



Universidade de Brasília

Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade

Departamento de Administração

LUÍZA MARIA BORGES ARAÚJO

**INTENÇÃO EMPREENDEDORA DOS ALUNOS DE
GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO DA UnB: COMO A
TRAJETÓRIA NO CURSO OS AFETA?**

Brasília – DF

2014

LUÍZA MARIA BORGES ARAÚJO

**INTENÇÃO EMPREENDEDORA DOS ALUNOS DE
GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO DA UnB: COMO A
TRAJETÓRIA NO CURSO OS AFETA?**

Monografia apresentada ao
Departamento de Administração como
requisito parcial à obtenção do título de
Bacharel em Administração.

Professora Orientadora: Dr^a. Marina
Figueiredo Moreira

Brasília – DF

2014

Araújo, Luíza Maria Borges.

Intenção empreendedora dos alunos de graduação em Administração da UnB: Como a trajetória os afeta? / Luíza Maria Borges Araújo. – Brasília, 2014.

63 f. : il.

Monografia (bacharelado) – Universidade de Brasília, Departamento de Administração, 2014.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Marina Figueiredo Moreira, Departamento de Administração.

1. Empreendedorismo. 2. Intenção empreendedora. 3. Alunos de graduação. 4. Educação empreendedora I. Título.

LUÍZA MARIA BORGES ARAÚJO

**INTENÇÃO EMPREENDEDORA DOS ALUNOS DE
GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO DA UnB: COMO A
TRAJETÓRIA OS AFETA?**

A Comissão Examinadora, abaixo identificada, aprova o Trabalho de
Conclusão do Curso de Administração da Universidade de Brasília da
aluna

Luíza Maria Borges Araújo

Prof^a. Dr^a., Marina Figueiredo Moreira
Orientadora

Prof^a. Dr^a., Eluiza A. de Moraes
Watanabe,
Examinadora

Prof^a. Dr^a., Josivânia Silva Farias
Examinadora

Brasília, 28 de novembro de 2014.

Dedico este trabalho ao meu avô, Antônio Machado Borges.

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus incríveis pais, Rodrigo e Valéria, meus anjos na terra. A alegria de olhar para o lado e ver vocês é imensa. Ao meu avô, Antônio, meu anjo no céu. Eduardo, meu irmão coragem, você é a minha sorte.

Meus padrinhos queridos Fabiano e Cynthia, obrigada por sempre estarem presentes e acompanharem meus passos. À família Brito, que me acolheu com tanto carinho quando estive temporariamente sozinha.

À minha orientadora, Prof^a. Dr^a. Marina Moreira. Obrigada pela paciência e dedicação, foi uma honra ser sua orientanda! Aos professores Patrick Michel e Josivânia, por toda a ajuda quando este trabalho estava começando a tomar forma.

Meus amigos, vocês já sabem, nada disso seria possível sem a companhia e o encorajamento de vocês. Meus companheiros de UnB, por cada conversa nos corredores e pela participação nesta pesquisa. Muito obrigada!

Aos meus colegas da Unidade de Acesso a Mercados e Serviços Financeiros no Sebrae Nacional, pelas doses diárias de empreendedorismo. Vocês são pessoas maravilhosas e profissionais inspiradores.

RESUMO

Entre os principais determinantes do sucesso da atividade empreendedora no Brasil, destacam-se educação e capacitação do empreendedor. Com o propósito de investigar a intenção empreendedora de indivíduos com formação voltada à Administração, este estudo teve por objetivo verificar como a intenção empreendedora (IE) dos alunos do curso de Administração da Universidade de Brasília se altera ao longo da graduação. Para isso, utilizou-se pesquisa quantitativa e explicativa com aplicação do Questionário da Intenção Empreendedora (QIE) (CHEN; LIÑAN, 2009), validado em um estudo *cross cultural*. O questionário foi aplicado a uma amostra de 417 alunos representantes de uma população de 1258, distribuídos do primeiro ano ao quinto ano de graduação. Utilizou-se Análise Fatorial e Modelagem de Equações Estruturais para teste do modelo de predição da IE. Resultados apontam que o *score* médio da IE dos alunos do primeiro ano da graduação é elevado (9,57), caindo abruptamente nos anos 2, 3 e 4 (-0,99, -0,35 e -0,45, respectivamente) e se elevando a 7,10 no ano 5. Pode-se notar também que alunos que participaram de atividades extracurriculares como empresa júnior e estágio em empresa privada apresentaram um alto *score* médio da IE. O presente estudo busca contribuir para o progresso do curso de Administração na UnB no sentido de incentivar e promover o empreendedorismo, tanto como uma opção de carreira quanto um campo de estudo e pesquisa.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Intenção Empreendedora. Alunos de graduação. Educação empreendedora.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Modelo da Intenção Empreendedora.....	31
Figura 2: Modelo de predição da Intenção Empreendedora testado neste estudo....	40
Figura 3: Médias dos <i>scores</i> da IE para cada subgrupo analisado.....	46
Figura 4: Médias dos <i>scores</i> da IE para cada subgrupo analisado de acordo com suas opções profissionais prioritárias.....	48
Figura 5: <i>Ranking</i> das metas profissionais dos alunos de graduação em Administração na UnB.....	49
Figura 6: Médias dos <i>scores</i> da IE de acordo com experiência em atividades extracurriculares.	51
Figura 7: Média do <i>score</i> da Intenção Empreendedora (IE) por ano de graduação..	52

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Itens sobre Atitudes Pessoais	40
Quadro 2: Itens sobre Normas Subjetivas.....	40
Quadro 3: Itens sobre Percepção de Controle de Comportamento e Intenção Empreendedora.....	41

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Força das relações do modelo de IE.....	44
Tabela 2: "Dono de empresa própria" como principal meta profissional dos respondentes.....	49
Tabela 3: "Servidor público" como principal meta profissional dos respondentes. ...	50
Tabela 4: Distribuição dos respondentes por ano de graduação.	51

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AP – Atitudes Pessoais

CE – Comissão Europeia

CONSUNI – Conselho Universitário

FACE – Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Ciência de Informação e Documentação

FIES – Fundo de Financiamento Estudantil

GEM – *Global Entrepreneurship Monitor*

GUESSS – *Global University Entrepreneurial Spirit Students Survey*

IE – Intenção Empreendedora

IES – Instituição de Ensino Superior

NS – Normas Subjetivas

ONGs – Organizações Não Governamentais

PCC – Percepção de Controle de Comportamento

PPC – Projeto Pedagógico de Curso

PPGA – Programa de Pós-Graduação em Administração

ProUni – Programa Universidade para Todos

QIE – Questionário da Intenção Empreendedora

REUNI – Programa de Apoio a Planos de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SEM – Modelagem de Equações Estruturais

TCP – Teoria do Comportamento Planejado

TEA – Taxa de Empreendedorismo em Estágio Inicial

UFF – Universidade Federal Fluminense

UFPR – Universidade Federal do Paraná

UnB – Universidade de Brasília

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
1.1	Formulação do problema	14
1.2	Objetivo geral	15
1.3	Objetivos específicos	15
1.4	Justificativa	16
2	REFERENCIAL TEÓRICO	17
2.1	Empreendedorismo: origem e conceitos	17
2.1.1	Processo empreendedor: abordagens e etapas	20
2.1.2	Jovem empreendedor: contexto e perspectivas.....	22
2.2	Intenção Empreendedora	25
2.2.1	Conceitos e fatores associados.....	25
2.2.2	Estudos sobre a intenção empreendedora: evidências do estado da arte....	27
2.3	Educação empreendedora	32
3	MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA	36
3.1	Tipo e descrição geral da pesquisa	36
3.2	Caracterização da organização, setor ou área do objeto de estudo	36
3.3	População e amostra	38
3.4	Procedimentos de coleta de dados da pesquisa	39
3.5	Instrumento de coleta de dados da pesquisa	39
3.6	Procedimentos de análise dos dados.....	41
4	RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	43
4.1	Teste do modelo de predição da Intenção Empreendedora.....	43
4.2	Comportamento da Intenção Empreendedora em grupos de respondentes..	46
4.3	Intenção Empreendedora de acordo com metas profissionais dos alunos.....	47
4.4	Intenção Empreendedora de acordo com gênero e experiência em atividades extracurriculares	49
4.5	Intenção Empreendedora de acordo com posição do aluno no fluxo.....	51
5	CONCLUSÃO.....	54
	REFERÊNCIAS	56
	APÊNDICES	61
	Apêndice A - QIE.....	61

1 INTRODUÇÃO

O desenvolvimento econômico e a geração de empregos estão diretamente relacionados à intensidade da atividade empreendedora em um país ou região. Dornelas (2005) ressalta que a existência de apoio e incentivo aos novos empreendimentos é um caminho para elevar o crescimento econômico e reduzir a taxa de desemprego. A atividade empreendedora, por sua vez, é reconhecida como uma opção atraente, embora árdua. Trata-se, por fim, da mola propulsora da economia capitalista (SCHUMPETER, 1982).

Justamente por seu papel no fomento ao desenvolvimento econômico, a atividade empreendedora tem se destacado como objetivo de políticas públicas dos países que buscam desenvolvimento econômico, entre eles o Brasil. A pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) mapeia anualmente o nível de atividade empreendedora em termos mundiais. Em sua primeira edição, no ano de 1999, apenas 10 países foram avaliados. Atualmente, com mais de 80 países participantes, a pesquisa é considerada o maior estudo contínuo sobre o empreendedorismo. Seu principal indicador é a Taxa de Empreendedorismo em Estágio Inicial (TEA), que se refere à proporção de pessoas envolvidas em atividades empreendedoras em um país. Em 2003, a TEA brasileira era de 13.2%, aquém da taxa verificada em países como Índia, Argentina e Tailândia. No ano de 2013, a TEA do país foi de 17.3%, a quinta maior da América Latina, sendo ultrapassada por Equador (36%), Chile (24.3%), Colômbia (23.7%) e Peru (23.4%) (GEM, 2013).

Em 2002, apenas 42% dos brasileiros iniciavam um negócio a partir da identificação de oportunidades no mercado, enquanto os demais optavam pelo empreendedorismo por necessidade (GEM, 2013). Em 2013, o empreendedorismo por oportunidade se elevou para 71%, o maior registrado em 12 anos (GEM, 2013). A pesquisa apontou, também, que quase metade dos novos empreendedores tinha pelo menos o segundo grau completo. Ou seja: sabe-se que a escolaridade desempenha um papel crucial na identificação de novas oportunidades. Mas, afinal, quão crucial?

Nos últimos anos, grande número de jovens ingressou no mercado de trabalho. Sem perspectivas de serem imediatamente absorvidos por organizações já estabelecidas, esse jovens enxergam no empreendedorismo uma oportunidade de carreira. Os mais jovens respondem, assim, por parcela significativa dos empreendedores brasileiros. Sabe-se que 21,9% dos empreendedores iniciais estão na faixa etária dos 25 aos 34 anos, tendência que se mantém desde 2003, quando a TEA observada nessa faixa etária foi 19% (GEM, 2013).

No Centro-Oeste, especificamente, a maior parte dos empreendedores iniciais (34,3%) encontra-se na faixa etária de 25 a 34 anos (GEM, 2013). Em Brasília, de janeiro a abril de 2012, foram abertas 7920 micro e pequenas empresas nesta localidade em que a taxa de sobrevivências para as MPEs supera largamente a taxa nacional: após os dois primeiros anos de abertura, 75% das empresas brasilienses se mantém no mercado, enquanto a média nacional é de apenas 73,1% (SEBRAE, 2012).

Tradicionalmente, apontam-se como fatores explicativos da falência empresarial o baixo índice de educação e a falta de capacitação e de apoio financeiro (GEM, 2013). Esta observação normalmente é acompanhada da inferência de que maior nível educacional seria, portanto, um fator favorável ao sucesso empresarial e, também, um elemento encorajador para o empreendedorismo por oportunidade. Este estudo se volta, assim, a explorar a seguinte questão: a Intenção Empreendedora de estudantes universitários com formação em negócios se altera conforme a experiência no curso?

Tendo o propósito de explorar a questão apresentada, opta-se por estudar o público universitário ligado à graduação em Administração da Universidade de Brasília. Para atender ao objetivo proposto, selecionaram-se 403 alunos de graduação em Administração distribuídos em seis grupos, conforme sua posição no fluxo escolar. A Intenção Empreendedora dos alunos de cada ano foi medida e analisada junto a variáveis como histórico familiar, experiências profissionais prévias e participação em entidades estudantis.

1.1 Formulação do problema

Empreendedorismo pode ser entendido como o estudo de como, por quem e com que efeitos oportunidades são descobertas, avaliadas e exploradas (SHANE; VENKATARAMAN, 2000). Nesse sentido, o empreendedorismo é definido como um processo que se expressa desde a intenção de se colocar uma ideia em prática até o estágio de administração do negócio já estabelecido (GEM, 2012).

Portanto, o empreendedorismo é baseado em dois elementos precursores: ideias e intenções empreendedoras (IE). Ao passo que as ideias estão diretamente relacionadas com as inspirações pessoais para o desenvolvimento de bens ou serviços, as intenções são consideradas uma das principais diretrizes para a transformação de ideias em novos negócios (BIRD, 1988; KRUEGER; CARSRUD, 1993; KRUEGER; REILLY; CARSRUD, 2000). O presente trabalho focou no segundo elemento, intenção empreendedora (IE), abordando estudos, modelos e fatores associados à IE.

Deve-se ressaltar que as intenções empreendedoras podem ser estimuladas em razão de seu relacionamento direto com a experiência pessoal e as diversas situações que guiam as escolhas profissionais do indivíduo (KRUEGER; REILLY; CARSRUD, 2000). Noel (1998) afirma que a educação empreendedora está fortemente relacionada a intenções empreendedoras, ou seja, os alunos que tiveram uma exposição prévia ao ensino do empreendedorismo demonstram uma intenção positiva frente a atividade empreendedora.

Cada vez mais cresce o número de cursos superiores na área de empreendedorismo e inovação. Souitaris *et al.* (2007) constataram que programas relacionados à temática empreendedora aumentaram significativamente o interesse do aluno em optar por uma carreira no empreendedorismo. Degen, um dos autores responsáveis por impulsionar o ensino de empreendedorismo no Brasil, apontam que o universitário é o melhor empreendedor e que a universidade é o seu momento de máxima criatividade, defendendo que o empreendedorismo seja abordado na Instituição de Ensino Superior (IES), aproveitando ao máximo o ambiente acadêmico, sempre suscetível a novas ideias (DEGEN, 2009).

Considerando os dados sobre Brasília e a relação entre ambiente universitário e Intenção Empreendedora, lança-se o seguinte problema de pesquisa: como a intenção empreendedora dos alunos do curso de Administração da Universidade de Brasília se apresenta ao longo de suas trajetórias na graduação?

1.2 Objetivo geral

Descrever como a Intenção Empreendedora dos alunos do curso de Administração da Universidade de Brasília se apresenta ao longo de suas trajetórias na graduação.

1.3 Objetivos específicos

- a) Testar o modelo de predição da Intenção Empreendedora para os alunos do curso de Administração da UnB;
- b) Testar a predição entre Normas Subjetivas e Atitudes Pessoais;
- c) Testar a predição entre Normas Subjetivas e Percepção de Controle de Comportamento;
- d) Testar a predição entre Atitudes Pessoais e Intenção Empreendedora;
- e) Testar a predição entre Normas Subjetivas e Intenção Empreendedora;
- f) Testar a predição entre Percepção de Controle de Comportamento e Intenção Empreendedora;
- g) Comparar os *scores* de Intenção Empreendedora dos alunos dos anos 1, 2, 3, 4 e 5 do curso de Administração da UnB;
- h) Comparar os *scores* de Intenção Empreendedora dos alunos conforme suas metas profissionais, gênero, experiências extracurriculares e histórico familiar.

1.4 Justificativa

Schumpeter (1982) afirma que os empreendedores são a força motriz do crescimento econômico. De acordo com o autor, ao realizar o processo de destruição criadora, ou seja, introduzir no mercado produtos inovadores que tornam obsoletos os produtos e modelos de negócios existentes, o empreendedor está contribuindo significativamente para a economia. Assim, o presente estudo busca compreender qual é a real influência da formação universitária em Administração sobre a intenção empreendedora dos alunos do curso, sabendo que a escolaridade e capacitação estão entre os fatores que mais fortalecem o empreendedorismo.

Inicialmente, as pesquisas sobre o tema empreendedorismo concentraram-se em aspectos econômicos e legais. Apesar de ser um fenômeno global, os fatores psicológicos relacionados ao empreendedorismo ainda são pouco estudados, segundo Turan *et al.* (2009). Com essa perspectiva, torna-se fundamental a realização de mais testes para o construto Intenção Empreendedora, sobretudo no Brasil, a fim de contribuir para a compreensão do fenômeno no país.

As IES devem aproximar, o máximo possível, o aluno do mundo fora da sala de aula, preparando-o para sondar o mercado a fim de detectar novas oportunidades. Portanto, acredita-se também que o trabalho realizado poderá contribuir para a comunidade acadêmica da UnB. Ao possibilitar maior compreensão dos principais fatores associados às intenções empreendedoras dos alunos ao longo da graduação em Administração, espera-se que os resultados possam ser benéficos na formação de futuros empreendedores e agentes do crescimento econômico.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Este capítulo é composto por três seções. Na seção 1, abordam-se a origem e conceitos do termo "empreendedorismo", as abordagens e etapas do processo empreendedor e o contexto e perspectivas para o jovem empreendedor. A seção 2 discute a intenção empreendedora (IE), expondo conceitos e fatores associados além de estudos desenvolvidos sobre a IE. A última seção aborda a educação empreendedora como ferramenta fundamental ao desenvolvimento do indivíduo empreendedor e da sociedade.

2.1 Empreendedorismo: origem e conceitos

O termo empreendedorismo é derivado do francês *entrepreneur*, de origem latina, cujo significado é aquele encarregado de fazer alguma construção ou outra coisa. Trata-se de um neologismo oriundo da tradução da palavra inglesa *entrepreneurship* que se refere à atividade praticada pelo empreendedor (HISRICH; PETERS, 2004; DOLABELA, 1999).

Vale ressaltar que é árdua a tarefa de definir precisamente o termo empreendedorismo, uma vez que o fenômeno é estudado por pesquisadores de diversas correntes e é abordado sob diferentes perspectivas em áreas de estudo como a Administração, Psicologia, Economia, Engenharia, entre outras. Atualmente, não existe uma única definição de empreendedor aceita unanimemente na literatura.

Uma das definições mais aceitas descreve o empreendedorismo como o processo de criar algo diferente e valioso, dedicando tempo e esforço necessários, assumindo riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação econômica e pessoal (HISRICH; PETERS, 2004).

A definição para empreendedorismo proposta por Shane e Venkataraman (2000), por sua vez, posiciona o termo como "atividade" e também o considera um campo

de estudos no qual se busca entender como surgem as oportunidades, como são descobertas ou desenvolvidas, como são aproveitadas e como se dão os efeitos decorrentes do processo empreendedor. Ou seja, entende-se empreendedorismo como o campo de estudo do próprio empreendedorismo. Baron e Shane (2007) esclarecem a dicotomia presente no termo, classificando-o tanto como a atividade exercida pelo empreendedor quanto a área de estudo do próprio fenômeno.

Para Dolabela (1999), o termo empreendedorismo designa os estudos relacionados ao empreendedor, seu perfil, suas origens, suas atividades e seu universo de atuação. Fillion (1999) descreve o empreendedorismo como o estudo do empreendedor, examinando suas habilidades, características, efeitos sociais e econômicos. Da mesma forma, Santos (1983) afirma que a definição de empreendedorismo está ligada ao empreendedor e sua ação empreendedora. Para os três autores, o empreendedorismo é uma atividade complexa e está vinculada ao indivíduo que a exerce, o indivíduo empreendedor.

Drucker (1987), Pinchot (1989), Leite (2002) e Dolabela (1999) afirmam que o termo empreendedor foi utilizado, pela primeira vez, no início do século XIX pelo economista francês Jean-Baptiste Say, considerado o pai do empreendedorismo. Say foi o responsável por introduzir o conceito de que o empreendedor é aquele que inicia o seu próprio negócio. Para ele, o indivíduo empreendedor "transfere recursos econômicos de um setor de produtividade mais baixa para um setor de produtividade mais elevada e de maior rendimento" (SAY, 1851).

Jean-Baptiste Say (1851), Richard Cantillon (1755) e Joseph Schumpeter (1982) abordaram o empreendedorismo sob a perspectiva econômica, associando o empreendedor à inovação, ao crescimento econômico e ao aproveitamento de oportunidades percebidas. Contudo, apenas Say (1851) e Cantillon (1755) enxergavam os empreendedores como pessoas dispostas a correr riscos.

O raciocínio schumpeteriano vinculou a atividade empreendedora à inovação, elemento primordial para que haja uma economia aquecida e dinâmica. Para o autor, o empreendedor é um indivíduo inovador que aproveita novas oportunidades de negócios, e a atividade empreendedora é um motor que impulsiona o desenvolvimento econômico. No entanto, quando o indivíduo apenas gerencia um negócio já estabelecido, sem introduzir uma inovação, Schumpeter o define como empresário (SCHUMPETER, 1982).

O autor atribui ao empreendedor um papel central como agente de promoção do progresso econômico através do fenômeno da destruição criadora. Ao dinamizar a economia por meio da inovação, o empreendedor exerce um papel positivo para o crescimento. Assim, o empreendedor schumpeteriano é visto como um ator responsável por aquecer e movimentar a economia.

Para Santos (1983, p. 32), "a ação empreendedora compreende: iniciativa, inovação, gosto por mudanças, liderança, flexibilidade, oportunismo, dedicação, controle, seleção e o uso da competência". Enfocando também o comportamento do empreendedor, Drucker (1986) conceituou o empreendedor pelos elementos de mudança, inovação, geração de valores e capacidade de suportar riscos e incertezas decorrentes da atividade negocial. Pode-se notar que a capacidade de inovação, elemento chave do pensamento schumpeteriano, é um atributo essencial no indivíduo empreendedor.

Degen (2009) afirma que o perfil do empreendedor bem-sucedido é quase uma caricatura. O autor destaca duas características essenciais ao futuro empreendedor: "primeiro, não se conformar com o mundo e tentar adaptá-lo a si; segundo, ter grande necessidade de realizar e disposição de assumir os riscos e fazer sacrifícios pessoais necessários para obter sucesso" (DEGEN, 2009, p. 15).

Os autores contemporâneos Fortin (1992) e Timmons (1989) destacam a capacidade do empreendedor de identificar uma oportunidade e transformá-la em um negócio bem-sucedido. A atitude empreendedora é fruto da capacidade de responder proativamente aos desafios que surgem, aprender com os erros, ter iniciativa e ser perseverante e determinado (TIMMONS, 1989).

Segundo Dolabela (1999, p. 60),

Ser empreendedor não é somente uma questão de acúmulo de conhecimento, mas a introjeção de valores, atitudes, comportamentos, formas de percepção do mundo e de si mesmo voltados para atividades em que o risco, a capacidade de inovar, perseverar e de conviver com a incerteza são elementos indispensáveis.

Filion (1999) afirma que existem aproximadamente sessenta definições na literatura sobre empreendedores. Entre os termos mais comuns nas diversas citações utilizadas para identificar indivíduos com perfil empreendedor estão: assumir riscos, inovadores, arrojados, desejo de independência, necessidade de realização, organizados, criadores, sonhadores e visionários.

O empreendedorismo, porém, vai além da disposição do empresário de arriscar-se e realizar certos sacrifícios a fim de obter êxito em seu empreendimento. Filion, notável estudioso do assunto, afirma que a ação empreendedora é ainda mais ampla. Segundo o autor, "um empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões" (FILION, 1999, p. 19). Seguindo a mesma linha de raciocínio, José Dornelas (2005, p. 17) defende: "o empreendedor é aquele que faz as coisas acontecerem, antecipa os fatos e tem uma visão futura da organização".

Somando a disposição e motivação do sujeito agente (empreendedor) à "atividade" ou "campo de estudo" (empreendedorismo), surge o empreendimento como a materialização do processo empreendedor. Drucker (1986, p. 16) afirma que "empreendimento não é nem ciência nem arte. É uma prática". O empreendimento evolui através de um processo de tentativa e erro, pelo qual o empreendedor identifica novas oportunidades de negócios.

Além de estudar a figura do empreendedor, Schumpeter (1982), aborda o próprio empreendimento como entidade personificada indispensável ao desenvolvimento econômico. Para ele, é no empreendimento que a inovação pode finalmente tomar forma e amadurecer. Hagen (1969) complementa ao apontar o empreendimento como lócus de inovação e desenvolvimento. Para o autor, há uma interdependência fundamental entre prosperidade e mudança social.

Essas visões permitem delimitar o conceito de empreendedorismo como a prática de assumir riscos e inovar, transformando uma oportunidade em um negócio de sucesso. O empreendedor assume um papel crucial como a figura responsável por introduzir mudanças e realizar visões, contribuindo para o desenvolvimento econômico e social de um país.

2.1.1 Processo empreendedor: abordagens e etapas

O processo empreendedor pode ser definido como o fenômeno que conduz o empreendedor ao empreendimento (FAVORETO; BINDER; CAMPOS, 2012). No entanto, não acontece de forma isolada, o que o torna bastante complexo. O

processo empreendedor só é possível através de uma sucessão de funções, ações e atividades.

Os autores Shapero e Sokol (1982) partem da ideia de que o processo empreendedor é um fenômeno coletivo e afirmam que não há um único sujeito responsável pela ação empreendedora, senão um conjunto de pessoas que, em dado momento, fazem parte das várias etapas do processo. A coletividade é, justamente, uma das maiores complexidades do processo empreendedor, devido às inúmeras fontes das quais o fenômeno se origina.

Aldrich e Martinez (2001) também consideram o processo empreendedor uma ação coletiva, na qual o fenômeno emerge a partir da atuação de uma coletividade que pratica atos essenciais à sua ocorrência. É importante ressaltar que o processo empreendedor não chega ao fim após a materialização do empreendimento. Na realidade, é difícil estipular o marco final para tal fenômeno pois ele abrange também os aspectos de gerenciamento e manutenção do negócio. É na sobrevivência da organização que o processo empreendedor é sedimentado.

Baron e Shane (2007), por sua vez, observam o fenômeno empreendedor sob a perspectiva processual. Para os autores, o empreendedorismo está intimamente ligado à ideia de um processo em movimento. Assim, o fenômeno empreendedor não se concretiza de maneira imediata, mas ao longo de fases que ocorrem sucessivamente e que estão sujeitas a variações, como todo empreendimento. Para os autores, o fenômeno empreendedor ocorre em fases: reconhecimento de oportunidade, articulação de recursos iniciais, lançamento do empreendimento, operação do empreendimento e colheita de recompensas. Nota-se, mais uma vez, a premissa processualista dos autores, abordando cada etapa como fases processuais.

O processo empreendedor compreende todas as atividades relacionadas com a detecção de oportunidades e a criação de organizações para concretizá-las (FREIRE, 2005). Dornelas (2001) divide o processo empreendedor em quatro fases: identificar e avaliar oportunidades; desenvolver o plano de negócios; determinar e captar os recursos necessários; gerenciar a empresa criada.

Nota-se que tanto para Baron e Shane (2007), quanto Freire (2005) e Dornelas (2001), o processo empreendedor inicia com a identificação de uma oportunidade,

relacionada à necessidade do mercado, seja ela uma necessidade mal-atendida, não-atendida ou até mesmo não-articulada. Finalmente, a concretização do negócio e o gerenciamento da empresa constituem a última etapa. Vislumbra-se o processo empreendedor como uma sucessão de acontecimentos dinâmicos e correlatos.

Freire (2005) afirma que podemos ver o processo empreendedor sob a forma de um triângulo invertido. No vértice inferior, está o empreendedor; no vértice da direita, está o capital; e no da esquerda, o projeto ou ideia. Todo processo empreendedor é composto por esses três elementos. Quando um empreendimento não alcança sucesso, deve-se analisar cuidadosamente cada vértice do triângulo, ou seja, cada componente do processo empreendedor.

Timmons (1994), por sua vez, optou por analisar os aspectos críticos do processo empreendedor pelos seguintes fatores: a equipe empreendedora, oportunidades e recursos. Para o autor, o empreendedor de sucesso é aquele que consegue balancear harmoniosamente estes três fatores críticos.

Portanto, entende-se que o processo empreendedor é um fenômeno de grande complexidade, que encontra seu berço de nascimento na identificação de uma oportunidade e atinge sua concretização na sobrevivência da organização. O processo empreendedor é um fenômeno processual e coletivo, uma vez que cada acontecimento não ocorre isoladamente e envolve, em todas as suas etapas, um conjunto de pessoas.

2.1.2 O jovem empreendedor: contexto e perspectivas

É de fundamental importância conhecer o perfil do jovem empreendedor para formular e implantar novas políticas públicas e metodologias de ensino que fomentem e ampliem a educação empreendedora. Através do ensino do empreendedorismo, os alunos são apresentados a uma alternativa de futuro profissional, além de desenvolver habilidades e competências que serão úteis em qualquer carreira.

Na visão de Filion (2000), em condições de igualdade, quanto mais empreendedores uma sociedade tiver e quanto mais esses empreendedores se destacarem, maior será o número de jovens que escolherão a atividade empreendedora como profissão. Ou seja, a figura do empreendedor bem-sucedido serve como inspiração aos jovens com intenções empreendedoras.

Dornelas (2001), por sua vez, afirma que a empregabilidade do jovem no Brasil apresenta controvérsias, principalmente devido ao fato de que os alunos, de maneira geral, são preparados para serem empregados em uma organização e crescer dentro dela. O autor afirma que "ninguém lhes mostra que podem ser empreendedores e criar algo novo. Quando isso ocorre, muita coisa muda na cabeça dos jovens e potenciais empreendedores" (DORNELAS, 2001, p. 17).

Filion (1999) argumenta que os anos 90 deram origem ao empreendedor involuntário, grupo formado por jovens recém graduados e por pessoas que foram abruptamente demitidas de suas funções, e encontram na criação do próprio negócio, uma oportunidade de trabalho e renda. Entre os novos empresários que estão na universidade ou já concluíram o ensino superior, 92% iniciaram o negócio por oportunidade (GEM, 2013).

De 2002 a 2012, foram criadas mais de 2,8 milhões de vagas no ensino superior, segundo levantamento do Instituto Data Popular (2012). As políticas de inclusão de jovens de baixa renda em universidades particulares, como o Programa Universidade para Todos (ProUni) e o Fundo de Financiamento Estudantil (FIES), e a expansão das universidades federais através do Programa de Apoio a Planos de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais, o REUNI, ajudaram a delinear o novo perfil do universitário brasileiro.

Em 2012, foi constatada a existência de 1,5 milhão de jovens empreendedores, entre 16 e 24 anos, no Brasil. De acordo com levantamento sobre as mudanças no perfil do universitário brasileiro, realizado no período de 2002 a 2012, 56% dos universitários almeja abrir o próprio negócio. Desse total, a maioria pretende fazê-lo em um prazo de dois a cinco anos (DATA POPULAR, 2012).

O *Global University Entrepreneurial Spirit Students Survey* (GUESSS) é um levantamento mundial sobre o espírito empreendedor de estudantes universitários. Realizado em 2011, teve como objetivo o estudo das características, das atividades

e das intenções dos estudantes universitários brasileiros em 37 IES. Além disso, buscou verificar como as instituições apoiam e incentivam a atividade empreendedora entre seus alunos.

De acordo com dados levantados pelo estudo GUESS (2011), 54,9% dos respondentes tinham até 25 anos de idade, 17,3% tinham entre 25 e 30 e 27,8% tinham mais de 30 anos de idade. Quanto ao interesse de carreira para cinco anos após a conclusão da graduação, 40,5% expressaram o desejo de ter o próprio negócio, 9,5% demonstraram interesse em adquirir negócios de terceiros e 3% manifestaram a vontade de assumir os negócios de família.

Ao serem questionados sobre as razões para se tornarem empreendedores, 46,7% dos jovens respondentes (na faixa etária dos 16 aos 24 anos) afirmaram que a principal vantagem de trocar um emprego fixo por um negócio próprio é poder fazer o que realmente gostam. Remuneração, liberdade de horários e ausência de um superior também foram mencionados (DATA POPULAR, 2012).

A capacidade de mudar requer e demanda a capacidade de aprender e de buscar constantemente novos conhecimentos. O empreendedor deve estar sempre preparado para lidar com mudanças súbitas no ambiente de negócios, atendendo prontamente às necessidades e desejos do consumidor. Dentre os principais fatores limitantes mais relevantes para o empreendedor inicial brasileiro, estão educação, capacitação e apoio financeiro (GEM, 2013).

Foi constatado que 64,6% dos estudantes universitários se consideram empreendedores em potencial ou já possuem o próprio negócio em andamento. Embora o empreendedorismo desperte o interesse dos alunos, apenas 45% deles realizam cursos focados em empreendedorismo. Apesar do panorama confiante, ainda há muito que ser feito para garantir que os alunos tenham acesso a uma formação empreendedora apropriada (ENDEAVOR BRASIL, 2011).

2.2 Intenção Empreendedora

2.2.1 Conceitos e fatores associados

Segundo Tubbs e Ekerberg (1991), as intenções ocupam posição central no estudo do comportamento humano. Para os autores, intenção pode ser definida como a representação de um objetivo que um indivíduo almeja alcançar e também, como o plano de ação que fundamentará a busca pela realização do objetivo desejado. Para Ajzen (1991, p. 181), "intenções são utilizadas para capturar os fatores motivacionais que influenciam o comportamento e são indicadores de quanto as pessoas estão dispostas a tentar ou a se esforçar para executar o comportamento." A intenção de um indivíduo está associada ao seu comportamento, ou seja, toda intenção prevê um comportamento (KRUEGER *et al.*, 2000).

A intenção empreendedora é apontada como um dos conceitos fundamentais empregados na pesquisa sobre empreendedorismo (THOMPSON, 2009). Shook e colaboradores (2003) definem o fenômeno empreendedor como um processo de quatro fases, que tem início com a intenção empreendedora, avançando para a busca de oportunidades viáveis de negócio, passando, em seguida, por uma fase de decisão, onde as oportunidades serão avaliadas, e finalizando com a execução das atividades efetivas que possibilitam a criação de uma empresa.

Bird (1988) e Shane e Venkataraman (2000) defendem que os dois objetivos que mais caracterizam o fenômeno do empreendedorismo são a criação de um novo negócio independente e a criação de novos valores em negócios já existentes. Portanto, para os autores, um objetivo claro e definido é fator essencial para que haja uma intenção.

Certamente, intenções e atitudes variam com a situação e o indivíduo. Para Shapero e Sokol (1982), é justamente a convergência de atitudes do indivíduo e fatores situacionais do ambiente que conduz ao início de um empreendimento. De maneira similar, Krueger e Brazeal (1994) argumentam que a intenção de empreender é

baseada na interação entre características pessoais, percepções, valores, crenças, variáveis sócio-demográficas e o ambiente.

Segundo Ajzen (1987), fatores situacionais como restrições de tempo, nível de dificuldade das atividades e a influência de outras pessoas através de pressão social, também influenciam a intenção de um indivíduo. Dessa forma, fatores exógenos também estão relacionados a atitude de uma pessoa em relação a atividade empreendedora (KRUEGER, 1993).

Entre os demais fatores que apresentam relevância distinta e significativa nos antecedentes da IE de um indivíduo, estão a experiência profissional e a educação prévia. Quanto mais se aprende sobre o tema empreendedorismo, mais o indivíduo torna-se consciente da existência desta opção como carreira profissional (LIÑAN, 2004). Contudo, a intenção só é uma intenção propriamente dita se o indivíduo tiver total controle sobre o comportamento, que, por sua vez, depende de outros fatores como capital, tempo, habilidades, cooperação dos demais, entre outros fatores. Estes fatores, coletivamente, representam o controle real sobre o comportamento (AJZEN, 1991).

A literatura afirma que não há processo empreendedor sem intenção empreendedora. Pode-se deduzir então que não há comportamento empreendedor sem intenção empreendedora. Razak *et al.* (2010) afirmam que uma característica empreendedora que está fortemente relacionada com a intenção empreendedora é a necessidade de realização. Toda ideia empreendedora tem como ponto de partida a inspiração, porém a intenção é imprescindível no processo de concretização da ideia (DELMAR; SHANE, 2003). Krueger *et al.* (2000) corroboram a assertiva anterior ao afirmar que indivíduos não decidem empreender por reflexo, mas intencionalmente.

Ao iniciar um empreendimento, os impactos das intenções do empreendedor são predominantes visto que a influência de *stakeholders* externos, estrutura corporativa, política, imagem e cultura da organização ainda não foram estabelecidos (BIRD, 1988). Conseqüentemente, as intenções do empreendedor formarão a base que irá definir a forma e a direção do empreendimento que está nascendo.

As intenções empreendedoras também influenciam as ações de organizações existentes. Em negócios consolidados, as intenções do diretor e demais colaboradores impactam diretamente no rumo da organização em que estão

inseridos (MITCHEL, 1981). Wiklund e Shepherd (2003) argumentam que a intenção de inovar, arriscar e ser proativo podem intensificar o desempenho da organização.

2.2.2 Estudos sobre a intenção empreendedora: evidências do estado da arte

A intenção empreendedora é objeto de estudo de artigos, monografias e dissertações de mestrado e doutorado. No entanto, o tema ainda é recente. Segundo Turan *et al.* (2009), as pesquisas iniciais sobre quais fatores poderiam incentivar o empreendedorismo estavam concentradas apenas em fatores exógenos, como a economia. Posteriormente, reconheceu-se a importância das características psicológicas e para compreender o fenômeno. Diversos autores têm se dedicado ao estudo do perfil empreendedor, abordando suas características, atributos, motivações, e também os fatores situacionais.

Ajzen (1991) afirma que as intenções são os melhores preditores de comportamentos planejados, ou seja, não há comportamento sem uma intenção prévia. Conforme o autor, o comportamento humano é guiado por crenças comportamentais, normativas e de controle (AJZEN, 2002). Assim, a formação de uma intenção comportamental é determinada pela atitude em relação ao comportamento, normas subjetivas e percepção do indivíduo. A relação entre estes três fatores e a intenção pessoal de realizar o comportamento crescem na mesma proporção.

Quanto mais favoráveis são a atitude, normas subjetivas e percepção de controle, maior a intenção do indivíduo de exercer o comportamento. Ajzen afirma que as atitudes pessoais são referentes à atitude e crença em relação a um comportamento e define normas subjetivas como "a pressão social percebida para desempenhar ou não um comportamento em questão" (AJZEN, 1991, p. 188). Assim, as normas subjetivas irão influenciar o julgamento, favorável ou não, de um indivíduo sobre um determinado comportamento. Por fim, a percepção de controle de comportamento

refere-se à própria percepção do indivíduo sobre quão fácil ou difícil é para ele mesmo manifestar um comportamento.

Shapero e Sokol (1982) propuseram uma moldura de análise para o processo de empreender, denominado “formação do evento empreendedor”. Os autores procuraram desviar o foco do empreendedor e analisar, de maneira mais profunda, as condições determinantes de eventos com atributos empreendedores. Assim, “o evento torna-se a variável dependente enquanto o indivíduo ou grupo que gera o evento torna-se a variável independente, como também o contexto social, econômico, político e cultural” (SHAPERO; SOKOL, 1982, p. 77).

Krueger e Carsrud (1993) propuseram um modelo adaptado da moldura de Shapero e Sokol (1982) à luz da TCP e foram os primeiros pesquisadores que aplicaram a teoria de Ajzen (1991) no campo do empreendedorismo. Para os autores, a intenção empreendedora do indivíduo decorre de três eventos prévios. O primeiro relaciona-se ao grau de avaliação pessoal diante de possíveis reações provocadas por um comportamento, podendo prever consequências frágeis ou fortes para o indivíduo em questão. O segundo corresponde as relações sociais ou crenças normativas, ou seja, a percepção do indivíduo quanto ao julgamento social de suas atitudes. O terceiro e último evento está interligado a capacidade do indivíduo de administrar fatos que podem ser considerados obstáculo ou habilidade na execução do comportamento (AJZEN; FISHBEIN, 2005).

Krueger, Reilly e Carsrud (2000) afirmam que a abertura de um novo negócio não se trata de um mero reflexo, e sim, um processo que tem início na identificação de uma oportunidade, motivado por uma intenção empreendedora. Os autores defendem que modelos baseados nos fatores precursores de intenções oferecem um melhor entendimento sobre as atitudes do empreendedor.

Fontenele, Brasil e Sousa (2012) buscaram analisar a intenção empreendedora em uma IES, com uma amostra de 109 estudantes, a fim de identificar a influência dos antecedentes pessoais, das competências empresariais e do ambiente institucional na IE dos discentes. No estudo, a TCP de Ajzen (1991) e a Teoria das Intenções Empreendedoras (SHAPERO; SOKOL, 1982) surgem mais uma vez como modelos teóricos dominantes para compreender e explicar a intenção empreendedora. O estudo evidenciou que tanto os aspectos socioeconômicos quanto o ambiente

institucional não apresentaram forte influência na intenção empreendedora do aluno. Por outro lado, a necessidade de independência e estratégia apresentou relação direta com a intenção do discente de iniciar um negócio, corroborando o estudo de Shapero (1975) que aponta o desejo de autonomia como um dos fatores relacionados à IE.

Rocha, Silva e Simões (2012) estudaram o perfil empreendedor, buscando avaliar a eficácia de atividades ligadas ao tema empreendedorismo, abordadas em escolas secundárias, e o real impacto na escolha de uma carreira futura. As variáveis independentes utilizadas na pesquisa foram: antecedentes familiares, experiência anterior, frequência universitária, carreira futura, atividades extracurriculares, interesse, importância do empreendedorismo, incentivo e perfil empreendedor. O estudo constatou que muitas variáveis apresentam efeito positivo nas intenções empreendedoras dos estudantes. Em primeiro lugar ficou o incentivo dado pelos educadores aos alunos para se engajarem em atividades ligadas ao empreendedorismo. A participação em atividades extracurriculares também influenciou positivamente a IE dos alunos, bem como a frequência a Universidade. Quanto ao perfil empreendedor, foi verificado que os alunos que têm maior capacidade de criar e concretizar projetos empreendedores, e são perseverantes, apresentam uma maior propensão para criarem o próprio negócio.

Fonsêca *et al.* (2008) realizaram um estudo de abordagem qualitativa, com entrevistas em profundidade, visando explorar os fatores que influenciam a intenção de empreender dos estudantes egressos e formandos de cursos de base tecnológica em uma IES. Entre os integrantes da intenção empreendedora que apresentaram resultado relevante para os entrevistados estão vontade, interesse e valor. O estudo indicou também que, apesar da intenção de empreender, os alunos não demonstravam criatividade e autonomia, indispensáveis ao processo empreendedor. Os autores questionam até que ponto o processo de ensino vigente nas IES realmente incentivam a disseminação da cultura empreendedora no Brasil.

Ferreira *et al.* (2012) focaram nas intenções empreendedoras através de um modelo de equações estruturais sob ambas perspectivas: comportamental e psicológica. Para isso, foi utilizado um questionário como objetivo de verificar quais variáveis exercem influência na IE de alunos do ensino médio. Os resultados apontaram que a necessidade de realização, autoconfiança e atitude pessoal impactam positivamente

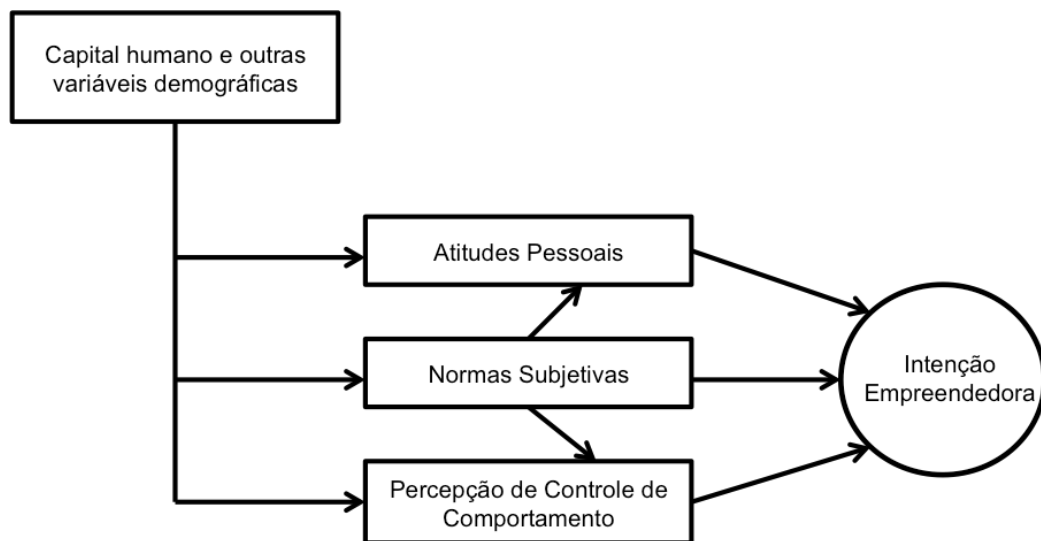
a intenção do aluno de empreender, e, junto às normas subjetivas, afetam a percepção de controle de comportamento. Assim como o estudo citado anteriormente, os autores ressaltam também a importância de reavaliar o modelo de ensino atualmente em vigor, afirmando que novas metodologias devem ser exploradas para estimular a educação empreendedora desde o ensino médio. No processo de destrinchamento e compreensão da intenção empreendedora, os fatores comportamentais e psicológicos devem ser somados aos fatores exógenos e situacionais que circundam o indivíduo. Os aspectos demográficos, a cultura do país e seu cenário político e econômico, histórico familiar do indivíduo e suas experiências prévias podem agir como facilitadores ou inibidores da atividade empreendedora.

Iakovleva, Kolvereid and Stephan (2011) realizaram um estudo comparativo em nove países desenvolvidos e em cinco países em desenvolvimento com um total de 2225 estudantes. A fim de verificar se há diferença na IE de habitantes de países desenvolvidos e em desenvolvimento, os autores aplicaram questionários estruturados e os dados foram analisados através de uma modelagem de equações estruturais. Os resultados obtidos indicaram que os respondentes de países em desenvolvimento apresentam maior intenção em empreender do que os respondentes de países desenvolvidos. O estudo confirmou também a TCP, afirmando que as atitudes e normas subjetivas estão fortemente relacionadas à IE.

Chen e Liñan (2006) propuseram um modelo da Intenção Empreendedora adaptado da TCP de Ajzen (1991), ilustrado na Figura 1. O modelo argumenta que a decisão de iniciar o próprio negócio é baseada em três elementos: a preferência pessoal do indivíduo ou sua atração ao empreendedorismo; as normas subjetivas que circundam a carreira empreendedora; e, por último, a percepção do indivíduo de sua eficiência como um empreendedor. Ainda que estes três elementos constituam os construtos que explicam a IE, de acordo com a TCP, as contribuições relativas de cada construto não são fixas no modelo, já que podem variar de caso para caso. Os autores também desenvolveram e validaram o Questionário da Intenção Empreendedora (QIE), com o objetivo de mensurar a IE de alunos de graduação. O questionário é uma adaptação do modelo desenvolvido por Ajzen (1991) e foi aplicado em uma amostra de 519 estudantes de países bastante distintos: Espanha e Taiwan. O estudo evidenciou o impacto positivo do ensino do empreendedorismo

sobre o engajamento em atividades empreendedoras, além de destacar a variável de comportamento como fator dependente das normas subjetivas (CHEN; LIÑAN, 2009). Os resultados obtidos comprovaram as bases do modelo proposto pelos autores previamente, principalmente no que tange a influência das normas subjetivas sobre a IE do indivíduo (CHEN; LIÑAN, 2006).

Figura 1 - Modelo da Intenção Empreendedora



Fonte: CHEN, Y.; LIÑAN, F. (2009)

Couto, Mariano e Mayer (2010) aplicaram uma versão traduzida do QIE original, cedido pelo próprio professor Francisco Liñan, a fim de testar a validade do instrumento de mensuração da IE em uma amostra de alunos brasileiros. Os autores realizaram uma validação do questionário com dez estudantes formandos de administração da Universidade Federal Fluminense (UFF). Após os ajustes, a versão final traduzida do QIE foi aplicada em uma amostragem não probabilística de alunos do curso de administração da UFF, através de abordagem direta, e os autores coletaram 254 questionários.

Os índices de confiabilidade e validade alcançados na aplicação do QIE em estudantes brasileiros não foram suficientes para identificar a estrutura do modelo de intenção empreendedora tampouco apresentaram correlação entre os itens que se referem aos fatores do modelo (COUTO; MARIANO; MAYER, 2010). Os resultados encontrados diferem dos obtidos no estudo com alunos da Espanha e Taiwan, apesar de os autores afirmarem que o modelo pode ser aplicado em diferentes

culturas. Alguns fatores podem explicar o ocorrido, como as características demográficas de cada população e a própria tradução do QIE para a língua portuguesa. Por fim, afirmam que “o modelo de formação da intenção empreendedora pode não estar adequado a realidade da cultura brasileira” (COUTO; MARIANO; MAYER, 2010, p. 11).

Hecke (2011) averiguou a diferença entre alunos formandos em administração e ciências contábeis da Universidade Federal do Paraná (UFPR) quanto as suas atitudes e intenções empreendedoras. Para isso, foi utilizado como instrumento de coleta de dados o QIE adaptado do questionário original elaborado por Chen e Liñan (2009). Uma amostra de 443 alunos respondentes foi coletada e os dados foram submetidos à análise fatorial exploratória, a fim de agrupar as variáveis e avaliar os construtos teóricos formulados, e também à regressão linear, para identificar a influência de cada construto sobre a IE dos alunos. Os resultados obtidos após o teste de comparação das médias apontaram que tanto para os formandos de administração, quanto para os formandos de Ciências Contábeis, a opinião dos colegas e amigos é extremamente importante e relevante para os respondentes (HECKE, 2011). O estudo de Chen e Liñan (2009) indica que as normas subjetivas são o primeiro filtro às intenções empreendedoras dos alunos.

Portanto, o processo de empreender pode ser explicado, sobretudo, pelas intenções do indivíduo empreendedor. Neste contexto, surge a educação empreendedora como uma ferramenta de desenvolvimento de habilidades e competências que contribuirão para o sucesso do negócio almejado.

2.3 Educação empreendedora

A educação é peça imprescindível no desenvolvimento de competências e habilidades de qualquer indivíduo e contribui também para o desenvolvimento de uma sociedade empreendedora. Para Degen (2009), o empreendedorismo deve ser ensinado a fim de promover o desenvolvimento econômico sustentável, a inclusão social, a redução da pobreza, a preservação dos recursos escassos da natureza e a proteção do meio ambiente.

De acordo com a Comissão Europeia (CE), "é necessário criar na sociedade um ambiente mais favorável ao empreendedorismo" (CE, 2006, p.3). Segundo o GEM 2011, países com economia impulsionada por eficiência (no qual está inserido o Brasil), entre os empreendedores iniciais, há uma relação direta entre maior escolaridade e maior atividade empreendedora. Assim, a promoção do empreendedorismo na sociedade contemporânea é elemento imprescindível ao desenvolvimento social e econômico e deve ser incentivada e desenvolvida.

No entanto, o estudo do empreendedorismo como disciplina, com seus processos e metodologias, é relativamente novo na comunidade acadêmica. De acordo com Dornelas (2001), isto ocorre porque empreendedores são considerados pessoas de destaque na sociedade, cujas características são tão peculiares que, por muito tempo, foram consideradas dons. O autor acredita também que o processo empreendedor não só deve, como pode ser ensinado e entendido por qualquer pessoa. O seu sucesso é decorrente de uma gama de fatores internos e externos ao negócio, do perfil do empreendedor e de como ele administra as adversidades que encontra no dia-a-dia (DORNELAS, 2001).

Desta forma, torna-se então importante definir o conceito de educação para o empreendedorismo. Na referida Comunicação da União Europeia de 13 de fevereiro de 2006, foi também definido a "Educação para o Empreendedorismo", como o processo dinâmico e social onde indivíduos identificam oportunidades para inovar e transformar as suas ideias em atividades práticas e sinalizadas, seja num contexto social, cultural ou econômico.

Para Degen (2009, p. 406), "o impacto da atividade empreendedora no crescimento econômico de um país depende da motivação dessa atividade." Foi constatado que empreendedores motivados por oportunidades têm maior impacto sobre o crescimento econômico de um determinado país. Por outro lado, os empreendedores que são motivados por necessidade têm pouco impacto. Isto ocorre principalmente porque o primeiro grupo, empreendedores por oportunidades, está mais bem preparado e desenvolve negócios com bases inovadoras e de alta tecnologia. No entanto, o segundo grupo, dos empreendedores por necessidade, desenvolve negócios sem inovação e sem tecnologia, gerando um mínimo de riqueza e empregos.

Nos Estados Unidos, berço da atividade empreendedora, 80% dos novos empreendedores iniciam seus negócios motivados por oportunidades, enquanto na Colômbia e no Brasil, apenas 55% são motivados por oportunidades (GEM, 2007). Percebe-se então que, em países onde a atividade empreendedora é estimulada e ensinada, o empreendedorismo por oportunidade se sobrepõe ao empreendedorismo por necessidade. Um caso de destaque é a China, que atualmente apresenta, em sua sociedade, 60% de empreendedores por oportunidade, fenômeno que pode ser explicado pelo excelente nível acadêmico do país e o desenvolvimento acelerado da economia chinesa (GEM, 2007).

De acordo com Degen (2009), alguns dos fatores que contribuem para a promoção ou a inibição da atividade empreendedora em um país são: a educação e o treinamento da população, o número e a qualidade dos centros de pesquisa e de tecnologia, a disponibilidade de capital de risco, a profundidade do mercado, a existência de uma infraestrutura adequada e uma legislação que facilite a atividade empreendedora.

O cenário brasileiro está mudando, lentamente, impulsionado principalmente pelas necessidades do mercado de trabalho. No relatório GEM de 2013, 27,2% dos brasileiros entrevistados (de uma população de 18 aos 64 anos) afirmaram ter intenções de abrir o próprio negócio em um período de até três anos. Foi constatado também que 84,6% dos entrevistados enxergavam o empreendedorismo como uma boa opção de carreira.

Nota-se cada vez mais uma crescente demanda por cursos educacionais na área de empreendedorismo e criação de negócios. Dolabela (1999) afirma que o mercado atual exige dos profissionais um alto grau de empreendedorismo, até mesmo daqueles que vão ser empregados, favorecendo o surgimento da vertente do intraempreendedorismo; termo que descreve a modalidade praticada por funcionários dentro de uma empresa, utilizado pela primeira vez por Pinchot (1985).

O interesse do estudante de graduação brasileiro em empreender não está limitado às carreiras ligadas diretamente à gestão de negócios, como Economia e Administração de Empresas. A taxa utilizada para medir a intenção de abrir o próprio negócio apresentou uma leve diferença entre cursos da área de exatas, como engenharias (62,7%) e Física (56%), e de humanas, como Arquitetura (65,6%) e Direito (56,3%) (ENDEAVOR BRASIL, 2011).

Etzkowitz (1983) utilizou o termo “universidade empreendedora” para definir instituições de ensino que se tornaram críticas ao desenvolvimento econômico regional. Portanto, a universidade empreendedora desempenha um papel crucial no desenvolvimento econômico, social e tecnológico. Estimular o comportamento empreendedor no ambiente acadêmico é, também, estimular o crescimento econômico, através da geração de conhecimento e riqueza.

As IES estão buscando incorporar novas atividades curriculares e extracurriculares que aproximem, cada vez mais, o discente do mundo existente fora da sala de aula. Tal situação encontra respaldo em Dolabela que salienta: "Pode-se dizer que o melhor ambiente "acadêmico" do aluno-empreendedor é aquele onde se encontram e articulam forças produtivas, econômicas, sociais, políticas. É ali que o aluno vai desenvolver sua percepção do negócio e aprender com os pares" (DOLABELA, 1999, p. 102).

Para Borges e Fillion (2013), as IES são verdadeiras fomentadoras do empreendedorismo, sobretudo em função do elo que é criado entre alunos, o que lhes proporcionam conhecimentos sobre tecnologias, mercados, oportunidades e modelos de negócio, e o desenvolvimento de uma rede de contatos. Assim, a IES desempenha um papel fundamental, pois é dentro da Universidade que surgem as maiores inovações, fator indispensável para o sucesso de um negócio.

Ainda de acordo com Dolabela (1999), o tema "ensino de empreendedorismo" demanda novas formas de aprendizado e relacionamento. Para o autor, "os fundamentos do empreendedor não se incluem no conceito tradicional do que se aprende na escola" (DOLABELA, 1999, p. 60).

Percebe-se, assim, que o ensino do empreendedorismo está ganhando forças no campo acadêmico, buscando cada vez mais metodologias adequadas ao desenvolvimento da temática. Portanto, os currículos devem procurar abranger atividades práticas e não apenas limitar-se às aulas teóricas, o que prejudica o alinhamento da educação empreendedora à realidade do mercado de trabalho atual.

3 MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA

Neste capítulo são apresentados os procedimentos metodológicos que foram utilizados durante a realização do presente estudo. São abordados o tipo de pesquisa, a caracterização da área lócus do estudo, a população e amostra, os procedimentos de coleta de dados da pesquisa, o instrumento de pesquisa e, por fim, os procedimentos de análise dos dados obtidos.

3.1 Tipo e descrição geral da pesquisa

A presente pesquisa busca explicar como a intenção empreendedora dos alunos do curso de Administração da Universidade de Brasília – UnB – evolui ao longo de suas trajetórias na graduação. Realiza-se um estudo de caso com os alunos da Graduação em Administração do Campus Darcy Ribeiro da UnB. De acordo com o critério proposto por Vergara (2005), denomina-se a pesquisa como **explicativa** quanto aos seus fins, pois se pretende elucidar as relações causais entre variáveis, fatores e construtos para contribuir com o avanço teórico.

Quanto à sua natureza, define-se a pesquisa como **quantitativa** devido ao emprego de recursos e técnicas estatísticas que buscam quantificar os dados coletados (COOPER; SCHINDLER, 2003). É caracterizada, também, como um **survey**, pois a coleta de dados foi realizada através da aplicação de questionários presenciais.

3.2 Caracterização da organização, setor ou área lócus de estudo

A UnB, universidade pública federal inaugurada em 21 de abril de 1962, oferece 109 cursos de graduação, sendo 10 na modalidade a distância. Há ainda 147 cursos de pós-graduação *stricto sensu* e 22 especializações *lato sensu*. Os cursos estão divididos em quatro campi pelo Distrito Federal: Darcy Ribeiro (Plano Piloto),

Planaltina, Ceilândia e Gama. A pesquisa foi realizada no campus Darcy Ribeiro da UnB, com alunos do Departamento de Administração ligado à Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Ciência de Informação e Documentação (FACE).

A trajetória do curso de Administração teve início com a inauguração da Universidade, porém, apenas em 1971 foi estabelecido o currículo pleno do curso. A Faculdade de Administração, criada em 1970, passou a ser chamada de FACE após a aprovação por unanimidade do Conselho Universitário (Consuni) em 2003 e passou a agregar também o Departamento de Economia. Atualmente, a FACE é integrada por quatro Departamentos: Economia, Administração, Ciências Contábeis e Atuariais e Ciência da Informação e Documentação.

Com a elaboração de um novo Projeto Pedagógico de Curso (PPC), em 2009, o currículo foi adequado às novas diretrizes curriculares para cursos de Administração. O novo currículo entrou em vigor no primeiro semestre de 2011, abrangendo as disciplinas de administração organizadas em seis eixos temáticos: administração pública e gestão social; estratégia e inovação; estudos organizacionais e gestão de pessoas; finanças; marketing; produção, logística e gestão da informação.

O departamento de Administração oferece graduação em dois turnos, diurno e noturno. O curso de Administração diurno apresenta, no segundo semestre de 2014, um total de 562 alunos regularmente matriculados. Deste número, 268 alunos são do sexo masculino e 294 do sexo feminino. No curso noturno, estão matriculados 581 alunos, sendo 368 alunos do sexo masculino e 213 do sexo feminino. O departamento oferece também Bacharelado em Administração Pública, na modalidade a distância que conta com 115 alunos matriculados no período 2/2014, 55 estudantes do sexo masculino e 60 do sexo feminino. Assim, o corpo discente do departamento de Administração da UnB é constituído por **1.258** alunos regulares, constituindo a **população** de nosso estudo.

O Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA), iniciado em 1976 e atualmente vinculado à FACE, oferece dois cursos de mestrado em Administração: acadêmico e profissional. No ano de 2006 foi implantado o Curso de Doutorado em Administração. O papel do PPGA é essencial na promoção do desenvolvimento

científico e tecnológico, regional e nacional, estimulando e fortalecendo a produção científica.

O departamento conta, atualmente, com um corpo docente de mais de 50 professores concursados, além de professores substitutos e colaboradores. Um dos grandes destaques do Departamento de Administração é a AD&M Consultoria Jr., fundada em 1992, foi a primeira empresa júnior da região Centro-Oeste.

3.3 População e amostra

O estudo de caso foi realizado no Campus Darcy Ribeiro da UnB e foram aplicados 417 questionários a estudantes do curso de graduação em Administração, modalidade presencial, da FACE. Os questionários foram aplicados no mês de outubro de 2014. Os alunos respondentes estavam devidamente matriculados do primeiro ao décimo segundo semestre, distribuindo-se do primeiro ao sexto ano da graduação.

Estimou-se, para a **população** de 1.258 estudantes, uma **amostra** de 295 questionários a serem coletados, de acordo com cálculo de amostra feito pelo *software online Raosoft* (<http://www.raosoft.com/samplesize.html>). Para calcular a amostra, foram utilizados os seguintes parâmetros: margem de erro de 5%, nível de confiança de 95% e distribuição de resposta de 50%.

A amostragem foi por conveniência, a escolha dos respondentes foi realizada com base no estudo do fluxo do curso de Administração – diurno e noturno – para buscar disciplinas que concentram os alunos dos anos almejados. Os professores responsáveis foram contactados previamente via e-mail e, após a autorização, os questionários foram aplicados aos alunos. Um total de 450 questionários foram impressos e, ao longo de uma semana de aplicação, **417** questionários foram efetivamente coletados. Durante a tabulação dos dados para documento do pacote Windows Office Excel, foram descartados 14 questionários por apresentarem dados *missing*. O número total de questionários válidos que compuseram a amostra, portanto, foi de **403**.

3.4 Procedimentos de coleta de dados da pesquisa

A aplicação do **questionário** teve caráter presencial, coletivo e voluntário, no Campus Darcy Ribeiro da UnB durante o horário de aula, na própria sala e com o consentimento do professor. Os questionários eram anônimos, ou seja, não houve a identificação dos participantes. Para evitar possíveis extravios de questionários ou duplicidade de respostas, os questionários não foram disponibilizados em formato online.

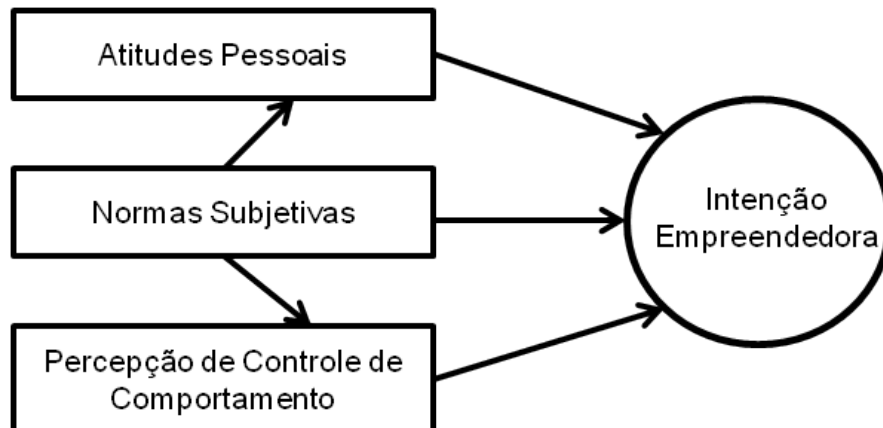
3.5 Instrumento de coleta de dados da pesquisa

Para o presente estudo, foi utilizado como instrumento de coleta de dados o **questionário** adaptado do Questionário de Intenção Empreendedora (QIE), originalmente elaborado por Chen e Liñan (2009). O instrumento foi validado em uma pesquisa *cross-cultural* na Espanha e em Taiwan e tem como base teórica a TCP de Ajzen (1991). É considerado um instrumento para aplicação internacional, nas mais diversas culturas (CHEN; LIÑAN, 2009).

O QIE almeja testar o modelo de intenção empreendedora através da medição da intenção mencionada e das variáveis que a influenciam (CHEN; LIÑAN, 2009). O questionário original foi publicado na língua inglesa e é composto por quatro blocos de perguntas, a saber: Atitudes Pessoais, Normas Subjetivas, Percepção de Controle de Comportamento e Intenções Empreendedoras.

Para o presente estudo, utilizaram-se as versões traduzidas do QIE apresentado por dois trabalhos brasileiros, sendo um deles utilizado como instrumento de coleta de dados em uma dissertação de mestrado (HECKE, 2011) e o outro apresentado em artigo dos autores Couto, Mariano e Mayer (2010). Após verificar cada item, optou-se pela melhor tradução para compor a versão traduzida do QIE utilizada neste estudo.

Figura 2: Modelo de predição da Intenção Empreendedora testado neste estudo.



Fonte: Adaptado de CHEN, Y.; LIÑAN, F. (2009)

No QIE, os itens um ao cinco abordam as atitudes pessoais dos alunos (conforme ilustrado no Quadro 1), e os itens seis, sete e oito investigam as normas subjetivas, ilustrados no Quadro 2 abaixo. O último bloco de perguntas é composto por 12 itens, o nono item ao décimo quarto tratam a percepção de controle de comportamento e os demais itens são assertivas relacionadas à intenção empreendedora, ilustrados no Quadro 3. Por fim, foram abordadas variáveis sócio-demográficas, escolhidas livremente, a fim de coletar dados sobre idade, gênero, semestre de graduação, experiências e preferências profissionais e histórico familiar dos alunos.

Quadro 1: Itens sobre Atitudes Pessoais

	ASSERTIVAS	1	2	3	4	5
1.	Ser um empreendedor traz mais vantagens do que desvantagens para mim.					
2.	A carreira de empresário é atraente para mim.					
3.	Se eu tivesse oportunidade e recursos, gostaria de criar uma empresa.					
4.	Ser um empreendedor me traria grande satisfação.					
5.	Entre as várias opções, eu prefiro ser um empresário.					

Fonte: Adaptado de CHEN, Y.; LIÑAN, F. (2009)

Quadro 2: Itens sobre Normas Subjetivas

	ASSERTIVAS	1	2	3	4	5
6	Ser um empreendedor traz mais vantagens do que desvantagens para mim.					
7	A carreira de empresário é atraente para mim.					
8	Se eu tivesse oportunidade e recursos, gostaria de criar uma empresa.					

Fonte: Adaptado de CHEN, Y.; LIÑAN, F. (2009)

Quadro 3: Itens sobre Percepção de Controle de Comportamento e Intenção Empreendedora

	ASSERTIVAS	1	2	3	4	5
9.	Iniciar uma empresa e mantê-la funcionando seria fácil para mim.					
10.	Estou preparado para iniciar um negócio viável.					
11.	Eu posso controlar o processo de criação de uma nova empresa.					
12.	Eu conheço os detalhes práticos necessários para criar uma empresa.					
13.	Eu sei como desenvolver um projeto empresarial.					
14.	Se eu tentasse criar uma empresa, teria alta probabilidade de sucesso.					
15.	Eu estou disposto a fazer o que for preciso para ser um empresário.					
16.	Meu objetivo profissional é tornar-me um empresário.					
17.	Farei todos os esforços para criar e manter a minha própria empresa.					
18.	Eu estou decidido a criar uma empresa no futuro.					
19.	Tenho pensado muito seriamente em criar uma empresa.					
20.	Tenho a firme intenção de criar uma empresa dentro de pouco tempo.					

Fonte: Adaptado de CHEN, Y.; LIÑAN, F. (2009)

Os itens do questionário dos três blocos de perguntas foram formuladas com base em uma Escala do tipo Likert de cinco pontos, desde (1) Discordo Totalmente até (5) Concordo Totalmente. Os respondentes – apenas graduandos em Administração – só poderiam assinalar uma das cinco opções quanto a sua percepção em relação ao item apresentado. Para coletar dados sobre as variáveis sócio-demográficas, foi pedido aos respondentes para assinalar itens do tipo múltipla escolha, enumerar segundo suas preferências profissionais e, ainda, itens que admitem tantas opções quanto necessário.

3.6 Procedimentos de análise dos dados

Os dados obtidos dos 417 questionários foram tabulados em uma planilha de documento Windows Office Excel e 14 questionários foram descartados por haver dados do tipo *missing*. Assim, os dados dos 403 questionários válidos foram submetidos a Análises Fatoriais para teste de cada um dos quatro fatores previstos no modelo original: Atitudes Pessoais, Normas Subjetivas, Percepção de Controle de Comportamento e Intenção Empreendedora. Segundo Hair *et al.* (2009, p. 103), a

análise fatorial apresenta o "objetivo básico de agrupar variáveis altamente correlacionadas em conjuntos distintos (fatores)". A fim de testar cada um dos fatores do modelo – Atitudes Pessoais, Normas Subjetivas, Percepção de Controle de Comportamento e Intenção Empreendedora – foram realizadas quatro Análises Fatoriais para determinar a força de cada um (*score* fatorial individual para cada fator).

Em seguida, realizou-se no *software* R uma Modelagem de Equações Estruturais (MEE). A técnica busca ilustrar as relações entre múltiplas variáveis e "examina a estrutura de inter-relações expressas em uma série de equações, semelhante a uma série de equações de regressão múltipla" (HAIR *et al.*, 2009, p. 543), pressupondo a normalidade da distribuição. Ao testar a força do modelo da Intenção Empreendedora, foi possível verificar como os fatores do modelo interagiram entre si e para o conjunto de dados obtido nesta pesquisa. A MEE foi selecionada para esta finalidade por permitir analisar relações explicativas entre múltiplas variáveis (latentes ou observadas) simultaneamente (CIRILLO; BARROSO; RAMINELLI, 2009).

Logo após a realização das Análises Fatoriais e da Modelagem de Equações Estruturais, foi calculado um *score* da IE para cada respondente, considerando sua pontuação em cada fator preditor da IE (itens sobre Atitudes Pessoais, Normas Subjetivas e Percepção de Controle de Comportamento) e também sua pontuação nos itens que avaliavam diretamente a Intenção Empreendedora. Esse *score* foi normalizado para que a média correspondesse ao zero matemático e para que os sinais positivo e negativo representassem *scores* acima ou abaixo da média. Quanto maior o *score* (acima de zero), mais forte a IE do respondente em questão. Em caso de *score* negativo (abaixo da média), entendeu-se que a IE do aluno é fraca. A partir desses *scores* individuais de IE, calculou-se a média da IE para grupos formados por alunos dos anos 1, 2, 3, 4 e 5 da graduação. Também se calculou a média da IE considerando o histórico familiar nos negócios, uma das variáveis sócio-demográficas do modelo. Para isso, os respondentes foram agrupados em três grupos: geral (com todos os respondentes), "família com empresa" (para respondentes cujas famílias já possuem empresas) e "família sem empresa" (para participantes de famílias sem empresas). Verificou-se, ainda, a média do *score* da IE conforme o gênero dos alunos e a participação em atividades extracurriculares.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Este capítulo relata os resultados obtidos após a realização dos procedimentos de análise dos dados coletados. Cada subseção aborda uma análise diferente: teste do modelo de predição da IE, comportamento da IE em grupos de respondentes, média do *score* da IE de acordo com as metas profissionais dos alunos, IE de acordo com gênero e experiências em atividades extracurriculares e IE de acordo com a posição do aluno no fluxo do curso.

4.1 Teste do modelo de predição da Intenção Empreendedora

Os dados obtidos a partir da aplicação do QIE em 417 alunos de diferentes semestres da graduação em Administração na UnB foram tabulados em uma planilha de documento Windows Office Excel. Foram descartados 14 questionários que apresentaram dados *missing*, totalizando uma amostra de 403 questionários válidos.

Considerando o modelo de análise inicialmente previsto para este estudo, testaram-se as forças das cinco relações previstas para o modelo: Normas Subjetivas sobre Atitudes Pessoais, Normas Subjetivas sobre Percepção de Controle de Comportamento, Atitudes Pessoais sobre a Intenção Empreendedora, Normas Subjetivas sobre a Intenção Empreendedora e Percepção de Controle de Comportamento sobre a Intenção Empreendedora. Para este teste, utilizou uma Modelagem de Equações Estruturais (MEE) com o objetivo de testar a força do modelo da Intenção Empreendedora e, também, verificar como os fatores do modelo estão relacionados.

A força dessas relações foi testada considerando o efeito de uma variável sócio-demográfica (posse familiar de empresa). Para efeitos de análise, os dados obtidos dos respondentes foram agrupados em três grupos: geral (com todos os respondentes), “família com empresa” (para respondentes cujas famílias já possuem empresas) e “família sem empresa” (para participantes de famílias sem empresas).

Do total de 403 respondentes, 211 alunos pertenciam a famílias que já tiveram ou mantinham atualmente o próprio negócio, enquanto 192 pertenciam a famílias sem empresas próprias. Para o teste da força das relações do modelo, analisaram-se as forças dos parâmetros relacionados a cada fator de acordo com o grupo a que pertencem os respondentes e, também, de forma agrupada. Os resultados são apresentados na Tabela 1.

Tabela 1: Força das relações do modelo de IE.

	Geral	Com empresa	Sem empresa
NS sobre AP	8,88%	37,29%	37,70%
NS sobre PCC	15,12%	-2,40%	-12,06%
AP sobre IE	15,04%	58,61%	47,77%
NS sobre IE	22,25%	-4,42%	10,87%
PCC sobre IE	56,21%	53,68%	64,75%

Fonte: Dados da pesquisa, 2014.

No grupo de alunos cuja família já teve ou mantém empresa, há forte relação entre as Atitudes Pessoais (AP) e a Intenção Empreendedora (IE), com parâmetro de 58,61% e pvalor valor de 0%. Pode-se afirmar que os filhos ou parentes de empresários possuem impressão positiva sobre a ideia de seguir a carreira de empreendedor. A segunda relação mais forte, também com um pvalor de 0%, ocorre entre a Percepção de Controle de Comportamento (PCC) e a Intenção Empreendedora (IE), com um parâmetro de 53,68%. A relação entre Normas Subjetivas (NS) e as Atitudes Pessoais (AP) é a terceira mais forte, com um parâmetro de 37,29% e um pvalor de 0%. Como parâmetros de referência, adota-se o seguinte: quanto menor o pvalor, maior é a certeza da relação existente entre as variáveis do modelo, admitindo-se valores abaixo de 5 como aceitáveis para indicar a força da relação. Ainda neste grupo, a relação entre Normas Subjetivas (NS) e a Percepção de Controle de Comportamento (PCC) é fraca, com um pvalor de 57,52%, que não permite ter certeza da relação. Da mesma forma, a relação entre as Normas Subjetivas (NS) e a Intenção Empreendedora (IE) também não se confirmou no modelo adaptado, apresentando um pvalor de 38,83%.

A mesma tendência é identificada no grupo de alunos cuja família nunca teve o próprio negócio. A relação entre Percepção de Controle de Comportamento (PCC) e Intenção Empreendedora (IE) é a mais forte do modelo, com um parâmetro de 64,75% e pvalor de 0%. Em segundo lugar, está a relação entre Atitudes Pessoais

(AP) e Intenção Empreendedora (IE), cujo parâmetro é de 47,77% e pvalor também de 0%. A terceira relação mais forte do modelo é entre Normas Subjetivas (NS) e Atitudes Pessoais (AP), também com um pvalor de 0%, o parâmetro identificado foi 37,70%. As demais relações, Normas Subjetivas (NS) e Percepção de Controle de Comportamento (PCC), e Normas Subjetivas (NS) e Intenção Empreendedora (IE) apresentaram, respectivamente, parâmetros de -12,06% e 10,87%. O pvalor para ambas é fraco e não permite confirmar a relação entre os fatores no modelo para este grupo.

Ao verificar os valores no grupo geral, nota-se uma discrepância nas relações. Tal fato pode ser explicado pela heterogeneidade entre os grupos. Contudo, a relação entre Normas Subjetivas (NS) e Intenção Empreendedora (IE) é confirmada, com um parâmetro de 22,25% e pvalor de 0%. A relação entre Percepção de Controle de Comportamento (PCC) e Intenção Empreendedora (IE) também é forte, sendo que o parâmetro observado foi 56,21% e apresentou pvalor muito próximo a zero (0,02%).

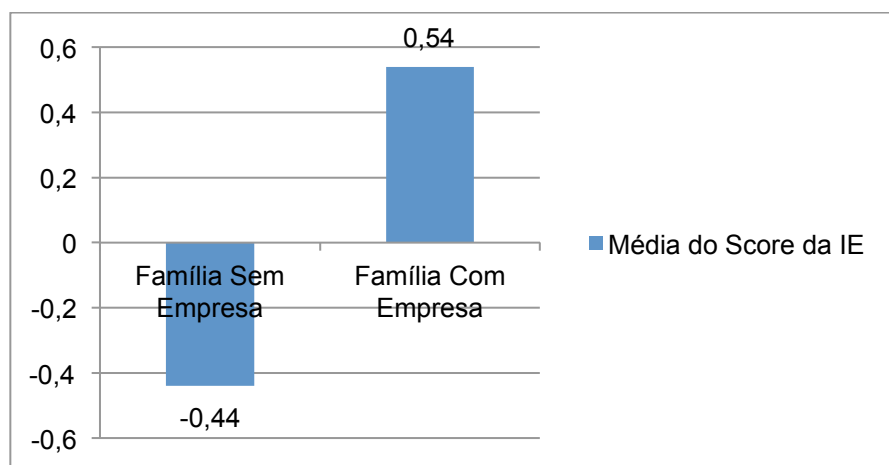
Chen e Liñan (2009) afirmam que as Normas Subjetivas constituem o primeiro filtro à IE do indivíduo, evidenciando seu impacto sobre a intenção dos alunos de empreender. Hecke (2011), ao estudar as atitudes e Intenção Empreendedora entre alunos de graduação de Contabilidade e de Administração, concluiu que a opinião de amigos e colegas acerca das decisões tomadas pelos respondentes é muito importante. Entretanto, no presente estudo, a relação entre NS e IE se confirmou apenas no grupo geral de alunos. Nos grupos de alunos com e sem empresa na família, não se pode ter certeza da relação entre NS e IE, pois ambos apresentaram pvalor elevado.

Ao comparar os resultados obtidos no presente trabalho com os resultados obtidos por Chen e Liñan no estudo *cross-cultural*, verificou-se que o grupo de alunos cuja família tem histórico nos negócios comportou-se tal qual o grupo de alunos espanhóis, evidenciando as Atitudes Pessoais como o maior fator preditor da IE. Por outro lado, no grupo de alunos cuja família nunca teve empresa, o maior preditor da IE é a PCC que, por sua vez, é também o preditor mais forte da IE no grupo de alunos de Taiwan (CHEN; LIÑAN, 2009).

4.2 Comportamento da Intenção Empreendedora em grupos de respondentes

De acordo com a pontuação do respondente em cada fator da IE e sua pontuação nas variáveis medidas diretamente para o construto, foi calculado um *score* da IE para cada participante. O *score* foi normalizado para que a média correspondesse ao zero matemático. Assim, os sinais positivo e negativo representam, respectivamente, *scores* acima ou abaixo da média. Além do teste do modelo inicial com a Modelagem de Equações Estruturais, realizaram-se, também, consecutivas análises sobre o comportamento da variável IE em cada grupo de respondentes. No grupo cuja família já teve ou ainda tem o próprio negócio, observou-se *score* da IE positivo para 116 alunos (55%) e *score* negativo para 95 alunos (45%). Ou seja: a maioria dos alunos cujos familiares próximos (pai, mãe e irmãos) já tiveram ou mantém atualmente o próprio negócio apresentou *score* de IE acima de zero (acima da média). No grupo de alunos cuja família nunca teve a própria empresa, os resultados são equilibrados: 95 alunos apresentaram o *score* da IE acima da média (49,5%) e 97 alunos apresentaram o *score* da IE abaixo da média (50,5%). A Figura 3 sumariza os *scores* da IE observados para cada um dos subgrupos analisados. A média do *score* da IE observada no grupo geral de alunos foi muito próxima a zero e, por isso, não foi representada.

Figura 3: Médias dos scores da IE para cada subgrupo analisado.



Fonte: Dados da pesquisa, 2014.

A literatura revela que os estudantes cujos pais possuem o próprio negócio ganham, além da exposição prévia ao empreendedorismo, conhecimento tácito sobre a atividade empreendedora desde cedo, o que afeta diretamente suas atitudes e percepções em relação ao empreendedorismo (KRUEGER, 1993). De acordo com Drennan, Kennedy e Renfrow (2005), o indivíduo que possui visão positiva da experiência familiar nos negócios está mais suscetível a iniciar sua própria empresa. De maneira geral, constata-se que, entre os alunos de graduação da Administração cujas famílias possuem histórico nos negócios, há maior Intenção de Empreender, ou seja, há uma visão positiva do empreendedorismo, com *score* médio da IE acima de zero (0,54).

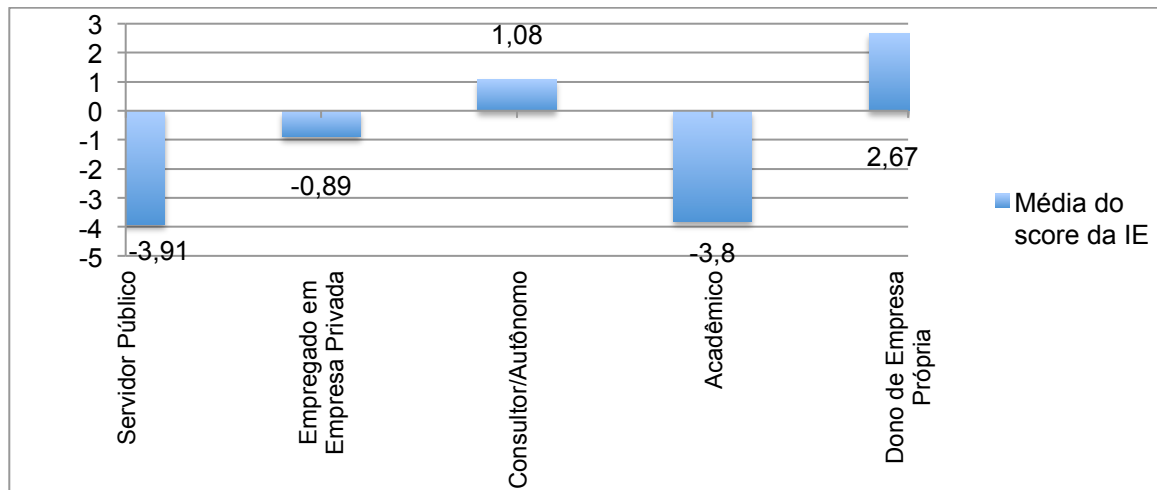
4.3 Intenção Empreendedora de acordo com metas profissionais dos alunos

Verificou-se, também, o *score* médio da IE dos alunos de acordo com suas expectativas profissionais. Solicitou-se que os alunos assinalassem suas opções de carreiras preferenciais por ordem de prioridade, a saber: servidor público, empregado em empresa privada, consultor e/ou autônomo, dono de empresa própria, acadêmico e, ainda, sem pretensão de exercer atividade profissional. Assim, para efeitos de análise, considerou-se o cálculo da IE para subgrupos de alunos formados por respondentes que deram prioridades 1 ou 2 a cada uma das opções de carreiras, ou seja, prevendo-se as duas principais metas profissionais dos alunos após a conclusão de seus cursos. Para esta análise, não se fez distinção entre alunos dos anos 1, 2, 3, 4 e 5.

Os resultados obtidos foram consistentes e a média do *score* da IE para alunos cuja principal opção de carreira é ser o dono do próprio negócio foi 2,67, mostrando-se bastante elevada em relação à média. Para os alunos cuja meta principal é ingressar no serviço público, observou-se *score* médio da IE de -3,91, mostrando-se baixíssima Intenção Empreendedora para este grupo. A média também foi negativa para os alunos que desejam seguir a carreira acadêmica (-3,80). Resultados apontam que os estudantes da graduação em Administração na UnB apresentam ambições completamente distintas em relação a seus futuro profissional. Os alunos

que vislumbram uma carreira como empreendedora, a média do score da IE é forte e positiva. Os alunos que almejam o serviço público apresentaram uma média de score da IE negativa. A Figura 4 apresenta as médias de scores de IE calculadas para cada um dos subgrupos de respondentes de acordo com suas opções profissionais prioritárias.

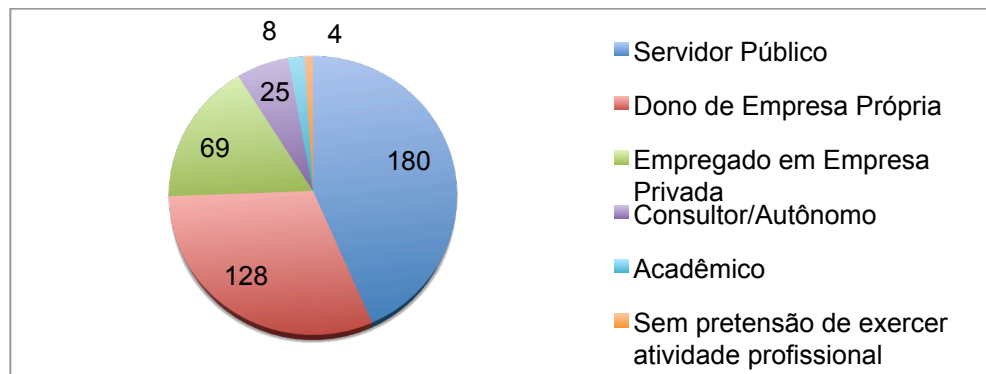
Figura 4: Médias dos scores da IE para cada subgrupo analisado de acordo com suas opções profissionais prioritárias.



Fonte: Dados da pesquisa, 2014.

Sobre a distribuição das metas profissionais dos alunos respondentes, verificou-se que 180 escolheram como principal meta profissional a carreira como servidor público (43,47%). Em segundo lugar, está a opção “dono de empresa própria”, escolhida como primeira alternativa de carreira por 128 alunos (30,92%). Em terceiro lugar, 69 alunos (16,66%) escolheram a opção “empregado em empresa privada” e 25 alunos (6,03%) escolheram a opção “consultor/autônomo”. Apenas oito alunos (1,93%) marcaram a carreira acadêmica como principal meta profissional e quatro alunos (0,96%) não pretendem exercer atividade profissional. Alguns alunos assinalaram duas ou mais carreiras com o mesmo nível de prioridade, provocando a duplicidades de respostas. A Figura 5 apresenta o resumo da distribuição das metas profissionais observadas entre os alunos.

Figura 5: Ranking das metas profissionais dos alunos de graduação em Administração na UnB.



Fonte: Dados da pesquisa, 2014.

4.4 Intenção Empreendedora de acordo com gênero e experiência em atividades extracurriculares

Além da análise das metas profissionais, também se realizou análise sobre o comportamento da IE de acordo com a variável “gênero”. Os alunos do sexo masculino da graduação em Administração apresentam maior inclinação à atividade empreendedora. No total, 128 respondentes assinalaram a opção “dono de empresa própria” como principal meta profissional, sendo que 81 (63,28%) correspondem ao sexo masculino e 47 (36,72%) ao sexo feminino. Do total de 180 alunos que vislumbram o serviço público como primeira opção de carreira, 101 (56,11%) são do sexo feminino e 79 (43,89%) são do sexo masculino. A amostra de questionários efetivamente coletada foi bastante equilibrada quanto ao gênero dos respondentes, com 196 respondentes do sexo feminino e 207 do sexo masculino. A Tabela 2 abaixo ilustra os dados:

Tabela 2: "Dono de empresa própria" como principal meta profissional dos respondentes.

Gênero	Número de Alunos	(%)
Masculino	81	63,28%
Feminino	47	36,72%
Total	128	100%

Fonte: Dados da pesquisa, 2014.

Tabela 3: "Servidor público" como principal meta profissional dos respondentes.

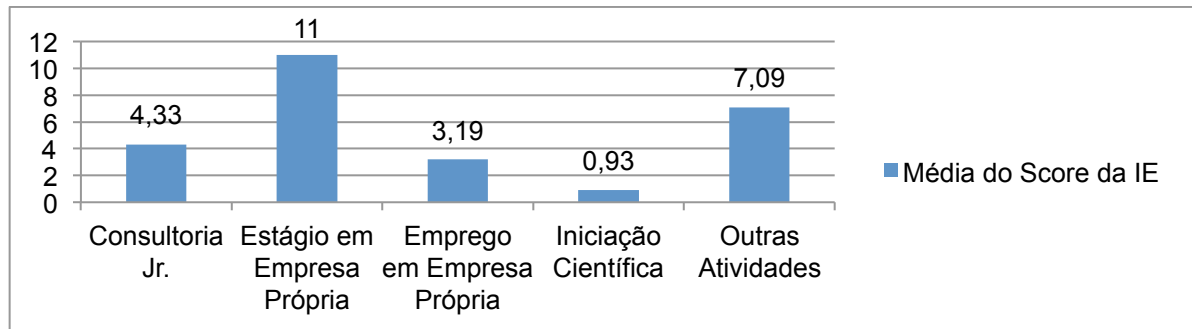
Gênero	Número de Alunos	(%)
Masculino	79	43,89%
Feminino	101	56,11%
Total	180	100%

Fonte: Dados da pesquisa, 2014.

Entre os alunos de graduação que participam de atividades extracurriculares, destacam-se aqueles que integram a AD&M Consultoria Jr., a empresa júnior do curso de Administração na UnB. O questionário foi aplicado em 59 alunos que já atuaram ou ainda são membros atuantes na AD&M e o *score* médio verificado da IE se mostrou acima da média (4,33%). Entende-se que a empresa júnior é um ambiente carregado de desafios e novos aprendizados, favorável ao desenvolvimento de competências e habilidades caracteristicamente empreendedoras.

Considerando outras atividades extracurriculares, os resultados ilustrados na Figura 6 apontam que os alunos que já participaram ou participam da Empresa Jr. de Administração, os alunos que fazem estágio em empresa própria, os alunos que são empregados em empresa própria, os alunos que realizaram iniciação científica ou projeto de pesquisa e os alunos que participaram de outras atividades extracurriculares como trabalho voluntário em organizações não governamentais (ONGs) e associações estudantis apresentaram uma média alta do *score* da IE. As médias calculadas para as demais atividades – estágio em empresa de terceiros/órgãos públicos, emprego em empresa de terceiros/órgãos públicos e monitoria – foram próximas a zero e não estão no gráfico.

Figura 6: Médias dos scores da IE de acordo com experiência em atividades extracurriculares.



Fonte: Dados da pesquisa, 2014.

4.5 Intenção Empreendedora de acordo com posição do aluno no fluxo

Após o cálculo de *score* da IE para cada um dos 403 respondentes, os alunos foram agrupados conforme sua posição no fluxo do curso. Os alunos de primeiro e segundo semestre compõem o primeiro ano, os alunos de terceiro e quarto semestre integram o segundo ano e assim sucessivamente até o sexto ano. O quinto e sexto anos são considerados *outliers*, pois o tempo de conclusão do curso de Administração, tanto diurno quanto noturno, é de oito semestres. Na tabela abaixo está a distribuição dos respondentes por ano de graduação:

Tabela 4: Distribuição dos respondentes por ano de graduação.

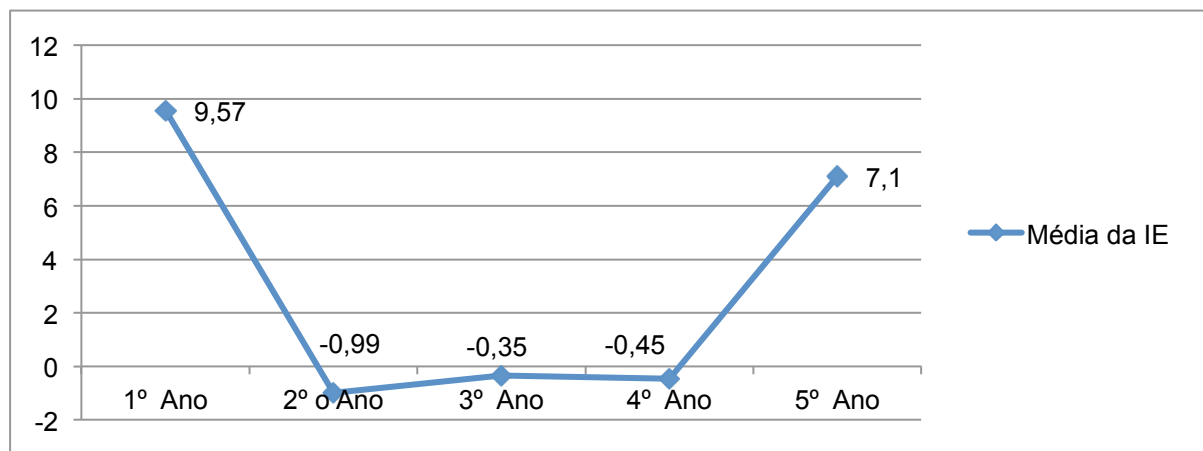
Ano de Graduação	Número de Respondentes	(%)
Ano 1	51 alunos	12,65%
Ano 2	110 alunos	27,30%
Ano 3	98 alunos	24,31%
Ano 4	107 alunos	26,55%
Ano 5	29 alunos	7,20%
Ano 6	8 alunos	1,99%
Total	403 alunos	100%

Fonte: Dados da pesquisa, 2014.

Após o cálculo do *score* de IE para cada respondente, foi calculada a média da IE por ano de graduação. O primeiro ano, composto pelos alunos do primeiro e segundo semestres, apresentou média alta, com IE de 9,57. No segundo ano, abrangendo alunos do terceiro e quarto semestres, a média da IE caiu para -0,99. A

tendência se mantém para alunos do terceiro ano (quinto e sexto semestres) cuja média verificada foi -0,35. Os alunos de quarto ano, ou seja, sétimo e oitavo semestres, também apresentaram um resultado abaixo da média estimada (-0,45). No quinto ano de graduação, a média volta a subir e alcança resultado elevado (7,10). O sexto ano, representado apenas por oito alunos, apresentou média de IE de 0,11 e não está na Figura 7 abaixo devido à pequena representatividade.

Figura 7: Média do score da Intenção Empreendedora (IE) por ano de graduação.



Fonte: Dados da pesquisa, 2014.

Observa-se entre os alunos ingressantes alta média de IE e, ao longo da trajetória na graduação em Administração, a média cai subitamente e se recupera novamente no quinto ano. Entende-se que um fenômeno possa explicar este comportamento da IE. Em primeiro lugar, considera-se o fluxo de disciplinas do curso de Administração. Disciplinas relacionadas ao tema empreendedorismo são ofertadas, em sua maioria, a partir do sexto semestre da graduação. As disciplinas “Gestão da Inovação”, “Criação de Negócios” e “Criatividade e Inovação nas Organizações” apresentam como pré-requisito a disciplina “Estratégia Empresarial”, do sexto semestre. Além disso, a disciplina “Introdução a Atividade Empresarial”, ofertada pela Faculdade de Tecnologia, consta como módulo livre para o currículo de Administração. Estaria, assim, a queda brusca do *score* da IE dos alunos após o primeiro ano de curso relacionada à sua exposição tardia ao tema empreendedorismo? Este parece ser um fenômeno plausível.

No primeiro ano, mede-se a IE em alunos entrantes ou com apenas um semestre já concluído na graduação e, assim, entende-se que sua IE provavelmente resulta de

suas experiências pessoais, não estando relacionada à vida universitária. Ao final do primeiro ano da graduação, em que se cursam majoritariamente disciplinas introdutórias, os alunos passariam por um período de adaptação à realidade acadêmica, sendo apresentados a possibilidades profissionais inéditas até então – Consultoria Júnior, estágios, etc – o que os afastaria da atividade empreendedora. Com o final da graduação (ano 5), prevê-se que os alunos já tenham vivido experiências em relação a essas opções profissionais e, tendo contato com disciplinas ligadas ao empreendedorismo, sua Intenção Empreendedora volte a se elevar.

Uma segunda reflexão a ser feita sobre a variação da IE durante o curso emerge a partir da análise do Projeto Pedagógico de Curso do curso de Administração na UnB. Será que ele comporta o tema de empreendedorismo de modo a despertar e manter o interesse dos alunos ao longo da graduação? Segundo Chen e Liñan (2009), cursos focados apenas na elaboração de negócios apresentam efeito negativo nas atitudes pessoais dos alunos. Os autores sugerem que as disciplinas relacionadas ao tema devem incluir, também, métodos que aprimorem as atitudes pessoais e normas subjetivas dos estudantes (CHEN; LIÑAN, 2009).

5 CONCLUSÃO

Este estudo teve como objetivo explicar como a intenção empreendedora dos alunos do curso de Administração da Universidade de Brasília se apresenta ao longo de suas trajetórias na graduação. Para isso, a pesquisa teve caráter quantitativo e foi utilizado como instrumento de pesquisa um questionário adaptado do QIE elaborado originalmente por Chen e Liñan (2009), que utilizou como base teórica a TCP de Ajzen (1991).

Os resultados obtidos a partir da aplicação e coleta dos questionários apontam que os estudantes do primeiro ano do curso de graduação em Administração na UnB apresentam score médio da IE de aproximadamente 9,57, valor bastante acima da média. Ao longo da trajetória no curso, o score da IE dos alunos caiu abruptamente para níveis próximos à média calculada (zero matemático). No segundo ano, o score médio da IE verificado é -0,99 e a tendência se mantém para o terceiro ano (-0,35) e para o quarto ano (-0,45).

Verificou-se que tanto para o grupo de alunos cuja família tem ou já teve o próprio negócio quanto para o grupo cuja família nunca teve empresa própria, as relações entre os construtos Atitudes Pessoais e Intenção Empreendedora, Percepção de Controle de Comportamento e Intenção Empreendedora e Normas Subjetivas e Atitudes Pessoais foram confirmadas. No entanto, não se pode afirmar com certeza a existência da relação entre Normas Subjetivas e Intenção Empreendedora, que apresentou pvalor alto (0,38).

Os alunos que tiveram exposição a atividade empreendedora através de familiares próximos (pai, mãe e irmãos) apresentaram as Atitudes Pessoais como maior preditores da IE e, no geral, possuem visão positiva acerca da carreira no empreendedorismo. Entretanto, alunos cujas famílias nunca tiveram o próprio negócio apresentaram visões bastante divididas quanto à intenção de se tornar um empreendedor. Para eles, o construto que apresentou maior relação com a IE foi a Percepção de Controle de Comportamento.

Foi averiguado, também, como a IE dos alunos de graduação em Administração na UnB se comporta conforme o gênero dos alunos. Os alunos do sexo masculino

apresentaram maior propensão à atividade empreendedora: 63,28% dos respondentes que marcaram a opção "dono de empresa própria" como principal meta profissional eram do sexo masculino. Por outro lado, a maioria dos respondentes que assinalaram a carreira no serviço público como principal meta profissional correspondia ao sexo feminino (56,11%).

Ao ingressar no curso de Administração, os estudantes apresentam elevada média do *score* da IE (9,57), mostrando que a relação com o construto é bastante forte. Desta forma, aproveitando o ambiente altamente criativo e dinâmico que a Universidade de Brasília oferece, sugere-se trabalhar as competências e habilidades relacionadas ao empreendedorismo desde o primeiro momento, para que não haja queda acentuada no *score* da IE dos alunos do primeiro para o segundo ano. Assim, ao ampliar e disseminar a cultura empreendedora entre seus alunos ingressantes, o Departamento de Administração da UnB poderia expandir seu papel como fomentador da intenção empreendedora.

Dada a importância da formação universitária no desenvolvimento de habilidades e competências empreendedoras, acredita-se que o presente estudo alcançou seu objetivo com resultados consistentes. Ao observar o comportamento da IE dos alunos ao longo da graduação em Administração na UnB, espera-se contribuir para o progresso do curso no sentido de estimular e promover o empreendedorismo não apenas como uma opção de carreira, mas também como um campo de estudo.

Como sugestões para estudos futuros, aponta-se a adoção de recorte longitudinal com acompanhamento de indivíduos para múltiplas medidas correspondendo à sua evolução no curso. Sugere-se, ainda, a replicação deste estudo com outras graduações da mesma universidade ligadas à área de negócios, como Contabilidade e Economia. Por fim, sugere-se a ampliação deste estudo de forma comparativa com alunos de outras universidades de Brasília.

REFERÊNCIAS

- AJZEN, I. Attitudes, traits, and actions: Dispositional prediction of behavior in personality and social psychology. **Advances in experimental social psychology**, v. 20, n. 1, p. 1-63, 1987.
- AJZEN, I. The theory of planned behavior. **Organizational behavior and human decision processes**, v. 50, n. 2, p. 179-211, 1991.
- AJZEN, I. Residual effects of past on later behavior: Habituation and reasoned action perspectives. **Personality and social psychology review**, v. 6, n. 2, p. 107-122, 2002.
- FISHBEIN, M.; AJZEN, I. The influence of attitudes on behavior. **The handbook of attitudes**, p. 173-222, 2005.
- BARON, R. A.; SHANE, S. A. **Empreendedorismo: uma visão do processo**. São Paulo: Thomson Learning, 2007.
- BIRD, B. Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. **Academy of management Review**, v. 13, n. 3, p. 442-453, 1988.
- BORGES, C.; FILION, J. L. Spin-off process and the development of academic entrepreneur's social capital. **Journal of technology management & innovation**, v. 8, n. 1, p. 21-34, 2013.
- CANTILLON, Richard. **Essai sur la Nature du Commerce**. 1755.
- CARREE, M. A.; THURIK, A. R. The impact of entrepreneurship on economic growth. In: **Handbook of entrepreneurship research**. Springer US, 2003. p. 437-471.
- CHEN, Y.; LIÑAN, F. Development and Cross-Cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 33, n. 3, p. 593-617, 2009.
- CIRILLO, M. A.; BARROSO, L. P.; RAMINELLI, J. A. **Modelagem de equações estruturais aplicada a um estudo da qualidade de vida considerando os critérios OMS**, 2009.
- COUTO, C. L. P. D.; MARIANO, S. R. H.; MAYER, V. F. **Medição da Intenção Empreendedora no Contexto Brasileiro: desafios da aplicação de um modelo internacional**. EnANPAD - Encontro Nacional da ANPAD, p. 34, Rio de Janeiro, 2010.
- DEGEN, R. J. **O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial**. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.
- DEGEN, R. J. **O Empreendedor: Empreender como opção de carreira**. São Paulo:

Pearson Prentice-Hall, 2009.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Cultura, 1999.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DRENNAN, J.; KENNEDY, J.; RENFROW, P. Impact of childhood experiences on the development of entrepreneurial intentions. **The International Journal of Entrepreneurship and Innovation**, v. 6, n. 4, p. 231-238, 2005.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor - entrepreneurship: práticas e princípios**. 2nd ed. São Paulo: Pioneira, 1987.

ENDEAVOR BRASIL. **Empreendendo na Universidade**. 2011. Disponível em:

<<http://www.endeavor.org.br/artigos/start-up/aprendendo-a-ser-empreendedor/empreendendo-na-universidade>>. Acesso em 20 abr. 2014.

ETZKOWITZ, H. Entrepreneurial scientists and entrepreneurial universities in American academic science. **Minerva**, v. 21, n. 2, p. 198-233, 1983.

FAVORETO, R. L.; BINDER, M. P.; CAMPOS, A. C. A. Um ensaio sobre o campo do empreendedorismo: considerações sobre uma possível sistematização teórica. **Facsi em Revista**, v. 4, n. 1, p. 1-15, 2012.

FERREIRA, J. J. et al. A model of entrepreneurial intention: An application of the psychological and behavioral approaches. **Journal of Small Business and Enterprise Development**, v. 19, n. 3, p. 424-440, 2012.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 05-28, Abr./Jun., 1999.

FILION, L. J. O empreendedorismo como tema de estudos superiores. In: Instituto Euvaldo Lodi. **Empreendedorismo: ciência, técnica e arte**. Brasília: CNI. IEL Nacional, 2000.

FONSÊCA, F. R. B.; MELLO, S. B.; MARÇAL, M. C. C.; CORREA, M. I. S. Jovens empreendedores estão preparados para empreender em empresas de base tecnológica? **Revista de Negócios**, v. 13, n. 3, p. 67-80, 2008.

FONTENELE, R. E. S. ; BRASIL, M. V. O. ; SOUSA, A. M. R. . **Determinantes da Intenção Empreendedora de Discentes em um Instituto de Ensino Superior**. In: XXVII Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica da ANPAD, 2012, Salvador. Anais do XXVII Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica da ANPAD, 2012. p. 1-16. Disponível em:

<http://www.anpad.org.br/diversos/trabalhos/Simp%C3%B3sio/simpósio_2012/2012_SIMPOSIO32.pdf>. Acesso em 14 out. 2014.

FORTIN, P. A. **Devenez entrepreneur: pour un Québec plus entrepreneurial**. Presses Université Laval, 1992.

FREIRE, A. **Paixão por empreender**: como colocar suas idéias em prática : como transformar sonhos em projetos bem-sucedidos. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

GEM. GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil (Relatório Executivo)**. Curitiba: Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade no Paraná, 2007.

GEM. GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil (Relatório Executivo)**. Curitiba: Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade no Paraná, 2011.

GEM. GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil (Relatório Executivo)**. Curitiba: Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade no Paraná, 2012.

GEM. GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Relatório Global sobre Empreendedorismo (Relatório Executivo)**. Curitiba: Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade no Paraná, 2013.

HAGEN, E. E. **As origens do desenvolvimento**. Rio de Janeiro: Fórum Editora, 1969.

HAIR, Jr. *et al.* **Análise Multivariada de dados**. Tradução: Adonai Schlup Sant'Anna. 6.ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

HECKE, A. P. **A Intenção Empreendedora dos Alunos Concluintes dos cursos de Graduação em Administração e Ciências Contábeis das Instituições de Ensino de Curitiba - PR**. 2011. 83 p. Dissertação (Mestrado em Contabilidade) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2011.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. 5 ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

KRUEGER, N. F. JR. The Impact of Prior Entrepreneurial Exposure on Perceptions and New Venture Feasibility and Desirability. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 18, n. 1, p. 52 - 1, 1993.

KRUEGER, N. F. JR.; BRAZEAL, D. Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 18, n. 1, p. 91–104, 1994.

KRUEGER, N. F. JR.; CARSRUD, A. L. Entrepreneurial intentions: Applying theory of planned behaviour. **Entrepreneurship and Regional Development**, v. 5, n. 4, p. 315–330, 1993.

KRUEGER, N.F. JR.; REILLY, M.D.; CARSRUD, A.L. Competing models of entrepreneurial intentions, **Journal of Business Venturing**, v. 15, n. 5, p. 411–432, 2000.

LEITE, E. **O fenômeno do empreendedorismo criando riquezas**. 3rd ed. Recife: Bagaço, 2002.

LIMA, E. *et al.* **Intenções e Atividades Empreendedoras dos Estudantes Universitários**: relatório do estudo GUESSS Brasil. 2011. Disponível em:

<<http://www.guesssurvey.org/PDF/2011/finalissimo-Relatorio-GUESSS-Brasil.pdf>>. Acesso em 03 set. 2014.

LIÑAN, F. Intention-based models of entrepreneurship education, **Piccola Impresa / Small Business**, v. 3, n. 1, p. 11–35, 2004.

MITCHEL, J. O. The effect of intentions, tenure, personal, and organizational variables on managerial turnover. **Academy of Management Journal**, v. 24, n. 4, p. 742–751, 1981.

NOEL, T. Effects of entrepreneurial education on intent to open a business: An exploratory study. **Journal of Entrepreneurship Education**, v. 5, p. 3-13, 1988.

PINCHOT, G. Intrapreneuring: Why you don't have to leave the corporation to become an entrepreneur. **University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship**, 1985.

PINCHOT, G. **Intrapreneuring**: porque você não precisa deixar a empresa para tornar-se um empreendedor. São Paulo: Harbra, 1989.

ROCHA, A.; SILVA, M. J.; SIMÕES, J. Intenções empreendedoras dos estudantes do ensino secundário: o caso do programa de empreendedorismo na escola. **Economia Global e Gestão**, Lisboa, v. 17, n. Especial, 2012. Disponível em:

<http://www.scielo.gpeari.mctes.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0873-74442012000400005&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em 14 out. 2014.

SANTOS, S. A. **A criação de empresas industriais**: a figura do empreendedor e a influência da tecnologia do processo. 1983. 212 p. Tese (Doutorado em Administração) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 1983.

SAY, J. B. **A treatise on political economy**. J. Grigg, 1851.

SCHUMPETER, J. A. **A Teoria do Desenvolvimento Econômico**: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

NOTÍCIAS, Portal Sebrae. **Taxa de Sobrevivência das Empresas no Brasil**, 2012. Disponível em:

<http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Sobrevivencia_das_empresas_no_Brasil_2012.pdf>. Acesso em 12 out. 2014.

SHAPERO, A. The displaced, uncomfortable entrepreneur. **Psychology today**, v. 9, n. 6, p. 83-88, 1975.

SHAPERO, A.; SOKOL, L. The social dimensions of entrepreneurship. In: KENT, C.; SEXTON, D. e VESPER, K. H. (eds), **The Encyclopedia of Entrepreneurship**. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1982.

SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. The promise of entrepreneurship as a field of research. **Academy of management review**, v. 25, n. 1, p. 217-226, 2000.

SOUITARIS, *et al.* Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. **Journal of Business Venturing**, v. 22, n. 4, p. 566-591, 2007.

TIMMONS, J. A. **The Entrepreneurial Mind**. Andover: Brick House Publishing Co., 1989.

TIMMONS, J. A. **New venture creation**. Boston: Irwin McGraw-Hill, 4. ed., 1994.

TUBBS, M. E.; EKEBERG, S. E. The role of intentions in work motivation: Implications for goal-setting theory and research. **Academy of Management Review**, v. 16, n. 1, p. 180-199, 1991.

TURAN, M. *et al.* A Comparative Study of Entrepreneurial Attitudes and Attributes of Turkish and Kyrgyz Entrepreneurs In: M. V. Bradshaw, P. T. **Carrington**, **Entrepreneurship and its Economic Significance**, (pp-205-215). Nova Science Publishers, Inc.: New York, 2009.

WIKLUND, J.; SHEPHERD, D. Knowledge-based resources, entrepreneurial orientation, and the performance of small and medium-sized businesses. **Strategic management journal**, v. 24, n. 13, p. 1307-1314, 2003.

APÊNDICES

Apêndice A – QIE

Por favor, atribua um grau de concordância/discordância para cada uma das próximas questões, utilizando a escala abaixo:

1 - Discordo Totalmente	2 - Discordo Parcialmente	3 - Não concordo nem discordo	4 - Concordo parcialmente	5 - Concordo totalmente
-------------------------	---------------------------	-------------------------------	---------------------------	-------------------------

	ASSERTIVAS	1	2	3	4	5
1.	Ser um empreendedor traz mais vantagens do que desvantagens para mim.					
2.	A carreira de empresário é atraente para mim.					
3.	Se eu tivesse oportunidade e recursos, gostaria de criar uma empresa.					
4.	Ser um empreendedor me traria grande satisfação.					
5.	Entre as várias opções, eu prefiro ser um empresário.					

Se você decidisse criar uma empresa, que pessoas próximas a você iriam aprovar essa decisão?

	ASSERTIVAS	1	2	3	4	5
6.	Os meus parentes.					
7.	Os meus amigos.					
8.	Os meus colegas da UnB					

Até que ponto você concorda com a seguinte declaração a respeito de sua capacidade/intenção empreendedora:

	ASSERTIVAS	1	2	3	4	5
9.	Iniciar uma empresa e mantê-la funcionando seria fácil para mim.					
10.	Estou preparado para iniciar um negócio viável.					
11.	Eu posso controlar o processo de criação de uma nova empresa.					
12.	Eu conheço os detalhes práticos necessários para criar uma empresa.					
13.	Eu sei como desenvolver um projeto empresarial.					
14.	Se eu tentasse criar uma empresa, teria alta probabilidade de sucesso.					
15.	Eu estou disposto a fazer o que for preciso para ser um empresário.					
16.	Meu objetivo profissional é tornar-me um empresário.					
17.	Farei todos os esforços para criar e manter a minha própria empresa.					
18.	Eu estou decidido a criar uma empresa no futuro.					
19.	Tenho pensado muito seriamente em criar uma empresa.					
20.	Tenho a firme intenção de criar uma empresa dentro de pouco tempo.					

Por favor, responda essas últimas questões:

1) Qual é a sua idade? _____ anos.

2) Seu sexo: _____ Masculino _____ Feminino

3) Turno de Graduação: _____ Diurno _____ Noturno

4) Há quanto semestres você está cursando Administração: _____ semestres

5) Qual atividade econômica seus pais/familiares próximos (pai, mãe, irmãos) desempenham hoje?

(Assinale tantas quanto necessário)

_____ Servidor Público

_____ Empresário

_____ Empregado em Empresa Privada

_____ Autônomo

_____ Sem atividade Econômica

_____ Aposentado

6) Sua família próxima (pai, mãe e irmãos) tem ou já teve alguma empresa?

_____ Sim _____ Não

7) Até este momento, quantos meses você trabalhou em cada uma das atividades abaixo? Por favor, especifique a quantidade de meses para cada atividade.

_____ Estágio em Empresa própria

_____ Estágio em empresa de terceiros/órgãos públicos

_____ Consultoria JR.

_____ Emprego em empresa de terceiros/órgãos públicos

_____ Iniciação científica/projeto de pesquisa

_____ Monitoria

_____ Trabalho em empresa própria

_____ Outros (Especifique abaixo)

8) As opções abaixo mostram as atividades profissionais mais almeçadas pelos estudantes de graduação. Considerando suas próprias expectativas profissionais, marque com "1" a opção que representa sua principal meta para quando se formar, com "2" a opção que representa sua segunda principal meta, e assim por diante.

_____ Servidor Público

_____ Empregado em Empresa Privada

_____ Consultor/Autônomo

_____ Dono de Empresa Própria

_____ Acadêmico

_____ Não pretendo exercer atividade profissional