles que tenham qualidade e preços mais justos. Com todas essas mudanças, o autor diz, ademais, que é necessário compreender e adaptar ao novo contexto social, e ter visão do que vai acontecer no futuro, para que possamos estar preparados e qualificados.

Na visão de Gonçalves (2009), estamos na época da rápida disseminação da informação e do conhecimento, do alto crescimento da competitividade, e da tecnologia, onde as criações de novas estratégias são necessárias para o desenvolvimento. Esses traços são caracterizados pela globalização da economia que requer competência de ainda mais pessoas com intenção empreendedora.

David (2004) também traz a importância de ser ou se tornar um potencial empreendedor, após a rápida e progressiva mudança tecnológica mundial, que trouxe e continua, trazendo mudanças no mercado.

## 2.6 ONDE SURGE A DECISÃO DE EMPREENDER

Empreender é uma decisão tomada de forma individual e espontânea, mas para chegar até essa decisão, depende de diversos fatores, estes que podem estar ligados a princípios e desejos pessoais, oportunidades, ambiente, entre outros (HECKE, 2011).

Cada indivíduo possui características individuais, características essas que podem ser influenciadas tanto por fatores genéticos, culturais e sociais, sendo cada um com uma forma de pensamento próprio (FRIEDLAENDER, 2004).

De acordo com Carvalho e González (2006), a intenção empreendedora pode surgir por:

- a) Incentivo familiar: o comportamento do empreendedor pode ser instigado por seus antecedentes pessoais;

- b) Conhecimentos empresariais: aquele indivíduo que sabe enxergar oportunidades e possui certo conhecimento sobre o meio empreendedor, possuindo um maior desejo de inovação;
- c) Motivação: quando se possui o desejo de independência, desenvolvimento pessoal, necessidade de adquirir sucesso e provar que é capaz, o empresário é responsável por sua motivação pessoal;
- d) Autoeficácia: é a intenção surgida por meio do indivíduo que deseja realizar uma tarefa, na qual ele tem plena certeza da sua capacidade de realizá-la; e
- e) Motivação institucional: o ambiente institucional favorece e promove incentivo nos discentes, desenvolvendo ou fomentando a atitude empresarial.

## 2.7 O PAPEL DA UNIVERSIDADE NO INCENTIVO AO EMPREENDEDORISMO

A sociedade passa por transformações, as empresas mudam suas características, e o mercado de trabalho fica aquecido, isso faz com que a busca por profissionais capacitados se intensifique, fazendo com que a sociedade espere uma contribuição ainda maior das universidades (AUDY, 2011).

Segundo Souza (2015), o ensino superior tem um papel importantíssimo na formação de um indivíduo, visto que nesse período de formação que se adquire a preparação e capacitação para se ingressar no mercado de trabalho, e, é necessário que a universidade contribua também para a educação do empreendedorismo, para que seus discentes se tornem futuros protagonistas do seu próprio desenvolvimento, e do desenvolvimento econômico e social do país.

Para a Endeavor (2016), as universidades têm a necessidade de se aproximarem do mercado, dos empreendedores e da comunidade, para que essas instituições possam estar atentas às demandas e assim capacitar seus discentes e desenvolver ações de acordo com as necessidades. As universidades devem fazer do empreendedorismo um aliado ao seu desenvolvimento, aplicá-lo não somente em uma disciplina isolada, mas trazê-lo de forma indireta a todas as disciplinas, à universidade e à sociedade. Nesse contexto, a universidade pode e deve estimular seus cooperadores a desenvolver e estimular habilidades empreendedoras junto aos discentes (GUERRA; GRAZZIOTIN, 2010).

Nesse diapasão, Martins (2010) salienta que a universidade precisa ser uma organização que com seus recursos traga evolução, tanto interna quanto externa, utilizando-se da criatividade, inovação, do empreendedorismo, incorporado a sua metodologia de ensino, buscando sempre se atualizar de acordo com as necessidades da sociedade.

No conhecimento de Friedlaender (2004), a universidade deve-se atentar às mudanças que ocorrem no mercado, para que possa capacitar seus discentes de acordo com as necessidades, ofertar disciplinas que os permitam a comandar sistemas complexos e acompanhar às novas tecnologias.

De acordo com Vieira et al. (2014), devido à alegação de que o empreendedorismo seja considerado instrumento de desenvolvimento econômico e social, a educação acerca do tema vem se tornando cada vez mais presente, principalmente, na matriz curricular dos cursos de graduação.

## 2.8 A IMPORTÂNCIA DOS MENTORES

Os mentores são conhecidos por serem pessoas mais experientes e capazes de compartilhar conselhos e experiências, por isso, durante o processo empreendedor é importante que o universitário possa transmitir ideias, valores, conhecimento e estratégias (ENDEAVOR, 2016).

Segundo Guerra e Grazziotin (2010), dentro da universidade, os mentores são os próprios professores, eles são fundamentais na criação de uma mente visionária e empreendedora nos discentes.

Neste sentido, dentro das instituições de ensino, os professores em conjunto com a organização, devem estimular o desenvolvimento dos discentes, fazendo com que eles percebam que o mercado está em constante mudança e que eles precisam se adequar às inovações (FRIEDLAENDER, 2004).

Para Martins (2010), os professores possuem a incumbência de estimular os discentes a buscarem novos conhecimentos e a terem o desejo de aprender, para que estes discentes estejam preparados para o mercado de trabalho e para o convívio social, sendo esse um dos maiores desafios enfrentados pelas universidades.

Conforme Friedlaender (2004), muito do que se espera de um profissional no mercado, depende do que é visto dentro da universidade, sendo que um aluno bem instruído por um bom professor, que se utiliza de uma boa metodologia de ensino, com certeza terá maior facilidade para se inserir no mercado, pois muitos discentes têm seus professores como exemplo.

## 2.9 EMPREENDEDORISMO NA CONTABILIDADE

Dentro de uma entidade, o fator primordial para conhecer a situação econômica, passado e presente é a contabilidade que por meio de registros apresenta informações que contribuem para tomada de decisão e elaboração de planos futuros (VIEIRA, 2008).

A contabilidade possui um vasto campo de atuação, compreendendo pessoas jurídicas e físicas, empresas com fins e sem fins lucrativos, empresas públicas ou privadas, ou seja, o profissional formado em contabilidade precisa estar apto a cumprir com as exigências da profissão, porque no seu cotidiano, o contador vai se encontrar em diversas situações, com governo, com legislação, com sócios, diretores, executivos, entre outros (JACQUES FILHO, 2001).

Segundo Leal, Soares e Sousa (2008), o contador tem a difícil missão de se manter sempre atualizado de acordo com as exigências do mercado, mesmo após a formação acadêmica.

Do ponto de vista de Giovanela et al. (2010), a contabilidade tem uma estreita ligação com o empreendedorismo, pois todo negócio envolve em parte a contabilidade, e, por esse motivo, se faz cada vez mais presente a disciplina de empreendedorismo nos cursos de Ciências Contábeis. É fato que o empreendedorismo vem sendo cada vez mais relevante na sociedade, de modo que, os indivíduos que se tornam empreendedores não são somente responsáveis por inovações, mas também são responsáveis e reconhecidos por sua criatividade e visão dentro de empresas já existentes, para que estas se mantenham no mercado e cresçam cada vez mais (LOPES et al., 2005).

Antigamente, o contador era conhecido como “guarda livros”, já que tinha a função de apenas anotar os registros das empresas, sem que nenhuma análise fosse realizada, mas com o passar do tempo o contador foi se tornando um importante instrumento de auxílio ao empreendedor, trazendo análises confiáveis de acordo com dados verídicos das organizações, e assim ter fundamento que auxilie na tomada de decisão (VIEIRA, 2008). Entretanto, os

contadores por estarem diretamente relacionados com as pequenas e grandes empresas, no planejamento, controle e auxiliando na tomada de decisões, acabam atuando como agente de desenvolvimento econômico e social, assim também, exercendo o seu papel empreendedor, mesmo sendo somente um empregado (MATIAS; MARTINS, 2012).

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Nesta seção, será apresentada a metodologia da pesquisa, classificando quanto aos objetivos, aos procedimentos, aos métodos de abordagem, a forma de abordagem e as técnicas de coleta de dados. A metodologia é a parte do trabalho onde será explicado de forma detalhada a ação desenvolvida durante a examinação (KAUARK; MANHÃES; MEDEIROS, 2010).

#### 3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA

Conforme Prodanov e Freitas (2013) quanto aos objetivos, a pesquisa pode ser classificada como exploratória, descritiva e explicativa. Este estudo foi a pesquisa descritiva, uma vez que foi analisado o ponto de vista dos discentes, observando o grau de satisfação dos mesmos, em que não houve alteração na rotina ou qualquer tipo de interferência.

Prodanov e Freitas (2013) ressaltam, ademais, quanto aos procedimentos técnicos, os quais são traçados dois grupos: o primeiro grupo é determinado pelas pesquisas originadas do papel (pesquisa bibliográfica e pesquisa documental), e o segundo grupo tem como fonte as pessoas (pesquisa experimental, ex-postfacto, levantamento, estudo de caso, pesquisa-ação e pesquisa participante).

Por fim, Kauark, Manhães e Medeiros (2010) trazem quanto à forma de abordagem do problema, a pesquisa quantitativa, na qual são usadas técnicas e estatísticas, e a pesquisa qualitativa, em que não há a utilização de métodos estatísticos. De acordo com os procedimentos desta pesquisa, tratou, a princípio de uma Pesquisa Bibliográfica e, em seguida, um Levantamento (Survey), isso pois, antes de tudo fora apresentado os fatos históricos e, por fim, interrogatório aplicado diretamente a um grupo de pessoas.

Nesse sentido, Gil (2008) afirma que para possibilitar a chegada à ciência é necessário um grupo de procedimentos técnicos utilizados, que são os métodos científicos, estes podem ser indutivo, dedutivo, hipotético-dedutivo e dialético. Quanto aos métodos de abordagem, esta pesquisa fora dedutiva, por consistir de uma construção lógica de ideia, podendo surgir várias premissas, e considerando a criação de uma em particular, ou seja, parte do geral para o particular.

Complementa ainda o entendimento Gil (2008), as análises das informações construídas se dão de forma quantitativa e/ou qualitativa. A pesquisa qualitativa tem como intuito a

interpretação dos fatos de base empírica, o pesquisador busca explicar os motivos dos fatos, preocupando-se basicamente com a compreensão de tais acontecimentos, é caracterizada por apresentar, compreender e esclarecer a relação entre o geral e o particular (GERHARDT; SILVEIRA, 2009). Quanto à abordagem do problema fora quali-quantitativo, fundamentando-se nas informações colhidas, devido à interpretação de fatos e o apontamento dos mesmos de forma numérica, teve como objetivo a mensuração das opiniões da amostragem elegida.

### 3.2 UNIVERSO E AMOSTRA

O universo desta pesquisa corresponde aos discentes do curso de Ciências Contábeis da Universidade de Rio Verde (UniRV).

Na amostra, foram analisados os discentes matriculados no curso de ciências contábeis no 2º (segundo) semestre do ano de 2018.

**TABELA 1** - Composição da amostra

<b>População</b>	<b>Quantidade</b>
Discentes matriculados	120
<b>Participaram da pesquisa</b>	<b>90</b>

Fonte: Elaborada pela autora (2018).

### 3.3 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

Quanto ao instrumento de coleta de dados, foi utilizada a observação direta extensiva, que segundo Lakatos e Marconi (2003), é uma técnica de coleta de dados, por meio de questionários, formulários, medidas de opinião e atitudes, e técnicas mercadológicas. Foi elaborado e aplicado um questionário (APÊNDICE D) para os discentes responderem, onde traz 7 (sete) quesitos.

Nesse passo, o primeiro quesito é constituído por questões sobre dados gerais, para coletar informações como, sexo, idade, entre outros. O segundo tem o objetivo de capturar informações sobre os conhecimentos gerais do respondente quanto ao empreendedorismo. O terceiro, quarto e quinto quesito, são para identificar a percepção pessoal do entrevistado, sobre a influência, visão e intenção empreendedora. O sexto quesito é voltado para a coleta de informações relativas ao papel e fomento ao empreendedorismo por parte dos professores. E

por fim, o sétimo quesito apresenta itens para identificação do perfil empreendedor dos entrevistados.

Do segundo ao sétimo quesito, foi utilizada escala de 1 a 5 para responder aos itens, sendo: (1) nunca, (2) quase nunca, (3) às vezes, (4) quase sempre e (5) sempre.

### 3.4 ASPECTOS ÉTICOS

Em conformidade com Conselho Nacional de Saúde, em sua Resolução n. 466, de 12 de dezembro de 2012, as pesquisas envolvendo seres humanos, deverão ser realizadas, posteriormente a avaliação da comissão de ética para a devida aprovação dos meios a serem aplicados. Destarte, a coleta de dados foi iniciada após a autorização da pesquisa pelo Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da Universidade de Rio Verde (UniRV).

Para que os entrevistados participassem da pesquisa, antes da aplicação do questionário, foi apresentado o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) disponível no APÊNDICE A, onde foi realizada a leitura do mesmo para que não houvesse nenhuma dúvida. Foram assinadas duas vias das quais, uma ficou em posse dos discentes e a outra foi entregue ao pesquisador, deixando a critério dos investigados participarem ou não da pesquisa, ou desistir a qualquer momento em que não tivessem se sentindo confortáveis com as perguntas propostas.

Para que a pesquisa tivesse total sigilo e privacidade, foi realizada sem a identificação dos entrevistados, ficando sob responsabilidade do pesquisador informações alcançadas durante a pesquisa. Depois de realizada a pesquisa, todos os resultados obtidos através da coleta de dados, foram guardados sob responsabilidade da pesquisadora em local seguro e se manterá pelo prazo de até cinco anos.

### 3.5 ABORDAGEM AOS PARTICIPANTES

A abordagem aos discentes foi realizada no 2º semestre do ano de 2018, sendo a data e o horário em total acordo com os professores. Antes da aplicação do questionário, houve uma breve explicação sobre a finalidade da pesquisa, e após foi realizada a leitura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) - apresentado no APÊNDICE A. Os discentes que concordaram em participar da pesquisa assinaram o TCLE para que houvesse a continuação da

coleta de informações, sendo realizado a aplicação do questionário, foi deixado de forma clara que mesmo após assinarem o termo, podiam desistir da pesquisa no momento em que se sentissem desconfortáveis. Aos alunos que não estavam presentes no dia da coleta de dados e não assinaram o TCLE, foi enviado via e-mail um questionário online, onde constava o TCLE e a pesquisa só poderia ser iniciada após o aceitarem.

### 3.6 RISCOS E BENEFÍCIOS

Toda pesquisa envolve riscos, mas a pesquisa em si apresenta riscos mínimos. Antes de ser aplicado o questionário, os participantes foram informados que caso se sentissem desconforto ao responderem as questões, poderiam deixar de responder alguma questão e até mesmo o questionário todo. A responsabilidade foi total dos pesquisadores quanto a qualquer tipo de risco.

Os benefícios desta pesquisa estão indiretamente ligados aos participantes, pois poderá abrir novas visões sobre o empreendedorismo e fomentar as visões já existentes no meio acadêmico, despertando nos discentes a importância e os benefícios de se tornar um futuro empreendedor de sucesso. Já para o meio acadêmico, a pesquisa proporcionará um panorama sobre a visão dos discentes e contribuirá para a realização de novas pesquisas sobre o assunto.

### 3.7 CRITÉRIO DE INCLUSÃO E EXCLUSÃO

De acordo com os critérios de inclusão na pesquisa, discentes que cursam e estão regularmente matriculados no primeiro semestre ao último semestre da Faculdade de Ciências Contábeis da Universidade de Rio Verde (UniRV) no ano de 2018, que assinarem o Termo Livre e Esclarecido (TCLE) e que sentiram confortáveis para responder o questionário.

Os critérios de exclusão foram aplicados aos discentes que não assinarem o TCLE, aos que assinarem e desistirem de responder ou se sentirem incômodos, também serão excluídos da amostra os que não quiserem e/ou não puderem participar da pesquisa.

### 3.8 TRATAMENTO DOS DADOS

Quanto à tabulação dos resultados, serão organizados de acordo com planilhas eletrônicas no Excel, na qual permitirão o tratamento de forma apropriada e a apresentação do conteúdo por meio de gráficos, tabelas e porcentagens, a fim de que sejam cumpridos os objetivos da pesquisa.

## 4 ANÁLISE DE DADOS

Nesta seção, será feita uma análise dos resultados obtidos através da aplicação do questionário (APÊNDICE D) com os discentes matriculados no curso de Ciências Contábeis da Universidade de Rio Verde (UniRV), no segundo semestre do ano de 2018. Obedecendo a metodologia e os aspectos éticos propostos nesta pesquisa. Em cada subseção, será abordado um quesito: dados gerais; conhecimentos sobre empreendedorismo; influências; visão empreendedora; intenção empreendedora; incentivo dado pela universidade/professores; e perfil empreendedor.

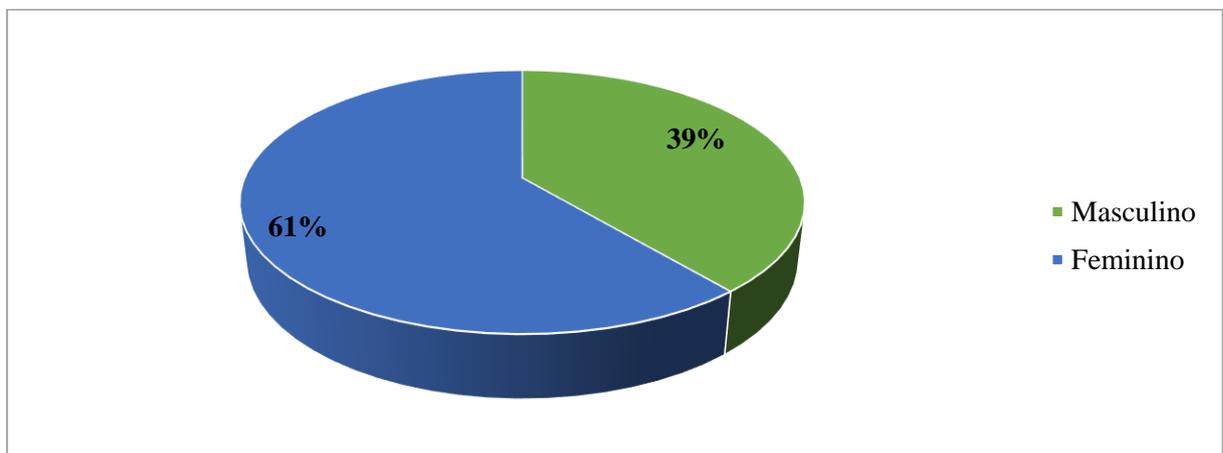
A amostra é composta por 120 discentes matriculados no curso durante o período analisado, mas somente 90 responderam o questionário, tal que 30 discentes não colaboraram com a pesquisa, parte por não aceitarem participar e parte por não estarem presentes no dia da coleta. Lembrando que, aos discentes que não estavam presentes no dia da coleta de dados e não assinaram o TCLE, foi enviado via e-mail o TCLE e o questionário de forma online.

### 4.1 DADOS GERAIS

Diante da amostra adquirida através da coleta de dados, serão abordadas, nesta subseção, questões relacionadas aos dados gerais dos participantes.

O GRÁFICO 1 nos apresenta o resultado relativo ao sexo dos participantes.

**GRÁFICO 1** – Sexo dos respondentes

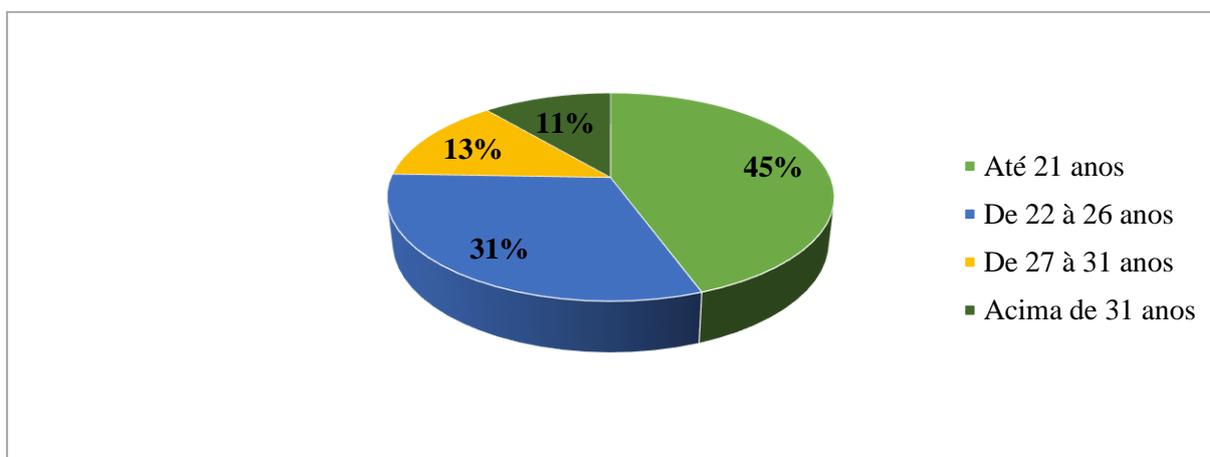


Fonte: dados da pesquisa (2018).

Referente ao gênero dos discentes, os dados coletados apresentam uma influência maior do sexo feminino se comparado ao sexo masculino, como mostra no GRÁFICO 1, sendo 61% do sexo feminino que equivale a 55 discentes, 39% do sexo masculino que equivale a 35 discentes.

A análise feita a respeito da faixa etária dos respondentes está apresentada no GRÁFICO 2 abaixo:

**GRÁFICO 2** – Faixa etária dos respondentes

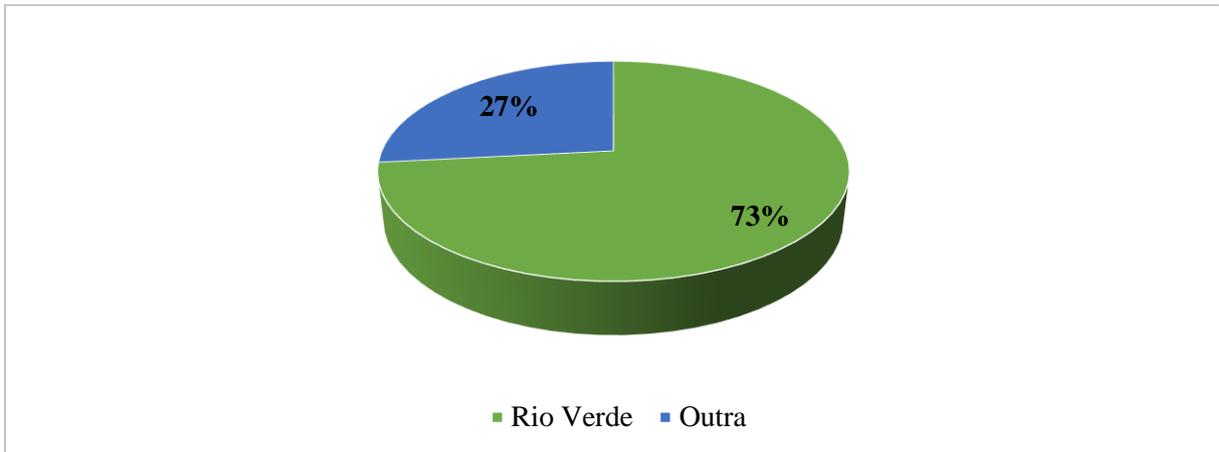


Fonte: dados da pesquisa (2018).

De acordo com a coleta de dados apresentada no GRÁFICO 2, a maioria dos entrevistados (45%) possuem até 21 anos de idade o que corresponde a 40 discentes, 31% equivalem a 28 discentes possuem de 22 à 31 anos, já os discentes que possuem de 27 à 31 anos representa 13% do total da amostra o que corresponde a 12 discentes, e por fim, os discentes que possuem idade acima de 31 anos, sendo representados pelo percentual de 11% equivalente a 10 discentes. Quanto aos discentes menores de idade, não houve aplicação do TCLE – Menores de 18 anos, pois no dia da coleta de dados não esteve presente nenhum discente abaixo desta faixa etária.

A UniRV possui ao seu em torno diversas cidades que não possuem instituição de ensino superior que ofereça o curso de Ciências Contábeis, por esse motivo muitos discentes se deslocam até a cidade de Rio Verde para cursá-lo.

O GRÁFICO 3 traz justamente os dados relativos a quantidade de discentes que se deslocam de outras cidades ou que residem em Rio Verde e que estão matriculados no curso.

**GRÁFICO 3 – Residência**

Fonte: dados da pesquisa (2018).

Os resultados mostram que a maior parte dos discentes é do município de Rio Verde, sendo um percentual de 73% do total da amostra que representa 66 discentes, já os discentes que moram em outras cidades vizinhas representam 27%, sendo 24 discentes.

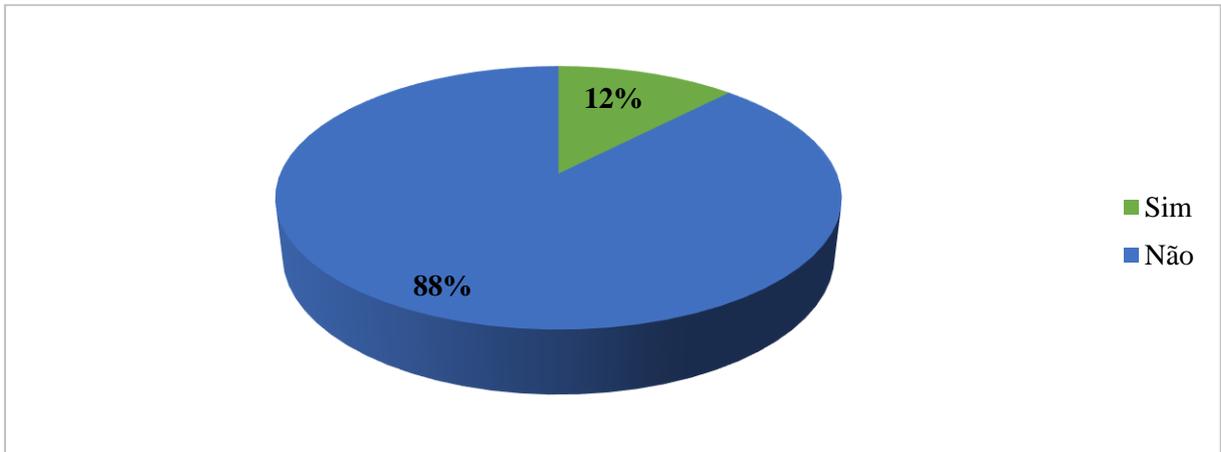
O questionário foi aplicado em todos os períodos de curso de Ciências Contábeis, sendo a maioria dos respondentes do 2º (segundo) e 6º (sexto) período, como pode ser observado na TABELA 2.

**TABELA 2 – Período matriculado**

Período	Discentes	%
1º	0	0%
2º	29	32%
3º	2	2%
4º	16	18%
5º	3	3%
6º	22	24%
7º	4	4%
8º	14	16%
<b>Total</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Fonte: dados da pesquisa (2018).

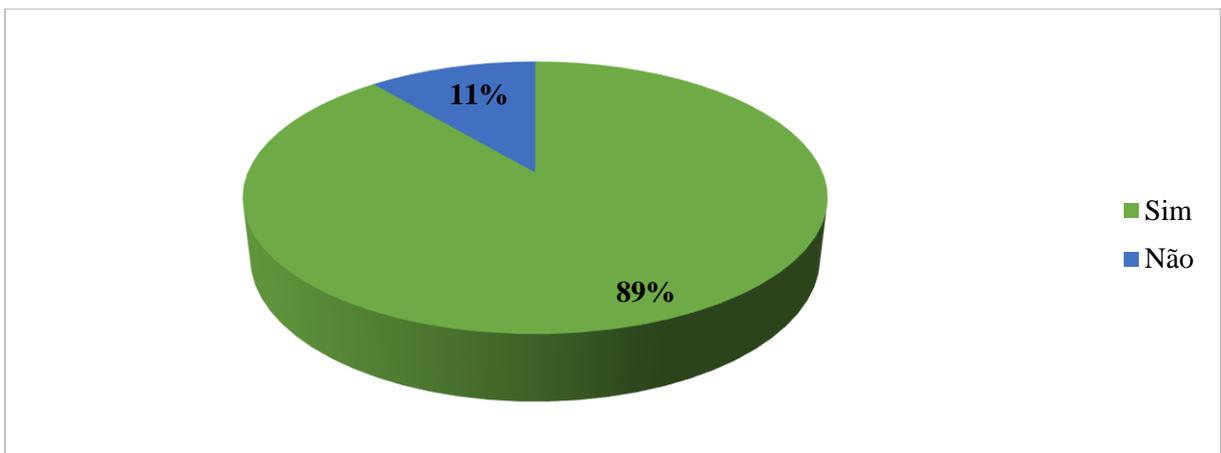
Seguindo com o intuito de identificar o perfil dos respondentes através dos dados gerais, o GRÁFICO 2 mostra o percentual de discentes que já possuem outra graduação e agora estão matriculados no curso de Ciências Contábeis.

**GRÁFICO 4** – Discentes que já possuem graduação

Fonte: dados da pesquisa (2018).

A maioria dos discentes não possui outra graduação, apenas 12% do total da amostra que se refere a um total de 11 discentes já possuem, o restante sendo representado por 88% que equivale a 79 discentes ainda não possuem outra formação superior.

O GRÁFICO 5 mostra que a maior parte dos discentes estão inseridos no mercado de trabalho, onde 89% representam por 80 discentes possuem algum tipo de trabalho e 11% correspondem a 10 discentes não possuem emprego, são apenas estudantes.

**GRÁFICO 5** – Trabalho

Fonte: dados da pesquisa (2018).

## 4.2 CONHECIMENTO SOBRE EMPREENDEDORISMO

O questionário aplicado a partir do quesito 2, teve como critério de resposta de acordo com a metodologia aplicada, a escala de 1 a 5 para responder aos itens, onde (1) corresponde a nunca, (2) quase nunca, (3) às vezes, (4) quase sempre e (5) sempre. Cada quesito do 2 ao 7 possuem 6 itens, esses itens dizem respeito a perguntas relacionadas ao empreendedorismo, com finalidade de atingir o objetivo geral e específico da pesquisa.

A fim de identificar o conhecimento e a relação dos discentes acerca do tema, foi elaborado o quesito 2 que diz respeito ao conhecimento dos discentes sobre empreendedorismo. O resultado se encontra exposto na TABELA 3.

**TABELA 3** – Conhecimento sobre Empreendedorismo

Quesito 2	Conhecimento sobre Empreendedorismo	Percentual					TOTAL
		1	2	3	4	5	
<b>Item 7</b>	Já ouviu falar sobre empreendedorismo?	0%	4%	28%	25%	43%	100%
<b>Item 8</b>	Já leu ou lê assuntos relacionados ao empreendedorismo?	7%	23%	39%	9%	22%	100%
<b>Item 9</b>	Considera o empreendedorismo importante para a sociedade?	0%	1%	11%	21%	67%	100%
<b>Item 10</b>	Tem ou já teve contato com empreendedores?	8%	8%	20%	17%	47%	100%
<b>Item 11</b>	Pessoas do meio familiar já desenvolveram atividade empreendedora?	14%	17%	25%	17%	27%	100%
<b>Item 12</b>	Tem amigos que já desenvolveram atividade empreendedora?	14%	23%	33%	9%	21%	100%

Fonte: dados da pesquisa (2018).

Para descrever o nível de conhecimento dos discentes quanto ao empreendedorismo, observou-se os itens da TABELA 3 de forma isolada.

Analisando o item 7, constatamos que praticamente todos os discentes já ouviram de alguma forma falar sobre empreendedorismo, sendo que 43% que representa um total de 39 discentes sempre ouviram falar do assunto, apenas 4% quase nunca ouviu assuntos relacionados ao tema.

De acordo com a leitura a respeito de assuntos relacionados ao empreendedorismo, 39% responderam que às vezes leem sobre o tema, 23% quase nunca leram ou leem sobre o assunto, e somente 22% e 9% contestaram sempre e quase sempre respectivamente leem ou já leram o tema.

É importante salientar que o hábito de leitura entre os universitários sobre qualquer assunto é baixo, e ler é muito importante para o desempenho acadêmico, auxilia na compreensão, interpretação e facilita na exposição de ideias, melhorando a argumentação (SILVA et al., 2015).

Como a maioria dos discentes possui conhecimento sobre empreendedorismo, quase que por unanimidade, consideram importante o empreendedorismo na sociedade, 67% equivalem a 60 discentes responderam que sempre consideram importante, 21% quase sempre e 11% às vezes. Isso já deixa em aberto a relevância da atividade empreendedora para os discentes, tanto para atuação no mercado de trabalho, pois irão trabalhar diretamente com as entidades, como também poderão abrir seu próprio negócio e, assim, serem empreendedores.

Ainda observando os itens da TABELA 3, de acordo com a relação dos discentes com a atividade empreendedora, tendo como objetivo identificar quais contatos os discentes já tiveram com o empreendedorismo, seja pelo meio familiar ou social.

Nesse passo, foi possível analisar nos itens 10, 11 e 12, constatou que a maioria dos respondentes já teve contato com empreendedores, cerca de 47% sempre tiveram contato, 17% quase sempre e 20% responderam que tiveram contato às vezes. Entre os discentes, 27% alegaram que sempre tiveram pessoas da família que já desenvolveram atividade empreendedora, 17% responderam que quase sempre e 27% às vezes. Por fim, 21% dos discentes responderam que sempre tiveram amigos que também desenvolveram alguma atividade neste sentido, 9% quase sempre e 33% disseram que às vezes.

### 4.3 INFLUÊNCIAS

No quesito 3, foi avaliado as principais influências que levam a decisão de empreender, seja por vontade própria, familiar, meio social, o ambiente, no qual está inserido, ou por motivação do país em que se vive. Segundo Hecke (2011) empreender é uma decisão individual, mas existem fatores que podem influenciar nessa tomada de decisão.

Portanto, na TABELA 4 é possível identificar os percentuais atribuídos a cada um desses fatores.

**TABELA 4** – Influências

Quesito 3	Influências	Percentual					TOTAL
		1	2	3	4	5	
<b>Item 13</b>	Se tornar empreendedor seria uma realização pessoal sua?	6%	6%	33%	17%	38%	100%
<b>Item 14</b>	Você é capaz de assumir riscos?	3%	7%	38%	28%	24%	100%
<b>Item 15</b>	Sua família te incentiva a ser um empreendedor?	21%	11%	29%	13%	26%	100%
<b>Item 16</b>	Se você quisesse ser um empreendedor, seus amigos te apoiariam?	2%	11%	34%	27%	26%	100%
<b>Item 17</b>	O ambiente em que você vive lhe dá oportunidade para ser um empreendedor?	14%	17%	30%	21%	18%	100%
<b>Item 18</b>	O país em que você vive, te dá a motivação necessária para se tornar um empresário (a)?	20%	41%	33%	4%	2%	100%

Fonte: dados da pesquisa (2018).

Sendo assim, a TABELA 4 teve como finalidade avaliar os principais agentes que influenciam na visão de empreender dos discentes.

Ao analisar item por item, podemos constatar que 38% dos discentes responderam “sempre”, para o item 13 em que seria uma realização pessoal se tornar um empreendedor, 33% disseram às vezes e apenas 12% disseram que nunca ou quase nunca seria uma realização pessoal se tornar empreendedor. No item 14, 24% dos discentes responderam sempre ter capacidade de correr riscos, 28% quase sempre e apenas 3% e 7% responderam nunca e quase nunca respectivamente. Nesse contexto, evidencia-se que os discentes se tornariam empreendedores, possuindo forte intenção pessoal.

O item 15 relacionado a motivação familiar obteve um resultado bem distribuído, onde 13% e 26% disseram que quase sempre e sempre respectivamente, teriam apoio da família caso quisessem se tornar empreendedores, 29% falaram que às vezes teriam esse apoio, 21% nunca teria e 11% quase nunca. Quanto ao item 16 relacionado ao apoio dos amigos, foi mais positivo se relacionado ao apoio familiar, onde 34% responderam que às vezes possuiriam apoio dos amigos, 27% quase sempre e 26% sempre, poderiam receber apoio dos amigos nesse processo empreendedor, apenas 2% e 11% nunca e quase nunca respectivamente não se sentiriam totalmente apoiados pelos amigos.

Já os itens 17 e 18 que relacionam o ambiente em que se vive e o país, o resultado foi bem interessante, muitos discentes disseram que o ambiente lhes dá oportunidades que os influenciam, mas o país não fornece a motivação necessária para o desenvolvimento do empreendedorismo. No item 17, ambiente em que se vive, 30% dos discentes acreditam que o ambiente influencia às vezes, 21% quase sempre e 18% sempre disseram que o ambiente em que se vive sempre lhe dá oportunidade para se tornarem empresários, somente 14% e 17% responderam nunca e quase nunca respectivamente, o que significa não estarem totalmente de acordo com o item. De acordo com a motivação do país tratado no item 18, o resultado foi bem negativo, onde 20% e 41% dos discentes disseram que o país nunca e quase nunca respectivamente fornece motivação necessária para se tornarem empresários, 33% responderam que às vezes, 4% quase sempre e apenas 2% sempre.

Consoante com o resultado, pode-se observar que a maioria dos discentes se tornariam empresários, a fim de saciar o desejo pessoal de se tornarem bem-sucedidos, seguindo pelo apoio da família e amigos, acreditando que o meio em que vivem lhes dá oportunidade, mas falta incentivo do país.

#### 4.4 VISÃO EMPREENDEDORA

Com o propósito de identificar a intenção dos discentes consoante a visão de se tornarem empreendedores, foi elaborado o quesito 4, no qual se encontra exposto na TABELA 5.

**TABELA 5** – Visão Empreendedora

Quesito 4	Visão empreendedora	Percentual					TOTAL
		1	2	3	4	5	
<b>Item 19</b>	Se você se tornasse um empreendedor, você se sentiria realizado (a)?	0%	6%	33%	21%	40%	100%
<b>Item 20</b>	Você planeja alcançar metas e sonhos à longo prazo?	2%	1%	11%	24%	62%	100%
<b>Item 21</b>	Você planeja alcançar metas e sonhos à curto prazo?	6%	3%	21%	16%	54%	100%
<b>Item 22</b>	Você pretende e planeja criar uma empresa no futuro?	13%	9%	29%	12%	37%	100%
<b>Item 23</b>	Um dos seus objetivos profissionais é de se tornar um empresário (a).	11%	11%	26%	12%	40%	100%

<b>Item 24</b>	Você enxerga no empreendedorismo uma chance de se tornar bem sucedido?	1%	6%	26%	18%	49%	100%
----------------	--	----	----	-----	-----	-----	------

Fonte: dados da pesquisa (2018).

De modo geral, o quesito 4 apresenta resultado positivo relacionado a visão dos discentes sobre empreendedorismo, observa-se no item 19 uma tendência dessa visão em torná-los empreendedores bem-sucedidos. Olhando para os itens individualmente, 40% dos discentes sempre se sentiriam realizados caso tornassem empreendedores, 21% responderam que quase sempre e 33% às vezes, apenas 6% quase nunca se sentiriam realizados.

Para identificar se os discentes possuem visões para serem alcançadas a longo ou curto prazo, os itens 20 e 21 tratam justamente das metas e os prazos previstos pelos discentes para realização dos seus objetivos. Entre os itens, observa-se uma moderada diferença, mas é possível identificar a presença de mais metas a longo prazo que curto, 62% dos discentes sempre planeja alcançar metas a longo prazo, 24% quase sempre, 11% às vezes e apenas 3% nunca e quase nunca, enquanto que 54% dos discentes disseram que sempre planejam alcançar metas a curto prazo, 16% quase sempre, 21% às vezes, 3% quase nunca e 6% nunca.

O item 22 que se refere a intenção do discente em planejar a criação de uma empresa, e no resultado, nota-se que os discentes foram bem otimistas sendo que, 37% relataram sempre possuir esse desejo, 12% quase sempre, 29% às vezes, apenas 13% e 9% disseram nunca e quase nunca respectivamente pretendem planejar a criação de uma empresa.

Dentre as profissões que um Bacharel em Ciências Contábeis pode atuar, uma delas é se tornar um empresário, o item 23 trata sobre esse questionamento e obteve um resultado bem positivo entre os discentes que participaram da pesquisa onde, 40% responderam sempre para o objetivo de se tornar empresário no futuro, 12% disseram quase sempre e 26% às vezes, somente 11% responderam quase nunca, sendo o mesmo percentual para nunca. Assim como todos os itens da TABELA 5, o último também obteve um resultado favorável, 49% dos discentes sempre enxergam no empreendedorismo, uma chance para se tornarem bem-sucedidos, 18% quase sempre, 26% às vezes, 6% quase nunca e apenas 1% disse nunca.

Através do resultado, podemos identificar que os discentes possuem visão empreendedora e enxergam no empreendedorismo uma oportunidade para se tornarem bem-sucedidos, possuem um planejamento para alcançarem suas metas e dentre as opções de carreira o empreendedorismo é muito presente.

## 4.5 INTENÇÃO EMPREENDEDORA

O quesito 5 exposto na TABELA 6 refere-se à intenção empreendedora dos discentes, a qual tem como finalidade constatar a satisfação na carreira profissional, intensificar a ideia de que o empreendedorismo possa ser uma das alternativas profissionais no futuro.

**TABELA 6** – Intenção Empreendedora

Quesito 5	Intenção empreendedora	Percentual					TOTAL
		1	2	3	4	5	
<b>Item 25</b>	Ser somente um funcionário de uma organização no futuro te deixaria realizado profissionalmente?	26%	16%	33%	18%	7%	100%
<b>Item 26</b>	Se tornar um profissional liberal (autônomo) no futuro te deixaria realizado profissionalmente?	1%	3%	34%	16%	46%	100%
<b>Item 27</b>	Você possui o desejo de se tornar dono(a) de uma empresa?	4%	8%	21%	16%	51%	100%
<b>Item 28</b>	Ser empresário (a), seria interessante para você?	2%	6%	23%	18%	51%	100%
<b>Item 29</b>	Se você tivesse oportunidade e recursos, gostaria de criar uma empresa?	6%	2%	21%	14%	57%	100%
<b>Item 30</b>	Entre as oportunidades no mercado, você preferia ser um empresário (a)?	6%	5%	35%	18%	36%	100%

Fonte: dados da pesquisa (2018).

Portanto, através dos resultados obtidos, pode ser verificado na TABELA 6 que os itens avaliados trazem uma forte intenção empreendedora dos discentes. Analisando os itens individualmente, identificamos no item 25 que uma boa parte dos discentes não se sentiria realizado profissionalmente se fosse apenas um funcionário de uma organização, sendo que 26% responderam que nunca se sentiriam realizados em serem apenas funcionários, 16% quase nunca, 33% às vezes, já 18% responderam que quase sempre e apenas 7% responderam sempre se sentiriam realizados.

No item 26, é possível identificar o desejo dos discentes em serem donos do seu próprio negócio, mesmo não se tornando empresários, eles possuem forte tendência a realização profissional, sendo profissionais liberais, onde, 46% dos discentes responderam que sempre se sentiriam realizados profissionalmente sendo profissionais liberais, 16% quase sempre, 34% às vezes, e somente 3% e 1% dos discentes entrevistados responderam quase nunca e nunca respectivamente para o item.

Nos itens 27, “Você possui o desejo de se tornar dono(a) de uma empresa?”, 28 “Ser empresário (a), seria interessante para você?” e 29 “Se você tivesse oportunidade e recursos, gostaria de criar uma empresa?”. É interessante observar que mais da metade dos discentes que participaram da pesquisa responderam “sempre” para os itens, e quanto a resposta “nunca”, dentre os três itens o que obteve maior percentual foi de 6%. Isso demonstra o desejo dos discentes em se tornarem empreendedores no futuro, e que dentre as profissões ofertadas através do curso, o empreendedorismo é levado em consideração por grande parte dos discentes.

O último item do quesito 5, assim como os demais itens do mesmo, obteve resultado otimista relacionado ao assunto. Neste item, foi questionado se entre as oportunidades no mercado, se os discentes preferiam ser tornar empresários, 36% responderam sempre, 18% quase sempre, 35% às vezes e apenas 5% disseram quase nunca, e 6% nunca.

#### 4.6 INCENTIVO DADO PELA UNIVERSIDADE/PROFESSORES

Tendo em vista a relevância da universidade em atribuir conhecimento e abrir novas perspectivas profissionais nos discentes, foi elaborado o quesito 6 para ser identificado a contribuição na visão dos discentes sobre a universidade e o corpo docente em relação ao empreendedorismo.

Nesse prisma, antes de tudo é importante ressaltar que por questão de grade da Faculdade de Ciências Contábeis, parte dos discentes ainda não tiveram a matéria específica de empreendedorismo, por ser ofertada a partir do 6º período, isso pode acarretar em divergência entre algumas questões. Vejamos a TABELA 7:

**TABELA 7** – Incentivo dado pela Universidade/Professores

Quesito 6	Incentivo dado pela Universidade/Professores	Percentual					TOTAL
		1	2	3	4	5	
<b>Item 31</b>	O curso de ciências contábeis proporciona conhecimento sobre o empreendedorismo?	6%	11%	30%	34%	19%	100%
<b>Item 32</b>	O curso de ciências contábeis ajuda a desenvolver habilidades empreendedoras?	8%	14%	29%	29%	20%	100%
<b>Item 33</b>	Os professores estão preparados para dar suporte aos alunos que possuem visão empreendedora?	11%	16%	28%	29%	16%	100%
<b>Item 34</b>	Você considera a Universidade uma importante ferramenta para fomento do empreendedorismo nos alunos?	9%	14%	21%	28%	28%	100%

<b>Item 35</b>	Você já fez alguma matéria relacionada ao empreendedorismo?	19%	12%	20%	9%	40%	100%
<b>Item 36</b>	Você acha importante possuir um mentor?	2%	3%	16%	23%	56%	100%

Fonte: dados da pesquisa (2018).

Os itens 31 e 32 referem-se ao conhecimento proporcionado sobre o empreendedorismo no curso de Ciências Contábeis e se o curso ajuda a desenvolver atividades empreendedoras. De acordo com as respostas dos discentes, 19% consideram que o curso sempre proporciona conhecimento sobre empreendedorismo, 34% disseram que quase sempre, 30% às vezes, e apenas 11% responderam quase nunca, e 6% nunca. Quanto ao curso ajudar a desenvolver atividades empreendedoras, os discentes foram otimistas, 20% acreditam que o curso sempre ajuda a desenvolver essas habilidades, 29% consideram que quase sempre, 29% às vezes, somente 14% disseram que o curso quase nunca auxilia nesse desenvolvimento, e 8% responderam nunca.

Conforme a preparação dos professores ao que tange ao suporte que eles podem oferecer aos discentes que possuem visão empreendedora, foi apresentado através do quesito 33, onde 16% dos discentes disseram que os professores estão sempre preparados, 29% quase sempre e 28% responderam às vezes, entre 100% dos entrevistados apenas 16% disseram que os professores quase nunca estão preparados e 11% responderam nunca.

Com o intuito de identificar a opinião dos discentes perante o papel da universidade no fomento do empreendedorismo, foi elaborado o item 34, pois conforme já mencionado por Souza (2015), as instituições de ensino superior possuem importante contribuição na formação dos indivíduos, capacitando para o mercado de trabalho.

Nesse passo, segundo os respondentes 28% sempre considera relevante a universidade ser ferramenta para fomento do empreendedorismo, 28% responderam quase sempre, 21% às vezes, somente 14% disseram quase nunca e 9% nunca, o resultado obtido mostra que os discentes veem a instituição de ensino como uma importante ferramenta para auxílio do seu pensamento crítico e visionário.

No item 35, a pergunta foi bem específica, onde foi questionado se os discentes já haviam feito alguma matéria relacionada ao empreendedorismo. Obteve-se um percentual de respostas equilibrado, tal que 40% dos discentes responderam sempre, 9% quase sempre, 20% às vezes, 12% quase nunca e 19% nunca. Mesmo o curso fornecendo a matéria de empreendedorismo alguns discentes ainda não estão no período em que a matéria é ofertada.

Por fim, referente a importância de se possuir um mentor a maioria dos discentes mostram como fundamental a figura de um orientador que possua mais conhecimento e possa dar auxílio em seus planejamentos, uma vez que, 56% dos discentes responderam sempre para o item, 23% quase sempre, 16% às vezes, e somente 3% e 2% responderam quase nunca e nunca respectivamente para o item.

#### 4.7 PERFIL EMPREENDEDOR

Buscando identificar se os discentes possuem ou não características de um perfil empreendedor, foi formulado o quesito 7, que de modo geral obteve resultado satisfatório, como exposto na TABELA 8.

**TABELA 8** – Perfil Empreendedor

Quesito 7	Perfil Empreendedor	Percentual					TOTAL
		1	2	3	4	5	
<b>Item 37</b>	Você confia na sua capacidade de enfrentar um desafio ou uma tarefa difícil?	3%	2%	17%	38%	40%	100%
<b>Item 38</b>	Quando você tem um problema para resolver, você busca informações sobre o assunto e toma uma decisão rápida?	0%	2%	30%	28%	40%	100%
<b>Item 39</b>	Você observa o ambiente ao seu redor em busca de uma oportunidade para realizar algo, ganhar dinheiro ou melhorar alguma coisa?	1%	10%	26%	30%	33%	100%
<b>Item 40</b>	Você se preocupa em alcançar suas metas, sejam pessoais ou profissionais?	0%	2%	15%	19%	64%	100%
<b>Item 41</b>	Você gosta de desafios?	1%	1%	24%	31%	43%	100%
<b>Item 42</b>	Você busca aproveitar as oportunidades que surgem em seu caminho?	0%	1%	17%	26%	56%	100%

Fonte: dados da pesquisa (2018).

De acordo com Schmidt e Bohnenberger (2009) o perfil empreendedor se assimila com diversas características, dentre elas, a capacidade de assumir riscos, planejar o que almeja, realizar planos, identificar oportunidades, buscar inovações, entre outras. Por esse motivo analisando os resultados obtidos, verifica-se que todos os itens tiveram resultados semelhantes, os discentes têm uma forte tendência à possuírem perfil o empreendedor. Observando os itens individualmente, no item 37, pode-se concluir que os discentes confiam na sua capacidade de

enfrentar desafios difíceis, sendo que, 40% sempre confiam, 38% quase sempre, 17% às vezes e somente 2% e 3%, quase nunca e nunca respectivamente confiam em sua capacidade de enfrentar desafios.

O item 38 tem o propósito de identificar como os discentes resolvem seus problemas, se buscam informações sobre o assunto ou costumam tomar decisões de forma rápida. Segundo o resultado da pesquisa, 40% dos respondentes disseram sempre buscar informações e tomar decisões rápidas, 28% quase sempre, 30% às vezes e apenas 2% responderam que quase nunca resolve problemas, buscando informações e tomando decisões rápidas.

Seguindo a análise, o item 39 identifica se os discentes aproveitam as oportunidades do meio em que estão inseridos para ganhar dinheiro ou melhorar algo no seu cotidiano. De acordo com o resultado, 33% dos discentes disseram sempre aproveitar as oportunidades, 30% quase sempre, 26% às vezes, 10% quase nunca e somente 1% nunca aproveita as oportunidades surgidas.

Quanto ao item 40 “Você se preocupa em alcançar suas metas, sejam pessoais ou profissionais?”, os discentes se mostraram bastante preocupados em alcançar suas metas, 64% dos discentes responderam sempre, 19% quase sempre, 15% às vezes e apenas 2 quase nunca. Grande parte dos discentes respondeu em gostar de desafios, e uma das principais iniciativas para se tornar empreendedor é correr riscos e enfrentar desafios.

No item 41, 43% dos entrevistados disseram que sempre gostam de desafios, 31% quase sempre, 24% às vezes e apenas 2% responderam nunca e quase nunca.

Por fim, o item 42 “Você busca aproveitar as oportunidades que surgem em seu caminho?”, grande parte dos discentes aproveita as oportunidades, sendo que 56% sempre aproveitam, 26% quase sempre, 17% às vezes e somente 1% quase nunca.

## 4.8 LIMITAÇÕES DA PESQUISA

Algumas limitações foram impostas ao decorrer da pesquisa. No dia da coleta de dados, notou-se uma ausência de grande parte dos discentes matriculados no curso, uns devido terem faltado a aula na data de aplicação e outros por serem discentes irregulares, conseqüentemente, houve desencontros em sala de aula.

Em virtude a essa limitação, foi elaborado um questionário online, do qual foi enviado via e-mail aos discentes que não assinaram o TCLE e não participaram da pesquisa em sala de aula, e assim, pode-se obter um maior número de participantes.

Também é necessário levar em consideração a fidedignidade das respostas, uma vez que não se pode afirmar que todos os discentes responderam de forma sincera as perguntas apresentadas.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Entre as opções de carreira dos discentes do curso de Ciências Contábeis da UniRV, empreender é uma delas. Além de auxiliar no desenvolvimento social, o empreendedorismo surge como alternativa de desenvolvimento pessoal e profissional, além de alavancar as chances de crescimento financeiro do indivíduo.

Segundo Araújo (2014), a criação de novos empregos e o crescimento econômico de um país ou região estão totalmente ligados ao empreendedorismo. Portanto, para que se possa ir a frente com a ideia empreendedora é necessário antes de tudo possuir uma visão daquilo que se almeja alcançar. Desse modo, se fez necessário investigar a visão que os discentes possuem a respeito do empreendedorismo, sendo analisado através da aplicação de um questionário, contendo 7 quesitos.

Por meio dos resultados obtidos, a princípio, identificou-se que os discentes possuem interesse e conhecimento a respeito do tema e o consideram de extrema importância para a sociedade, pois além de ser sinônimo de novas oportunidades, o empreendedorismo gera empregabilidade e distribuição de renda. Assim, ter noção da importância de se empreender é requisito crucial para uma visão empreendedora.

É notável o interesse dos discentes no processo de empreendedor, e eles têm como influência a vontade própria de se tornarem bem-sucedidos. A maioria possui incentivo familiar e dos amigos, mas é interessante observar que 61% dos discentes responderam que “nunca” e “quase nunca” no Brasil oferece oportunidades para empreender, mas é fato que a crise enfrentada nos últimos anos seja precursora de desmotivação, todavia, quando questionados se pretendem criar uma empresa no futuro, 49% responderam que “sempre” e “quase sempre”, mostrando otimismo, provavelmente seja reflexo do novo ciclo político do país.

O empreendedorismo vai além de abrir um negócio. É preciso que se tenha uma mente visionária, apresentar diferenciais no mercado, se comprometer com o desenvolvimento social. Desse modo, a pesquisa se atentou a identificar a visão dos discentes sobre o empreendedorismo e se eles planejam suas metas. O resultado obtido foi satisfatório, os discentes possuem visão empreendedora e possuem planejamento quanto suas metas sejam em longo prazo ou curto prazo, 54% dos discentes disseram que entre as oportunidades do mercado, prefeririam serem empresários, demonstrando-se a forte intenção empreendedora entre os discentes.

Para os discentes, o ensino do empreendedorismo dentro da universidade é muito importante, assim como possuir um mentor que auxilie no desenvolvimento de habilidades empreendedoras, 79% dos discentes responderam “sempre” e “quase sempre” para o item que trata da importância de se possuir um mentor. Alguns discentes foram positivos em relação ao incentivo dado pelos professores e pela universidade no desenvolvimento empreendedor, porém, boa parte não soube responder com clareza sobre os itens relacionados.

De forma geral, os discentes apresentaram tendência positiva a perfis empreendedores, todos os itens relacionados obtiveram resultados favoráveis.

Nesse sentido, para fazer parte do meio empreendedor, é preciso ter características pessoais determinantes, ser flexível na resolução de problemas, correr riscos, enfrentar desafios e aproveitar oportunidades. De acordo com os discentes, a grande maioria possui todas essas características.

Desse modo, através dos resultados, é importante que a faculdade enxergue nos discentes potenciais empreendedores e agentes de desenvolvimento, que saiba motivá-los e instiguem a capacidade que os discentes possuem. É importante que forneçam estrutura e corpo docente qualificado, para que o discente veja a instituição como uma ferramenta de auxílio nas suas metas e sonhos.

## **6 SUGESTÕES PARA FUTURAS PESQUISAS**

Para futuras pesquisas, recomenda-se um estudo aprimorado relacionado às práticas adotadas pela UniRV em relação ao desenvolvimento do empreendedorismo, visto que os discentes do curso se mostram bastante interessados no assunto. Assim como uma pesquisa mais profunda, a fim de identificar a percepção dos discentes a essas práticas.

## REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, G. O. *Valores, atitudes e intenção empreendedora: um estudo com universitários brasileiros e cabo-verdianos*. Fundação Getúlio Vargas (FGV): Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas (EBAPE), 2013.
- ARAÚJO, L. M. B. *Intenção empreendedora dos alunos de graduação em administração da UnB: Como a trajetória no curso os afeta?* Brasília: UNB. 2014.
- AUDY, J. L. N. *Entre a tradição e a renovação: os desafios da universidade empreendedora*. In: MOROSINI, M (org.). *A universidade no Brasil: Concepções e modelos*. 2. ed. Brasília: Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira, 2011.
- BAGGIO, A. F.; BAGGIO, D. K. *Empreendedorismo: conceitos e definições*. *Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia*, 1(1): 25-38, 2014 - ISSN 2359-3539. Disponível em: <<https://seer.imes.edu.br/index.php/revistas/article/view/612/522>> Acesso em: 04 abril. 2018.
- BARLACH, L. *A criatividade humana sob a ótica do empreendedorismo inovador*. São Paulo: Instituto de Psicologia da Universidade de São Paulo, 2009.
- BARROS NETO, J. P. *As vantagens do empreendedorismo versus a dependência do assistencialismo filantropia: por que estimular o empreendedor e evitar o assistido?* *Revista de Micro e Pequenas Empresas e Empreendedorismo da Fatec Osasco*, 2015.
- BERNARDI, Luiz Antonio. *Manual de empreendedorismo e gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2012.
- CARVALHO, P. M. R.; GONZÁLEZ, L. *Modelo explicativo sobre a intenção empreendedora*. *Comportamento organizacional e gestão*. 2006. Disponível em: <<http://repositorio.ispa.pt/handle/10400.12/4988>>. Acesso em: 03 jun. 2018.
- CHIAVENATO, Idalberto. *Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor*. 4. ed. Barueri, SP: Manole, 2012.
- CIELO, Ivanete Daga. *Perfil do empreendedor: uma investigação das características empreendedoras nas empresas de pequena dimensão*. Florianópolis - SC: UFSC, 2001.
- CLOSS, L.; FERREIRA, G. C.; SORIA, A. F. *Gestão da interação Universidade-Empresa: o caso PUCRS*. *Revista Sociedade e Estado*, v. 27, n. 1 - Janeiro/Abril, 2012. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/se/v27n1/05.pdf>> Acesso em: 21 abr. 2018.
- CRUZ, Germano Teixeira. *Educação empreendedora: uma análise do comportamento empreendedor e do desempenho individual de microempresários no contexto brasileiro*. Brasília: Universidade de Brasília, 2013.
- DANTAS, Edmundo Brandão. *Empreendedorismo e intra-empreendedorismo: é preciso aprender a voar com os pés no chão*. 2008.

DAVID, Denise Elizabeth Hey. *Intra-empendedorismosocial: perspectivas para o desenvolvimento social nas organizações*. Florianópolis: UFSC, 2004.

DOLABELA, F. *O segredo de Luiza*. São Paulo: Cultura, 2006.

DORNELAS, José Carlos Assis. *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

ENDEAVOR. *Empreendedorismo nas universidades brasileiras*. 2016. Disponível em: <<https://endeavor.org.br/pesquisa-universidades-empendedorismo-2016/>>. Acesso em: 16 mar. 2018.

\_\_\_\_\_. *Desafio dos empreendedores brasileiros*. 2016. Disponível em: <<http://info.endeavor.org.br/desafiosdosempreendedores>>. Acesso em: 16 mai. 2018.

FILION, Louis Jacques. Empreendedorismo e gerenciamento: processos distintos, porém complementares. *RAE - Revista de Administração de Empresas*, v. 40, n. 3, jul-set, p.2-7, 2000. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/S0034-75902000000300013>>. Acesso em: 29 mar. 2018.

\_\_\_\_\_. O Planejamento do Seu Sistema de Aprendizagem Empresarial: Identifique uma Visão e Avalie o Seu Sistema de Relações. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, v. 31, n. 3, jul-set, p.63-72, 1991.

\_\_\_\_\_. Visão e relações: Elementos para um metamodelo empreendedor. *ERA - Revista de Administração de Empresas*, v. 33, n. 6, nov-dez, p.50-61, 1993. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/S0034-75901993000600006>>. Acesso em: 30 mar. 2018.

FRIEDLAENDER, Gilda Maria Souza. *Metodologia de ensino-aprendizagem visando o comportamento empreendedor*. Florianópolis - SC: UFSC, 2004.

GIOVANELA, A. et al. As características da disciplina de empreendedorismo em instituições de ensino superior (IES) do estado de Santa Catarina. *Revista Gestão Universitária na América Latina*, 2010.

GIL, A. C. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GONÇALVES, V. *Empreendedorismo: do ensino básico ao ensino superior*. X Congresso, Bragança: Instituto Politécnico de Bragança, 2009.

GUERRA, M. J.; GRAZZIOTIN, Z. J. *Educação empreendedora nas universidades brasileiras*. In: LOPES, R. M. A. (org.). *Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas*. Rio de Janeiro: Elsevier; São Paulo: SEBRAE, 2010.

HECKE, A. P. *A intenção empreendedora dos alunos concluintes dos cursos de graduação em administração e ciências contábeis das instituições de ensino superior de Curitiba - PR*. Curitiba: UFP, 2011.

JACQUES FILHO, A. O mercado de trabalho para o contador empreendedor. *Revista Acadêmica da FACECA – RAF*, v.1., 2001.

KAUARK, F.; Manhães F. C.; Medeiros, C. H. *Metodologia da pesquisa: guia prático*. Itabuna: Via Litterarum, 2010.

LAKATOS, E. M.; Marconi, M. A. *Fundamentos de metodologia científica*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LEAL, E. A.; SOARES, M. A.; SOUSA, E. G. *Perspectivas dos formandos do curso de ciências contábeis e as exigências do mercado de trabalho*. Florianópolis: UFSC, 2008.

LOPES, J. E. G. et al. *Empreendedorismo dos coordenadores do curso de ciências contábeis: um estudo de caso nas universidades particulares de João Pessoa - PB*. 2005.

LOPES, R. M. A. *Referenciais para a educação empreendedora*. In: LOPES, R. M. A. (org.). *Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas*. Rio de Janeiro: Elsevier; São Paulo: SEBRAE, 2010.

MACULAN, Anne Marie. *Analisando o empreendedorismo*. In: EGEPE – ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS. 4. 2005, Curitiba, Anais... Curitiba, 2005, p. 497-507.

MARTINS, S. N. *Educação empreendedora transformando o ensino superior: Diversos olhares de estudantes sobre professores empreendedores*. Porto Alegre: Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2010.

MATIAS, M. A.; MARTINS, G. A. Educação empreendedora em contabilidade. *Revista de contabilidade*. 2012. Disponível em: <<http://rbc.cfc.org.br/index.php/rbc/article/view/975/694>>. Acesso em: 31 mai. 2018.

MULLER, A. N.; OLIVEIRA, A. G. *Contabilidade empresarial*. Coleção gestão empresarial, 2002.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. *Metodologia do trabalho científico [recurso eletrônico]: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico*. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

SCHMIDT, S.; BOHNENBERGER, M, C. *Perfil empreendedor e desempenho organizacional*. Curitiba, 2009.

SEBRAE. *Relatório especial: O empreendedorismo e o mercado de trabalho*. Agosto. 2017. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/70d1237672d36de1ba87890e4cb251cc/\\$File/7737.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/70d1237672d36de1ba87890e4cb251cc/$File/7737.pdf)>. Acesso em: 16 mar. 2018.

\_\_\_\_\_. *Cartilha do empreendedor*. 3. ed. rev. e ampl. Salvador: Sebrae Bahia, 2009.

SILVA, M. F. et al. O hábito de leitura dos universitários. *Revista Leitura*, v. 2, n. 56, 2015.

SOUZA, Roosiley dos Santos. *Intenção empreendedora: validação de modelo em universidades federais de Mato Grosso do Sul, Brasil*. São Paulo: UNINOVE, 2015.

VIEIRA, Eloir Trindade Vasques. *As ferramentas contábeis e o empreendedorismo no desenvolvimento das micro e pequenas empresas: o caso das empresas de panificação da cidade de Campo Grande/ MS*. Campo Grande: Universidade Católica Dom Bosco, 2008.

VIERIA, S. F. A. et al. A visão dos estudantes universitários de administração sobre empreendedorismo: comparações entre o estudo Guesss Brasil 2011 com o levantamento realizado na Universidade Estadual de Londrina - PR. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, v. 3, n. 3, p. 77103, 2014.

## APÊNDICES

## APÊNDICE A - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

Você está sendo convidado a participar da pesquisa intitulada “Empreendedorismo na contabilidade: Uma análise da visão empreendedora dos discentes de Ciências Contábeis” desenvolvida pela pesquisadora Prof.º Fernanda Sousa Marques e pela acadêmica Vanessa Silva Pires, aluna da Faculdade de Ciências Contábeis da UniRV – Universidade de Rio Verde. O objetivo desta pesquisa é analisar a visão empreendedora dos alunos da faculdade de Ciências Contábeis.

Caso aceite participar da pesquisa, responderá um questionário contendo 42 questões. Os resultados obtidos através do questionário serão apresentados de forma que não permitirá de forma alguma a sua identificação e somente a orientadora e a pesquisadora terá acesso aos dados obtidos. A pesquisa oferece o mínimo de risco. Pode ocorrer algum desconforto ao responder as questões solicitadas, diante disso você tem total liberdade de escolha em respondê-lo ou não, podendo desistir da pesquisa a qualquer momento sem nenhum prejuízo. Qualquer risco ou dano relativo à pesquisa será de responsabilidade dos pesquisadores.

Sendo assim, sua participação é voluntária, não terá nenhuma despesa ou remuneração ao participar do estudo, sendo que há qualquer momento poderá desistir de responder alguma pergunta ou todo o questionário. Qualquer dúvida, você poderá entrar em contato com as pesquisadoras ou com o Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade de Rio Verde - UniRV nos endereços citados a seguir.

Este Termo de Consentimento Livre e Esclarecido será assinado em duas vias, sendo uma para o voluntário e outra para o pesquisador.

Diante dos esclarecimentos apresentados acima, aceito participar da pesquisa.

Rio Verde – GO \_\_\_ / \_\_\_ / \_\_\_\_.

\_\_\_\_\_  
Assinatura do voluntário

\_\_\_\_\_  
Assinatura do pesquisador

Pesquisador Responsável: Fernanda Sousa Marques  
Endereço: Rua Tercio Campos Leão, nº 260 – Bairro Santo Antônio, Rio Verde – GO  
Telefone: (64) 9 9648-4545

Responsável: Vanessa Silva Pires  
Endereço: Rua Gerônimo Carlos Araújo, Centro – Santo Antônio da Barra - GO  
Telefone: (64) 9 9303-4405  
E-mail: vanessasilva107@hotmail.com

Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade de Rio Verde/UNIRV  
Rua Rui Barbosa nº 3, Centro  
Rio Verde – GO  
Telefone: (64) 3622-1446. E-mail: cep@unirv.edu.br

APÊNDICE B – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido  
(Menores de 18 anos)

**EMPREENDEDORISMO NA CONTABILIDADE: UMA ANÁLISE DA VISÃO  
EMPREENDEDORA DOS DISCENTES DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

---

*Seu filho (a) está sendo convidado (a) a participar do presente estudo. O documento abaixo contém todas as informações necessárias sobre a pesquisa que estamos (ou estaremos) fazendo. Leia atentamente. Caso tenha dúvidas, teremos prazer em esclarecê-las. Se concordar, o documento será assinado e só então daremos início ao estudo. Sua colaboração será muito importante para nós. Mas, se quiser desistir a qualquer momento, isto não causará nenhum prejuízo, nem a você, e nem ao (a) seu (sua) filho (a) ou responsável.*

---

Eu ....., portador (a) do RG ....., assinando abaixo, concordo de livre e espontânea vontade que meu (minha) filho (a) ....., nascido (a) em \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_, seja voluntário do estudo “EMPREENDEDORISMO NA CONTABILIDADE: UMA ANÁLISE DA VISÃO EMPREENDEDORA DOS DISCENTES DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS” Declaro que obtive todas as informações necessárias, e que todas as minhas dúvidas foram esclarecidas.

Estou ciente de que:

- I) O estudo é necessário para que se identificar o perfil dos alunos quanto sua visão empreendedora dentro do curso de Ciências Contábeis da Universidade de Rio Verde (UNIRV), selecionado como amostra para tal pesquisa.
- II) Será aplicado um questionário contendo 42 (quarenta e duas) questões para que se possa analisar o nível de conhecimento dos alunos de Ciências Contábeis quanto ao empreendedorismo e visão empreendedora.
- III) A participação neste estudo não tem fins terapêuticos e será sem custo algum para mim;
- IV) Tenho a liberdade de desistir ou interromper a colaboração neste estudo no momento em que desejar, sem necessidade de dar qualquer explicação.
- V) A desistência não causará nenhum prejuízo a mim, nem ao (a) meu (minha) filho (a), pois minha participação é voluntária e posso desistir a qualquer momento sem nenhum prejuízo.
- VI) Os resultados obtidos durante este estudo serão mantidos em sigilo, mas concordo em que sejam divulgados em publicações científicas, desde que nem o meu nome, nem o de meu (minha) filho (a) sejam mencionados;
- VII) Caso eu deseje, poderei tomar conhecimento dos resultados ao final deste estudo; Poderei contatar o Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade de Rio Verde – UniRV na Rua Rui Barbosa, nº 3 – Centro – Rio Verde – GO e telefone: (64) 3622-1446; ou a pesquisadora responsável Fernanda Sousa Marques no telefone: (64) 9

9648-4545 e no e-mail: fernandamarques@unirv.edu.br; ou, por fim, a acadêmica responsável Vanessa Silva Pires no telefone: (64) 99303-4405 e no e-mail: vanessasilva1017@hotmail.com, para recursos ou reclamações em relação ao presente estudo.

- VIII) O sujeito de pesquisa ou seu representante, quando for o caso, deverá rubricar todas as folhas do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido – TCLE – apondo sua assinatura na última página do referido Termo.
- IX) O pesquisador responsável deverá da mesma forma, rubricar todas as folhas do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido – TCLE – apondo sua assinatura na última página o referido Termo.
- X) Estou recebendo uma cópia deste Termo de Consentimento Livre e Esclarecido;

OBS: Assinalar abaixo com (x):

- ( ) Desejo conhecer os resultados desta pesquisa.
- ( ) Não desejo conhecer os resultados desta pesquisa.

Rio Verde – GO \_\_\_ / \_\_\_ / \_\_\_\_.

\_\_\_\_\_  
Assinatura do voluntário

\_\_\_\_\_  
Assinatura do pesquisador

Pesquisador Responsável: Fernanda Sousa Marques  
Endereço: Rua Tercio Campos Leão, nº 260 – Bairro Santo Antônio, Rio Verde – GO  
Telefone: (64) 9 9648-4545

Responsável: Vanessa Silva Pires  
Endereço: Rua Gerônimo Carlos Araújo, Centro – Santo Antônio da Barra - GO  
Telefone: (64) 9 9303-4405  
E-mail: vanessasilva107@hotmail.com

Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade de Rio Verde/UNIRV  
Rua Rui Barbosa nº 3, Centro  
Rio Verde – GO  
Telefone: (64) 3622-1446. E-mail: cep@unirv.edu.br

## APÊNDICE C - Termo de Assentimento Livre e Esclarecido (TALE)

Você está sendo convidado (a) como voluntário (a) a participar da pesquisa “Empreendedorismo na contabilidade: Uma análise da visão empreendedora dos discentes de Ciências Contábeis”. Nesta pesquisa pretendemos identificar a ligação dos alunos de Ciências Contábeis da Universidade de Rio Verde (UNIRV) com o empreendedorismo. O motivo que nos leva realizar este estudo, é o possível auxílio ao curso de Ciências Contábeis da Universidade de Rio Verde e demais instituições, na identificação da visão que os alunos têm quanto ao empreendedorismo.

Para esta pesquisa adotaremos os seguintes procedimentos: Se você aceitar participar da pesquisa, responderá um questionário contendo 42 questões. O questionário não permitirá de forma alguma a sua identificação e somente o orientador e a pesquisadora terão acesso aos dados obtidos. A pesquisa oferece o mínimo de risco. Pode ocorrer algum desconforto ao responder as questões solicitadas, diante disso você tem a liberdade de escolha, poderá responder ou não, podendo desistir da pesquisa a qualquer momento sem nenhum prejuízo. Qualquer risco ou dano relativo à pesquisa será de responsabilidade dos pesquisadores.

Quanto aos benefícios, não serão diretos e imediatos aos participantes, porém, serão direcionados indiretamente aos entrevistados, pois por meio dela, haverá uma contribuição para as instituições de ensino, em especial ao curso de Ciências Contábeis, em verificar e compreender, de forma geral, qual a visão dos discentes quanto ao empreendedorismo, podendo despertar o interesse em se tornarem futuros empreendedores de sucesso.

Para participar deste estudo seu responsável legal deverá autorizar e assinar um termo de consentimento. Mesmo seu responsável legal tendo consentido, você não é obrigado a participar da pesquisa se não quiser. Você não terá nenhum custo, nem receberá qualquer vantagem financeira. Apesar disso, diante de eventuais danos, identificados e comprovados, decorrentes da pesquisa, o Sr.(a) tem assegurado o direito à indenização.

Você tem garantida e plena liberdade de recusar-se a participar ou retirar seu consentimento, em qualquer fase da pesquisa, sem necessidade de comunicado prévio. A sua participação é voluntária e a recusa em participar não acarretará qualquer penalidade ou modificação na forma em que você é atendido.

Os resultados da pesquisa estarão à sua disposição quando finalizada. Você não será identificado (a) em nenhuma fase da pesquisa, bem como em nenhuma publicação que possa resultar.

Este termo de consentimento encontra-se impresso em duas vias originais, sendo que uma será arquivada pelo pesquisador responsável, em local seguro, e a outra será fornecida a você. Os dados e instrumentos utilizados na pesquisa ficarão arquivados com o pesquisador responsável por um período de cinco anos. Depois desse tempo, os mesmos serão destruídos.

Os pesquisadores tratarão a sua identidade com padrões profissionais de sigilo e confidencialidade, atendendo à legislação brasileira, em especial, à Resolução 466/2012 do Conselho Nacional de Saúde, e utilizarão as informações somente para fins acadêmicos e científicos.

Eu, \_\_\_\_\_ fui informado (a) dos objetivos da pesquisa de maneira clara e detalhada, e esclareci minhas dúvidas. Sei que a qualquer momento poderei solicitar novas informações e modificar minha decisão de participar se assim o desejar. Declaro que concordo em participar. Recebi uma via original deste termo de consentimento livre e esclarecido e me foi dada a oportunidade de ler e esclarecer minhas dúvidas.

Em caso de dúvidas, poderei entrar em contato com o pesquisador responsável ou com o Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da Universidade de Rio – UniRV nos endereços abaixo.

Rio Verde – GO \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_.

---

Assinatura do participante da pesquisa

---

Assinatura do(s) pesquisador(es)

Pesquisador Responsável: Fernanda Sousa Marques  
Endereço: Rua Tercio Campos Leão, nº 260 – Bairro Santo Antônio, Rio Verde – GO  
Telefone: (64) 9 9648-4545

Responsável: Vanessa Silva Pires  
Endereço: Rua Gerônimo Carlos Araújo, Centro – Santo Antônio da Barra - GO  
Telefone: (64) 9 9303-4405  
E-mail: vanessasilva107@hotmail.com

Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade de Rio Verde/UNIRV  
Rua Rui Barbosa nº 3, Centro  
Rio Verde – GO  
Telefone: (64) 3622-1446. E-mail: cep@unirv.edu.br

## APÊNDICE D – Questionário (alunos)

### Parte I

<b>Quesito 1</b>	<b>Dados gerais</b>		
Item 1	Sexo	<input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> Feminino	<input type="checkbox"/> Outros
Item 2	Idade	<input type="checkbox"/> até 21 anos <input type="checkbox"/> de 22 à 26	<input type="checkbox"/> de 27 à 31 anos <input type="checkbox"/> acima de 31 anos
Item 3	Cidade	<input type="checkbox"/> Rio Verde	<input type="checkbox"/> Outra
Item 4	Período matriculado	<input type="checkbox"/> 1° <input type="checkbox"/> 2° <input type="checkbox"/> 3° <input type="checkbox"/> 4°	<input type="checkbox"/> 5° <input type="checkbox"/> 6° <input type="checkbox"/> 7° <input type="checkbox"/> 8°
Item 5	Possui graduação em outra área	<input type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
Item 6	Trabalha	<input type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não

### Parte II

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Nunca</b>	<b>Quase Nunca</b>	<b>Às vezes</b>	<b>Quase sempre</b>	<b>Sempre</b>

<b>Quesito 2</b>	<b>Conhecimentos sobre empreendedorismo</b>				
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Item 7	Já ouviu falar sobre empreendedorismo?				
Item 8	Você já leu ou lê assuntos relacionados ao empreendedorismo?				
Item 9	Você considera o empreendedorismo importante para nossa sociedade?				
Item 10	Você tem ou já teve contato com empreendedores?				
Item 11	Pessoas do seu meio familiar já desenvolveram atividade empreendedora?				
Item 12	Alguns de seus amigos já desenvolveram atividade empreendedora?				
<b>Quesito 3</b>	<b>Influências</b>				
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Item 13	Se tornar empreendedor seria uma realização pessoal sua?				
Item 14	Você é capaz de assumir riscos?				
Item 15	Sua família te incentiva a ser um empreendedor?				
Item 16	Se você quisesse ser um empreendedor, seus amigos te apoiariam?				
Item 17	O ambiente em que você vive lhe dá oportunidade para ser um empreendedor?				
Item 18	O país em que você vive, te dá a motivação necessária para se tornar um empresário (a)?				
<b>Quesito 4</b>	<b>Visão empreendedora</b>				
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Item 19	Se você se tornasse um empreendedor, você se sentiria realizado (a)?				
Item 20	Você planeja alcançar metas e sonhos à longo prazo?				
Item 21	Você planeja alcançar metas e sonhos à curto prazo?				
Item 22	Você pretende e planeja criar uma empresa no futuro?				

Item 23	Um dos seus objetivos profissionais é de se tornar um empresário (a).					
Item 24	Você enxerga no empreendedorismo uma chance de se tornar bem sucedido?					
<b>Quesito 5</b>	<b>Intenção empreendedora</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Item 25	Ser somente um funcionário de uma organização no futuro te deixaria realizado profissionalmente?					
Item 26	Se tornar um profissional liberal (autônomo) no futuro te deixaria realizado profissionalmente?					
Item 27	Você possui o desejo de se tornar dono(a) de uma empresa?					
Item 28	Ser empresário (a), seria interessante para você?					
Item 29	Se você tivesse oportunidade e recursos, gostaria de criar uma empresa?					
Item 30	Entre as oportunidades no mercado, você preferia ser um empresário (a)?					
<b>Quesito 6</b>	<b>Incentivo dado pela Universidade/Professores</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Item 31	O curso de ciências contábeis proporciona conhecimento sobre o empreendedorismo?					
Item 32	O curso de ciências contábeis ajuda a desenvolver habilidades empreendedoras?					
Item 33	Os professores estão preparados para dar suporte aos alunos que possuem visão empreendedora?					
Item 34	Você considera a Universidade uma importante ferramenta para fomento do empreendedorismo nos alunos?					
Item 35	Você já fez alguma matéria relacionada ao empreendedorismo?					
Item 36	Você acha importante possuir um mentor?					
<b>Quesito 7</b>	<b>Perfil empreendedor</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Item 37	Você é confiante na sua capacidade de enfrentar um desafio ou uma tarefa difícil?					
Item 38	Quando você tem um problema para resolver, você busca informações sobre o assunto e toma uma decisão rápida?					
Item 39	Você observa o ambiente ao seu redor em busca de uma oportunidade para realizar algo, ganhar dinheiro ou melhorar alguma coisa?					
Item 40	Você se preocupa em alcançar suas metas, sejam pessoais ou profissionais?					
Item 41	Você gosta de desafios?					
Item 42	Você busca aproveitar as oportunidades que surgem em seu caminho?					

Fonte: Elaborado pela autora com adaptação de Souza (2015).

APÊNDICE E - Termo de Autorização para coleta de dados – Faculdade de  
Ciências Contábeis

**AUTORIZAÇÃO**

Eu, **ELIENE APARECIDA DE MORAES**, diretora da Faculdade de Ciências Contábeis da Universidade de Rio Verde (UniRV), autorizo a acadêmica **VANESSA SILVA PIRES**, a colher dados com os discentes matriculados no semestre 2/2018 da Faculdade de Ciências Contábeis da UniRV e utilizá-los para a elaboração da pesquisa intitulada “**EMPREENDEDORISMO NA CONTABILIDADE: UMA ANÁLISE DA VISÃO EMPREENDEDORA DOS DISCENTES DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**” sob a supervisão da **PROF.º FERNANDA SOUSA MARQUES**, no mesmo ato autorizo a divulgação dos dados bem como do nome do Curso de Ciências Contábeis, observando que todos os aspectos éticos elencados na Resolução nº 446/2012, que trata sobre pesquisas envolvendo seres humanos, deverão ser obedecidos.

Rio Verde, \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_\_.

---

**PROF.ª Ma. ELIENE APARECIDA DE MORAES**

Diretora da Faculdade de Ciências Contábeis

Universidade de Rio Verde (UniRV)