

## ANÁLISE DO PERFIL EMPREENDEDOR NO BRASIL, BOLÍVIA, MÉXICO E ARGENTINA

## ANALYSIS OF THE ENTREPRENEUR PROFILE IN BRAZIL, BOLIVIA, MEXICO AND ARGENTINA

**Fabricio Pelloso Piurcosky<sup>1</sup>**

Centro Universitário do Sul de Minas – Brasil

**Pedro dos Santos Portugal Júnior<sup>2</sup>**

Centro Universitário do Sul de Minas – Brasil

**Juan Carlos Arroyo Mendizábal<sup>3</sup>**

Universidad Privada de Ciencias Administrativas y Tecnológicas UCATEC - Bolívia

**Rodrigo Franklin Frogeri<sup>4</sup>**

Centro Universitário do Sul de Minas – Brasil

**Juan Carlos Gonzáles Islas<sup>5</sup>**

Universidad Tecnológica de Tulancingo - México

Recibido: 10/02/2021

Aprobado: 01/06/2021

### Resumo

Este trabalho busca identificar o perfil de empreendedores em localidades do Brasil, Argentina, Bolívia e México. Conhecer as características presentes nessas pessoas pode auxiliar na criação de práticas e ações que visem auxiliar o incentivo e a sobrevivência dos empreendedores. Este propósito foi alcançado através de uma pesquisa quantitativa realizada

<sup>1</sup> Doutor em Administração pela Universidade Federal de Lavras. Professor e Pesquisador do Centro Universitário do Sul de Minas. E-mail: fabricio@unis.edu.br

<sup>2</sup> Doutor em Desenvolvimento Econômico pela Universidade de Campinas. Professor e Pesquisador do Centro Universitário do Sul de Minas. E-mail: pedro.portugal@professor.unis.edu.br

<sup>3</sup> Doutor em Ciências da Educação pela Universidad Militar Mcal Bernardino Bilbao Rioja. Vice-reitor da UCATEC. E-mail: vicereitor@ucatec.edu.bo

<sup>4</sup> Doutor em Sistemas de Informação e Gestão do Conhecimento. Professor e Pesquisador do Centro Universitário do Sul de Minas. E-mail: rodrigo.frogeri@professor.unis.edu.br

<sup>5</sup> Engenheiro. Professor e Pesquisador da Universidad Tecnológica de Tulancingo. E-mail: juanc.gonzales@utectulancingo.edu.mx

no ano de 2018 em Varginha - Brasil, Buenos Aires - Argentina, Cochabamba – Bolívia, Tulancingo – México. A pesquisa abarcou um total de 127 respondentes, permitindo identificar as principais características empreendedoras presentes na amostra estudada, se destacando a determinação, a busca por novas oportunidades de negócios e o equilíbrio emocional.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo. Perfil Empreendedor. América Latina. Sobrevivência Empresarial. Oportunidades de Negócios.

## Abstract

This paper seeks to identify the profile of entrepreneurs in Brazil, Argentina, Bolivia and Mexico. Knowing the characteristics present in these people can help in the creation of practices and actions that aim to help the incentive and the survival of the entrepreneurs. This purpose was reached through a quantitative survey conducted in 2018 in Varginha - Brazil, Buenos Aires - Argentina, Cochabamba - Bolivia, Tulancingo - Mexico. The survey encompassed a total of 127 respondents, allowing to identify the main entrepreneurial characteristics present in the studied sample, highlighting the determination, the search for new business opportunities and emotional balance.

**Keywords:** Entrepreneurship. Profile Entrepreneur. Latin America. Business Survival. Business Opportunities.

## 1 Introdução

O processo de empreender exige de seus atores a capacidade de tomar decisões em ambientes muitas vezes incertos, assumindo riscos cuja mensuração é deveras complexa. Para sobreviver em ambientes como esses o empreendedor necessita desenvolver certas características que formarão o seu perfil. Posto isso, entender essas características é importante para verificar o perfil que os empreendedores, de diferentes magnitudes, desenvolvem em si mesmos.

Este trabalho trata de elencar as características específicas e mais evidenciadas dos empreendedores latino-americanos de quatro países diferentes. É importante verificar se as

características pessoais daqueles que praticam o empreendedorismo revela algo importante ou mesmo particular, pois é um público bastante heterogêneo e que escolhe empreender por motivos dos mais diversos. Essa área tem recebido certos incentivos financeiros de órgãos públicos, privados e também de órgãos nacionais como o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), contribuindo para a sua ampliação quantitativa.

Este estudo tem por objetivo apontar as características de forma a identificar um perfil do empreendedor e com isso, facilitar as atividades, criar ferramentas e fornecer material para que os profissionais envolvidos possam encorajar ainda mais outros ou mesmo dar perenidade ao seu negócio.

Para atingir esse objetivo foi escolhida uma localidade em cada um desses países, determinada pela conveniência e facilidade de comunicação com universidades parceiras que auxiliaram na aplicação do questionário.

Esse artigo está estruturado em cinco partes distintas, incluindo essa introdução. Em seguida faz-se uma referência breve aos conceitos sobre empreendedorismo. No item 3 descreve-se a metodologia adotada e no item 4 abordam-se e discutem-se os resultados obtidos pela pesquisa. Ao final, apresentam-se as considerações finais.

## 2. Empreendedorismo

Ao se buscar a etimologia do termo empreendedorismo é possível verificar que se trata de uma palavra de origem francesa, podendo ser traduzida literalmente como “aquele que está entre”. Nesse âmbito, Dolabela (2008) explica que empreendedorismo consiste em um neologismo, derivado da livre tradução, que pode ser utilizado para designar as características de um indivíduo empreendedor, seu perfil, suas ações e suas percepções frente aos desafios e seu ambiente.

Esse tipo de conceituação passou a ser utilizado no final do século XVII e início do século XVIII como uma forma de se referir à pessoa que criava e conduzia projetos ou empreendimentos (SCHMIDT; CUNHA, 2009). No entanto, de acordo com Filion (1999) esse tema apenas se tornou um campo de estudo na década de 1980.

No contexto dos negócios, Ronstadt (1987) afirma que o empreendedorismo consiste em um processo dinâmico que permite a criação e ampliação da riqueza através de indivíduos que assumem riscos em termos de patrimônio, tempo e/ou comprometimento com a carreira e que sejam capazes de agregar valor a algum produto ou serviço.

Nessa mesma linha de concepção está a afirmação de McClelland (1972) de que empreendedor é aquele que assume um risco sendo movido por necessidades humanas de auto realização, desejo de conquistas, procura de autonomia, de construção de redes de contatos e de estabelecimento de *know-how*. Dessa forma, compreende-se o empreendedorismo não apenas como indutor de novos negócios, mas também como um fenômeno que auxilia na descoberta de novos mercados e oportunidades de negócios.

Na construção do conceito de indivíduo empreendedor, duas correntes principais se destacam: a corrente dos economistas, precursora nas discussões sobre este agente; e a corrente comportamentalista.

A primeira associa a figura do empreendedor à criação, alguém capaz de introduzir, em diferentes contextos, processos, tecnologia e soluções inovadoras. Para Schumpeter (1950), a função do empreendedor é reformar ou revolucionar os padrões de produção, explorar algo não antes experimentado para produzir um novo produto ou um produto já existente em um novo processo, proporcionando uma nova fonte de suprimento de materiais ou uma nova forma de comercialização de produtos. O empreendedor é uma pessoa capaz de destruir a ordem econômica vigente devido à introdução no mercado de novos produtos/serviços, pela criação de novas formas de gestão ou pela exploração de novos recursos, materiais, tecnologias e processos. Foi esse autor que estabeleceu os conceitos de destruição criativa, onde o empreendedor desafia o mercado e possibilita uma ruptura de paradigmas predominantes, podendo alterar ou até romper o equilíbrio existente com a criação de novos produtos.

A segunda corrente, dos comportamentalistas, de acordo com Acs *et al.* (2012), enfatiza os aspectos que se referem aos procedimentos e atitudes do empreendedor, como a intuição e a criatividade. Fillion (1999) afirma que o empreendedor é uma pessoa criativa,

capaz de estabelecer e atingir objetivos, com alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar novas e revolucionárias oportunidades de negócios.

Importante salientar, de acordo com Dolabela (2008), a capacidade do empreendedor em identificar oportunidades, correr riscos, estabelecer metas e criar redes de relacionamentos que contribuem não só para a realização de projetos próprios, como também para o desenvolvimento econômico de um país.

No âmbito dessa segunda corrente que se encontra a fundamentação para a pesquisa realizada a fim de identificar as características principais presentes no perfil do empreendedor latino-americano nas localidades pesquisadas.

### 3 Metodologia

Trata-se de uma pesquisa descritiva e exploratória, de caráter quantitativo. A pesquisa é descritiva, pois buscou registrar, analisar e correlacionar fatos, com objetivo de identificar perfis de indivíduos e grupos (CERVO; BERVIAN; DA SILVA, 2007). Também é uma pesquisa exploratória, tendo em vista que

[...] a pesquisa exploratória não requer a elaboração de hipóteses a serem testadas no trabalho, restringindo-se a definir objetivos e buscar mais informações sobre determinado assunto de estudo. Tais estudos têm por objetivo familiarizar-se com o fenômeno ou obter uma nova percepção dele e descobrir novas ideias (CERVO; BERVIAN; DA SILVA, 2007, p.63).

Os dados coletados foram tabulados e analisados de forma quantitativa, de forma a medir e identificar características nos entrevistados (MALHOTRA, 2011), criando assim uma visão quantitativa da população estudada (CERVO; BERVIAN, DA SILVA, 2007).

A população em estudo são empreendedores das cidades de Varginha – Brasil, Buenos Aires – Argentina, Cochabamba – Bolívia e Tulancingo – México estabelecidas com base na possibilidade de contato por meio de universidades parceiras, sendo ao todo obtidos 127 respondentes.

Utilizou-se de um questionário semiestruturado para realizar a coleta das informações junto a esses empreendedores. Para Cervo, Bervian e Da Silva (2007), o questionário permite medir com mais exatidão o que se deseja. Foi aplicado por entrevistadores qualificados

(GOODE; HATT, 1977), de forma a esclarecer eventuais dúvidas dos entrevistados. Os questionários foram respondidos durante o primeiro semestre de 2018.

As questões foram elaboradas de forma a traçar o perfil demográfico dos entrevistados (sexo, idade, renda, profissão, dentre outros). Tais variáveis, chamadas categóricas, foram analisadas em relação à sua frequência (MCCLAVE, BENSON, SINCICH, 2009).

Na segunda parte, foram utilizadas questões cujas variáveis são predictoras, ou seja, buscam explicar o fenômeno estudado (LEVINE *et al.*, 2012). Tais questões foram compostas por uma escala de concordância de 5 pontos (1- Nunca, 2 - Raramente, 3 - Às vezes, 4 - Frequentemente e 5 - Sempre).

Os dados quantitativos foram analisados utilizando o *Statistical Package for the Social Sciences, software* estatístico que tem sido utilizado no meio acadêmico, científico e empresarial como ferramenta para o procedimento de análises estatísticas, principalmente estatísticas multivariadas e descritivas (HAIR JR. *et al.*, 1998). De forma a identificar e traçar características empreendedoras dos respondentes, foram realizadas as seguintes análises estatísticas: distribuição de frequência, análise de Cluster, análise fatorial e correlação. Os resultados das análises são descritos no item 4.

## 4 Resultados e discussões

Apresentam-se nesta seção os resultados e discussões dos dados obtidos após análise estatística.

### 4.1 Estatística Descritiva

A primeira análise realizada foi com relação à distribuição de frequência das variáveis demográficas, a fim de traçar o perfil dos respondentes. A distribuição de frequência permite resumir grande conjunto de dados em uma tabela, onde é possível identificar os valores dos dados juntamente com suas frequências correspondentes (TRIOLA, 2008).

A Tabela 1 apresenta a frequência dos países dos respondentes.

Tabela 1: País dos respondentes

País	Frequência	Percentual
MÉXICO	45	35,4%
BRASIL	29	22,8%
ARGENTINA	35	27,6%
BOLÍVIA	18	14,2%
Total	127	100,0%

Fonte: dados da pesquisa (2018)

A Tabela 2 apresenta a distribuição dos respondentes por gênero.

Tabela 2: Sexo dos respondentes

Sexo	Frequência	Percentual
MASCULINO	78	61,4%
FEMININO	49	38,6%
Total	127	100,0%

Fonte: dados da pesquisa (2018)

Percebe-se um maior percentual de participantes do sexo masculino (61,4%), sendo o Brasil o país com maior número de respondentes. A idade média é de 36 anos, ocorrendo com maior frequência respondentes com 37 anos de idade.

A Tabela 3 apresenta o estado civil dos respondentes.

Tabela 3: Estado civil dos respondentes

Estado Civil	Frequência	Percentual
--------------	------------	------------

CASADO(A)	53	41,7%
SOLTEIRO(A)	48	37,8%
VIÚVO(A)	2	1,6%
DIVORCIADO(A)	12	9,4%
AMASIADO	12	9,4%
Total	127	100,0%

Fonte: dados da pesquisa (2018)

Já a Tabela 4 mostra o nível educacional dos respondentes.

Tabela 4: Nível educacional dos respondentes

Nível educacional	Frequência	Percentual
Ensino Médio	15	11,8%
Superior Incompleto	28	22,0%
Superior Completo	32	25,2%
Pós-Graduação	41	32,3%
Ensino Médio Técnico	11	8,7%
Total	127	100,0%

Fonte: dados da pesquisa (2018).

Importante observar que mais da metade dos respondentes possuem formação superior (superior completo ou pós-graduação) o que indica que os mesmos provavelmente tiveram acesso a ferramentas teóricas gerenciais que podem ser aplicadas nos processos de tomada de decisão em seus empreendimentos.

A Tabela 5 apresenta a renda pessoal dos respondentes da pesquisa.



Tabela 5: Renda pessoal dos respondentes

Renda pessoal	Frequência	Percentual
Não há renda	17	13,4%
Igual ou menor a 1 salário mínimo	16	12,6%
De 1 a 3 salários mínimos	28	22,0%
De 3 a 5 salários mínimos	33	26,0%
De 5 a 10 salários mínimos	21	16,5%
Acima de 10 salários mínimos	12	9,4%
Total	127	100,0%

Fonte: dados da pesquisa (2018).

Nota-se que 48% dos respondentes possuem renda pessoal correspondente a até três salários mínimos, demonstrando assim que o comportamento empreendedor nessas localidades pesquisadas não é uma característica intrínseca apenas de pessoas de alta renda.

Já a Tabela 6 apresenta a renda familiar dos respondentes. Inclui-se aqui a renda de todas as pessoas que residem com os respondentes e que contribuem para a renda familiar.

Tabela 6: Renda familiar dos respondentes

Renda familiar	Frequência	Percentual
Não há renda	15	11,8%
Igual ou menor a 1 salário mínimo	5	3,9%
De 1 a 3 salários mínimos	29	22,8%
De 3 a 5 salários mínimos	33	26,0%
De 5 a 10 salários mínimos	19	15,0%

Acima de 10 saláries mínimos	26	20,5%
Total	127	100,0

Fonte: dados da pesquisa (2018).

Verifica-se assim que 38,5% dos respondentes possuem renda familiar de até três saláries mínimos, que corresponde, no Brasil, à designação de família de baixa renda, demonstrando mais uma vez a ocorrência de perfil empreendedor em todas as classes sociais nessas localidades pesquisadas.

Todos os respondentes possuem algum tipo de negócio próprio. Sendo assim, foi perguntado se os mesmos tinham interesse em abrir outro empreendimento, além daquele que já possuem. A Tabela 7 apresenta os resultados.

Tabela 7: Tem intenção de ter outro negócio?

Deseja ter outra empresa?	Frequência	Percentual
Sim	103	81,1%
Não	24	18,9%
Total	127	100,0%

Fonte: dados da pesquisa (2018)

Analisando de forma mais específica, pode-se afirmar que o perfil geral dos empreendedores entrevistados é, em sua maioria, composto por pessoas idade média de 36 anos, do sexo masculino, com pós-graduação e renda familiar de 3 a 5 saláries mínimos. Outra característica interessante é o fato de que a maioria dos entrevistados (81,1%) tem intenção de ter outro negócio, mesmo já possuindo um empreendimento.

Uma vez traçado o perfil dos entrevistados, passa-se à análise estatística multivariada dos dados, no item 4.2.

## 4.2 Perfil empreendedor

Neste ponto, foram realizadas análises de estatística multivariada para identificar fatores e correlações entre características empreendedoras.

Todos os entrevistados responderam à totalidade das questões, portanto, não houve a existência de dados ausentes (*missing*), sendo utilizadas as respostas de todos os empreendedores para a análise estatística.

Devido à grande quantidade de variáveis estudadas, realizou-se a Análise Fatorial Exploratória, buscando encontrar um número menor de fatores (Hair Jr. *et al.*, 1998). Para isso, foi utilizado o método de extração denominado Análise dos Componentes Principais, com rotação Varimax (máxima verossimilhança) e normalização do tipo Kaiser. Para a definição do número de fatores, foi utilizado o critério do *Eigenvalue* (quantidade de variância explicada por um fator). Valores maiores ou iguais a 1 foram considerados como significantes. Além disso, considerou-se as variáveis que apresentaram cargas fatoriais superiores a 0,402. A carga fatorial possibilita identificar o papel de cada variável, mostrando ainda a correlação de cada variável com o fator. Hair *et al.* (1998) afirma que valores de carga fatorial acima de 0,300 são considerados significantes. Nesta análise, considerou-se uma carga fatorial igual ou maior que 0,402, como já afirmado.

A análise estatística apresentou um conjunto de 17 fatores, que juntos, explicam 85,78% da variância. No entanto, o estudo baseou-se em 3 fatores, devido à quantidade dos mesmos e à relevância das variáveis envolvidas.

A Tabela 8 a seguir apresenta as variáveis aglutinadas no fator 1.

Tabela 8: Fator 1

Variável	Coefficiente
Dedicado	,754
Totalmente focado nas atividades que desenvolve	,746
Determinado e obstinado	,672

Proativo na tomada de decisão (tem iniciativa)	,672
Disposto a sacrificar para atingir os objetivos	,620
Persistente na resolução de problemas	,572

Fonte: dados da pesquisa (2018).

Percebe-se que o fator 1 reúne variáveis que denotam uma pessoa obstinada, centrada naquilo que deseja, que busca atingir seus objetivos, mesmo que isso envolva sacrifícios. Esse fator poderia ser denominado como “empreendedores determinados”.

A Tabela 9 apresenta as variáveis envolvidas no fator 2.

Tabela 9: Fator 2

Variável	Coefficiente
Gosto de estar com pessoas abertas, que pensam livremente e sem restrições	,756
Eu gosto de olhar para longe, no horizonte, encaminhar	,683
Eu acho que vale a pena sonhar acordado	,587
Não convencional, cabeça aberta, pensador.	,574
Ele é adepto da adaptação a novas situações	,553
Não está em conformidade com o <i>status quo</i> , ou seja, o estado atual em que está.	,544

Fonte: dados da pesquisa (2018)

O segundo fator apresentou variáveis relacionadas à mudança, buscar novas situações, se adaptar e pensar de forma inovadora. Trata-se de um perfil de empreendedor que está sempre em busca do novo e valoriza novas ideias, tolerando ainda situações de conflito que possam surgir. É um perfil de empreendedor “que busca novas oportunidades”.

Já a Tabela 10 apresenta as características do terceiro fator encontrado.

Tabela 10: Fator 3

Variável	Coefficiente
----------	--------------

Tenho tolerância para incertezas e falta de estrutura	,745
Tenho tolerância ao estresse e aos conflitos.	,729
Alguém que não tem medo de falhar.	,573

Fonte: dados da pesquisa (2018).

O fator 3 apresenta características de pessoas que são tolerantes à falta de estrutura, aos conflitos e que arriscam sem medo de falhar. São pessoas centradas, que apresentam maturidade diante de incertezas. Pode-se chamar tais empreendedores de “equilibrados”. Nota-se assim a prevalência de uma das principais características que o empreendedor deve desenvolver: a capacidade de assumir riscos.

Os resultados obtidos permitem concluir que as características empreendedoras mais marcantes identificadas nos entrevistados podem ser resumidas em:

- I) determinação;
- II) busca por novas oportunidades e
- III) equilíbrio emocional.

De forma a avaliar a consistência interna das variáveis, realizou-se o teste de Coeficiente *Alfa de Cronbach*, conforme recomenda Malhotra (2001). O autor afirma que tal coeficiente deve ser maior ou igual a 0,6000. Neste estudo, as variáveis apresentaram um índice de 0,753, demonstrando uma boa consistência interna.

Também se fez a Análise de Cluster de forma a agrupar os participantes da pesquisa de acordo com o seu padrão de resposta (Malhotra, 2001). Foram encontradas soluções com dois clusters.

A análise de variância mostrou que as variáveis sexo, estado civil e nível de escolaridade apresentaram semelhanças estatisticamente significativas entre os grupos. A Tabela 11 a seguir mostra os percentuais observados nos clusters.

Tabela 11: Características marcantes dos grupos

Características	Cluster 1	Cluster 2
País	México (18,1%)	México (12,6%)
Sexo	Masculino (28,3%)	Masculino (24,4%)
Estado civil	Solteiro(a) (21,3%)	Casado(a) (16,5%)
Nível educacional	Superior Completo (16,5%)	Pós-graduação (15,7%)
Renda familiar	De 3 a 5 salários mínimos (12,6%)	De 3 a 5 salários mínimos (10,2%)

Fonte: dados da pesquisa (2018).

Os resultados mostram que os clusters possuem perfis semelhantes, sendo formado em sua maioria por homens empreendedores do México, com renda familiar de 3 a 5 salários mínimos. O que difere tais *clusters* são o estado civil (mais solteiros no *cluster* 1 e casados no *cluster* 2) e o nível educacional, que no *cluster* 2 apresenta mais pessoas com pós-graduação, sendo que no *cluster* 1 a maioria possui apenas a graduação (ensino superior).

Após estes resultados é possível tecer algumas considerações gerais a respeito dos dados estudados, conforme apresentado na seção 5.

## 5 Considerações finais

Este estudo buscou traçar o perfil de empreendedores em localidades de quatro países latino-americanos, no ano de 2018, de forma a identificar as características de tais empreendedores. Para tanto, foi feita uma análise estatística descritiva e multivariada dos dados coletados por meio de questionários aplicados aos participantes.

Os resultados mostraram que a maioria dos empreendedores já são adultos (média de 36 anos), homens, casados, pós-graduados, renda pessoal e familiar de 3 a 5 salários mínimos. A grande maioria deseja ter outro negócio próprio (81,1%), embora já sejam donos de empreendimentos.

Percebeu-se que os participantes possuem como características empreendedoras, dentre outras: uma pessoa obstinada, centrada naquilo que deseja, que busca atingir seus objetivos, mesmo que isso envolva sacrifícios e riscos.

Empreendedores possuem grande determinação e vontade de aprender, além de sempre buscarem inovação e estarem conectados às mudanças do mercado e da sociedade. Desta forma, identificar suas características comportamentais é importante, de forma a orientar outras pessoas que desejam empreender para potencializar seus esforços na busca do que desejam. Essa é a contribuição principal do artigo.

Este tema ainda requer muitos estudos. Uma possível agenda de pesquisa futura seria a ampliação da quantidade de participantes, ou ainda, a comparação de empreendedores que estão iniciando um negócio com aqueles que estão há certo tempo no mercado. Há também uma vontade em comparar o perfil do latino-americano com o europeu, evidenciando se as características são similares, frente aos incentivos e programas existentes.

Fica, por fim, a contribuição para que instituições atuem como agentes de fomento ao empreendedorismo, desenvolvendo e potencializando características essenciais a um empreendedor, contribuindo assim para o desenvolvimento da economia e do país.

## Referências

Acs, Z. J. *et al.* (2012) Growth and entrepreneurship. *Small Business Economics*, Dordrecht, v. 39, n. 2, p. 289-300.

Cervo, A. L.; Bervian, P. A.; Da Silva, R. (2007). *Metodologia Científica*. São Paulo: Pearson Prentice Hall.

Dolabela, F. (2008). *Oficina do empreendedor*. Rio de Janeiro: Sextante.

Filion, L. J. (1999) Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. *Revista de Administração*, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 6-28.

Goode, W. J.; Hatt, P.K. (1977). *Métodos em pesquisa social*. São Paulo: Companhia Editora Nacional.

Hair Jr., J.F.; Anderson, R.E.; Tatham, R.L.; Black, W. C. (2005). Análise multivariada de dados. Porto Alegre: Bookman.

Levine, D. M.; Stephan, D. F.; Krehbiel, T.; Berenson, M. L. (2012). Estatística: teoria e aplicações usando o Microsoft Excel em Português. São Paulo: LTC.

Malhotra, N. K. (2011). Pesquisa de marketing: foco na decisão. São Paulo: Pearson Prentice Hall.

McClave, J. T.; Benson, P. G.; Sincich, T. (2009). Estatística para administração e economia. São Paulo: Pearson Prentice Hall.

McClelland, D. C. (1972). A sociedade competitiva: realização e progresso social. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura.

SEBRAE. (2006). O que é ser empreendedor? Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/o-que-e-ser-empendedor,ad17080a3e107410VgnVCM1000003b74010aRCRD> Acesso em 01 mar 2017.

Ronstadt, R. (1987). The educated entrepreneurs: a new era of entrepreneurial education is beginning. American Journal of Small Business, v. 22, n.4, p. 37-53, Spring.

Schmidt, S.; Cunha, R. A. N. (2009). Perfil empreendedor e desempenho organizacional. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1415-6552009000300007](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-6552009000300007) Acesso em: 21 maio 2017.

Schumpeter, J. A. (1950). Capitalism, socialism and democracy. New York: Harper and Row.

Triola, M. F. (2008). Introdução à Estatística. Rio de Janeiro: LTC, 2008.