

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS/GV
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO

BÁRBARA GOMES FERREIRA GUIMARÃES

**INTENÇÃO EMPREENDEDORA: um estudo com universitários dos cursos de
Administração e Ciências Contábeis de duas instituições de ensino em Governador
Valadares (MG).**

Governador Valadares

2021

BÁRBARA GOMES FERREIRA GUIMARÃES

INTENÇÃO EMPREENDEDORA: um estudo com universitários dos cursos de Administração e Ciências Contábeis de duas instituições de ensino em Governador Valadares (MG).

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Departamento de Administração da Universidade Federal de Juiz de Fora/Governador Valadares, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Leonardo Lemos da Silveira Santos.

Governador Valadares
2021

BÁRBARA GOMES FERREIRA GUIMARÃES

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Departamento de Administração da Universidade Federal de Juiz de Fora/Governador Valadares, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Administração.

Aprovado em 22 de março de 2021

BANCA EXAMINADORA

Prof. Leonardo Lemos da Silveira Santos – Orientador
Universidade Federal de Juiz de Fora

Prof. Dr. Alcielis de Paula Neto
Universidade Federal de Juiz de Fora

Prof. Msc José Roberto Passos Júnior
Universidade Presidente Antônio Carlos (UNIPAC-GV)

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA/GV
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO

Termo de Declaração de Autenticidade de Autoria

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

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

Governador Valadares, 22 de Março de 2021.

Bárbara Gomes Ferreira Guimarães

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

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

Dedico este trabalho aos meus pais Edmilson e Márcia por incentivarem a minha educação e acreditarem na minha trajetória acadêmica e também aos meus irmãos Cristiano e Willian.

AGRADECIMENTOS

“Que darei eu ao Senhor, por todos os benefícios que me tem feito?” (Sl 116:12).

Primeiramente, a Deus que tem renovado as minhas forças dia após dia nessa caminhada. A minha família por ser meu alicerce em meio a todas as adversidades. Ao meu orientador Professor Leonardo Lemos por toda sua dedicação e prestatividade ao decorrer desse processo de orientação, a todos estes, muitíssimo obrigada.

“Para que todos vejam, e saibam, e considerem, e
juntamente entendam que a mão do Senhor fez
isto.”

(Isaías 41:20)

RESUMO

O empreendedorismo se tornou um assunto de ampla discussão na literatura devido ao seu impacto significativo no desenvolvimento econômico e social de um país, e desta forma, um campo relevante para a pesquisa científica. Da mesma maneira, o ensino superior é reconhecido como um importante pilar do desenvolvimento econômico e social, além de possível ambiente adequado, para descobrir aspirações potenciais para a formação da intenção empreendedora (IE) de seus alunos. No âmbito universitário se distinguem as instituições em público e privado, e há uma percepção acerca de divergências nos modelos de educação empreendedora, de uma instituição para outra. Em virtude disso, o presente artigo tem como objetivo testar e mensurar a intenção empreendedora dos discentes de graduação, avaliar os efeitos das variáveis que a compõem e verificar se os ambientes universitários (público e privado) diferem na influência da intenção empreendedora de seus estudantes. A metodologia utilizada neste estudo é do tipo descritiva quantitativa adotando um processo de amostragem não-probabilística, por conveniência, limitada pela possibilidade de acesso e pela disponibilidade dos estudantes em participar da pesquisa, e utiliza-se também de amostragem não probabilística do tipo “bola de neve”. Os dados foram auferidos por meio do Questionário de Intenção Empreendedora de Liñán e Chen (2009), e foram contemplados 106 respondentes. Para análise estatística utilizou-se de tabelas de cruzamento de dados, Correlação de Pearson e Regressão Linear múltipla. Os resultados apontam que as variáveis com maior relevância para explicar a Intenção Empreendedora são Atitude Pessoal e Percepção do Controle do Comportamento, além disso, os estudantes da rede privada de educação demonstram maior IE que os alunos da rede pública. Também se evidenciou a percepção dos alunos sobre a falta de suporte das Universidades em desenvolver nos alunos uma maior propensão ao empreendedorismo. Tal percepção é existente em ambos ambientes porém ponderada de uma forma maior nos alunos da rede pública.

Palavras chaves: Empreendedorismo; Educação Empreendedora; Teoria do Comportamento Planejado; Intenção Empreendedora.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Modelo de Intenção Empreendedora	27
---------------------------------------------------	----

LISTA DE TABELA

Tabela 1 - Idade dos alunos.....	32
Tabela 2 - Gênero	32
Tabela 3 - Renda familiar.....	33
Tabela 4 - Cursos.....	33
Tabela 5 - Instituição de Ensino	34
Tabela 6 - Período de Graduação.....	34
Tabela 7 - Ocupação atual dos alunos.....	34
Tabela 8 - Atratividade de diferentes carreiras.....	35
Tabela 9 - Idade x Opções de carreira.....	36
Tabela 10 - Curso x Opções de carreira	38
Tabela 11 - Instituição de ensino x Opções de carreira	38
Tabela 12 - Período do curso x Opções de carreira	38
Tabela 13 - Sexo, renda, aspectos familiares x opç	39
Tabela 14 - Intenção empreendedora (IE).....	41
Tabela 15 - Intenção empreendedora e perfil dos respondentes.....	42
Tabela 16 - Atitudes pessoais (AP).....	44
Tabela 17 - Norma subjetiva (NS).....	45
Tabela 18 - Percepção de controle de comportamento (PCC)	45
Tabela 19 - Suporte da Universidade (SU)	46
Tabela 20 - Suporte da Universidade (SU) versus Instituição de Ensino	47
Tabela 21 - Percepção de Risco (RI)	47
Tabela 22 - Correlação entre IE e demais construtos do modelo da pesquisa	48
Tabela 23 - Regressão linear: IE e demais construtos do modelo da pesquisa	49

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

- IE** Intenção Empreendedora
- IES** Instituição de Ensino Superior
- TCP** Teoria do Comportamento Planejado
- UFJF-GV** Universidade Federal de Juiz de Fora / Campus Governador Valadares
- UNIPAC** Universidade Presidente Antônio Carlos
- QIE** Questionário de Intenção Empreendedora
- AP** Atitude Pessoal
- NS** Norma Subjetiva
- PCC** Percepção de Controle do Comportamento
- SU** Suporte Universitário
- RI** Percepção de Risco

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	6
1.1 OBJETIVOS	8
1.1.1 Objetivo geral.....	8
1.1.2 Objetivos específicos	8
2. JUSTIFICATIVA	8
3. REFERENCIAL TEÓRICO	10
3.1 EMPREENDEDORISMO/EMPREENDEDOR: ASPECTOS CONCEITUAIS	10
3.2 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL	13
3.3 EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA.....	16
3.4 INTENÇÃO EMPREENDEDORA	23
3.5 TEORIA DO COMPORTAMENTO PLANEJADO E INTENÇÃO EMPREENDEDORA.....	24
4. METODOLOGIA.....	28
4.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA	28
4.2 COLETA DE DADOS	30
4.3 ANÁLISE DOS DADOS	32
4.3.1 ANÁLISE DESCRITIVA: traçando um perfil geral dos respondentes	32
4.4 ANALISANDO O PERFIL DOS RESPONDENTES E AS OPÇÕES DE CARREIRA	36
4.5 INTENÇÃO EMPREENDEDORA (IE)	41
4.6 RELAÇÃO ENTRE INTENÇÃO EMPREENDEDORA (IE), ATITUDE PESSOAL (AP), NORMA SUBJETIVA (NS), PERCEPÇÃO DE CONTROLE DO COMPORTAMENTO (PCC), SUPORTE DA UNIVERSIDADE (SU) E PERCEPÇÃO DE RISCO (RI)	43
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	50
REFERÊNCIAS	53
ANEXOS.....	60

1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo tem sido um assunto muito discutido na literatura, e se tornou um importante e produtivo campo de investigação científica, devido à significativa influência exercida no desenvolvimento econômico, e social de um país. De acordo com Marques (2016), o empreendedorismo além de se tornar uma importante fonte de pesquisa, passou a ser relacionado como um esforço e encorajamento fundamental do desenvolvimento econômico.

O desenvolvimento do comportamento empreendedor no Brasil e em outros países do mundo vêm sendo colocado em pauta em debates políticos, econômicos e acadêmicos (PAUL SHRIVATAVA, 2016).

Para qualquer país, a criação de novos negócios é fundamental para a geração de riquezas e criação de empregos, e se adequadamente apoiados e em situações especiais, são responsáveis por inovações tecnológicas que impactam as atividades de manufatura e serviços (HECKE, 2011).

Assim, gradativamente os governos elaboram programas de incentivo a criação de novas empresas promovendo o empreendedorismo, visando o desenvolvimento regional e crescimento econômico. Estudos empíricos mostram que o comportamento empreendedor ou alguns de seus aspectos podem ser ensinados, nisso considera-se que a educação, seja um dos instrumentos fundamentais para promover atitudes, capacidades e intenções empreendedoras (KURATKO, 2016).

A formação em empreendedorismo pode levar em conta os aspectos individuais contextuais que motivam os indivíduos a empreender, sendo assim, as universidades/faculdades desempenham importante papel e responsabilidade nessa formação, promovendo o desenvolvimento de competências empreendedoras diversas (ZAMPIER E TAKAHASHI, 2011). Os estudantes universitários têm mostrado um interesse relevante por essa carreira

(LIÑÁN E FAYOLLE, 2015). Eventualmente pela característica de maior autonomia, flexibilidade, criatividade, realização pessoal e profissional que a carreira empreendedora pode propiciar, bem como a possibilidade de aplicar conhecimentos de sua formação universitária, aspectos nem sempre encontrado na carreira de empregados.

Em revisão de anos de pesquisa centrada em fatores que levam as pessoas a se tornarem empreendedoras, Walter e Heinrichs (2015) apontaram que a intenção empreendedora é uma variável importante de estudo. Conforme Ajzen (1991) a intenção empreendedora é uma projeção pessoal de ações e metas a serem cumpridas para exercer a atividade empreendedora. O autor em seus estudos, apresentou a teoria do comportamento planejado (TCP), que parte da premissa de que o comportamento humano é uma função da intenção comportamental e esta, por sua vez, é associada a três fatores: Atitudes, Normas Subjetivas e Controle Comportamental Percebido.

Baseado nos estudos da TCP, Liñán e Chen (2009), desenvolveram o questionário de intenção empreendedora (QIE) com a finalidade de testar e validar um modelo de intenção empreendedora a partir do entendimento acerca de quais variáveis levantadas interferem na construção dessa intenção. O presente estudo adota o uso do questionário adaptado e busca através dos dados coletados identificar a intenção empreendedora de estudantes do ensino superior da cidade de Governador Valadares.

PROBLEMA DE PESQUISA

A questão de pesquisa que direciona esta investigação é: Como se comporta a intenção empreendedora dos alunos de graduação das IES de Governador Valadares [MG] e há diferença entre ambos? Em que ponto se divergem?

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo geral

O objetivo deste estudo é identificar e analisar a intenção empreendedora dos alunos de graduação das Instituições de ensino da cidade de Governador Valadares.

1.1.2 Objetivos específicos

Associado ao objetivo principal, foram desmembrados os seguintes objetivos específicos:

- A. Testar e mensurar a intenção empreendedora a partir da aplicação de questionário adaptado do modelo desenvolvido por Ajzen (1991) pelos autores Chen e Liñàn (2009).
- B. Avaliar os efeitos das variáveis através dos questionários aplicados, identificando as que possuem maior relevância para o modelo (Atitude Pessoal, Normas Subjetivas, Controle do Comportamento Percebido, Suporte da Universidade, Risco e Intenção Empreendedora).
- C. Analisar se os ambientes universitários (público e privado) divergem na maneira em que influenciam na intenção empreendedora de seus estudantes.

2. JUSTIFICATIVA

Movida pela globalização em meados da década de 80, as grandes empresas precisaram adotar métodos de reengenharia para que pudessem se adaptar e sobreviver às mudanças no mercado, que por sua vez ocasionaram uma redução de oferta de trabalho impulsionando a busca de outras estratégias como o auto emprego. Conseqüentemente, houve o crescimento de

pequenas e microempresas como alternativa para sobrevivência, assim, o empreendedorismo obteve uma importância estratégica no contexto da economia de mercado. De acordo com Thomas e Mueller (2002), a criação de novas empresas pode ser considerada como fonte de oportunidades de emprego e impacto sobre o desenvolvimento econômico e regeneração da economia.

Em conformidade, Davidsson, (1989); Martin e Picazo (2009), salientam que o progresso das pequenas empresas tem impacto significativo para a prosperidade das economias de mercado. No Brasil as pequenas empresas desempenham um papel importante. Segundo dados do Ministério do Trabalho em 2010, 98,29% das empresas brasileiras são pequenas ou médias, ou seja, com menos de 500 empregados e empregavam no ano de 2010, 59 % da força de trabalho.

Há uma concordância de acordo com os autores Covin e Slevin (1991) a respeito do benefício que é gerado para a sociedade através do apoio à inovação e ao empreendedorismo ao redor do mundo, por tanto, falar a respeito do empreendedorismo e aprender sobre o assunto seria crucial para o desenvolvimento da sociedade. Nisso, a educação pode desempenhar significativo papel frente ao incentivo ao empreendedorismo. Existem autores que defendem que aqueles que serão empreendedores possuem características específicas que os qualifica para a atividade empreendedora (GERBER, 1996). Já outros autores acreditam que existem competências que podem ser ensinadas e portanto aprendidas para que o indivíduo desenvolva a capacidade de empreender, pois o empreendedorismo se associaria também a um processo de aprendizagem sobre oportunidades de negócios e inovação (FILLION, 1999).

De acordo com Malacarne, Brustein e Brito (2014), os resultados apresentados no estudo GUESS (*Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey*), revelam que o atual sistema educacional estimula os profissionais a conquistarem uma colocação em uma empresa e não a busca pelo negócio próprio, deixando de priorizar desta forma, o comportamento empreendedor dos alunos. Por conta disso, entende-se , que exista um costume em educar os

estudantes para serem empregados em grandes empresas, logo no contexto universitário pode-se encontrar resistências para o estímulo da atividade empreendedora e até conflitos num processo de mudanças, o que gera impactos para a instituição, para os professores e para os alunos (MALACARNE; BRUSTEIN; BRITO, 2014). Nisso, reforça-se a motivação à realização da pesquisa, revelando possível desafio em desenvolver o comportamento empreendedor no ensino superior.

Diante deste escopo, tornou-se interessante para a pesquisa, identificar no contexto de estudantes universitários, a relação dos mesmos com o empreendedorismo através da busca na identificação da intenção empreendedora dos estudantes de ensino superior, pois pode se associar, que compreender a intenção empreendedora dos alunos pode-se relacionar há como estes alunos estariam sendo preparados também para esse mercado de trabalho empreendedor. Além disso, outras variáveis relevantes na formação da intenção empreendedora e as relações entre elas serão levantadas através do método utilizado no estudo, que se dá a partir do instrumento de pesquisa, questionário adaptado por Liñán e Chen, (2009), cuja base é a Teoria do comportamento planejado de Ajzen (1991) no contexto universitário de Governador Valadares, com universidades que se divergem, sendo uma pública e outra privada.

3. REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 EMPREENDEDORISMO/EMPREENDEDOR: ASPECTOS CONCEITUAIS

Tendo surgido dentro do contexto militar na França entre os séculos XVI e XVII, a palavra *entrepreneur* (*empreendedor*) fazia referência àqueles que conduziam expedições militares. Segundo Martinelli (2001) a palavra era utilizada para definir o indivíduo que contratava e organizava soldados para servir reinos ou cidades em troca de pagamento financeiro.

De acordo com Dornelas (2018), Na Idade Média, a expressão “empreendedor” foi usada para definir o indivíduo que gerenciava grandes projetos de produção, o qual ainda não assumia

grandes riscos, mas gerenciava os projetos utilizando recursos disponíveis que eram provenientes do governo do país. Posteriormente, no século XVII ocorreram os primeiros indícios de relação entre assumir riscos e empreendedorismo, na medida em que acordos contratuais passaram a estabelecer preços pré-fixados e qualquer lucro ou prejuízo cabia exclusivamente ao empreendedor.

Richard Cantillon, economista franco-irlandês e importante escritor, trouxe a expressão *entrepreneur* para o cenário empresarial, sendo considerado como um dos disseminadores do termo, pois de acordo com o autor ele teria sido um dos primeiros a diferenciar o empreendedor entre – aquele que assume riscos –, do capitalista o qual fornece o capital. (DORNELAS, 2018)

Pode-se notar algumas similaridades entre autores quanto à definição do indivíduo empreendedor a respeito de assumir riscos frente aos negócios e trazer inovação. Segundo Ely e Hess (1937) empreendedor refere-se a uma pessoa ou grupo de pessoas que assume uma obrigação ou responsabilidade de combinar os aspectos produtivos em um negócio e em mantê-lo em atividade.

Schumpeter (1934) afirma que empreender se trata de executar algo inédito, dentro de um cenário de negócio. Já conforme Palmer (1971), um empreendedor de sucesso consegue interpretar corretamente as situações de risco e é capaz de adotar medidas visando mitigá-los.

Em conformidade, Kuratko (2016, p.3) afirma que “empreendedores caracterizam-se pela busca de oportunidades, pela aceitação de riscos e pela tenacidade na defesa de uma ideia até torná-la realidade”, atribuindo ao empreendedor qualidades de perseverança quanto aos seus objetivos.

Outros autores acreditam que existem características particulares e atributos imprescindíveis à personalidade empreendedora. Dornelas (2018) define que empreendedor significa dizer,

aquele que assume riscos e começa algo novo, mas, ainda segundo o autor os empreendedores são pessoas que se diferenciam das demais, elas possuem motivação singular, são apaixonados pelo que fazem, querem fazer a diferença dentro da sociedade, desejam ser reconhecidas e serem referências, deixando um legado para outros possíveis empreendedores.

Gerber (1996) é alinhado a esse pensamento pois sua percepção é de que o empreendedor é também inovador, estrategista, cria novos métodos ou novos mercados, tem personalidade criativa, sabe lidar com o desconhecido e sonda o futuro, transformando possibilidades em probabilidades, problemas em soluções, caos em harmonia. Pode-se dizer, portanto, que esses indivíduos perseguem seus objetivos, passam a agir de forma repetida ou mudam suas estratégias em busca de enfrentar desafios e superá-los, mesmo que sejam necessários certos sacrifícios pessoais (CARREIRA et al, 2015).

Para Fillion (1999) o empreendedor é definido como uma pessoa marcada pela capacidade de criar, estabelecer e atingir objetivos, porém empreender ou ser empreendedor seria uma espécie de processo contínuo e não algo advindo ou motivado apenas por tais características do indivíduo. Conforme o autor, um empreendedor está continuamente exercendo o papel de empreendedor quando continua aprendendo sobre possíveis oportunidades de negócios e toma decisões moderadamente arriscadas buscando inovação.

A partir do entendimento de Fillion (1999), abre-se uma vertente para observar que apenas as características, não definem o empreendedor e que a busca pela aprendizagem passa a fazer parte desse processo de empreendedorismo. Existem ainda, autores que pontuam que o empreendedorismo vai além desses traços de personalidade, e abordam com mais importância o processo em si.

Gartner (1988) através de um estudo publicado, afirma que não é a personalidade do empreendedor que define o empreendedorismo, pois empreender se trata da criação de uma organização, desta forma somente as características de quem empreende não explicam o

processo de originar uma empresa. O autor defende a necessidade e importância de se estudar o processo envolvido, isto é, compreender o que os indivíduos fazem nesse processo de criação de uma organização e não apenas definir e analisar os traços de suas personalidades.

Drucker (1985) também expõe, que o empreendedorismo se aproxima mais ao comportamento que um traço de personalidade, pois pessoas com características e jeitos diferentes podem ter sucesso em seus empreendimentos. O autor complementa que pessoas avessas a riscos tendem a não ser bons empreendedores assim como em diversas outras atividades como por exemplo liderança. Contudo, qualquer pessoa que tem capacidade de encarar o processo de tomada de decisão, pode aprender a empreender. Assim, o empreendedorismo respalda mais em conceito e teoria do que intuição (DRUCKER, 1985).

Em concordância, Kuratko (2016), traz em uma de suas obras o termo “mentalidade empreendedora”, e define que qualquer pessoa pode desenvolvê-la. O autor enfatiza que o termo

“Representa o aparato cognitivo e o compromisso necessários para se ver o mundo através de uma perspectiva inovadora, e isso compreende o potencial de empreendedorismo em cada indivíduo” (KURATKO 2016, p 3).

3.2 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

Conforme Dornelas (2018), o empreendedorismo tem sido o centro das políticas públicas na maioria dos países. O crescimento do empreendedorismo no mundo se acelerou na década de 1990 e aumentou em proporção nos anos 2000. E isso se torna notável por conta das ações criadas relacionadas com o tema. Alguns exemplos são:

1. Programas de incubação de empresas e parques tecnológicos;

2. Programas e incentivos governamentais para promover a inovação e transferência de tecnologia;
3. Subsídios governamentais para criação e desenvolvimento de novas empresas;
4. Criação de agências de suporte ao empreendedorismo e à criação de negócios;
5. Programas de desburocratização e acesso ao crédito para pequenas empresas.

No Brasil, o empreendedorismo começou a tomar forma e ser disseminado com a criação de entidades como Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) e Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), ambas responsáveis por dar suporte e apoiar os empreendimentos em crescimento. (DORNELAS, 2018).

A Softex foi criada com o intuito de ajudar as empresas de software do país para o mercado externo, proporcionando ao empresário a capacitação em gestão e tecnologia, e o Sebrae, um dos órgãos mais conhecidos pelos pequenos empresários, dá o suporte aos brasileiros na abertura das empresas além de consultorias para resolver problemas pontuais no negócio. Foi através de programas criados na esfera da Softex, junto às universidades e cursos de tecnologia que o tema empreendedorismo passou a se manifestar na sociedade brasileira (DORNELAS, 2018). O autor cita algumas ações históricas e outras mais recentes desenvolvidas a fim de fomentar as atividades empreendedoras no país. Seguem alguns exemplos:

1. Os programas Softex e Geração de Novas Empresas de Software, Informação e Serviços (Genesis), criados na década de 1990 que apoiavam atividades de empreendedorismo em software, estimulando o ensino da disciplina em universidades e a geração de novas empresas.
2. O programa Brasil Empreendedor, do Governo Federal, dirigido à capacitação de empreendedores em todo o país, destinando recursos financeiros a esses

empreendedores, totalizando um investimento de R\$8 bilhões. O programa vigorou de 1999 até 2002 e realizou mais de cinco milhões de operações de crédito.

3. Ações voltadas à capacitação do empreendedor, como os programas Empretec e Jovem Empreendedor do Sebrae, além do enorme crescimento do movimento de incubadoras de empresas no Brasil. De acordo com dados da Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos de Tecnologias Avançadas (Anprotec) mostram que, em 2016, cerca de 370 incubadoras de empresas encontravam-se em atividade no país.
4. Legislação em prol das micro e pequenas empresas: a Lei da Inovação, a instituição do Simples, a Lei Geral da Micro e Pequena Empresa, o Programa Empreendedor Individual.
5. Cursos e programas criados nas universidades brasileiras para o ensino do empreendedorismo e criação de negócios, o desenvolvimento do ensino de empreendedorismo na educação fundamental, no ensino médio e em cursos técnicos, além do aumento do número de professores universitários com títulos de mestre e doutor em temas relacionados com o empreendedorismo e ainda com dedicação ao ensino de empreendedorismo.
6. A ênfase do Governo Federal no apoio a micro e pequenas empresas, bem como a consolidação de programas de apoio à criação de novos negócios com recursos de subvenção econômica, bolsas, investimentos para empresas iniciantes inovadoras, provenientes de entidades governamentais de apoio à inovação e o empreendedorismo, tais como Financiadora de Estudos e Projetos (Finep), fundações de amparo à pesquisa, Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), entre outros.

7. Aumento da quantidade de brasileiros adultos criando negócios, principalmente empreendedores das classes sociais C e D.
8. O crescente movimento das franquias no Brasil também pode ser considerado um exemplo de desenvolvimento do empreendedorismo nacional. Segundo a Associação Brasileira de Franchising, em 2016, havia cerca de 3.000 redes de franquias constituídas no país, com mais de 144.000 unidades franqueadas.

Nisso, o autor conclui que os últimos anos foram repletos de iniciativas em prol do empreendedorismo no país, e que eventos importantes como a Copa do Mundo de 2014 e Olimpíadas de 2016 foram marcos que estimularam através da sua repercussão, oportunidades empreendedoras, e que proporcionaram a criação e o desenvolvimento de novos negócios no país.

Ainda de acordo com o autor, o empreendedorismo será o protagonista dos próximos anos, e o mesmo afirma ainda que “há uma convicção de que o poder econômico dos países depende de seus futuros empresários e da competitividade de seus empreendimentos.” (DORNELAS, 2018, P. 12). Ou seja, o crescimento da economia de um país é diretamente afetado pelos empreendimentos que são criados, e que por essa razão, estaríamos vivendo e a era do empreendedorismo, pois

São os empreendedores que estão eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riqueza para a sociedade. (DORNELAS, 2018, P. 10).

3.3 EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA

Na década de 70 as escolas de administração norte-americanas estavam voltadas para a formação de empregados, com pouca ênfase em inovações e em geração de negócios. Conforme Hisrich (1988) a partir da década de 80, a educação voltada para o empreendedorismo ganhou mais espaço nas instituições acadêmicas.

Essa mudança de postura das instituições norte-americanas, com início na década de 80, desencadeou uma oferta crescente do número de disciplinas de empreendedorismo, passando de 6 em 1967 para 300 em 1988. (VESPER E MCMULLAN, 1988).

Em conformidade, de acordo com Aidar Marinho (2007), tradicionalmente os cursos de Administração e de Negócios enfatizavam a formação de profissionais para atuarem em grandes empresas. Era raro pensar no empreendedorismo como carreira de fato, contudo as mudanças dentro das empresas em um cenário mais atual, mostram um crescente aumento de procura a respeito do tema empreendedorismo. A redução dos modelos de longas carreiras em uma única organização, terceirização em larga escala, flexibilidade nos contratos de trabalho e etc, influenciaram os cursos de administração a incluírem em suas grades o tema empreendedorismo em nível de graduação e especialização (ADAIR MARINHO, 2007). Além do crescente investimento no desenvolvimento empreendedor de seus empregados por parte das empresas, um maior número de revistas de negócios com perfil acadêmico passou a ter artigos publicados na área. O autor ainda salienta que

Embora o tema empreendedorismo não seja algo novo, tem despertado interesse crescente nos últimos anos. Essa tendência observa-se facilmente nas grades curriculares dos cursos de Administração ou nos programas de especialização e de educação executiva que, recentemente, passaram a enfatizar temas como empreendedorismo, criação de novos negócios, gestão da pequena e média empresa, elaboração de planos de negócios, inovação, entre outros. (AIDAR, M.MARINHO, p. 9, 2007).

Algumas características como agressividade, impulsividade, iniciativa, capacidade de assumir riscos, capacidade analítica entre outras, prevaleceram por muito tempo como as características óbvias de um empreendedor e com isso acreditava-se que tais atributos não poderiam ser ensinados ou aprendidos, as pessoas as teriam ou não. Entretanto, o fato de o empreendedorismo ser hoje reconhecido como disciplina está ajudando a acabar com essa ideia (KURATKO, 2016).

Desta forma, começa-se a entender, que a educação empreendedora possibilita o desenvolvimento de capacidades e características, para o caminho do empreendedorismo. De acordo com Turker e Selcuk (2009), uma pesquisa realizada com alunos na Turquia evidenciou a influência que o suporte universitário exerce na intenção empreendedora dos estudantes. Os resultados demonstram que a universidade que oferece conhecimento e inspiração adequados, possibilitam ao indivíduo maiores chances de optar por uma carreira empreendedora que outros que não foram expostos ao mesmo estímulo.

Em conformidade ao estudo turco, Cheng Chan e Mahmood (2009) afirmam que alunos que cursaram disciplinas associadas ao empreendedorismo tiveram maior intenção empreendedora em comparação aos alunos que não cursaram.

Pinto (2013), fala a respeito da necessidade do ensino do empreendedorismo, pois os empreendedores não nascem empreendedores, mas se desenvolvem como tais. Ainda de acordo com o autor, a educação empreendedora pode oportunizar ao estudante enxergar e avaliar determinada situação, assumindo uma posição proativa frente a ela, capacitando-o a elaborar e planejar formas e estratégias de interagir com aquilo que ele passou a perceber (LOPES, 2014). Nisso entende-se que é possível aprimorar competências e habilidades para se tornar um empreendedor.

Para Timmons e Spinelli (2006) as instituições de ensino devem estimular atitudes empreendedoras nos estudantes de curso técnico e superior e que esses estímulos podem ser

para criarem seus próprios negócios ou para gerirem com uma postura de empreendedor outros empreendimentos particulares.

Estudos mais recentes também reforçam a importância da educação empreendedora. Conforme Bell (2015) através de atividades experimentais, os estudantes podem desenvolver características associadas ao empreendedorismo, além de permitir feedbacks positivos em relação à atividade empreendedora. Anos antes, já era evidenciada a participação da educação a respeito do empreendedorismo nos futuros negócios que foram gerados. De acordo com Upton, Sexton e Moore (1995) em seu estudo, 40% dos alunos que cursaram assuntos relacionados ao empreendedorismo durante a universidade iniciaram seus próprios negócios, desta forma nota-se que a educação empreendedora contribui capacitando o indivíduo no desenvolver de competências como, senso de independência, autonomia e autoconfiança, expandindo seus horizontes, maximizando as capacidades de perceber oportunidades e alternativas de carreira. Proporciona também a aquisição de habilidades para o desdobramento de novos negócios, técnicas pessoais de relacionamento, de aprendizagem, além de condutas éticas (MAN, 2001).

Em conformidade, Guerra e Grazzotin (2010) enfatizam que a educação empreendedora aumenta a qualidade da preparação dos jovens para atividades inovadoras, sendo elas tanto para trabalharem em uma organização quanto para conduzirem seu próprio negócio. Diante das duas situações, o resultado é um impacto socioeconômico expressivo. Ainda de acordo com as autoras os alunos devem ser estimulados a desenvolver uma mentalidade empreendedora, e que as salas de aula de empreendedorismo devem ser utilizadas como um laboratório de conhecimento, sendo um assunto que deve ser tratado em todos os tipos de cursos e níveis e não somente em disciplinas isoladas (GUEERA; GRAZZIOTIN, 2010).

Alguns estudos semelhantes, foram realizados pautando similarmente o empreendedorismo universitário e a influência da educação empreendedora na formação de atitudes empreendedoras. A partir de uma pesquisa desenvolvida com uma amostra de 128 estudantes

de doutorado do Reino Unido, estudantes julgaram necessário o conhecimento de habilidades empreendedoras, mesmo que em diferentes áreas de atuação, especialmente seguindo carreira acadêmica (LEAN, 2012).

Em uma revisão feita por Van der Sluis, Van Praag e Vijverberg (2008) a respeito de cerca de 100 estudos empíricos em relação ao impacto da educação empreendedora nos Estados Unidos e na Europa, foi evidenciado que o efeito de melhora da educação empreendedora sobre o desempenho é significativo.

Outro estudo realizado com relação ao empreendedorismo nas universidades, e com grande reconhecimento e abrangência internacional se trata do *Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey – GUESSS* (<http://www.guesssurvey.org/>), que em 2013/2014, alcançou 34 países, incluindo o Brasil, cujo objetivo se deu por acompanhar parâmetros perceptivos de aspectos pessoais e contextuais do ambiente universitário associado ao empreendedorismo entre estudantes de nível superior. As conclusões do estudo relatam que a grande maioria dos alunos participantes da pesquisa acreditam em suas capacidades empreendedoras (SIEGER, FUEGLISTALLER, E ZELLWEGER, 2014) . E de acordo com Armstrong (2014), existem também evidências em outros estudos empíricos de que a educação empreendedora aumenta a capacidade de enxergar e aproveitar novas oportunidades, além de que a elevação intelectual, torna mais eficiente a tomada de decisões e a formulação de estratégias (WANG E JESSUP, 2014). Sendo assim, a educação empreendedora une uma série de ações voltadas para o progresso de habilidades e competências que potencializam a carreira empreendedora, e pode ser entendida como um dos principais fatores contextuais que precedem a intenção de empreender de estudantes universitários (SOOMRO E SHAH, 2015).

Seguindo a teoria que será utilizada neste estudo, existem algumas variáveis que influenciam na formação das intenções dos indivíduos e a viabilidade do desejo de empreender. Por exemplo, as intenções seriam antecedidas por atitudes, normas sociais e a auto eficácia

percebida. Isto é, as facilidades e dificuldades que os indivíduos encontram em suas capacidades para começar um negócio, assim como a forma em que as pessoas ao seu redor enxergam a atividade empreendedora e a sua aspiração pessoal de exercer essa carreira, irá dirigi-lo ou afastá-lo para o ato de empreender.

Conforme Dornelas (2005), os empreendedores são produtos da época e do lugar em que vivem, nisso pode-se esperar que os indivíduos a partir de circunstâncias à sua volta sejam motivados. Desta forma, a literatura de empreendedorismo propõe que o ambiente irá influenciar na decisão de tornar-se um empreendedor, seja este ambiente macro - localização geográfica (aspectos sociais, culturais, políticos) ou micro - o ambiente em que ele está inserido no dia a dia, como a família, amigos, empresa e também as universidades.

Existem estudos que fazem um paralelo a respeito das universidades públicas e privadas. A universidade pública Brasileira caracteriza-se pela maior extensão curricular em pesquisa de seu corpo docente, isto é, maior número de professores mestres e doutores com dedicação exclusiva à universidade e a projetos de pesquisa acadêmica.

Há um maior apoio e investimento por parte do governo em bolsas para tais estudos e investigação científica nas universidades públicas e às vezes de empresas. Ainda assim, de acordo com Andrade (2012) as pesquisas levantadas nas universidades públicas seriam direcionadas tradicionalmente para responder questões de interesses científicos, mas que não são vinculadas a demandas de inovação para a sociedade. Deste modo, entende-se que o ambiente universitário público tenderia a estar mais distante de demandas do mercado de trabalho, o que pode ser considerado como uma barreira ao despertar da intenção empreendedora, visto que internamente dentro das universidades públicas existem portanto mais oportunidades de envolvimento na área acadêmica para os alunos, por dispor de maior quantidade de bolsas de iniciação científica (SILVA E TEIXEIRA, 2013). Além da influência das experiências de seus professores com a pesquisa.

Há também outros estudos que, igualmente, investigam as intenções empreendedoras de estudantes, Silva e Teixeira (2013), tal como, em seu estudo, pesquisaram as intenções empreendedoras de estudantes de computação de uma universidade pública e uma privada no estado de Sergipe. Em conformidade com estudos desenvolvidos anteriormente, apuraram que os alunos da instituição privada possuem maior nível de intenção empreendedora (IE) do que os da instituição pública.

Dados da Endeavor (2012) trazem a informação de que no Brasil, a quantidade de alunos de instituições privadas que já participaram de algum curso de educação empreendedora é superior em comparação às instituições de ensino superior (IES) públicas. Este estudo também enfatiza, que existe uma disposição maior em abrir um negócio próprio aos alunos que cursaram matérias relacionadas ao empreendedorismo que os alunos que nunca cursaram.

Em outros estudos na literatura de empreendedorismo no Brasil, encontramos pesquisas que buscaram comparar o nível de intenção empreendedora dos alunos de universidades públicas e privadas. Perim (2012), por exemplo, analisou em uma pesquisa aplicada em duas instituições públicas e em três instituições privadas o ensino e a prática do empreendedorismo na cidade de Boa Vista. Em seus resultados a autora relatou que os estudantes da rede privada notam maior empenho por parte da instituição em contribuir para a formação empreendedora, e dão maior incentivo às práticas empreendedoras que os estudantes das IES públicas. Por outro lado, os estudantes das instituições públicas percebem uma maior necessidade de aulas práticas voltadas ao empreendedorismo, pois acreditam que o ensino estaria mais focado em teorias.

Um estudo do Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal de Pelotas, investiga a influência do ambiente universitário na intenção empreendedora, neste estudo levantaram uma análise comparativa para universidades públicas e privadas. Os resultados apurados estão de acordo com parte de estudos anteriores mostrando que os estudantes de universidades privadas têm intenções empreendedoras mais elevadas, no entanto, os dados mostram também

que os alunos já tinham esse comportamento antes de entrarem na universidade (BARRAL, 2015). Nisso a autora concluiu que não havia diferença na influência do ambiente universitário público e privado na IE, exceto no fator que expressa o desejo de aprender sobre empreendedorismo, pois, analisando os resultados, a autora observou que as únicas estimativas estatisticamente significativas se referiam ao fator da dimensão desejo percebido. Esta diferença, expressa que, os alunos de universidades privadas têm em média, ao final do curso, um maior desejo de aprender e frequentar cursos de empreendedorismo do que os estudantes de IES públicas. Além disso, nos resultados do estudo, percebeu-se que o desejo dos alunos das IES privadas permanece quase constante do início para o fim do curso, enquanto que ele diminui significativamente para os alunos das universidades públicas (BARRAL, 2015).

3.4 INTENÇÃO EMPREENDEDORA

A intenção de empreender configura o caminho de uma ação futura, afeta, direciona e mantém o comportamento do indivíduo, sendo esta, precedente para a busca de novas oportunidades de negócio (KRUEGER 1993). A intenção por tanto se torna complexa tendo em vista as variáveis que estão envolvidas no processo de sua formação. Segundo Krueger e Brazeal (1994), a intenção de empreender compreende uma relação de fatores socioculturais e ambientais do indivíduo e envolvem um conjunto de esforços do indivíduo para realizar o comportamento empreendedor. (LIÑAN E RODRIGUEZ, 2004)

Para entender melhor o caminho que antecede o empreendedorismo, conhecer o comportamento empreendedor é primordial, nisso, Ajzen (1991) explica que os fatores motivacionais que moldam o comportamento, indicam a disposição e esforço que um indivíduo está disposto a desenvolver para manifestar um comportamento, e tais fatores podem ser considerados como componentes da intenção empreendedora, além do contexto familiar e acadêmico (KACPERCZYK, 2013).

Liñán e Chen, (2009), entendem que no processo de empreender, a intenção empreendedora é o primeiro passo a ser dado na elaboração e criação de um empreendimento, e que, apesar de haver um caráter consciente na decisão de empreender, se faz necessário analisar as formas desta tomada de decisão, e através dos modelos que estudam as intenções, pode-se melhor prever a atitude acerca de um comportamento do que apenas variáveis isoladas. (KRUEGER, REILLY, CARSRUD, 2000).

Com isso entende-se que a intenção empreendedora é o pilar inicial para construção de um empreendimento. Através de estudos do conjunto de atitudes e valores, os modelos baseados na intenção, nos dão uma oportunidade melhor de conhecer o processo de empreendedorismo. A construção social do indivíduo, seus valores e atitudes tendem a influenciar o que precede a intenção. (LIÑÁN E CHEN, 2009).

Conforme Guerrero et. al (2008) a Teoria do comportamento planejado de Ajzen (1991) e seus modelos derivados, fazem parte dos principais modelos que colaboram para prever o comportamento empreendedor, e nisso se torna pertinente para o estudo, entender melhor tal teoria.

3.5 TEORIA DO COMPORTAMENTO PLANEJADO E INTENÇÃO EMPREENDEDORA

A partir de uma adaptação da teoria TAR (Teoria da ação racional), o autor Ajzen em 1991 publica a Teoria do Comportamento Planejado (TPB – *Theory of Planned Behaviour*). A TPB trata-se de uma tese realizada por Ajzen em 1991, a qual explica algumas situações que envolvem o comportamento humano.

De acordo com Almeida (2005) a TPB é uma das mais difundidas teorias a respeito do comportamento do indivíduo no contexto das ciências sociais, e tem sido usada em vários estudos a respeito do comportamento humano e intenções, apresentando resultados

satisfatórios. A TPB presume que as intenções que levam a realização de um determinado comportamento, decorrem da combinação de três atitudes: atitude pessoal diante do comportamento, normas subjetivas que as envolvem e a percepção sobre o controle do comportamento.

Ajzen (1991) argumenta que a atitude pessoal diz respeito ao grau de avaliação favorável ou não que a pessoa tem em relação a um determinado comportamento. Desse modo, estando o comportamento em conformidade com suas crenças, se torna maior a probabilidade de se tomar uma posição favorável à realização desse comportamento. Realizar por tanto, um determinado comportamento se relaciona à intenção de se fazer algo e resulta a partir de nossas atitudes. Acerca disso, Lopes Jr e Souza (2005) citam que os estudiosos aplicam os esforços de explicar o conceito de atitude na tentativa de prever o comportamento social, nisso a atitude carrega também a disposição para responder de forma favorável ou não a um comportamento.

Nisso, de acordo com o modelo proposto, a atitude pessoal deve ter uma influência positiva sobre o desejo do indivíduo de “empreender”, ou seja, de efetivamente realizar os comportamentos relacionados à criação de um negócio próprio, de buscar se tornar um empreendedor. Assim, postula-se a primeira hipótese do modelo:

H1: A atitude pessoal terá uma relação significativa e positiva com a Intenção empreendedora.

A respeito do comportamento, entende-se que este não é movido apenas por aquilo que as pessoas desejam realizar, mas também por aquilo que elas acreditam que devem realizar (RODRIGUES, 1972). Isso se dá pautado em alguma influência estabelecida a eles, ou seja, normas sociais ou normas subjetivas. Tais normas podem ser entendidas de forma mais simples como influência de colegas, família, universidade, ou quaisquer outras a qual exerça alguma pressão social, traduzida pela percepção do indivíduo sobre qual o comportamento que os outros, cuja opinião ele valoriza, esperam que ele tenha, conseqüentemente, o

indivíduo estará favoravelmente condicionado a executar o comportamento devido a aprovação do meio que ele está inserido. Dessa forma, às normas subjetiva, também entendidas como os valores e normas mantidos por esses indivíduos e a pressão social que influencia diretamente a intenção destes em realizar um dado comportamento (LIÑÁN E CHEN, 2009). Nisso, entende-se que as normas, influenciam na expectativa do indivíduo em responder ao comportamento empreendedor, assim, postula-se a segunda hipótese do modelo:

H2: As Normas subjetivas terão uma relação significativa e positiva com a Intenção empreendedora.

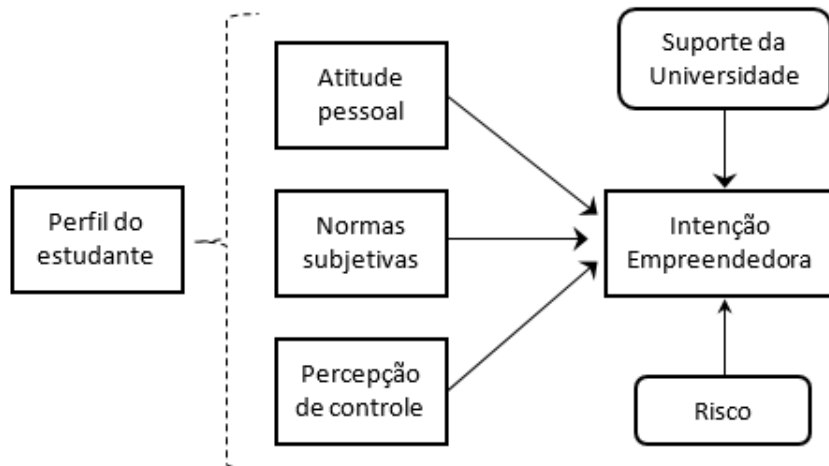
Já a percepção de controle se trata da forma como o indivíduo enxerga em relação a si, acerca da facilidade ou dificuldade de manifestar um comportamento, refere-se ao que o indivíduo assimila como a facilidade ou dificuldade que ele venha a ter em realizar certa tarefa, vinculando assim sua intenção (LIÑÁN E CHEN, 2009). Assim, postula-se a terceira hipótese do modelo:

H3: O controle do comportamento percebido terá uma relação significativa e positiva com a Intenção empreendedora.

Ajzen e Fishbein (2000), justificam que, sendo favorável às atitudes pessoais e da mesma forma as normas subjetivas em relação ao comportamento, além de uma maior percepção de controle comportamental, mais significativa será a intenção em desempenhar o comportamento de que se trata. Assim sendo, a partir da teoria do comportamento planejado, seria possível prever e explicar também o comportamento empreendedor, levando em conta que a teoria possibilita a compreensão das intenções, pode-se, portanto, identificar a intenção do indivíduo de começar um negócio próprio. (CHEN & LIÑÁN, 2009)

A partir disso, estabeleceu-se o modelo de intenção empreendedora do presente trabalho. De acordo com esse modelo conceitual, tem-se, portanto, que a formação de intenção empreendedora (IE) para realizar um comportamento (“empreender”) é determinada pelas variáveis já citadas, como descrito na figura abaixo:

Figura 1 - Modelo de Intenção Empreendedora



Fonte: Adaptado de Chen & Liñan (2009).

Visto isso, com o intuito de agregar informações pertinentes ao estudo a respeito da intenção empreendedora, notou-se interessante a inclusão da educação empreendedora no modelo, tratada aqui como o Suporte da Universidade (SU). A educação empreendedora pode-se ser entendida neste contexto também, como um conjunto de ações voltadas para o desenvolvimento de competências e socialização para a carreira empreendedora, figura, por sua vez, como um dos potenciais preditores contextuais da intenção de empreender de estudantes universitários (FERREIRA, 2017). Assim, pressupõe-se a quarta hipótese do modelo:

H4: Quanto maior for o suporte da Universidade maior será a intenção empreendedora do indivíduo.

E por fim, de forma complementar, pesquisadores têm apontado que a intenção de empreender de estudantes envolve também fatores psicológicos e traços mais específicos de personalidade, como a percepção de risco. Considera-se, nesse caso, a quinta e última hipótese do modelo:

H5: Quanto menor for a percepção de risco maior será a intenção empreendedora do indivíduo.

Para além dessas 5 (cinco) hipóteses formuladas a partir das relações descritas no Modelo de Intenção Empreendedora do presente trabalho (Figura 1), o perfil dos estudantes foi também considerado. Variáveis como idade, sexo, renda, curso, instituição onde estuda e período do curso, foram incluídas no instrumento de coleta de dados com o objetivo de verificar se há diferenças na IE de alunos com diferentes características “pessoais”. A relação entre a ocupação dos pais, a própria ocupação do estudante e sua intenção empreendedora também tem se mostrado significativa em estudos prévios sobre o tema. Trabalhos anteriores mostraram uma forte influência do modelo de pais empreendedores na autoconfiança e intenção empreendedora e da experiência empreendedora da família na criação de negócios. Nesse sentido, considera que os indivíduos que têm parentes e/ou amigos próximos que são empreendedores tendem, em média, a ter mais chances de iniciar seu próprio negócio.

4. METODOLOGIA

4.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

Lehfeld e Barros (1991) referem-se à pesquisa como sendo uma investigação, um procedimento sistemático, que tem por objetivo descobrir e interpretar os fatos que estão inseridos em uma determinada realidade. É feita com o objetivo de resolver um problema, recorrendo a procedimentos científicos. O presente trabalho pode ser caracterizado como uma pesquisa descritiva quantitativa.

As pesquisas descritivas, como o próprio nome já indica, têm como finalidade principal descrever as características de determinada população ou fenômeno, estabelecer correlações entre variáveis e definir sua natureza. É um tipo de pesquisa que expõe as características, mas não tem o compromisso de explicar os fenômenos que descreve, embora sirva de base para tal explicação (TRIVIÑOS, 1987; GIL, 1999; VERGARA, 2000). Para Malhotra (2001), a

pesquisa descritiva procura descobrir e conhecer a realidade, com a precisão possível, por meio da observação, descrição, classificação e interpretação da frequência com que um fenômeno ocorre, sua relação e conexão, com os outros, sua natureza e características, correlacionando fatos ou fenômenos sem manipulá-los.

A pesquisa quantitativa, por sua vez, enfatiza os atributos mensuráveis da experiência humana e é caracterizada pelo emprego da quantificação, tanto nas modalidades de coleta de dados quanto no tratamento deles por meio de técnicas ESTATÍSTICAS (RICHARDSON, 1999; MALHOTRA, 2001). No presente estudo foi feito um levantamento, em um corte transversal no tempo, com base na aplicação de um questionário estruturado composto por questões objetivas (MALHOTRA, 2001; MATTAR, 1996). O instrumento de coleta de dados (Anexo 1) foi construído pela própria autora a partir de questionários previamente desenvolvidos por trabalhos anteriores sobre o tema (CHEN e LIÑÁN, 2009; FERREIRA, 2017).

O questionário utilizado foi dividido em 7 (sete) seções principais. Cada uma delas relacionada a cada um dos elementos que compuseram o modelo da pesquisa: Perfil do estudante (idade, sexo, renda, curso, instituição onde estuda, período do curso, aspectos familiares e ocupacionais dele), atitude pessoal (AP), normas subjetivas (NS), percepção de controle do comportamento (PCC), intenção empreendedora (IE), suporte da Universidade (SU) e percepção de risco (RI).

No que se refere às questões sobre AP (6 questões), NS (4 questões), PCC (7 questões), IE (7 questões), SU (5 questões) e RI (1 questão) - tal como fizeram Chen e Liñán (2009) - solicitou-se aos respondentes que lessem as afirmações e indicassem para cada uma delas, o seu grau de concordância segundo uma escala do tipo *Likert* de 5 pontos variando de Discordo Totalmente (1) a Concordo Totalmente (5).

4.2 COLETA DE DADOS

O processo de coleta de dados foi realizado primordialmente com alunos do curso de Administração e Ciências Contábeis de duas universidades na cidade de Governador Valadares (MG): Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF-GV) e Faculdade Presidente Antônio Carlos (UNIPAC-GV). A escolha dessas instituições se deveu ao fato de serem universidades de caráter diferente - uma pública e outra privada – e à possibilidade de acesso que foi dada.

Devido à situação de pandemia que se encontra o País, o levantamento de dados foi feito unicamente de forma *on-line* por meio de um *link* enviado por e-mail que dava acesso ao questionário. O *Google Forms*[®] serviu de ferramenta para isso. Os e-mails foram enviados para os alunos pela Coordenação dos cursos, no caso da UNIPAC-GV, e pelo Diretório Acadêmico, no caso da UFJF-GV.

De maneira complementar, a fim de permitir que o número de respostas (a amostra) fosse maior, a autora enviou o *link* da pesquisa para um grupo de amigos também universitários solicitando que os mesmos não só respondessem ao questionário, como também o encaminhassem para seus amigos também estudantes universitários. Por isso, tal como veremos na análise dos dados, é possível identificar entre os respondentes 20 alunos de outros cursos (diferentes de Administração e Ciências Contábeis) bem como 23 de outras instituições privadas de ensino (que não a UNIPAC-GV).

Foram consideradas na análise dos dados as respostas obtidas entre os dias 14/10/2020 a 03/11/2020. A decisão de encerrar a coleta se deu em função do tempo, tendo em vista a necessidade de se passar à etapa de análise dos dados. Considerou-se que dadas as condições, as características e os objetivos da pesquisa, o número de 106 respondentes obtidos até aquele momento era suficiente.

Dessa forma, pode-se dizer que foi feito um processo de amostragem não-probabilística, por conveniência (MALHOTRA, 2001). A qual foi limitada pela possibilidade de acesso e pela disponibilidade dos estudantes em participar da pesquisa. É importante destacar que foi

utilizada também uma amostragem não probabilística do tipo “bola de neve” (MALHOTRA, 2001).

A caracterização da amostra final, ou seja, dos 106 respondentes será feita no capítulo seguinte em que é apresentada a análise dos dados.

4.3 ANÁLISE DOS DADOS

A análise dos dados foi feita com o auxílio de uma planilha eletrônica (Ms Excel™). Em termos gerais, realizou-se uma análise estatística descritiva das questões que compuseram o questionário. Foram construídos tabelas e gráficos de frequência, bem como calculadas as médias de variáveis selecionadas. Foram comparadas as “respostas/avaliações” de diferentes perfis de estudantes através do cruzamento de dados em tabelas dinâmicas. Foram, ainda, calculadas correlações e estimados modelos de regressão linear para a Intenção Empreendedora a partir do modelo conceitual proposto.

4.3.1 ANÁLISE DESCRITIVA: traçando um perfil geral dos respondentes

Em relação ao perfil demográfico dos alunos participantes da pesquisa, foi possível extrair os dados relacionados abaixo, os quais serão apresentados nas tabelas seguintes:

Tabela 1 - Idade dos alunos

Idade	Frequência	%
Até 20 anos	10	9,4%
Entre 20 e 24 anos	50	47,2%
Entre 25 e 30 anos	35	33,0%
Acima de 30 anos	11	10,4%
Total Geral	106	100,0%

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

A respeito da idade dos alunos participantes da pesquisa, conforme descrito acima, (Tabela 1), a maior quantidade de participantes tem entre 20 e 24 anos (47,2%), seguido dos alunos entre 25 e 30 anos (33,0%), posteriormente os estudantes acima de 30 anos (10,4%) e por fim a menor parcela de alunos mais jovens, com idade até 20 anos (9,4%).

Tabela 2 - Gênero

Sexo	Frequência	%
Feminino	66	62,3%
Masculino	40	37,7%
Total Geral	106	100,0%

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Sobre o gênero dos estudantes, destacou-se o público feminino sendo responsável por mais que a metade da amostra (62,3%), enquanto o masculino foi um pouco menor (37,7%).

Tabela 3 - Renda familiar

Renda familiar mensal	Frequência	%
Até 1 salário mínimo (R\$1.045,00)	7	6,6%
Entre 1 e 3 salários mínimos (Entre R\$1.046,00 e R\$3.135,00)	49	46,2%
Entre 3 e 5 salários mínimos (Entre R\$3.136,00 e R\$5.225,00)	33	31,1%
Acima de 5 salários mínimos	17	16,0%
Total Geral	106	100,0%

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Quanto à renda familiar, em grande maioria os estudantes declararam renda familiar mensal entre 1 e 3 salários mínimos (46,2%) e em minoria os alunos que têm renda familiar de até 1 salário mínimo (6,6%).

Tabela 4 - Cursos

Curso	Frequência	%
Administração	64	60,4%
Ciências Contábeis	22	20,8%
Outro	20	18,9%
Total Geral	106	100,0%

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Dos alunos respondentes do questionário, predominantemente destaca-se o curso de Administração, o qual corresponde a 60,4%, seguido do curso de Ciências contábeis referente

a 20,8% dos respondentes e por fim, alunos de outros cursos que corresponde a 18,9% dos questionários respondidos.

Tabela 5 - Instituição de Ensino

Instituição de Ensino	Frequência	%
Faculdade Presidente Antônio Carlos (UNIPAC-GV)	15	14,2%
Outra da rede Privada	23	21,7%
Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF-GV)	68	64,2%
Total Geral	106	100,0%

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Acerca da instituição de ensino a qual os alunos pertencem, a Universidade Federal de Juiz de Fora, de caráter público, concentra a maior parte dos estudantes respondentes (64,2%). A UNIPAC-GV responde por 14,2% dos respondentes e outras instituições privadas por 21,7%. Dessa forma, a amostra final foi composta por 64,2% de estudantes da rede pública e 35,9% de alunos da rede privada.

Tabela 6 - Período de Graduação

Período	Frequência	%
Entre 1° e 3° período	10	9,4%
Entre 4° e 6 ° período	20	18,9%
7° período em diante	76	71,7%
Total Geral	106	100,0%

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Referente ao período de graduação dos respondentes, os alunos concluintes, em seu último ano de curso, isto é, 7° período em diante, são predominantes (71,7%).

Tabela 7 - Ocupação atual dos alunos

Ocupação atual	Frequência	%
Estuda e é dono(a) de um negócio próprio	13	12,3%

Estuda e faz estágio	15	14,2%
Estuda e trabalha	39	36,8%
Só estuda	39	36,8%
Total Geral	106	100,0%

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Quanto à ocupação dos respondentes, os que apenas estudam representam 36,8% do total da amostra. Os 63,3% demais têm alguma ocupação de trabalho sendo, trabalho formal, estágio ou negócio próprio. Aqueles que já têm um negócio próprio representam 12,3%.

No que se refere à atratividade de diferentes possibilidades de carreira, tal como apontam os dados descritos na Tabela 8, a maioria dos respondentes se mostra muito atraída pela possibilidade de construir um negócio próprio (46,2%), bem como pelo trabalho em grandes e médias empresas privadas.

Tabela 8 - Atratividade de diferentes carreiras

Atratividade	Opções de carreira			
	TASP	TAGM	TAPE	EMP
Nada atraído	14,2%	7,5%	15,1%	8,5%
Pouco atraído	9,4%	5,7%	17,9%	14,2%
Indiferente	24,5%	21,7%	34,0%	13,2%
Atraído	17,0%	23,6%	23,6%	17,9%
Muito atraído	34,9%	41,5%	9,4%	46,2%

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

TASP – trabalhador assalariado no setor público

TAGM – trabalhador assalariado em grandes e médias empresas do setor privado

TAPE – trabalhador assalariado em pequenas empresas do setor privado

EMP – empreendedor

4.4 ANALISANDO O PERFIL DOS RESPONDENTES E AS OPÇÕES DE CARREIRA

Com o objetivo de identificar possíveis diferenças de perfil entre os respondentes que se sentiam mais e os que se sentiam menos atraídos pela carreira de empreendedor, foi construída uma série de tabelas cruzadas. As médias descritas nas tabelas foram calculadas a partir das respostas dos estudantes: as respostas variaram de 1 (Pouco atraído) a 5 (Muito atraído).

Tabela 9 - Idade x Opções de carreira

Idade	TASP	TAGM	TAPE	EMP
Até 20 anos	3,7	4,0	2,8	3,5
Entre 20 e 24 anos	3,8	4,1	3,0	3,4
Entre 25 e 30 anos	3,1	3,7	3,1	4,2
Acima de 30 anos	3,2	3,1	2,5	4,3
Total Geral	3,5	3,9	2,9	3,8

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Tal como se pode observar no que descreve a Tabela 9 acima, apesar de todos os respondentes mostrarem atração pela possibilidade de serem empreendedores (médias acima de 3) os alunos com idade acima de 25 anos se sentem mais atraídos pela opção de ter um negócio próprio do que os alunos com idade até 24 anos. Os mais jovens se mostram mais atraídos pela possibilidade de trabalhar em grandes e médias empresas privadas.

No que se refere ao curso, os alunos de Administração se mostraram mais atraídos pela carreira de empreendedor do que os de Ciências Contábeis. Estes se mostraram mais atraídos pelo trabalho assalariado em grandes e médias empresas do setor privado. A Tabela 10, a seguir, mostra ainda a pouca atração que o trabalho em pequenas empresas privadas tem sobre os alunos de ambos os cursos.

Tabela 10 - Curso x Opções de carreira

Curso	TASP	TAGM	TAPE	EMP
Administração	3,4	3,8	3,0	3,8
Ciências Contábeis	3,8	4,3	2,9	3,2
Total Geral	3,5	3,9	2,9	3,8

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Em relação à instituição de ensino – Tabela 11, é possível perceber que os alunos da UNIPAC-GV se mostraram “um pouco” mais atraídos pela carreira de empreendedor do que os alunos da UFJF-GV. Os estudantes da universidade pública, nesse caso, se sentem mais atraídos pela possibilidade de trabalho assalariado em grandes e médias empresas e/ou no setor público.

Tabela 11 - Instituição de ensino x Opções de carreira

Instituição de Ensino	TASP	TAGM	TAPE	EMP
UNIPAC-GV	2,7	3,3	3,0	3,9
UFJF-GV	3,7	4,1	3,0	3,6
Total Geral	3,5	3,9	2,9	3,8

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Tomando-se o período (semestre) do curso em que se encontrava o respondente, a Tabela 12 aponta que a atração pelo trabalho assalariado no setor público e em grandes e médias empresas privadas é maior entre os alunos dos períodos iniciais: entre 1º e 3º no caso do TASP, entre o 4º e o 6º no caso do TAGM. Já entre os alunos concluintes, 7º período em diante, as opções mais atrativas são o trabalho em grandes e médias empresas e o empreendedorismo.

Tabela 12 - Período do curso x Opções de carreira

Período	TASP	TAGM	TAPE	EMP
Entre 1º e 3º período	4,1	4,0	2,7	3,3

Entre 4° e 6 ° período	3,3	4,2	3,3	3,8
7° período em diante	3,5	3,8	2,9	3,9
Total Geral	3,5	3,9	2,9	3,8

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Cabe destacar ainda que, considerando as variáveis *renda*, *sexo* e *aspectos familiares* não foram encontradas diferenças no que se refere à atratividade das opções de carreira. Ou seja, as médias de atratividade calculadas para cada carreira apresentada (TASP, TAGM, TAPE e EMP) são praticamente iguais para homens e mulheres, para os estudantes de todas as faixas de renda pesquisadas e para aqueles cuja família tem e não tem, já tiveram e não tiveram negócio próprio. Nesse caso, o fato de alguém da família ser empreendedor ou ter empreendido parece não fazer diferença na atratividade que o estudante sente pela possibilidade de montar um negócio próprio.

Tabela 13 - Sexo, renda, aspectos familiares x opç

Sexo	TASP	TAGM	TAPE	EMP
Feminino	3,8	3,9	2,9	3,8
Masculino	3,0	3,9	3,0	3,8
Renda familiar mensal	TASP	TAGM	TAPE	EMP
Até 1 SM (R\$1.045,00)	2,9	3,7	2,9	3,6
Entre 1 e 3 SM (R\$1.046,00 - R\$3.135,00)	3,5	3,8	2,9	3,7
Entre 3 e 5 SM (R\$3.136,00 - R\$5.225,00)	3,7	3,9	2,9	3,8
Acima de 5 SM	3,6	3,9	3,2	3,9
Familiar tem um negócio próprio	TASP	TAGM	TAPE	EMP
Não	3,5	3,8	3,1	3,6
Sim	3,5	3,9	2,9	3,9
Familiar já teve um negócio próprio	TASP	TAGM	TAPE	EMP
Não	3,5	3,8	2,9	3,8
Sim	3,5	3,9	3,0	3,8
Você cresceu "vendo de perto" algum familiar tocando um negócio próprio	TASP	TAGM	TAPE	EMP
Não	3,4	3,6	2,9	3,7
Sim	3,6	4,1	3,0	3,8

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

4.5 INTENÇÃO EMPREENDEDORA (IE)

Tal como descreve a Tabela 14, no que se refere à Intenção Empreendedora (IE), pode-se observar que os alunos pesquisados – em termos gerais - apresentam uma IE intermediária, próximo da média (vale lembrar que a escala de medida varia de 1 a 5). O valor 3,4 não nos permite afirmar que a IE seja alta, ou baixa. A média de todas as questões ficou abaixo de 4, um valor que apontaria “firme na direção” de uma IE alta. A medida de IE (geral) foi feita considerando-se a média aritmética das respostas dadas pelos pesquisados a cada uma das questões – as respostas variavam de acordo com uma escala de 1 a 5.

Tabela 14 - Intenção empreendedora (IE)

Questões	Média
Eu estou pronto para fazer qualquer coisa para ser um empreendedor.	3,0
Eu estou disposto a fazer todo o esforço necessário para iniciar e manter meu próprio negócio.	3,6
Eu tenho pensado seriamente em começar um negócio próprio.	3,4
Eu estou determinado a montar um negócio próprio no futuro.	3,6
Meu objetivo profissional é ser um empreendedor.	3,1
Eu tenho a firme intenção de um dia começar um negócio próprio.	3,7
Tenho muita pouca vontade de começar um negócio próprio algum dia. * (invertida)	2,4
IE (Intenção empreendedora)	3,4

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Se, por um lado os estudantes parecem “*ter a firme intenção*” (média 3,7) e estarem dispostos “*a fazer todo o esforço necessário para iniciar e manter*” (média 3,6) e “*determinados a montar um negócio próprio*” (média 3,6), por outro eles não se consideram “*prontos para fazer qualquer coisa para ser um empreendedor*” (média 3,0) e não colocam o empreendedorismo “*como objetivo profissional*” (média 3,1).

Com o objetivo de identificar possíveis diferenças na Intenção Empreendedora (IE) dos estudantes universitários com diferentes perfis – idade, sexo, renda, curso, instituição onde estuda, período do curso, aspectos familiares – foi construído um conjunto de tabelas cruzadas. Não foram encontradas diferenças na IE entre alunos homens e mulheres, tão pouco nas diferentes faixas de renda consideradas, bem como em diferentes perfis de aspectos familiares (famílias que têm ou já tiveram um negócio próprio).

Na Tabela 15 abaixo, é possível perceber as variáveis de perfil dos alunos nas quais foi verificada diferença entre os valores de IE.

Tabela 15 - Intenção empreendedora e perfil dos respondentes

Idade	Intenção Empreendedora
Até 20 anos	3,4
Entre 20 e 24 anos	3,0
Entre 25 e 30 anos	3,8
Acima de 30 anos	4,2
Curso	Intenção Empreendedora
Administração	3,5
Ciências Contábeis	2,9
Outro	3,8
Instituição de Ensino	Intenção Empreendedora
UNIPAC-GV	4,0
Outra da rede Privada	3,9
UFJF-GV	3,2
Período	Intenção Empreendedora
Entre 1° e 3° período	3,1
Entre 4° e 6 ° período	3,4
7° período em diante	3,5
Ocupação atual	Intenção Empreendedora
Estuda e é dono(a) de um negócio próprio	4,8
Estuda e faz estágio	3,6
Estuda e trabalha	3,6
Só estuda	2,8

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Pode-se observar que a IE é maior entre os estudantes mais “velhos” (maiores de 30 anos) e menor entre aqueles com idade entre 20 e 24 anos. A IE é também maior entre os alunos concluintes (7º período em diante) quando comparados com os alunos entrantes (entre 1º e 3º períodos). Nesse caso, a IE parece ir crescendo na medida em que o aluno avança no curso.

Com relação ao curso, os alunos de Administração mostram uma IE intermediária, mas consideravelmente acima daquilo que foi revelado pelos alunos de Ciências Contábeis – esses apresentaram uma IE abaixo da média (2,9). Comparando as instituições pesquisadas, é possível perceber que os estudantes da UNIPAC-GV (e outras da rede privada) têm uma IE de média para alta (4,0), enquanto os alunos da UFJF-GV apresentam uma IE bem próxima da média (3,2). É importante notar ainda a diferença de intenção empreendedora entre os alunos com ocupações distintas: aqueles que à época da pesquisa só estudavam apresentam uma IE menor do que aqueles que trabalhavam e estudavam.

4.6 RELAÇÃO ENTRE INTENÇÃO EMPREENDEDORA (IE), ATITUDE PESSOAL (AP), NORMA SUBJETIVA (NS), PERCEPÇÃO DE CONTROLE DO COMPORTAMENTO (PCC), SUPORTE DA UNIVERSIDADE (SU) E PERCEPÇÃO DE RISCO (RI)

A fim de avaliar a relação entre a IE e os demais construtos considerados no modelo conceitual da pesquisa (AP, NS, PCC, SU e RI) foi necessário medir cada um deles. Essa medida foi feita considerando-se a média aritmética das respostas dadas pelos pesquisados a cada uma das questões – as respostas variavam de acordo com uma escala de 1 a 5. A análise foi feita nessa seção de forma separada. Primeiro aponta-se os valores “gerais” obtidos para cada um dos construtos (Tabelas 16, 17, 18, 19, 20 e 21) e depois é feita a análise da relação deles com a IE – via correlação e regressão linear (Tabelas 22 e 23).

No que se refere ao construto Atitudes Pessoais (AP), entendida como o grau em que o indivíduo detém uma avaliação pessoal positiva ou negativa sobre empreender (LIÑÁN e CHEN, 2009). Com base na Tabela 16, é possível afirmar que os estudantes pesquisados têm uma avaliação intermediária (maior do que 3 e menor do que 4). O valor 3,8 aponta que a avaliação pessoal deles é positiva, mas não se pode dizer que ela é “forte”.

Pode-se constatar que as assertivas “*se eu tivesse a oportunidade e os recursos, eu adoraria começar um novo negócio próprio*” e “*ser um empreendedor me traria grande satisfação pessoal*”, com médias 4,2 e 4,0 respectivamente, ajudam a “puxar” a média para cima. No mesmo sentido nota-se que a assertiva invertida “*ter um negócio próprio não vale a pena - dá muito trabalho e pouco retorno*”, teve média baixa 2,0, ou seja, os alunos não acreditam que seja tão trabalhoso a ponto de não valer a pena abrir um negócio próprio. Esse entusiasmo, entretanto, é “reduzido” quando se *compara a carreira de empreendedor com as demais opções* e se *reflete sobre as vantagens e desvantagens de ser um empreendedor*.

Tabela 16 - Atitudes pessoais (AP)

Questões	Média
Uma carreira como empreendedor é atraente para mim.	3,8
Se eu tivesse a oportunidade e os recursos, eu adoraria começar um novo negócio próprio.	4,2
Diante de diferentes opções de carreira, eu preferiria ser um empreendedor.	3,4
Ser um empreendedor me traria grande satisfação pessoal.	4,0
Para mim, a opção por ser um empreendedor traz mais vantagens do que desvantagens.	3,7
Ter um negócio próprio não vale a pena - dá muito trabalho e pouco retorno* (invertida)	2,0
Atitude pessoal (AP)	3,8

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Com relação ao construto Norma Subjetiva (NS), que se refere à pressão social exercida sobre o indivíduo para tornar-se ou não um empreendedor, proveniente do círculo social em que vive (LIÑÁN e CHEN, 2009). É possível observar que os alunos participantes da pesquisa são (ou seriam) encorajados por familiares, amigos e colegas a adotar os comportamentos

necessários para alcançar o objetivo de se tornar empreendedor (Tabela 17). O valor 4,2 pode ser considerado alto na medida em que supera claramente o ponto médio (3,0) da escala utilizada.

Tabela 17 - Norma subjetiva (NS)

Questões	Média
Se eu decidisse montar um negócio próprio, meus amigos aprovariam minha decisão.	4,3
Se eu decidisse montar um negócio próprio, minha família (pais, irmãos, tios, tias, esposa, marido, filhos etc.) aprovaria minha decisão.	4,4
Se eu decidisse montar um negócio próprio, meus colegas (no trabalho, na universidade) aprovariam minha decisão.	4,2
No meu ciclo mais próximo de convivência (parentes, amigos, colegas) há bastante gente que não acha uma boa ideia montar um negócio próprio. * (invertida)	2,3
Norma subjetiva (NS)	4,2

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Tratando-se do construto Percepção de Controle de Comportamento (PCC), que é visto como a percepção sobre a facilidade ou (a dificuldade) de se iniciar um novo negócio e sobre a capacidade do próprio indivíduo de empreender (LIÑÁN e CHEN, 2009). Os dados da Tabela 18 mostram um valor intermediário, bem próximo da média de escala: 3,4.

Tabela 18 - Percepção de controle de comportamento (PCC)

Questões	Média
Começar um negócio próprio e mantê-lo funcionando seria algo fácil para mim.	2,9
Estou preparado para começar um negócio que seja viável.	3,2
Acredito que sou capaz de gerenciar o processo de criação de um novo negócio.	3,9
Se eu tentasse começar um negócio, eu teria uma grande chance de ser bem-sucedido.	3,7
Eu sei como desenvolver um projeto de um novo negócio.	3,3
Eu conheço os detalhes práticos necessários para começar um negócio.	3,4
Creio que seria muito difícil para mim desenvolver uma ideia de um novo negócio. * (invertida)	2,5
Percepção de controle do comportamento (PCC)	3,4

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Percebe-se que os alunos respondentes não acreditam que “*iniciar um negócio próprio e sustentá-lo em atividade seja algo fácil*” (média 2,9) tampouco que “*estejam preparados para começar isso*” (média 3,2) e “*saibam desenvolver o projeto de um novo negócio*” (3,3). De maneira até paradoxal, entretanto, os respondentes se consideram “*capazes de gerenciar o processo da criação de um novo negócio*” (média 3,9) e julgam que teriam “*grande chance de serem bem-sucedidos se tentassem*” (média 3,7). O valor intermediário (3,4) para a PCC “geral” talvez seja um indicador dessa “indecisão”: os estudantes não consideram difícil, mas também não acham que seja fácil e têm dúvidas sobre o seu real potencial em fazer um novo negócio funcionar.

Tabela 19 - Suporte da Universidade (SU)

Questões	Média
Há um clima favorável para se tornar empreendedor em minha instituição de ensino.	2,7
Em minha instituição de ensino, os estudantes são estimulados a se envolver em atividades empreendedoras.	2,8
As disciplinas que venho cursando e as atividades que venho desenvolvendo na universidade ampliaram minha compreensão das ações que alguém tem que realizar para iniciar um negócio.	3,4
As disciplinas que venho cursando e as atividades que venho desenvolvendo na universidade aperfeiçoaram minhas habilidades de gestão para iniciar um negócio.	3,4
As disciplinas que venho cursando e as atividades que venho desenvolvendo na universidade aperfeiçoaram minha habilidade para identificar oportunidades.	3,4
Suporte da Universidade (SU)	3,1

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Quanto ao Suporte da Universidade (SU), tratado aqui como um conjunto de ações voltadas para o desenvolvimento de competências e socialização para a carreira empreendedora, pode-se afirmar pelo exposto na Tabela 19 que, os alunos não percebem que o *clima criado em sua instituição de ensino seja favorável ao empreendedorismo*, bem como não há *estímulo voltado a atividades que promovam um engajamento deles em atividades empreendedoras*. O valor 3,1 para a média geral do construto parece apontar para o fato de que ainda falta, por parte das Universidades, um suporte maior para desenvolver nos alunos uma intenção empreendedora.

Tabela 20 - Suporte da Universidade (SU) versus Instituição de Ensino

Instituição de Ensino	Suporte da Universidade
UNIPAC-GV	4,0
UFJF-GV	3,1
Total Geral	3,1

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

De forma complementar, tal como aponta a Tabela 15, pode-se dizer ainda que essa percepção dos alunos sobre a falta de suporte é maior no caso da UFJF-GV do que na UNIPAC-GV.

Com relação à Percepção de Risco (RI), ou seja, ao quanto os alunos consideram arriscado começar um negócio próprio, a percepção dos pesquisados também é intermediária – ainda que se aproxime de 4 (um valor que apontaria “firme na direção” de um RI alto).

Tabela 21 - Percepção de Risco (RI)

Questão	Média
Considero que começar um negócio próprio é algo muito arriscado.	3,8

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Feita a análise em separado de cada um dos construtos que compõem o modelo conceitual da pesquisa (ver Figura 1), passa-se agora ao estudo das relações entre eles. Essas relações foram expressas nas 5 hipóteses descritas no item 2.5 do referencial teórico – elas estão reescritas abaixo:

H1: A atitude pessoal terá uma relação significativa e positiva com a Intenção empreendedora.

H2: As Normas subjetivas terão uma relação significativa e positiva com a Intenção empreendedora.

H3: O controle do comportamento percebido terá uma relação significativa e positiva com a Intenção empreendedora.

H4: Quanto maior for o suporte da Universidade maior será a intenção empreendedora do indivíduo.

H5: Quanto maior for a percepção de risco menor será a intenção empreendedora do indivíduo.

A fim de analisar se há e quão “forte” é a relação linear entre os construtos do modelo de pesquisa e a Intenção Empreendedora (IE), foi utilizada como medida o coeficiente de correlação de Pearson (r). Esse coeficiente indica a força da associação linear entre quaisquer duas variáveis métricas. O valor do coeficiente de correlação linear pode variar de -1 a $+1$ e o sinal ($+$ ou $-$) indica a direção da relação. O valor “ $+1$ ” indica uma perfeita relação positiva (quando uma variável “cresce”, a outra também “cresce”). O valor “ 0 ” indica sem relação linear (as variáveis ocorrem independentemente uma da outra). O valor “ -1 ” indica uma perfeita relação negativa ou inversa (quando uma variável “cresce”, a outra “decrece”) (MALHOTRA, 2001).

Tabela 22 - Correlação entre IE e demais construtos do modelo da pesquisa

Correlações de Pearson	IE	AP	NS	PCC	SU	RI
IE	1	0,915**	0,284**	0,729**	0,202*	-0,103
AP	-	1	0,246*	0,668**	0,186	-0,049
NS	-	-	1	0,417**	0,007	-0,141
PCC	-	-	-	1	0,177	-0,206*
SU	-	-	-	-	1	0,036
RI	-	-	-	-	-	1

*. A correlação é significativa no nível 0,05 (2 extremidades).

**.. A correlação é significativa no nível 0,01 (2 extremidades).

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Pode-se observar pelo exposto na Tabela 22, que a Intenção Empreendedora tem uma correlação positiva, muito forte (0,915) e significativa (nível de significância de 0,01) com Atitude Pessoal confirmando a Hipótese 1. Com relação a Norma Subjetiva, a correlação é positiva, fraca (0,284) e também significativa (nível de significância de 0,01) confirmando a Hipótese 2. Sobre a Percepção de Controle do Comportamento, tem-se uma correlação positiva, forte (0,729) e significativa (nível de significância de 0,01) confirmando a Hipótese 3.

No que se refere à Hipótese 4, ela também é confirmada dado que a correlação entre Intenção Empreendedora e Suporte da Universidade é positiva, fraca (0,202) e significativa (nível de significância de 0,05). A Hipótese 5 é a única que não se confirmou. A correlação entre Intenção Empreendedora e a Percepção de Risco não se mostrou significativa a um nível de significância de 0,05.

De forma complementar, com o objetivo de aprofundar a análise das relações entre os construtos do modelo de pesquisa, construiu-se um modelo de regressão linear múltipla. Ele foi construído com o auxílio do MsExcel e é descrito abaixo, na Tabela 23.

Tabela 23 - Regressão linear: IE e demais construtos do modelo da pesquisa

Estatística de regressão						
R-Quadrado						
		0,86				
Erro padrão						
		0,48				
Observações						
		106				
ANOVA	gl	SQ	MQ	F	F	
Regressão	5	148,20	29,64	126,81	0,00	
Resíduo	100	23,37	0,23			
Total	105	171,57				
IE – dependente	Coefficientes	Erro padrão	Stat t	valor-P	95% inf	95% sup.
Interseção	-1,22	0,42	-2,91	0,00	-2,05	-0,39
AP	0,93	0,06	15,45	0,00	0,81	1,05
NS	0,01	0,09	0,14	0,89	-0,16	0,18

PCC	0,31	0,08	3,68	0,00	0,14	0,47
SU	0,03	0,04	0,61	0,54	-0,06	0,11
RI	-0,03	0,05	-0,63	0,53	-0,12	0,06

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Para a construção do modelo a Intenção Empreendedora (IE) foi considerada a variável dependente e os demais construtos (AP, NS, PCC, SU e RI) tomados como variáveis independentes. O modelo se mostrou significativo em termos globais (R -quadrado=0,86 e $F=0,00$) – ou seja, a combinação linear das variáveis independentes exerce influência significativa na variável dependente. Entretanto, o *valor-P* calculado para cada uma das variáveis independentes indica que apenas AP e PCC (*valor-P* menores do que 0,05) se mostraram significativos. Sendo assim, a Atitude Pessoal e a Percepção de Controle do Comportamento emergem, no caso pesquisado, respectivamente, como os elementos mais significativos para explicar a Intenção Empreendedora dos estudantes. Normas Subjetivas, Suporte da Universidade e Percepção de Risco mostraram-se não significativos no contexto da presente pesquisa.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao testar e mensurar a intenção empreendedora a partir da aplicação do Questionário de Intenção Empreendedora (QIE), foi possível reconhecer em termos gerais que 46,2% dos respondentes da pesquisa, consideram a carreira empreendedora muito atraente, ao passo que apenas 8,5% consideram a carreira nada atraente. Ou seja, a grande maioria dos alunos universitários respondentes seriam adeptos a empreender.

Notou-se que os alunos no geral, manifestam uma IE intermediária, seguindo poucas variações mais “altas” entre os estudantes maiores de 30 anos e consideravelmente superior entre os alunos de Administração com relação ao que foi apresentado pelos alunos de

Ciências Contábeis, além disso, nota-se uma relação positiva dos alunos concluintes (7º período em diante) a respeito da possibilidade de iniciar um negócio próprio, ou trabalho em grandes e médias empresas. Este interesse se demonstra gradativo na apuração da pesquisa pois à medida que os alunos dão seguimento no curso de graduação a IE parece ir crescendo.

Em outra relação construída no cruzamento de dados os fatores de renda, sexo e aspectos familiares, bem como o fato de algum familiar ter alguma relação com o empreendedorismo, não mostraram diferenças na atratividade dos estudantes nas opções de carreira ou em montar um negócio próprio. Quanto a análise de preferência de carreira entre as IES, os alunos da UNIPAC-GV se mostraram “um pouco” mais inclinados a carreira de empreendedor que os alunos da UFJF-GV, os quais demonstraram maior interesse no trabalho assalariado em grandes e médias empresas e/ou no setor público.

Para o teste das hipóteses e variáveis que possuem maior relevância para o modelo, foi apurado a partir dos cálculos de correlação e regressão linear, que as hipóteses H1,H2,H3 e H4 foram confirmadas, ou seja tinham correlação positiva com a Intenção Empreendedora, a quinta hipótese (H5) foi a única que não se confirmou, mostrando que a correlação entre Intenção Empreendedora e a Percepção de Risco não foi significativa, já as variáveis com maior relevância se destacaram AP e PCC , portanto, o grau de avaliação favorável ou não que a pessoa tem em relação a um determinado comportamento (Atitude Pessoal) e a assimilação sobre a facilidade ou dificuldade de se iniciar um novo negócio e a capacidade de empreender (Percepção de Controle do Comportamento) seriam mais expressivas para explicar a Intenção Empreendedora dos alunos.

Em relação à maneira como divergem os ambientes universitários (público e privado) na influência da intenção empreendedora de seus estudantes, foi constatado que os alunos da rede privada (UNIPAC-GV E Outras da rede privada) expressaram maior IE em comparação aos estudantes da rede pública, o que corrobora com outros estudos similares já realizados. E

através da apuração do construto Suporte Universitário (SU), pode-se entender que ainda falta, por parte das Universidades, um suporte maior para desenvolver nos alunos uma intenção empreendedora, e destaca-se que essa percepção dos alunos sobre a falta de suporte é ainda maior no caso da UFJF-GV do que na UNIPAC-GV.

Os resultados apurados atendem aos objetivos que foram determinados e contribuem para um maior entendimento sobre a intenção empreendedora dos estudantes respondentes.

O presente estudo apresenta algumas limitações. Inicialmente, estabeleceu-se a aplicação apenas com estudantes do curso de Administração, pois a ideia inicial da autora seria analisar a possível divergência na intenção empreendedora dos alunos do mesmo curso, porém de IES diferentes, porém devida a dificuldade de alcance das respostas dos estudantes, oportunizou-se explorar também outros perfis. Dessa forma, recomenda-se para futuras pesquisas a delimitação mais específica para uma análise mais detalhada e em profundidade.

REFERÊNCIAS

AIDAR, MARCELO MARINHO. **Empreendedorismo** / Marcelo Marinho Aidar ; coordenador-assistente, André Ofenhejm Mascarenhas. --São Paulo: Cengage Learning, 2007.

AJZEN, I. **The theory of planned behavior**. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 1991.

AJZEN, I.; FISHBEIN, M., **Attitudes and Attitude-Behavior Relation**: reasoned and automatic processes. In. W. STROBE and M. HEWSTONE (ed.), European Review of Social Psychology, pp. 1-33, John Wiley and Sons, 2000.

_____. **Residual effects of past on later behavior**: Habituation and reasoned action perspectives. Personality and social psychology review, v. 6, n. 2, pp. 107-122, 2002.

ALMEIDA, F. J. R.; SOBRAL, J. B. A. **Os condicionantes psicológicos e estruturais da informatização organizacional: um estudo sobre empresas portuguesas utilizando o modelo de equações estruturais**. EnANPAD, 2005.

ANDRADE, J. A., **Universidades Empreendedoras e o Contexto do Nordeste Brasileiro**. Revista Gestão & Tecnologia, Pedro Leopoldo, 12, p. 04-32, 2012.

ARMSTRONG, C. E. **I meant to do that! Manipulating entrepreneurial intentions through the power of simple plans**. Journal of Small Business and Enterprise Development, v. 21, n. 4, p. 638-652.2014.

BARRAL, Maria Renata Martínez. **Influência do ambiente universitário na intenção empreendedora: Uma análise comparativa para universidades públicas e privadas no Brasil**. 2015. Dissertação (Mestrado em Economia Aplicada) – Programa de Pós-Graduação em Organizações e Mercados, Instituto de Ciências Humanas, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2015.

BELL, R. **Developing the next generation of entrepreneurs: Giving students the opportunity to gain experience and thrive**. The International Journal of Management Education. 13. 10.1016/j.ijme.2014.12.002. 2015.

CARREIRA, S. S. et al. **Empreendedorismo feminino: um estudo fenomenológico**. Navus, Revista de Gestão e Tecnologia. Florianópolis, SC, v. 5, n. 2, 2015.

CHENG, M. CHAN, W., & MAHMOOD, A. **The effectiveness of entrepreneurship education in Malaysia.** *Education + Training* , 51(7), 555-566. 2009.

COVIN, J. G., & SLEVIN, D. P. (Fall). **A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior.** *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16, 7-25, 1991.

DAVIDSSON, P. **Continued Entrepreneurship and Small Firm Growth.** Stockholm: The Economic Research Institute (diss.) 1989.

DONALD F. KURATKO. **Empreendedorismo : teoria, processo, prática** / tradução Noveritis do Brasil ; revisão técnica Mariana Paes da Fonseca Maia. – 10. ed. – São Paulo, SP : Cengage Learning, 2016.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios.** 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DORNELAS, JOSÉ . **Empreendedorismo, transformando ideias em negócios** / José Dornelas. – 7. ed. – São Paulo: Empreende, 2018. 288 p.

DRUCKER, P. **Innovation and entrepreneurship** . New York Harper and Row . 1985.

ELY, T.R , HESS H.R. **Outlines of economics.** New York. Macmillan. 1937.

ENDEAVOR. **Empreendedorismo nas universidades brasileiras.** São Paulo, p. 1-49, 2012.

FERREIRA, A.S.M. **Intenção de carreira empreendedora de estudantes universitários:** revisão de literatura e estudos empíricos. Tese de Doutorado. Universidade Federal da Bahia - UFBA,2017.

FILLION, L.J. **Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios.** São Paulo: Revista de Administração. 1999.

GARTNER, W.B. “ **Who is a Entrepreneur?” Is the Wrong Question.** *Entrepreneurship Theory and Practice*, (Summer) , 47-67. 1988.<http://doi.org/10.1177/104225878801200401>
GEM - **Global Entrepreneurship Monitor. Empreendedorismo no Brasil** : 2016. Curitiba: IBQP.

GERBER, M.E. **O mito do empreendedor**. 1.ed. São Paulo: Saraiva, 1996.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GUERRA, M. J.; GRAZZIOTIN, Z J. **Educação empreendedora nas universidades brasileiras**. In: Lopes, R.M.A. Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas. Rio de Janeiro: Elsevier; São Paulo: Sebrae.2010. p. 67-84.

GUERRERO, M., Rialp, J., & Urbano, D. (2008). **The impact of desirability and feasibility on entrepreneurial intentions: A structural equation model**. The international Entrepreneurship and Management Journal, 1,35-50. doi:10.1007/s11365-006-0032-x.

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**. Dissertação - Programa de Mestrado em Contabilidade – da Universidade Federal do Paraná. Curitiba 2011.

HISRICH, R.D. **Entrepreneurship: past, present and future**. Journal of Small Business Management. V. 26, n.4, pp. 1-4, 1998.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística . Estatísticas do Cadastro Central de Empresas 2010 <www.ibge.gov.br>

KACPERCZYK, A.J. **Social influence and entrepreneurship: The effect of university peers on entrepreneurial entry**. Organization Science, 24(3) 664-683. doi: 10.1287/orsc.1120.0773. 2013.

KRUEGER, N. F, REILLY, M. D., & CARSRUD, A. L. (2000). **Competing Models of Entrepreneurial Intentions**, 9026(98), 411-432. [http://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](http://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)

KRUEGER, N.F.J.; BRAZEAL, D. **Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs**. Entrepreneurship Theory and Practice, 1994.

KRUEGER, N. F.; CARSRUD, A. L. **Entrepreneurial intentions: applying the theory of planned behaviour**. Entrep. Reg. Dev. 10, 315–330, 1993.

LEAN, J. **Preparing for an uncertain future: the enterprising PhD student.** Journal of Small Business and Enterprise Development, v. 19, n. 3, p. 532-548. 2012.

LEFEHLD, N. A. S.; BARROS, A. J. P. **Projeto de pesquisa:** propostas metodológicas. Petrópolis/RJ: Vozes, 1991.

LIÑÁN, F., & FAYOLLE, A. (2015) **A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses, and research agenda.** International Entrepreneurship and Management Journal, v. 11, n. 4, p. 907-933.

LIÑÁN, F., & RODRÍGUEZ, J.C. **“Entrepreneurial attitudes of Andalusian university students”**, 44th ERSAC Conference, Porto (Portugal), 25-29. 2004.

LIÑÁN, F.; CHEN, Y. W. **Entrepreneurship Theory and Practice.** Baylor: University, 2009.

LOPES JR, G.S.; SOUZA, E.C.L. **Atitude empreendedora em proprietários gerentes de pequenas empresas. Construção de um Instrumento de Medida.** Universidade de Brasília. REAd – Edição 48 Vol. 11 No. 6, nov-dez 2005.

LOPES, C. L. J. **Educação Empreendedora: Um estudo do projeto de empreendedorismo 10.0 aplicado aos alunos do curso técnico em informática.** Revista de Empreendedorismo, inovação e tecnologia, 1(1)39-44, 2014.

MALACARNE, R.; BRUNSTEIN, J.; BRITO, M. D. **Formação de técnicos agropecuários empreendedores: o caso do IFES e sua participação na OBAP.** Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, v.3, n.2, pp. 20-41, 2014.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de marketing: orientação aplicada.** Porto Alegre: Bookman, 2001.

MAN, T. W. Y. **Entrepreneurial competencies and the performance of small and medium enterprises in the Hong Kong services sector.** Hong Kong: Polytechnic University. 2001.

MARQUES, T. W. R. **O empreendedorismo universitário pela dinâmica da ação empreendedora no Centro de Informática da Universidade Federal de Pernambuco.**

2016. 120 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Administração) - Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2016.

MARTIN, M.A.G; PICAZO, M.T. **Entrepreneurship And Economic Policy Objectives In:** M. V. Bradshaw and P. T. Carrington, *Entrepreneurship and its Economic Significance*, (pp193-204). Nova Science Publishers, Inc.: New York. 2009.

MARTINELLI, A. Entrepreneurship. In N.j Smelser. **International encyclopedia of the social and behavioral sciences** (pp. 4545-4552). Amsterdam: Pergamon. 2001

MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing: metodologia, planejamento.** São Paulo: Atlas, 1996. v. 1.

PALMER, M. **The application of psychological testing to entrepreneurial potential.** *California Management Review*, 13(3), 32-39. 66. 1971.

PAUL, J.; SHRIVATAVA, A. **Do young managers in a developing country have stronger entrepreneurial intentions? Theory and debate.** *International Business Review*, 2016.

PERIM, M. L. S. **Comparação do ensino e da prática de empreendedorismo em. rarr -** *Revista de Administração de Roraima*, v. 2, p. 67-87, 2012.

PINTO, I. C. C. C. **Rumo à universidade empreendedora: o potencial empreendedor dos alunos do ISEG.** Dissertação (Marketing). School of Economics & Management. Lisboa, 2013.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social: métodos e técnicas.** 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

RODRIGUES, A. **Psicologia social.** 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1972.

SCHUMPETER, J. **Capitalism, socialism, and democracy.** New York: Harper & Row. 1934.

SIEGER, P., FUEGLISTALLER, U., & ZELLWEGER, T. **Student Entrepreneurship Across the Globe: A Look at Intentions and Activities**. St.Gallen: Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship at the University of St.Gallen. 2014.

SILVA, W. A., TEIXEIRA, R. M. **Intenções Empreendedoras dos Alunos de Computação: estudo comparativo entre uma universidade pública e uma privada**. In: Encontro Nacional de Tecnologia da Informação, 2013, Frederico Westphalen. Anais do EATI, v. 3, 2013.

SOOMRO, B. A., & SHAH, N. **Developing attitudes and intentions among potential entrepreneurs**. Journal of Enterprise Information Management, v. 28, n. 2, p. 304-322.2015.

THOMAS, A. S. AND MUELLER, S. L. **A Case for Comparative Entrepreneurship: Assessing the Relevance of Culture**. Journal of International Business Studies, 31(2): 287-301. 2000.

TIMMONS, J.A., SPINELLI, S. **New venture creation: entrepreneurship for the 21st century**. 7. Ed. New York, NY, EUA: McGraw-Hill/Irwin, 2006.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.

TURKER, D., & SELCUK, S.S. **Which factors affect entrepreneurial intention of university students?** Journal of European Industrial Training , 33(2), 142-159. <http://doi.org/10.1108/03090590910939049>. 2009.

UPTON, N., SEXTON, D., & MOORE, C. **Have we made a difference? An examination of career activity of entrepreneurship majors since 1981**. Frontiers of Entrepreneurship Research: Proceedings of the 15th Annual Entrepreneurship Research Conference. Babson College. 1995.

VAN DER SLUIS, J., VAN PRAAG, M., & VIJVERBERG, W. **Education And entrepreneurship selection and performance: a review of the empirical literature**. Journal of Economic Surveys, v. 22, n. 5, p. 795-841. 2008.

VERGARA, Sylvia C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 3.ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2000.

VESPER, K.H., MCMULLAN, W.E. **Entrepreneurship: today courses, tomorrows degrees? Entrepreneurship Theory and Practice.** V. 13, n.1, PP. 7-13, fall 1988.

WALTER, S.G., & HEINRICHS, S. (2015). **Who becomes an entrepreneur? A 30-years-review of individual-level research.**Journal of Small Business and Enterprise Development, 22(2), 225 – 248 .

WANG, X, & JESSUP. **A Review and Synthesis of Entrepreneurship Research: Towards an Integrative Model of Dependent Variables.** The JournalofEntrepreneurship, 23(2),163–199. 2014.

ZAMPIER, M. A.; TAKAHASHI, A. R. W. (2011). **Competências empreendedoras e processos de aprendizagem empreendedora: modelo conceitual de pesquisa.**Cadernos EBAPE.BR, 9(1),564-585.

ANEXOS

QUESTIONÁRIO DE INTENÇÃO EMPREENDEDORA (QIE)

INTENÇÃO EMPREENDEDORA

Olá :) !! Esse questionário faz parte de uma pesquisa de caráter acadêmico/científico que está sendo desenvolvida por uma aluna do curso de Administração da UFJF/GV com a finalidade de analisar um modelo teórico sobre “intenção empreendedora”, afim de construir conhecimento sobre “fatores antecedentes e contextuais que influenciam essa intenção” e a SUA COLABORAÇÃO É ESSENCIAL!

Vale ressaltar que as respostas individuais de cada pessoa não poderão ser identificadas e não aparecerão isoladamente em momento e lugar algum! Portanto, fique tranquilo para responder cada questão da maneira que mais se aproxime daquilo que representa a sua percepção. Lembre-se: não há resposta certa ou errada!

Caso você conheça alguém (amigo, amiga, familiar etc) que também seja estudante e possa contribuir com a pesquisa respondendo o questionário, POR FAVOR encaminhe esse link para ela(e). Quanto mais pessoas responderem mais informação poderemos compartilhar e mais conhecimento gerar!

Tendo em vista que a sua participação é totalmente voluntária, desde já agradeço a paciência e a colaboração! MUITO, MUITO OBRIGADA!

***Obrigatório**

1. Marcar apenas uma oval.

Opção 1.

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO PARA PARTICIPAR DA PESQUISA

Estou ciente de que minha privacidade será respeitada, ou seja, meu nome ou qualquer outro dado ou elemento que possa, de qualquer forma, me identificar, será mantido em

sigilo. Afirmando que aceito participar por minha própria vontade, sem receber qualquer incentivo financeiro ou ter qualquer ônus e com a finalidade exclusiva de colaborar para a pesquisa. Autorizo a pesquisadora utilizar as informações aqui fornecidas por mim única e exclusivamente para fins acadêmicos/científicos.

2. Tendo lido o termo de consentimento livre e esclarecido você concorda em participar da pesquisa respondendo as questões que seguem? *

Marcar apenas um oval

Sim

Não

RESPONDA AS QUESTÕES A SEGUIR COM BASE EM SUAS CARACTERÍSTICAS PESSOAIS

3. Qual é a sua idade? *

Marcar apenas uma oval

Até 20 anos

Entre 20 e 24 anos

Entre 25 e 30 anos

Acima de 30 anos

4. Sexo *

Marcar apenas um oval

Feminino

Masculino

5. Qual é a renda sua renda familiar mensal? *

Marcar apenas um oval

- Até 1 salário mínimo (R\$1.045,00)
- Entre 1 e 3 salários mínimos (Entre R\$1.046,00 e R\$3.135,00)
- Entre 3 e 5 salários mínimos (Entre R\$3.136,00 e R\$5.225,00)
- Acima de 5 salários mínimos

6. Qual Curso você está fazendo? *

Marcar apenas um oval

- Administração
- Ciências Contábeis
- Outro

7. Em qual destas instituições de ensino você estuda? *

Marcar apenas uma oval.

- Universidade Federal de Juiz de Fora
(UFJF.GV)
- Faculdade Presidente Antônio Carlos
(UNIPAC.GV)
- Outra da rede Privada

8. Em que período em sua graduação você se encontra? *

Marcar apenas um oval

- Entre 1° e 3° período
 Entre 4° e 6 ° período
 7° período em diante

9. Atualmente você...

Marcar apenas um oval

- Só estuda
 Estuda e faz estágio
 Estuda e trabalha
 Estuda e é dono(a) de um negócio próprio

No médio e longo prazo, considerando todas as vantagens e desvantagens (econômicas, pessoais, profissionais etc) o quão atraído você se sente em relação a cada uma das opções de carreira a seguir

10. Trabalho assalariado no setor público *

Marcar apenas um oval

1 2 3 4 5

Nada atraído

Muito atraído

11. Trabalho assalariado em grandes/médias empresas no setor privado *

Marcar apenas um oval

	1	2	3	4	5	
Nada atraído	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	Muito atraído

12. Trabalho assalariado em pequenas empresas no setor privado *

Marcar apenas um oval

	1	2	3	4	5	
Nada atraído	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	Muito atraído

13. Empreendedor (empresário) – negócio próprio

Marcar apenas um oval

	1	2	3	4	5	
Nada atraído	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	Muito atraído

COM RELAÇÃO A FAMÍLIA E AMIGOS...

14. Alguém em sua família (pai, mãe, tio, tia, irmão) tem um negócio próprio? *

Marcar apenas um oval

Sim

Não

15. Alguém em sua família (pai, mãe, tio, tia, irmão) já teve um negócio próprio e não tem mais? *

Marcar apenas um oval

Sim

Não

16. Você cresceu "vendo de perto" alguém em sua família (pai, mãe, tio, tia, irmão) tocando um negócio próprio? *

Marcar apenas um oval

Sim

Não

17. Você conversa com a sua família ou amigos sobre ideias e possibilidades demontar um negócio próprio. *

Marcar apenas um oval

Sim

Não

18. Você já considerou seriamente a possibilidade de montar um negócio próprio?
[1 – não, nunca o fiz até 5 – sim, penso nisso todo dia] *

Marcar apenas um oval

1 2 3 4 5

Nunca considere essa possibilidade Penso nisso todo dia

INDIQUE O SEU GRAU DE CONCORDÂNCIA COM CADA UMA DAS AFIRMATIVAS A SEGUIR

19. Começar um negócio próprio e mantê-lo funcionando seria algo fácil para mim.*

Marcar apenas um oval

1 2 3 4 5

Discordo totalmente Concordo Totalmente

20. Uma carreira como empreendedor é atraente para mim. *

Marcar apenas um oval

1 2 3 4 5

Discordo totalmente Concordo Totalmente

21. Se eu decidisse montar um negócio próprio, meus amigos aprovariam minha decisão. *

Marcar apenas um oval

	1	2	3	4	5	
<hr/>						
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo Totalmente
<hr/>						

22. Eu estou pronto para fazer qualquer coisa para ser um empreendedor. *

Marcar apenas um oval

	1	2	3	4	5	
<hr/>						
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo Totalmente
<hr/>						

23. Estou preparado para começar um negócio que seja viável. *

Marcar apenas um oval

	1	2	3	4	5	
<hr/>						
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo Totalmente
<hr/>						

24. No meu ciclo mais próximo de convivência (parentes, amigos, colegas) há bastante gente que não acha uma boa ideia montar um negócio próprio.

*

Marcar apenas um oval

1 2 3 4 5

Discordo totalmente

Concordo Totalmente

25. Eu estou disposto a fazer todo o esforço necessário para iniciar e manter meu próprio negócio. *

Marcar apenas um oval

1 2 3 4 5

Discordo totalmente

Concordo Totalmente

26. Acredito que sou capaz de gerenciar o processo de criação de um novo negócio. *

Marcar apenas um oval

1 2 3 4 5

Discordo totalmente

Concordo Totalmente

27. Tenho muita pouca vontade de começar um negócio próprio algum dia. *

Marcar apenas um oval

	1	2	3	4	5	
<hr/>						
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo Totalmente
<hr/>						

28. Se eu decidisse montar um negócio próprio, minha família (pais, irmãos, tios, tias, esposa, marido, filhos etc) aprovaria minha decisão. *

Marcar apenas um oval

	1	2	3	4	5	
<hr/>						
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo Totalmente
<hr/>						

29. Eu tenho pensado seriamente em começar um negócio próprio. *

Marcar apenas um oval

	1	2	3	4	5	
<hr/>						
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo Totalmente
<hr/>						

30. Se eu tivesse a oportunidade e os recursos, eu adoraria começar um novo negócio próprio. *

Marcar apenas um oval

	1	2	3	4	5	
<hr/>						
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo Totalmente
<hr/>						

31. Creio que seria muito difícil para mim desenvolver uma ideia de um novonegócio. *

Marcar apenas um oval

	1	2	3	4	5	
<hr/>						
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo Totalmente
<hr/>						

32. Se eu decidisse montar um negócio próprio, meus colegas (no trabalho, na universidade) aprovariam minha decisão. *

Marcar apenas um oval

	1	2	3	4	5	
<hr/>						
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo Totalmente
<hr/>						

33. Diante de diferentes opções de carreira, eu preferiria ser um empreendedor. *

Marcar apenas um oval

1 2 3 4 5

Discordo totalmente Concordo Totalmente

34. Eu estou determinado a montar um negócio próprio no futuro. *

Marcar apenas um oval

1 2 3 4 5

Discordo totalmente Concordo Totalmente

35. Se eu tentasse começar um negócio, eu teria uma grande chance de ser bem-sucedido. *

Marcar apenas um oval

1 2 3 4 5

Discordo totalmente Concordo Totalmente

36. Ser um empreendedor me traria grande satisfação pessoal. *

Marcar apenas um oval

1 2 3 4 5

Discordo totalmente

Concordo Totalmente

37. Eu sei como desenvolver um projeto de um novo negócio. *

Marcar apenas um oval

1 2 3 4 5

Discordo totalmente

Concordo Totalmente

38. Meu objetivo profissional é ser um empreendedor. *

Marcar apenas um oval

1 2 3 4 5

Discordo totalmente

Concordo Totalmente

39. Para mim, a opção por ser um empreendedor traz mais vantagens do que desvantagens. *

Marcar apenas um oval

1 2 3 4 5

Discordo totalmente

Concordo Totalmente

40. Eu tenho a firme intenção de um dia começar um negócio próprio. *

Marcar apenas um oval

1 2 3 4 5

Discordo totalmente

Concordo Totalmente

41. Eu conheço os detalhes práticos necessários para começar um negócio. *

Marcar apenas um oval

1 2 3 4 5

Discordo totalmente

Concordo Totalmente

42. Ter um negócio próprio não vale a pena - dá muito trabalho e pouco retorno. *

Marcar apenas um oval

1 2 3 4 5

Discordo totalmente

Concordo Totalmente

43. Há um clima favorável para se tornar empreendedor em minha instituição de ensino. *

Marcar apenas um oval

	1	2	3	4	5	
<hr/>						
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo Totalmente
<hr/>						

44. Em minha instituição de ensino, os estudantes são estimulados a se envolver em atividades empreendedoras. *

Marcar apenas um oval

	1	2	3	4	5	
<hr/>						
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo Totalmente
<hr/>						

45. As disciplinas que venho cursando e as atividades que venho desenvolvendo na universidade ampliaram minha compreensão das ações que alguém tem que realizar para iniciar um negócio. *

Marcar apenas um oval

	1	2	3	4	5	
<hr/>						
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo Totalmente
<hr/>						

46. As disciplinas que venho cursando e as atividades que venho desenvolvendo na universidade aperfeiçoaram minhas habilidades de gestão para iniciar um negócio. *

Marcar apenas um oval

1 2 3 4 5

Discordo totalmente Concordo Totalmente

47. As disciplinas que venho cursando e as atividades que venho desenvolvendo na universidade aperfeiçoaram minha habilidade para identificar oportunidades. *

Marcar apenas um oval

1 2 3 4 5

Discordo totalmente Concordo Totalmente

48. Considero que começar um negócio próprio é algo muito arriscado. *

Marcar apenas um oval

1 2 3 4 5

Discordo totalmente Concordo Totalmente

Discordo totalmente

Concordo Totalmente

52. Se um dia decidir montar meu próprio negócio eu o farei para... Resolver um problema social que as empresas privadas normalmente não conseguem tratar (por exemplo: injustiça social, proteção do meio ambiente etc). *

Marcar apenas um oval

1 2 3 4 5

Discordo totalmente Concordo Totalmente

53. Se um dia decidir montar meu próprio negócio eu o farei para... Minha autorealização pessoal. *

Marcar apenas um oval

1 2 3 4 5

Discordo totalmente Concordo Totalmente

54. Se um dia decidir montar meu próprio negócio eu o farei para... Ser meu próprio chefe *

Marcar apenas um oval

1 2 3 4 5

Discordo totalmente

Concordo Totalmente

55. Se um dia decidir montar meu próprio negócio eu o farei para... Para fazer as coisas do meu jeito. *

Marcar apenas um oval

1 2 3 4 5

Discordo totalmente

Concordo Totalmente

56. Se um dia decidir montar meu próprio negócio eu o farei para...
Terreconhecimento e prestígio social. *

Marcar apenas um oval

1 2 3 4 5

Discordo totalmente

Concordo Totalmente

57. Se um dia decidir montar meu próprio negócio eu o farei para... Manter uma tradição de família. *

Marcar apenas um oval

1 2 3 4 5

Discordo totalmente

Concordo Totalmente

58. Se um dia decidir montar meu próprio negócio eu o farei para... Não depender de ninguém. *

Marcar apenas um oval

1 2 3 4 5

Discordo totalmente

Concordo Totalmente

59. Se um dia decidir montar meu próprio negócio eu o farei por necessidade... Porque não tive outra opção. *

Marcar apenas um oval

1 2 3 4 5

Discordo totalmente

Concordo Totalmente

MUITO, MUITÍSSIMO OBRIGADA POR SUA PARTICIPAÇÃO!!