



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, ATUÁRIA,
CONTABILIDADE E SECRETARIADO EXECUTIVO
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

DAVI PAIVA LIMA

**EMPREENDEDORISMO: UM ESTUDO DA INTENÇÃO EMPREENDEDORA DOS
ALUNOS DE ECONOMIA E ADMINISTRAÇÃO DA UFC**

**FORTALEZA
2013**

DAVI PAIVA LIMA

**EMPREENDEDORISMO: UM ESTUDO DA PROPENSÃO EMPREENDEDORA
DOS ALUNOS DE ECONOMIA E ADMINISTRAÇÃO DA UFC**

Monografia apresentada ao Curso de Administração do Departamento de Administração da Universidade Federal do Ceará, como requisito para a obtenção do Título de Bacharel em Administração.

Orientadora: Prof^a Dr^a Silvia Maria Dias Pedro Rebouças.

FORTALEZA
2013

DAVI PAIVA LIMA

**EMPREENDEDORISMO: UM ESTUDO DA PROPENSÃO EMPREENDEDORA
DOS ALUNOS DE ECONOMIA E ADMINISTRAÇÃO DA UFC**

Monografia apresentada ao Curso de
Administração do Departamento de
Administração da Universidade Federal do
Ceará, como requisito parcial para a obtenção
do Título de Bacharel em Administração.

Aprovada em: ___/___/_____.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Silvia Maria Dias Pedro Rebouças (Orientadora)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Laudemiro Rabelo de Sousa e Moraes
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Dr. José Carlos Lázaro Silva Filho
Universidade Federal do Ceará (UFC)

A Deus.

A meus pais, Dornélio e Rosângela.

A minha esposa, Roberta e ao meu filho,
João Vitor.

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, por terem me proporcionado condições para que eu pudesse me dedicar na elaboração deste trabalho.

A professora Silvia Maria Dias Pedro Rebouças, que me orientou, sempre com muita presteza e competência, nesta monografia.

Aos professores, que compuseram a banca, pelas pertinentes observações.

A Deus, por me abençoar e me iluminar.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01: Teoria do comportamento planejado.....	32
Figura 02: intenções subjacentes ao empreendedorismo	33

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01: Experiência Profissional.....	45
Gráfico 02: Contribuição do Empreendedorismo na Sociedade.....	46
Gráfico 03: Ter o próprio negócio.....	48

LISTA DE TABELAS

Tabela 01: Frequência por ano	45
Tabela 02: Características de um Empreendedor	47
Tabela 03: Criação de negócios	48
Tabela 04: Aptidões dos entrevistados para o empreendedorismo	49
Tabela 05: Interesse pelo Empreendedorismo	50
Tabela 06: Motivações para trabalhar por conta de outrem	51
Tabela 07: Motivações para trabalhar por conta própria	52
Tabela 08: Estimulo da Universidade para o empreendedorismo	53
Tabela 09: Contribuição do Empreendedorismo na Sociedade. Teste KMO e de Barlett	54
Tabela 10: Contribuição Do Empreendedorismo Na Sociedade. Resumo Da Análise Fatorial	54
Tabela 11: Características De Um Empreendedor. Resumo Da Análise Fatorial	55
Tabela 12: Aptidões Dos Entrevistados Para O Empreendedorismo. Teste KMO e De Barlett	56
Tabela 13: Aptidões Dos Entrevistados Para o Empreendedorismo. Resumo Da Análise Fatorial	57
Tabela 14: Motivações Para Trabalhar Por Conta de Outrem. Teste KMO e de Barlett	58
Tabela 15: Motivações Para Trabalhar Por Conta de Outrem. Resumo da Análise Fatorial	58
Tabela 16: Motivações Para Trabalhar Por Conta Própria. Teste KMO e de Barlett	59
Tabela 17: Motivações Para Trabalhar Por Conta Própria. Resumo da Análise Fatorial	60
Tabela 18: Estímulo Da Universidade Para o Empreendedorismo. Teste KMO e de Barlett	61
Tabela 19: Estímulo da Universidade para o Empreendedorismo. Resumo da Análise Fatorial	62

Tabela 20: Utilizando os escores da Análise Fatorial como variáveis independentes. Testes de coeficientes de modelo	63
Tabela 21: Utilizando os escores da Análise Fatorial como variáveis independentes. Predição do Modelo	63
Tabela 22: Utilizando os escores da Análise Fatorial como variáveis independentes. Variáveis do Modelo	64
Tabela 23: Utilizando As Variáveis Originais Como Variáveis Independentes. Testes de coeficientes de modelo.....	65
Tabela 24: Utilizando As Variáveis Originais Como Variáveis Independentes. Predição do Modelo	65
Tabela 25: Utilizando As Variáveis Originais Como Variáveis Independentes Variáveis Do Modelo	66

RESUMO

O contexto atual tem se mostrado propício para o surgimento de um número cada vez maior de empresas, de modo que a ação empreendedora têm se desenvolvido em vários segmentos da sociedade. Diante da importância do empreendedorismo para o desenvolvimento econômico e social do país, o tema ganhou espaço no meio acadêmico, tanto na área da pesquisa, como no campo do ensino e incentivo para promoção de ações empreendedoras. Nesse contexto, o presente estudo tem como objetivo aferir a percepção acerca do empreendedorismo e a intenção de empreender dos estudantes de economia e administração da UFC. Para tal, buscou-se analisar variáveis psicológicas, demográficas e contextuais, que influenciam as intenções de comportamento e podem afetar a propensão empreendedora dos estudantes. Utilizou-se de métodos estatísticos, como a análise fatorial e regressão logística para construir fatores e formular modelos que busquem entender e prever as intenções que levam um indivíduo a se tornar um empreendedor. E o resultado dessas análises registrou que fatores como a “realização”, “oportunidade”, “melhores perspectivas de remuneração”, a “importância da universidade” no incentivo e promoção do empreendedorismo e o gênero, são variáveis que contribuem significativamente para explicar intenção empreendedora dos estudantes da UFC.

Palavras – Chaves: Empreendedorismo. Desenvolvimento Econômico. Gestão. Análise Fatorial. Regressão Logística.

ABSTRACT

The current context has proved conducive to the emergence of an increasing number of companies, so that the entrepreneurial action have been developed in various segments of society. Given the importance of entrepreneurship for economic and social development, the theme gained ground in academia, both in research as in teaching and encouragement for promoting entrepreneurial activities. In this context, this study aims to assess the perception of entrepreneurship and intention to undertake economics students and administration of the UFC. To this end, we sought to examine psychological, demographic and contextual variables that influence behavioral intentions and may affect the entrepreneurial propensity of students. We used statistical methods such as factor analysis and logistic regression to construct factors and formulate models that seek to understand and predict the intentions that lead an individual to become an entrepreneur. And the result of these analyzes reported that factors such as "achievement", "opportunity" "best prospects of pay", "the importance of the university "in encouraging and promoting entrepreneurship and gender are variables that contribute significantly to explain entrepreneurial intention of students UFC.

Key - Words: Entrepreneurship. Economic Development. Management. Factor Analysis. Logistic Regression.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	14
2. REFERENCIAL TEÓRICO.....	19
2.1 Conceito de Empreendedorismo.....	19
2.2 O Empreendedorismo no Brasil	20
2.3 Empreendedorismo e Desenvolvimento Econômico.....	23
2.4 Empreendedorismo por necessidade e oportunidade.....	27
2.5 Perfil empreendedor.....	23
2.6 Determinantes da intenção empreendedora.	31
2.7 Fatores determinantes da intenção empreendedora.....	35
3. METODOLOGIA	39
3.1 Tipo de Pesquisa	39
3.2. População e amostra	39
3.3 Coleta dos Dados.....	34
3.4. Tratamento dos dados	41
3.4.1 Análise Fatorial	41
3.4.2 Regressão Logística	43
4. ANÁLISE DOS DADOS.....	45
4.1. Análise Descritiva dos Dados.....	45
4.2. Análise Fatorial	53
4.2.1. Contribuição do Empreendedorismo na Sociedade	54
4.2.2. Características de um Empreendedor.....	55
4.2.3 Aptidões dos entrevistados para o empreendedorismo	56
4.2.4. Motivações para trabalhar por conta de outrem.....	53
4.2.5. Motivações para trabalhar por conta própria.....	59
4.2.6. Estímulo da Universidade para o Empreendedorismo	61
4.3. Regressão Logística para Classificação de Entrevistados como Potenciais Empreendedores.....	62

4.3.1. Utilizando os escores da Análise Fatorial como variáveis independentes ..	63
4.3.2. Utilizando as variáveis originais como variáveis independentes	65
5. CONCLUSÃO	68
REFERÊNCIAS.....	71
ANEXOS	74

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é, sem dúvida, um motor que impulsiona a economia brasileira. Micro e pequenas empresas representam 99% das empresas nacionais, contribuindo com a geração de 52% dos empregos e pagando 40% da massa salarial do país. Mais de 40% dos brasileiros têm o sonho de ter o próprio negócio, isso mostra a preferência de ter uma empresa a ter um emprego formal (GEM, 2012).

Entretanto, nem sempre foi assim. Há 20 anos, seria improvável que um jovem viesse a se lançar na aventura de abrir o seu próprio negócio, pois bons salários e oportunidade de crescimento, dentro das organizações, eram fatores convidativos que atraíam profissionais para os quadros de empresas nacionais e multinacionais. Nessa época, o ensino da administração tinha como foco formar profissionais para administrar grandes empresas e não para criar as suas. Porém, esse cenário mudou, e o empreendedorismo, hoje, finalmente, é tratado com a mesma importância que recebe em países desenvolvidos, como nos Estados Unidos, onde os empreendedores são os grandes propulsores da economia (DORNELAS 2008).

De acordo com o Projeto GEM Brasil (2012), a ação ou intenção de empreender, nos últimos anos, tem sido crescente, mesmo com o aumento do emprego. Isso mostra uma mudança na qualidade do empreendedorismo, na qual aspectos de oportunidade vão se sobrepondo aos de necessidade. Alguns fatores são pontuais nesse cenário de mudança – consolidação do mercado interno, melhoria do ambiente legal para pequenos negócios e aumento da escolaridade dos empresários. No caso do último, pode-se ressaltar que se encontra acima da média brasileira, o que contribui de forma positiva para as chances de sucesso do empreendimento.

Para Teixeira (2013), determinantes demográficas, psicológicas e contextuais estão intrinsecamente relacionadas às atitudes empreendedoras. Desta última, podemos extrair o contexto educacional, no qual indivíduos com níveis mais elevados tendem a apresentar um melhor desempenho, somado ao fato de possuírem mais informação sobre oportunidades latentes no mercado e de estarem capacitados para concretizá-las.

Ainda segundo Teixeira (2013), as universidades podem ser vistas como verdadeiros centros de desenvolvimento das capacidades dos indivíduos, à medida que estas ofereçam cursos que promovam o tema e incorporem em suas grades curriculares disciplinas focadas no assunto. Afirma a autora que, a educação em empreendedorismo alavanca o crescimento de novos negócios e impulsiona o espírito empreendedor.

Diante da importância do tema, alguns estudos destacam-se por investigar os fatores que desencadeiam o comportamento empreendedor, de forma a estabelecer a intenção de empreender como fator chave na criação de um novo negócio. Tornar-se um empreendedor, para Dornelas (2008), não acontece por acaso. Diversos fatores – externos, ambientais, sociais e pessoais – participam da formação do processo de empreender:

As intenções compreendem os fatores motivacionais que influenciam o comportamento, são indicadores do quão forte é a vontade de tentar, de quanto esforço o indivíduo pretende exercer para manifestar um comportamento. Como regra geral, quanto mais forte a intenção em manifestar um comportamento, mais propenso a realizar este comportamento o indivíduo estará (COUTO; MARIANO; MAYER, 2010, p. 04).

Porém, apesar dos inúmeros estudos relacionados às determinantes que levam ao empreendedorismo, são limitados os que tratam das intenções empreendedoras entre os estudantes universitários. Destacando-se a importância que a escolaridade possui na atitude e nas aspirações dos indivíduos, existe uma necessidade de compreender o processo de desenvolvimento e criação dos potenciais empreendedores.

Nos últimos anos, pesquisas têm mostrado os elevados índices do desemprego global. Focalizando a faixa etária jovem – entre 15 e 24 anos –, percebe-se um assustador percentual – em torno de 44% de todos os desempregados –, que se agrava nas de regiões menos desenvolvidas. Nesse sentido uma enorme pressão é gerada sobre os governos, as sociedades e a própria população para que se criem oportunidades de trabalho. E a solução para tal tem se mostrado através de iniciativas empreendedoras (LOPES, 2010).

A Taxa Total de Empreendedores ou Taxa Total de Empreendedorismo (TTE) observada no Brasil, em 2012, é de 30,2%, expressivamente superior à média do conjunto dos 67 países onde o GEM é realizado (20,6%). Isso significa que, nesse ano, no Brasil, 30,2% da população de 18 a 64 anos encontrava envolvida com algum tipo de empreendimento (nascente, novo ou estabelecido). Nesse quesito, o Brasil se coloca no 10º lugar do ranking mundial (GEM, 2012, p.39).

O momento atual pode ser chamado de era do empreendedorismo. Tal movimento tem sido responsável pela eliminação de barreiras comerciais, encurtamento de distâncias, globalização, criação de novas relações de trabalho e renovação dos conceitos econômicos. O contexto atual tem se mostrado propício para o surgimento de um número cada vez maior de empresas, de tal modo que o empreendedorismo tem sido o centro das políticas públicas de vários países DORNELAS (2008).

Atualmente, o problema de maior envergadura das universidades está no grande percentual de bacharéis que elas formam e lançam no mercado a cada ano, que se mostra em dissonância com a realidade dos dias atuais nos quais sobressaem altos índices de desemprego. Esse cenário emerge, principalmente, devido ao enxugamento do quadro de funcionários nas grandes corporações, reestruturações, fechamento, privatizações, fusões, ferramentas administrativas como o downsizing e níveis de crescimento da economia girando na casa de 2% ao ano. Dessa forma, da década de 1990 até os dias atuais, a história brasileira tem presenciado a crescente busca pelo auto-emprego, caracterizado pelo surgimento de empreendedores involuntários, representados principalmente por recém-formados e por trabalhadores demitidos de suas empresas (HENRIQUE e CUNHA, 2006, p.114).

Um dos objetivos dos cursos de ensino superior, voltados para a área de gestão, tem sido a formação de empreendedores. O mercado não demanda mais o simples administrador – pessoas prontas para gerenciar grandes corporações –, e sim pessoas arquitetadas de conhecimentos que as habilitem a abrir o próprio negócio ou praticar o intra-empreendedorismo – inovação dentro das empresas onde trabalham –, contribuindo para contínua inserção e sobrevivência das organizações dentro de ambientes, cada dia mais complexos (HENRIQUE e CUNHA, 2006).

Diante da importância das universidades na formação de empreendedores, faz-se necessário compreender as determinantes de tais atitudes. A partir dos resultados obtidos neste trabalho, pode-se identificar fatores que contribuem positivamente ou negativamente para a propensão de empreender dos alunos da Universidade Federal do Ceará.

Assim, diante da análise desse conjunto de fatores, permite-se delinear indicadores que possam vir a se tornar diretrizes para políticas governamentais, bem como para entidades de ensino superior no incentivo e apoio ao empreendedorismo.

Nesse contexto, focando as universidades – ambiente de lapidação de futuros empreendedores –, o presente estudo tem como problema de pesquisa o seguinte questionamento: Quais fatores contribuem de forma significativa para a intenção empreendedora dos alunos dos cursos de Economia e Administração da Universidade Federal do Ceará? Optou-se por estudar alunos de administração e economia, por tratarem-se de cursos que estão diretamente associados ao empreendedorismo.

Dessa forma, a presente pesquisa tem como objetivo geral aferir a percepção acerca do empreendedorismo e a intenção de empreender dos estudantes universitários.

Como objetivos específicos a mesma busca:

- 1- Aferir a percepção dos estudantes face ao empreendedorismo, de modo a destacar as suas contribuições na sociedade, as características de um empreendedor, a familiaridade dos entrevistados com o fenômeno e o papel da universidade na formação de futuros empreendedores.
- 2- Desenvolver modelos que permitam prever a intenção empreendedora e analisar as variáveis que contribuem significativamente para essa intenção.

Esta pesquisa incluiu a aplicação de um questionário, que foi realizada em sala de aula e na presença do professor, nos cursos de economia e administração da Universidade Federal do Ceará, durante o primeiro semestre do ano letivo de 2013, constando de informações necessárias à elaboração do estudo.

O presente trabalho está estruturado em cinco partes fundamentais, que além da introdução, onde consta a importância do tema, problemática e objetivos, apresenta, no capítulo 2, o referencial teórico, que resgata a origem e o conceito de empreendedorismo, características de um empreendedor, empreendedorismo como desenvolvimento econômico, propensão empreendedora e estímulos da universidade no incentivo ao empreendedorismo. No capítulo 3 consta a explicação da metodologia utilizada na coleta e análise dos dados. Em seguida, no capítulo 4, apresentam-se a análise dos resultados obtidos a partir da aplicação de métodos estatísticos aos dados, com os objetivos de aferir a percepção dos alunos face ao empreendedorismo e de alcançar um modelo que, de forma preditiva, traduza a propensão empreendedora dos alunos e os fatores que mais a influenciam. Por fim, no capítulo 5, expõem-se as conclusões retiradas do estudo, como também limitações do mesmo, além de algumas sugestões que possam contribuir para futuros trabalhos acadêmicos.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Conceito de Empreendedorismo

Empreendedorismo tem sua desinência na palavra inglesa *entrepreneurship* que, por sua vez, provém do francês *entrepreneur*, a qual significa empreendedorismo, acrescida do sufixo inglês *ship*: o estado de ser algo. Empreendedorismo, assim, significa estudo das ações do empreendedor.

Empreendedorismo trata conceito que vem tomando forma há mais ou menos 20anos e que se desenvolveu intensamente na Inglaterra como incentivo da antiga primeira ministra Margareth Thatcher. Para fazer frente ao processo de privatização e conseqüente encolhimento do Estado, o governo inglês passou a incentivar o empreendedorismo como forma de dinamizar a economia para compensar a queda do nível de emprego.

Para Dolabela (2006), a palavra empreendedorismo é uma simples tradução da palavra *entrepreneurship*, a qual traduz ideias de iniciativa e inovação. No contexto, o autor apresenta o empreendedor como alguém insatisfeito, que quer transformar o seu inconformismo em propostas positivas para si mesmo e para os outros. Dessa forma, esse indivíduo prefere seguir por caminhos nunca antes percorridos, buscar de forma inovadora algo que venha a transformar a realidade atual.

Em uma visão cronológica, Dornelas (2008) destaca o uso da palavra empreendedorismo pela primeira vez, para designar Marco Polo, que se lançou em rota marítima comercial pelo oriente. Na Idade Média chamava-se empreendedor aquele que gerenciava grandes projetos de produção, geralmente funcionários do governo. Já no século XVII, surge a primeira relação entre assumir risco e empreender. Nessa situação, o empreendedor estabelecia um acordo contratual com o governo, para a prestação de um serviço ou fornecimento de um produto, no qual os preços eram pré-fixados e qualquer prejuízo ficava por conta do contratado. Nessa mesma época, segundo Dornelas (2008), um importante economista – *Richard Cantillon*, considerado por muitos o criador do termo empreendedorismo – foi um dos primeiros a diferenciar o empreendedor – aquele que assume riscos – do

capitalista – aquele que fornece o capital. No século XVIII, finalmente, também por conta da revolução industrial, foi diferenciado o empreendedor do capitalista. O grande exemplo foi o caso das pesquisas de Thomas Edinson, que só se tornaram possíveis devido ao auxílio de investidores que financiaram os projetos. E por fim, Dornelas (2008) enfatiza que, assim como no final do século XIX e início do século XX, até hoje os empreendedores são frequentemente confundidos com gerentes ou administradores. Existe sim uma similaridade entre os termos, não obstante, algumas características diferem o empreendedor de um simples administrador. Aquele necessariamente deve ser um bom administrador para obter sucesso, porém este nem sempre é um empreendedor.

O empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais (JOSEPH SCHUMPETER, 1949; APUD DORNELAS 2008).

2.2 O Empreendedorismo no Brasil

Jean-Baptiste Say (1927) apud SANTOS (2011) é considerado o pai do empreendedorismo, e o economista austríaco Schumpeter (1934) apud SANTOS (2011) relançou suas ideias sobre o empreendedor e o seu papel no desenvolvimento econômico. O empreendedorismo não é novo, entretanto, a investigação sistemática do fenômeno tem uma vida de pouco mais de 50 anos. Na área de gestão, principalmente no Brasil, as pesquisas são bastante recentes, intensificando-se no final da década de 1990 (DORNELAS, 2008).

Dornelas (2008), em uma breve justificativa das altas taxas de mortalidade das pequenas empresas brasileiras, atribuiu à falta de experiência dos novos empreendedores. Esse fato tem trazido o tema para discussão no meio acadêmico e estimulado o governo para a criação de programas específicos para o público empreendedor.

O Brasil já conta com iniciativas importantes aliadas ao processo de consolidação de projetos na área de empreendedorismo, justamente porque o País apresenta um forte contingente de instituições e profissionais com capacidade de alavancar incentivos para criação de micro e pequenos negócios, a partir do sistema

de incubação de empresas, ajudando no processo de disseminação da cultura empreendedora.

Para Dornelas (2008), tornar-se um empreendedor pode acontecer por acaso, a partir de um fato gerador, que pode ser influenciado por fatores externos, ambientais, sociais, pessoais ou um somatório desses. Porém, quando se fala em inovação, remete-se ao termo inovação tecnológica. Esta por sua vez, tem sido o diferencial do desenvolvimento econômico mundial. Nesse sentido, pode-se destacar quatro pilares para o sucesso empresarial – talento, tecnologia, capital e *know-how*.

Diante dos estudos de Dolabela (2006), tudo leva a crer que o desenvolvimento econômico seja função do grau de empreendedorismo de uma comunidade. As condições ambientais favoráveis ao desenvolvimento precisam de empreendedorismo que as aproveitem e que, através de sua liderança, capacidade e de seu perfil, disparem e coordenem o processo de desenvolvimento, cujas raízes estão, sobretudo em valores culturais, na forma de ver o mundo. O empreendedor cria e aloca valores para indivíduos e para a sociedade, ou seja, é fator de inovação tecnológica e crescimento econômico.

Hoje, no País, a disseminação da importância do empreendedorismo para contribuir como processo de desenvolvimento econômico local já é matéria de cursos técnicos e universitários. Considera-se que o ensino é agente fundamental para promover a mudança cultural e romper as barreiras de resistência à realização de ideias inovadoras; esse mecanismo, na verdade, vai gerar comportamentos e atividades que conduzam à inovação e à geração de riquezas.

A inserção do empreendedorismo nos currículos acadêmicos de universidades brasileiras é um fenômeno recente. E esse movimento iniciou-se na década de 1980, pioneiramente, na Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas–FGV, em São Paulo. Atualmente, experiências de ensino nessa área já se realizam em vários estados brasileiros.

Para além do universo das simulações e teorizações sobre empreendedorismo, a prática ensina que a vocação para empreender assume uma postura disciplinada para gerenciar o seu negócio e a ampliação de mecanismos de fomento às atividades empreendedoras são requisitos essenciais para garantir o

sucesso de qualquer empresa. Interagindo com a realidade e desafios dessas atividades, apresentam-se as perspectivas de alguns estudiosos, da esfera acadêmica, de várias áreas do conhecimento, que se lançam, pioneiramente, nesta publicação, com textos inéditos, no debate, em geral, das etapas e efeitos da prática do empreendedorismo. A inclusão desses pesquisadores no desbravamento dessa área gera informações e conteúdos que subsidiam o campo temático de discussões sobre as práticas empreendedoras, além de dar uma valiosa contribuição para essa abordagem no que se refere à comunidade das incubadoras de empresas. Estas estruturas, mais do que qualquer outro ente, têm se apoiado na efetivação de negócios que surgem de ideias e conhecimentos inovadores e estratégicos.

Contudo, está patente nos textos apresentados a seguir que as universidades assumem um papel importante na formação teórica e experimental do futuro empreendedor, sobretudo porque o ensino e a prática são vetores que podem mudar, no sentido de aperfeiçoar, paradigmas efetivos de produção e gestão de empreendimentos. Porém, não podemos nos esquecer da participação da sociedade nesse processo de formação de uma cultura empreendedora, a começar pela importância da transposição da resistência à prática empreendedora e inovadora. Então, essas forças unidas podem alcançar uma nova realidade econômica em que empresas de conhecimento se transformem em uma das principais forças do desenvolvimento regional.

Ao olhar-se para o desenvolvimento histórico da gestão de negócios, ao longo dos séculos, vê-se claramente a ação empreendedora do homem, arriscando e conseguindo, ora transformar situações existentes, ora inovar, permitindo assim a geração e o crescimento da riqueza, criando empregos e conseqüentemente o fortalecimento da economia global (HURBERMAN, 1986).

Atualmente, tem-se dado grande ênfase ao papel do ensino do empreendedorismo, desde o ensino médio ao superior. Neste cenário, ainda que de forma incipiente, algumas universidades já contribuem para o ensino e pesquisa em empreendedorismo, entre elas a FGV/SP, a Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo – FEA/USP, a Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS, a Universidade Federal de Santa Catarina UFSC, a Universidade Federal do Pará – UFP, a Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG, a Universidade de Brasília – UnB, a Universidade Estadual de Maringá –

UEM e a Universidade Federal do Ceará (UFC). Estes contributos fazem-se, principalmente, através da inclusão de disciplinas de Empreendedorismo/Criação de Novos Negócios nos projetos pedagógicos dos cursos, na criação de linhas de pesquisa em empreendedorismo, da criação de cursos de especialização nesta área e na criação de incubadoras de empresas.

É inegável que a ideia de ser um empreendedor entre os jovens é vista como uma forma valiosa de integrar o mercado de trabalho. Nesse contexto, Teixeira (2013) compartilha da opinião que ninguém nasce empreendedor, porém, as competências empreendedoras podem ser trabalhadas, aperfeiçoadas e desenvolvidas. Relata a autora, que estudos existentes, entre estudantes universitários, enfatizam a intenção empreendedora como fonte de potenciais empreendedores, e destacam que a escolaridade surge com grande influência nas atitudes dos estudantes.

2.3 Empreendedorismo e Desenvolvimento Econômico

De acordo com a pesquisa GEM (2012), o florescimento de novos negócios contribui para o benefício de toda a sociedade através do desenvolvimento econômico e social do país.

A UNTCTAD (*United Nations Conference on Trade and Development*), órgão nas Nações Unidas de fomento ao desenvolvimento, atribui uma relação direta entre o desenvolvimento econômico e a atividade empreendedora. Por esse motivo, vários indicadores têm buscado medir esse fenômeno (COUTO; MARIANO; MAYER, 2010).

A pesquisa GEM – Global Entrepreneurship Monitor – é um estudo de âmbito mundial iniciado em 1999, que envolve 69 países, e tem como principal objetivo mensurar o nível de empreendedorismo, que é detalhado em diversos aspectos e segmentado por regiões. No Brasil, a pesquisa é conduzida pelo Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP), com a parceria técnica e financeira do SEBRAE. Essa pesquisa possui como principal indicador a Taxa de Empreendedorismo em Estágio Inicial (TEA), que demonstra a porcentagem da população adulta que iniciou um novo negócio.

Os empreendedores nascentes são aqueles que possuem negócios com até três meses de existência, considerando como marco inicial o pagamento de salário a empregados ou a remuneração dos proprietários. Já os empreendedores de negócios novos são os proprietários de negócios com mais de três meses e menos de 42 meses de existência. Esses dois tipos de empreendedores – nascentes e novos – compõem o grupo dos empreendedores em estágio inicial, de onde se origina a taxa TEA – Taxa de empreendedores em estágio inicial (GEM, 2012, p.39).

Em geral, um aumento na TEA é considerado como positivo. Nesse contexto, o Brasil apresenta elevados índices dessa taxa, quando comparado a países desenvolvidos. Tal fato atribui-lhe, de forma positiva, a expressão “Brasil, o país empreendedor”. Dessa forma, há um julgamento implícito de que o empreendedorismo contribui de forma considerável para o crescimento da economia, bem como para a geração de emprego e renda. Em sua obra clássica, de 1911, Joseph Schumpeter destaca o empreendedorismo como força motriz do desenvolvimento econômico, fundamentalmente pela inovação e concorrência introduzida no mercado. Assim, pode-se imaginar que os países com taxas de atividade empreendedora elevadas, também, serão os países de economia mais robusta. No entanto, a realidade é que, baseado nos dados da pesquisa GEM, à medida que o grau de maturidade dos países aumenta – ou seja, países com economias fundamentadas na inovação –, diminui a TEA. Diante do exposto, questiona-se a qualidade dessa taxa e de quanto positiva é para o desenvolvimento econômico. Alguns pesquisadores apontam como uma das justificativas para os altos índices da TEA, nos países em desenvolvimento, o empreendedorismo por necessidade, que geralmente atua em atividades menos inovadoras, impactando de forma pouco positiva na economia (SCHERMA, 2010).

Vale ressaltar que essas taxas devem sempre ser examinadas frente ao contexto econômico e social que caracteriza cada país. Por exemplo, se um país apresenta uma elevada TEA, isto, apesar de ser um indicador positivo, deve ser avaliado com cuidado. Muitos empreendedores podem estar abrindo empreendimentos por necessidade devido à falta de opções no mercado de trabalho (GEM, 2012, p.39).

No entanto, a relevância do empreendedorismo é notória para o desenvolvimento econômico e social de qualquer nação. Para Degen (1989), a

riqueza gerada por uma sociedade é mensurada pela capacidade de gerar bens e serviços necessários para o bem estar da população.

Nesse sentido, Dolabela (2006) diz ser de fundamental importância o desenvolvimento do empreendedorismo frente às tendências regressivas dos postos de trabalho em todo o mundo. Dessa forma, o incentivo à atividade empresarial deve ser dado desde os primeiros níveis de educação.

As principais competências para iniciar um negócio de sucesso podem ser desenvolvidas por meio da educação. Nesse contexto, destacam-se as instituições de ensino superior (IES), que passam por uma “revolução”, na qual o desenvolvimento econômico e social já faz parte da sua missão, por contribuírem de forma positiva para o incentivo e capacitação de futuros empreendedores (ALMEIDA *et al*, 2008).

2.4 Empreendedorismo por necessidade e oportunidade

Para Fialho *et al.* (2007), a necessidade é uma condição de desequilíbrio no interior do empreendedor causada pela carência de algo, e que o dinamiza e predispõe para determinados tipos de comportamentos.

Os empreendedores por necessidade são aqueles que iniciam um empreendimento autônomo por não possuírem melhores opções de trabalho, abrindo um negócio a fim de gerar renda para si e suas famílias. Os empreendedores por oportunidade optam por iniciar um novo negócio mesmo quando possuem alternativas de emprego e renda, ou ainda, para manter ou aumentar sua renda ou pelo desejo de independência no trabalho (GEM, 2012, p.89).

Uma visão a respeito das necessidades é apresentada por Cielo (2001), que refere que os empreendedores possuem as seguintes necessidades:

- Necessidade de reconhecimento: é primordial na vida do empreendedor que ele seja reconhecido por suas qualidades, realizações e integridade pessoal;

- Necessidade de independência: o empreendedor precisa impor seu ponto de vista no trabalho, controlar seu próprio tempo e obter flexibilidade, tanto em âmbito profissional quanto familiar;
- Necessidade de liberdade: para confrontar-se com problemas, analisar oportunidades e buscar soluções;
- Necessidade de segurança: a empresa é o local onde as capacidades do empreendedor podem ser aperfeiçoadas e melhor utilizadas.

De acordo com Fialho *et al.* (2007), as pessoas procuram inicialmente satisfazer as necessidades básicas (fisiológicas, segurança), antes de buscar a satisfação das suas necessidades de nível mais alto (social e afetiva, estima e auto realização). As necessidades que estão abaixo da escala hierárquica devem ser satisfeitas para que as necessidades que estejam mais acima na escala passem a controlar os pensamentos conscientes da pessoa.

“Empreendedores por oportunidade: são motivados pela percepção de um nicho de mercado em potencial e Empreendedores por necessidade: são motivados pela falta de alternativa satisfatória de ocupação e renda” (GEM 2012).

A desinformação leva pessoas a confundirem uma boa ideia com oportunidade, e criam mais uma empresa. Sabe-se que “boas ideias não são necessariamente oportunidades e não saber distinguir umas das outras é uma das grandes causas de insucesso, comuns entre os empreendedores iniciantes” (DOLABELA, 2006)

De acordo com Dolabela (2006), os empreendedores sem sucesso confundem ideia com oportunidade. O apego à ideia, por razões psicológicas, pode impedir que ela sofra um processo de validação e, não raro, faz com que torne-se uma das causas de insucesso. O jovem empreendedor deve aprender a ver a sua ideia com distanciamento emocional, de modo a poder fazer uma análise detalhada dela.

Conforme Fialho *et al.* (2007), as inovações tendem a dar-se, simultaneamente, tanto no âmbito da tecnologia como na organização dos processos, da organização do trabalho e nos diferentes subsistemas da gestão de recursos humanos e relações laborais.

A perceptível retomada nos estudos sobre empreendedorismo no campo acadêmico deve-se a múltiplos fatores, como o crescimento da colaboração interdisciplinar entre economistas, sociólogos, antropólogos e cientistas políticos, o reconhecimento do papel fundamental que as pequenas empresas familiares e o empreendedorismo social possuem no desenvolvimento econômico de um país (SERAFIN e LEÃO, 2007).

O empreendedor tem sido apresentado como um inovador em busca de novas oportunidades, novos produtos, novas tecnologias, novos processos e novos formatos organizacionais. Assim, a ênfase tanto nos estudos e pesquisas quanto nos programas voltados ao empreendedorismo tem sido colocada naquelas pessoas que apresentam determinados atributos pessoais, como criatividade, capacidade para romper com padrões, habilidade para detectar oportunidades e baixa aversão ao risco.

2.5 Perfil empreendedor

De acordo com Dolabela (2006), o empreendedor é alguém que define por si mesmo o que vai fazer e em que contexto será feito. Ao definir o que vai fazer, ele leva em conta os seus sonhos, desejos, preferências e o estilo de vida que quer ter. Desta forma, consegue dedicar-se intensamente, já que o seu trabalho confunde-se como prazer.

Dada à imensa variedade de aspectos que envolvem a figura de um empreendedor, Santos (2011) afirma que não existe um modelo de personalidade empreendedora. Ressalta, também, que independe do contexto sócio-econômico ou regional. Por se tratarem de seres humanos, o seu comportamento obedece a um determinado processo que se diferenciará pelas características peculiares da personalidade.

Os empreendedores de sucesso possuem características e habilidades extras, são pessoas que querem ter sucesso, não ficam esperando que a sorte venha lhes bater na porta, tratam de fazer a sorte acontecer, gostam muito da sensação de fazer as coisas que qualquer um não seria capaz de fazer.

Dolabela (2006) ressalta que, não se considera empreendedora uma pessoa que, por exemplo, adquira uma empresa e não introduza qualquer inovação, mas somente gerencie o negócio.

Dornelas (2008), diz que as características de um empreendedor de sucesso são:

- Visionários: Eles têm a visão de como será o futuro para o seu negócio e sua vida e, o mais importante, têm a habilidade de implementar seus sonhos.
- Sabem tomar decisões: Eles não se sentem inseguros, sabem tomar as decisões corretas na hora certa, principalmente nos momentos de adversidade, sendo isso um fator chave para o seu sucesso. E mais, além de tomar decisões, implementam as suas ações rapidamente.
- São indivíduos que fazem a diferença: Os empreendedores transformam algo de difícil definição, uma ideia abstrata, em algo concreto, que funciona, transformando o que é possível em realidade (KAO,1989 apud DORNELAS, 2008; VRIES, 1997 apud DORNELAS,2008). Sabem agregar valor aos serviços e produtos que colocam no mercado.
- Sabem explorar ao máximo as oportunidades: Para a maioria das pessoas, as boas ideias são daqueles que as veem primeiro, por sorte ou por acaso. Para os visionários (os empreendedores), as boas ideias são geradas daquilo que todos conseguem ver, mas não identificaram algo prático para transformá-las em oportunidades, por meio de dados e informação.

Para Schumpeter (1949) apud DORNELAS (2008), é aquele que quebra a ordem correta e inova, criando mercado comum à oportunidade identificada.

Para Kirzner (1973) apud DORNELAS (2008), o empreendedor é aquele que cria um equilíbrio, encontrando uma posição clara e positiva em um ambiente de caos e turbulência, ou seja, identifica oportunidades. Porém, ambos são enfáticos em afirmar que o empreendedor é um exímio identificador de oportunidades, sendo um indivíduo curioso e atento à informação, pois sabe que as suas chances melhoram quando o seu conhecimento aumenta.

- Determinados e dinâmicos: Eles implementam as suas ações com total comprometimento. Atropelam as adversidades, ultrapassando os obstáculos,

comum a vontade ímpar de “fazer acontecer”. Mantêm-se sempre dinâmicos e cultivam um certo inconformismo diante da rotina.

- **Dedicados:** Eles se dedicam 24h por dia, 7 dias por semana, ao seu negócio. Comprometem o relacionamento com amigos, com a família, e até mesmo com a própria saúde. São trabalhadores exemplares, encontrando energia para continuar, mesmo quando encontram problemas pela frente. São incansáveis e loucos pelo trabalho.
- **Otimistas e apaixonados pelo que fazem:** Eles adoram o trabalho que realizam. E é esse amor ao que fazem o principal combustível que os mantém cada vez mais animados e autodeterminados, tornando-os melhores vendedores dos seus produtos e serviços, pois sabem, como ninguém, como fazê-lo. O otimismo faz com que sempre enxerguem o sucesso, em vez de imaginarem o fracasso.
- **Independentes e constroem o próprio destino:** Eles querem estar à frente das mudanças e ser donos do próprio destino. Querem ser independentes, em vez de empregados; querem criar algo novo e determinar os próprios passos, abrir os próprios caminhos, ser o próprio patrão e gerar empregos.
- **Ficam ricos:** Ficar rico não é o principal objetivo dos empreendedores. Eles acreditam que o dinheiro é consequência do sucesso dos negócios.
- **Líderes e formadores de equipe:** Os empreendedores têm um senso de liderança incomum. E são respeitados e adorados por seus funcionários, pois sabem valorizá-los, estimulá-los e recompensá-los, formando um time em torno de si. Sabem que para obter êxito e sucesso, dependem de uma equipe de profissionais competentes. Sabe mandar e recrutar as melhores cabeças para assessorá-los nos campos onde não detêm o melhor conhecimento.
- **Bem relacionados (*networking*):** Os empreendedores sabem construir uma rede de contatos que os auxiliam no ambiente externo da empresa, junto a clientes, fornecedores e entidades de classe. Os empreendedores sabem obter e alocar os recursos materiais, humanos, tecnológicos e financeiros, de forma racional, procurando o melhor desempenho do negócio.
- **Planejam, planejam, planejam:** Os empreendedores de sucesso planejam cada passo do seu negócio, desde o primeiro rascunho do plano de negócio, até à apresentação do plano a investidores, definição das estratégias de

marketing do negócio, etc., sempre tendo como base a forte visão do negócio que possuem.

- Possuem conhecimento: São sedentos pelo saber e aprendem continuamente, pois sabem que quanto maior o domínio sobre o ramo do negócio, maior é a sua chance de êxito. Esse conhecimento pode vir da experiência prática, de informações obtidas em publicações especializadas, em cursos, ou mesmo de conselhos de pessoas que montaram empreendimentos semelhantes.
- Assumem riscos calculados: Talvez essa seja a característica mais conhecida dos empreendedores. Mas o verdadeiro empreendedor é aquele que assume riscos calculados e sabe gerenciar o risco, avaliando as reais chances de sucesso. Assumir riscos tem relação com desafios. E para o empreendedor, quanto maior o desafio mais estimulante será a jornada empreendedora.
- Criam valor para a sociedade: Os empreendedores utilizam o seu capital intelectual para criar valor para a sociedade, com a geração de empregos, dinamizando a economia e inovando, sempre usando a sua criatividade em busca de soluções para melhorar a vida das pessoas.

Dessa forma, de acordo com Fialho *et al.* (2007), o sucesso do empreendedor também está relacionado com o papel de líder exercido por este na condução do seu negócio.

Diante dos estudos de Dolabela (2006), são considerados como exemplos de empreendedores:

- Um indivíduo que cria uma empresa, qualquer que seja ela;
- Uma pessoa que compra uma empresa e introduz inovações assumindo riscos, seja na forma de administrar, vender, fabricar, distribuir ou de fazer propaganda dos seus produtos e/ou serviços, agregando novos valores;
- Um empregado que introduz inovações em uma organização, provocando o surgimento de valores adicionais.

Segundo Fialho *et al.* (2007), é a necessidade que o empreendedor tem de atingir o sucesso pessoal, consequência do sucesso do seu empreendimento. A necessidade de sucesso está intimamente relacionada com a realização pessoal e a

organização da empresa. É essa organização, aliada à ânsia do empreendedor pelo desenvolvimento promissor de seu negócio, que irá garantir o bom andamento da empresa em todos os seus setores.

Santos (2011) relata que em diversos estudos sobre empreendedorismo encontram-se, pelo menos, os seguintes aspectos sobre o empreendedor:

- Iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz,
- Utilização de recursos disponíveis de forma criativa,
- Aceitação em assumir riscos e conseqüentemente a possibilidade de fracassar.

De acordo com Dornelas (2008) o processo empreendedor pode ser ensinado e entendido por qualquer pessoa.

Os empreendedores de sucesso transformam uma ideia abstrata em algo concreto, que funciona, transformando o que é possível em uma realidade bem-sucedida. Sabem agregar valor aos serviços e produtos que ajudam a colocar no mercado. Encontram maneiras de fazer as coisas de forma eficaz, agindo de forma a fazer coisas que satisfaçam ou excedam padrões de excelência.

Os valores inerentes aos empreendedores estão intrinsecamente ligados ao comportamento apresentado pelos mesmos em aspectos como o planejamento e organização. É dentro desse contexto que se forma o perfil de um empreendedor, onde seus valores são determinantes para a elaboração e execução de processos da esfera organizacional e a formatação de sua liderança.

2.6 Determinantes da intenção empreendedora

Originam-se na psicologia correntes de pensamentos que buscam entender e prever as intenções que levam um indivíduo a se tornar um empreendedor. A psicologia social é utilizada por diversos autores em trabalhos de escolha ocupacional em geral, bem como em modelos específicos aplicados ao empreendedorismo (LEITE, 2008).

A atitude empreendedora tem sido definida como uma percepção individual para o valor e benefício do ato de empreender, que muito interfere na intenção de

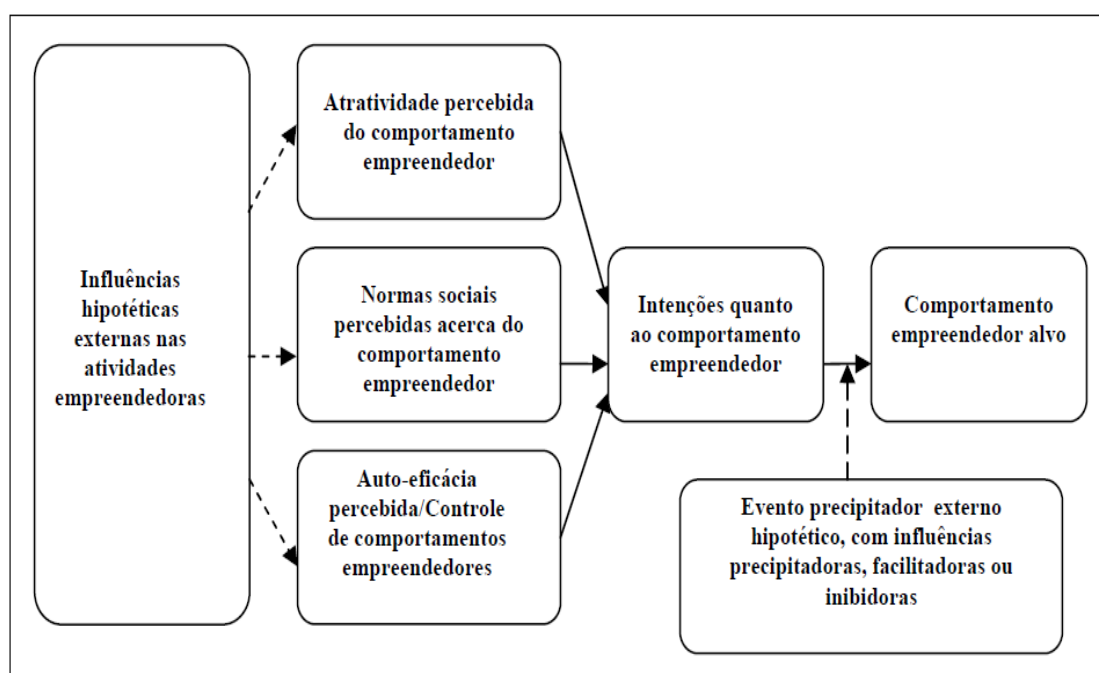
criar um novo negócio. Alguns autores têm abordado as atitudes empreendedoras de duas formas, por um lado acredita-se numa construção unidimensional – na qual as atitudes são explicadas por sentimentos, pensamentos e conotações de cada indivíduo em relação ao empreendedorismo –, por outro lado admitem-se conceitos multidimensionais – nos quais destacam-se aspectos chave, como personalidade, necessidade de realização, controle pessoal sobre a inovação e autoestima, para prever atitudes que levam ao comportamento empreendedor (TEIXEIRA, 2013).

Pesquisas existentes no que se refere à previsão do comportamento empreendedor, baseadas em traços de personalidade e dados demográficos, não se revelam muito explicativas. Por outro lado, modelos intencionais têm sido a melhor alternativa para se prever a intenção de empreender (TEIXEIRA, 2013).

Nesse contexto, cabe ressaltar a Teoria do Comportamento Planejado de Ice Ajzen, que se concentrou nas intenções do indivíduo, buscando daí retirar informações de como ele pode proceder, levando em consideração questões de comportamentos específicos que estejam sob o controle de sua vontade (SANTOS, 2008).

De acordo com Ajzen (1991), as intenções são fatores motivacionais que influenciam o comportamento indicando o quão forte é a vontade de tentar ou exercer um determinado esforço para manifestar um comportamento.

Figura 01 – Teoria do comportamento planejado



Fonte: Santos, 2008 (Adaptado de KRUEGER JR.; CARSRUD, 1993).

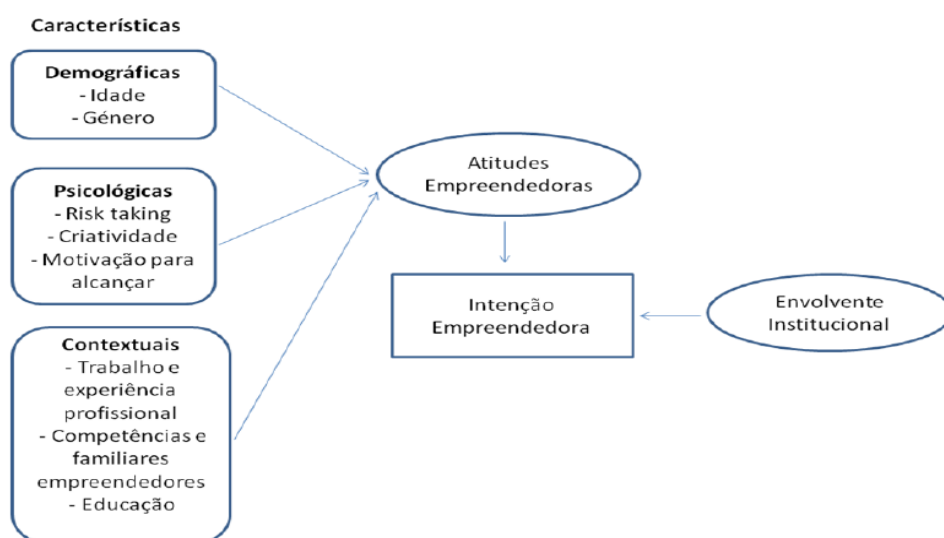
Segundo Brid, (apud Carvalho e González, 2006), a intenção pode ser vista como um estado de espírito, na qual o indivíduo está com a atenção voltada para determinada situação. Dessa forma, é possível deduzir que a intenção é algo que precede a concretização da ação empreendedora.

A literatura define a intenção como um preditor parcimonioso do comportamento, que é difícil de ser observado. Nesse sentido, diversos fatores concorrem para que um indivíduo seja levado a empreender, daí a utilização de modelos de intenção empreendedora, dado que intenção empreendedora é um comportamento planejado (SOUSA, 2012).

Nas referências reportadas neste trabalho, as estruturas teóricas sobre intenção empreendedora fundamentam-se no modelo de Ajzen. Conforme Santos (2008), o comportamento planejado de Ajzen é consequência das crenças que muito influenciam nas decisões de um indivíduo. Tais crenças influenciam as atitudes, que por sua vez, influenciam as intenções e estas definem o comportamento.

Para Teixeira e Davey (2010), as intenções subjacentes ao empreendedorismo podem ser enquadradas em um modelo sedimentado por três características: demográficas – idade e gênero -, psicológicas – *risktaking*, criatividade e motivação para alcançar algo – e contextuais – trabalho, experiência profissional, competência, familiares empreendedores e educação, conforme apresentado na figura 02.

Figura 02: intenções subjacentes ao empreendedorismo



Fonte: Teixeira e Davey, 2010

Embora diversos estudos sobre intenções empreendedoras tenham se mostrado inconclusivos, não se devem abandonar os caminhos oferecidos pela psicologia. O pesquisador que mais recebeu críticas foi McClelland, por, entre outras razões, utilizar um teste projetivo, de cunho qualitativo, que necessitava de pessoas altamente qualificadas no campo da psicologia para respondê-lo. Posteriormente, grande parte dos pesquisadores, objetivando uma melhor aplicação e interpretação dos testes de características/traços empreendedores, passaram a aplicar questionários objetivos com escalas somadas do tipo Likert, das quais se destacam as de cinco pontos. Esses testes, utilizando-se de técnicas estatísticas, têm buscado associações entre intenções empreendedoras e características demográficas, psicológicas, econômicas, culturais e ambientais (SANTOS, 2008).

Para Davidsson (1995), a decisão de iniciar um novo negócio é assumida como sendo algo planejado e, assim, precedido por uma intenção de fazê-lo. Entretanto, em alguns casos, essa intenção é formada pouco antes da real decisão e em outros casos, essa intenção nunca leva a um real comportamento. Por isso, as intenções empreendedoras são caracterizadas por prever, embora imperfeitamente, a escolha dos indivíduos por criarem suas próprias empresas.

Compartilhando a opinião de outros autores, Teixeira (2013), concorda que as intenções são construídas mesmo quando parecem surgir espontaneamente. O autor afirma que, as características iniciais da intenção empreendedora são enraizadas e cruciais para o entendimento do processo empreendedor.

Eventos antecedentes à ocorrência da intenção empreendedora, como o grau de avaliação pessoal quanto às possíveis reações desencadeadas pela execução de um comportamento, a percepção do indivíduo quanto ao julgamento social de suas atividades e suas convicções em relação ao controle comportamental podem implicar em obstáculos ou aptidões na prática do comportamento empreendedor (SOUSA, 2012).

Ainda segundo Sousa (2012), aspectos demográficos, culturais, bem como de cunho empresarial e familiar devem ser somados àqueles citados anteriormente, pois estes são fatores que podem facilitar ou dificultar a ação empreendedora.

Diversos estudos mostram-se interessados em revelar as variáveis que influenciam na intenção que leva um indivíduo a empreender. Partilhando da

literatura de Teixeira (2013), entende-se que vários fatores semelhantes contribuem para tal, dentre eles os mais frequentes são: idade, gênero, formação profissional, experiência profissional e educacional e perfis psicológicos.

Dessa forma, como mencionado anteriormente, ressalta-se a existência de três grupos de variáveis que podem influenciar diretamente a propensão empreendedora dos estudantes universitários. O primeiro grupo é o das variáveis demográficas – gênero e idade –, o segundo é o das variáveis psicológicas – a situação que o indivíduo se encontra no momento, suas percepções, capacidade para iniciar um novo negócio, capacidade de visualizar oportunidades no mercado e medo do fracasso –, e por fim, o terceiro grupo, que é composto das variáveis contextuais – o nível educacional, a importância do rendimento familiar sobre a atividade empreendedora, contato com outros empreendedores e percepção das perspectivas econômicas para a família e economia.

2.7 Fatores determinantes da intenção empreendedora

Em um estudo realizado para aferir a influência na propensão empreendedora, de 521 universitários na área de gestão, não se observou qualquer relevância com o gênero dos entrevistados, porém constatou-se que auto-eficácia é muito influenciada por este, e que as competências fortes estão mais ligadas ao gênero masculino (TEIXEIRA, 2013).

No que diz respeito a fatores demográficos, Carvalho e González (2006) relata alguns estudos que demonstram que a idade é uma importante variável para determinar a propensão para fundar uma empresa. Quanto ao gênero, esses estudos revelam diferenças de personalidade entre homens e mulheres, que podem influenciar na atitude empreendedora. Destaca, também, que os homens são mais empreendedores e estão mais orientados para a realização pessoal, e como possível justificativa desse fato resgata-se a diferença histórica entre homens e mulheres em relação à valorização do trabalho e às características psicológicas.

Davidsson (1995) aponta a idade como fator importante na propensão empreendedora. No que tange ao gênero, há uma representação substancial do sexo masculino entre os fundadores de negócios, na maioria dos países

pesquisados. Entretanto, classifica como pouco explicativa, a influência do gênero na intenção empreendedora, havendo a possibilidade da variável estar mais relacionada com a convicção do que com a intenção de fato.

Para Teixeira (2013), o resultado desfavorável para o gênero feminino, na maioria das pesquisas sobre tendências empreendedoras, deve-se, em parte, aos estereótipos criados contra estas. Ainda referindo-se a aspectos demográficos, homens e mulheres atuam de formas diferentes, no que diz respeito ao empreendedorismo, e entre as principais diferenças estão a forma de financiar seus empreendimentos, o estilo de gestão, o tipo de negócio e as experiências vividas como empreendedores. Destacam-se, também, diferenças nas áreas de formação acadêmica, enquanto homens tendem para áreas tecnológicas, mulheres inclinam-se para as áreas econômicas, administrativas e comerciais.

Pesquisa recentemente realizada, sobre as determinantes da intenção empreendedora, entre universitários da China e Estados Unidos, retrata não existir correlações dos fatores gênero, e etnia com a intenção de empreender (WANG; LU; MILLINGTON, 2011).

Para Teixeira e Davey (2010), embora a literatura evidencie que, características demográficas tenham certas atitudes nas intenções empreendedoras, aspectos psicológicos, motivacionais, bem como criatividade e propensão ao risco, somados aos contextos de experiência familiar e profissional, oportunidades de mercado e contato com outros empreendedores se mostram bem mais relevantes na explicação dessas intenções.

No que diz respeito a características psicológicas, Teixeira (2013) define criatividade como a capacidade de criar e implementar uma nova ideia, assunção do risco como a capacidade do indivíduo de lançar-se na criação de um novo negócio que envolva riscos e motivação como a necessidade de atingir determinados objetivos, para o autor esses são fatores importantes que emergem para explicar a intenção empreendedora. Ainda sobre aspectos psicológicos, surge como significativo a auto-eficácia, que é definida como a estimativa cognitiva das capacidades dos indivíduos para mobilizar recursos, atividades e motivações, que é inerente à atividade empreendedora. Em um estudo sobre auto-eficácia e intenção empreendedora, realizado na Turquia com 245 estudantes universitários e posteriormente comparado com resultados obtidos na Coréia e nos Estados Unidos,

concluiu-se que quatro dimensões relacionadas à auto-eficácia se mostraram relevantes para a propensão empreendedora, são elas: “desenvolver um novo produto e oportunidade de mercado”, “construir um ambiente inovador”, “definir um objetivo central” e “lidar com desafios inesperados”.

A sociedade tem atitudes negativas em relação à criação de novas empresas, e para construir atitudes positivas é preciso que sejam alteradas as percepções de desejabilidade e viabilidade quanto à criação de um novo negócio. O autor afirma, também, que fatores ambientais como a valorização do papel do empreendedorismo pela sociedade e a existência de oportunidades, recursos e assistências na criação de um novo negócio aumentam a probabilidade de um indivíduo lançar-se ao risco e dar passo para criação do próprio negócio (SÁNCHEZ, 2010).

Como características contextuais, Sánchez (2010) mostra que a educação desempenha um papel fundamental no estímulo do espírito empreendedor entre estudantes universitários. Resultados obtidos, a partir de estatística descritiva e inferencial, fornecem bases para estabelecer que uma infra-estrutura específica de contexto, que promova o empreendedorismo e o desenvolvimento econômico, pode ser desenvolvida através da educação.

Teixeira (2013) destaca a educação, as oportunidades de mercado, o contato com outros empreendedores e a experiência profissional. Em sua pesquisa, a autora relata a importância da experiência profissional, por outro lado, afirma ser a educação uma das mais importantes variáveis para explicar a propensão a empreender dos estudantes. Estudos envolvendo universitários portugueses e espanhóis concluíram que a educação, como característica contextual, é fundamental para o desenvolvimento de competências relacionadas ao empreendedorismo.

Carvalho e González (2006) aponta que a educação formal juntamente com a experiência profissional anterior são aspectos importantes na decisão de criar uma empresa. No caso da experiência profissional por conta de outrem, permite uma aquisição de conhecimentos práticos, que podem incrementar a capacidade de conceber uma empresa. De acordo com o mesmo, quanto aos antecedentes familiares, às habilitações acadêmicas e o nível de rendimento dos pais podem influenciar na propensão empreendedora.

As oportunidades de mercado são variáveis relevantes, uma vez que se apresentam diretamente relacionadas com outras dimensões de auto-eficácia, citadas anteriormente. Outra característica contextual que se mostra relevante é o contato com outros empreendedores, pesquisas apontam que o fato de os estudantes terem empreendedores na família ou se relacionar com outros empreendedores influencia positivamente a intenção de criar sua própria empresa (TEIXEIRA, 2013).

De acordo com Sánchez (2010), ambientes empresariais e o contato com outros empreendedores promovem a oportunidade, identificação e exploração da atividade empreendedora. No entanto, ressalta o autor que, políticas e procedimentos macroeconômicos, como políticas de negociação, barreiras à entrada, regulamentação de negócios entre outros pode afetar significativamente a propensão ao empreendedorismo.

3. METODOLOGIA

“Metodologia é o conjunto de métodos ou caminhos que são percorridos na busca do conhecimento” (ANDRADE, 2009).

Este capítulo tem a finalidade de explicar a metodologia utilizada no processo de coleta e tratamento dos dados para aferição da intenção empreendedora dos estudantes.

Para Andrade (2009), metodologia é o conjunto de procedimentos utilizados na investigação de fenômenos. É a ordem que se deve impor aos diferentes processos necessários para obtenção de um resultado desejado.

3.1 Tipo de Pesquisa

O presente trabalho tem como objetivo identificar de que forma variáveis influenciam na propensão empreendedora dos alunos de Administração e Economia da Universidade Federal do Ceará.

Trata-se de uma pesquisa quantitativa que, segundo Gil (2010), quanto aos fins é denominada descritiva, pois tem como objetivo descrever a maneira como variáveis demográficas, psicológicas e contextuais impulsionam os estudantes a empreender.

Quanto aos meios é classificada como uma pesquisa de campo, pois foi uma investigação realizada na Faculdade de Economia e Administração da UFC (FEAAC).

3.2. População e amostra

A população da pesquisa é constituída pelos alunos do primeiro e último anos dos cursos de administração e economia da FEAAC – Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade, núcleo da Universidade Federal do Ceará.

Fundada pelo professor Djacir Menezes, em novembro de 1938, a faculdade teve início como escola particular, sendo federalizada em 1963. Atualmente a

FEAAC oferece seis cursos de Graduação – Economia, Administração, Atuária, Contabilidade, Secretariado Executivo e Finanças –, dois Mestrados Profissionais – Administração e Controladoria e Economia –, dois Mestrados Acadêmicos – Administração e Controladoria e Economia – e um Doutorado – Economia –, atendendo a um total de 4.140 alunos. O seu corpo docente é formado por 109 professores, dos quais 63 são doutores, 42 são mestres e 04 são especialistas. O corpo técnico-administrativo é composto por 50 funcionários, (UFC).

O estudo é baseado numa amostra de 189 respondentes do primeiro e último ano dos cursos de Administração e Economia da UFC. A opção de escolher alunos do primeiro ano tem como objetivo compreender as necessidades que estes poderão ter em termos de aquisição de qualificações direcionadas para o empreendedorismo. A inclusão de alunos do último ano visa avaliar se estar no final do curso tem ou não efeito na intenção empreendedora.

3.3 Coleta dos Dados

A coleta dos dados foi realizada no primeiro semestre acadêmico de 2013, por meio de questionário aplicado em sala de aula, na presença do professor.

O questionário foi concedido pela professora Aurora A.C. Teixeira – Membro do Grupo Científico Economics (Agrupamento Científico de Economia) da Faculdade de Economia da Universidade do Porto – e é utilizado em sua pesquisa – “Empreendedorismo e intenções empreendedoras dos estudantes universitários de economia e gestão: uma perspectiva internacional”, que foi aplicada em universidades de 17 países, dentre eles: Alemanha, Eslovénia, Finlândia, Reino Unido, Polónia e Portugal, para medir as atitudes dos estudantes universitários relativamente à criação de novos negócios.

O questionário consta de 18 questões, que podem ser divididas em quatro grupos. O primeiro grupo de questões (Q.1 e Q.2) tem como objetivo testar a imagem que os alunos têm do empreendedorismo, o segundo grupo (Q.3–Q.11), também de caráter geral, testa a familiaridade dos estudantes com a criação de novas empresas, o terceiro grupo (Q.12–Q.15) testa o interesse dos alunos na

criação de uma nova empresa e, por fim, o quarto grupo (Q.16–Q.18) possui informações demográficas e de contexto.

A todas as questões, com exceção das Q.3-Q.5 e Q.7-Q.10, bem como o grupo da informação demográfica, os alunos responderam utilizando uma escala de Likert (1–5), através da qual os estudantes especificaram o seu nível de concordância com cada afirmação.

3.4. Tratamento dos dados

Inicialmente, foi realizada uma análise descritiva dos dados, com a elaboração de tabelas de frequências e de diagramas circulares, de modo a caracterizar a amostra.

Em seguida, as variáveis referentes às escalas de empreendedorismo foram submetidas à técnica estatística da análise fatorial, e os seus escores foram posteriormente utilizados, juntamente com as variáveis socio-demográficas, como variáveis independentes dos modelos de regressão logística, desenvolvidos com o objetivo de prever a intenção empreendedora conforme enunciado no objetivo específico dois.

Utilizou-se o software IBM® SPSS® (Statistical Package for Social Sciences, versão 2.0) para realização das análises estatísticas mencionadas.

3.4.1 Análise Fatorial

Análise fatorial é a denominação genérica dada a um conjunto de métodos estatísticos multivariados cujo principal objetivo é estabelecer a estrutura subjacente em uma matriz de dados. De forma sucinta, a análise fatorial analisa as inter-relações (correlações) entre um grande número de variáveis, que resulta em um conjunto de dimensões latentes comuns, chamadas de fatores. Com isso, é possível identificar as dimensões, separadas da estrutura, e em seguida determinar em que grau as variáveis são explicadas por tais dimensões. Uma vez que essas dimensões

e as explicações de cada variável estejam estabelecidas, poderão alcançar-se os dois principais objetivos do uso da análise fatorial – o resumo e a redução de dados (HAIR *et al.*, 2009).

Portanto, o propósito geral da análise fatorial é encontrar um modo de reduzir as informações, contidas em diversas variáveis originais, a um conjunto menor de novas dimensões, compostas ou variáveis estatísticas (fatores), com uma perda mínima de informações, buscando identificar constructos inerentes às variáveis originais.

Nesse contexto, foi aplicada a técnica da Análise Fatorial às variáveis correspondentes à contribuição do empreendedorismo na sociedade, às características de um empreendedor, às aptidões dos entrevistados para o empreendedorismo, às motivações para trabalhar por conta de outrem, às motivações para trabalhar por conta própria e ao estímulo da universidade para o empreendedorismo.

Para a estimação dos fatores comuns, optou-se pelo método dos componentes principais. Este método transforma um conjunto de variáveis correlacionadas num conjunto de variáveis independentes (componentes principais). As componentes principais são combinações lineares das variáveis originais, ordenadas segundo a variância, sendo a primeira componente principal a que apresenta maior variância (MAROCO, 2007).

Em todas as análises obtiveram-se amostras adequadas para a aplicação da análise fatorial ($KMO \geq 0,50$) e valores p , do teste de esfericidade de Bartlett, baixos, indicando a desigualdade da matriz de covariância com a matriz identidade. Para a determinação do número de fatores a ser extraído, foi utilizado o critério da Raiz Latente. De acordo com Hair *et al.* (2009), este critério determina que o número de fatores deva ser igual ao número de autovalores maiores ou iguais à média das variâncias das variáveis analisadas. Neste caso, como a análise fatorial é realizada sobre a matriz de correlação (variáveis padronizadas), esse critério inclui os fatores com autovalores superiores a um ($\lambda > 1$).

3.4.2 Regressão Logística

Amplamente utilizada em ciências médicas e sociais, a regressão logística, também denominada modelo logístico, modelo logístico ou classificador de máxima entropia, é uma técnica estatística que tem a finalidade de produzir um modelo, a partir de variáveis independentes contínuas e/ou categóricas, que permitam a predição de valores tomados por uma variável categórica dicotômica. Simplificando, isso quer dizer que podemos prever a qual de duas categorias é provável que um indivíduo pertença, dado certas informações (FIELD, 2009).

No presente estudo, explora-se a intenção empreendedora dos entrevistados, estimando-se a probabilidade de uma pessoa ter ou não propensão para empreender. Como exemplo, utilizando variáveis independentes, como: motivação para ter o próprio negócio, capacidade de assumir riscos e experiências positivas relacionadas a negócios familiares, pode-se aferir se um indivíduo é ou não propenso a ser um empreendedor. Ao selecionar um aluno, ao acaso, e verificar que o mesmo obteve um determinado escore em todas as três variáveis citadas acima, é possível, através de um modelo de regressão logística, dizer quão provável é que esse aluno venha a ter o próprio negócio.

Para o desenvolvimento de modelos de regressão logística, utilizou-se o método *Stepwise*, que consiste no critério de permanência ou retirada das variáveis de acordo com o nível de significância estatística da sua inclusão ou remoção na formação do modelo. Através da estatística Razão de Verossimilhança, o modelo atual é comparado ao modelo quando o previsor é removido, se a remoção do previsor acarreta uma diferença significativa para o ajuste do modelo aos dados observados, o método retém o previsor. Caso contrário, quando a retirada do previsor acarreta uma diferença muito pequena no modelo, o método rejeita o previsor (FIELD, 2009).

Como referido anteriormente, o objetivo específico da pesquisa é analisar a intenção de empreender de um determinado grupo de estudantes universitários. Para isso tomou-se como variável dependente, para essa propensão ao empreendedorismo, a questão 14 do formulário, que questiona esta intenção ser a mais provável para a sua futura carreira, numa escala de 1 a 5 –“1” trabalhar por

conta de outrem, “2” mais provável trabalhar para outrem, “3”, indiferente, “4” mais provável ter o próprio negócio e “5” ter o próprio negócio –, se o estudante respondeu 4 ou 5, a variável de intenção empreendedora assume valor 1 e 0, no caso contrário.

Dessa forma, utilizando-se do método *stepwise*, foram realizadas duas análises de regressão logística, ambas tendo como variável dependente a intenção de empreender. A primeira análise de regressão utilizou como variáveis independentes os escores obtidos na análise fatorial, realizada na etapa anterior. Já a segunda, utilizou-se de todas as variáveis ordinais (escala Likert) e qualitativas do questionário, como variáveis independentes, para o modelo de regressão.

4. ANÁLISE DOS DADOS

4.1. Análise Descritiva dos Dados

O Gráfico 01 apresenta características demográficas da amostra, que demonstra a última experiência profissional dos alunos, destacando-se o estágio, seguido por nenhuma experiência. Quanto ao gênero, a amostra é constituída de 61,4% do sexo masculino e de 38,6% do sexo feminino.

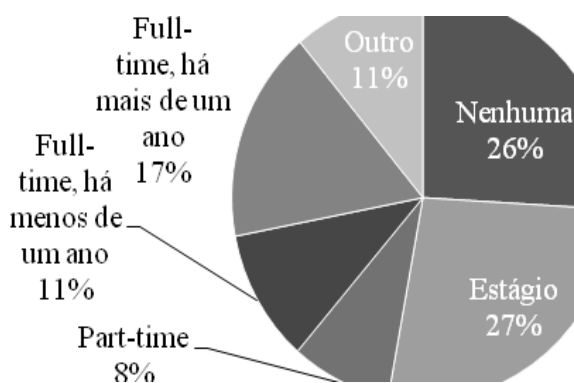


Gráfico 01: Experiência Profissional
Fonte: Elaborado pelo autor

A amostra é constituída por 189 respondentes, os quais pertencem ao primeiro e último ano dos cursos de Administração e Economia da UFC, num total de quatro semestres. Na Tabela 1 Identificam-se as frequências absolutas e relativas (porcentuais) dos dois anos.

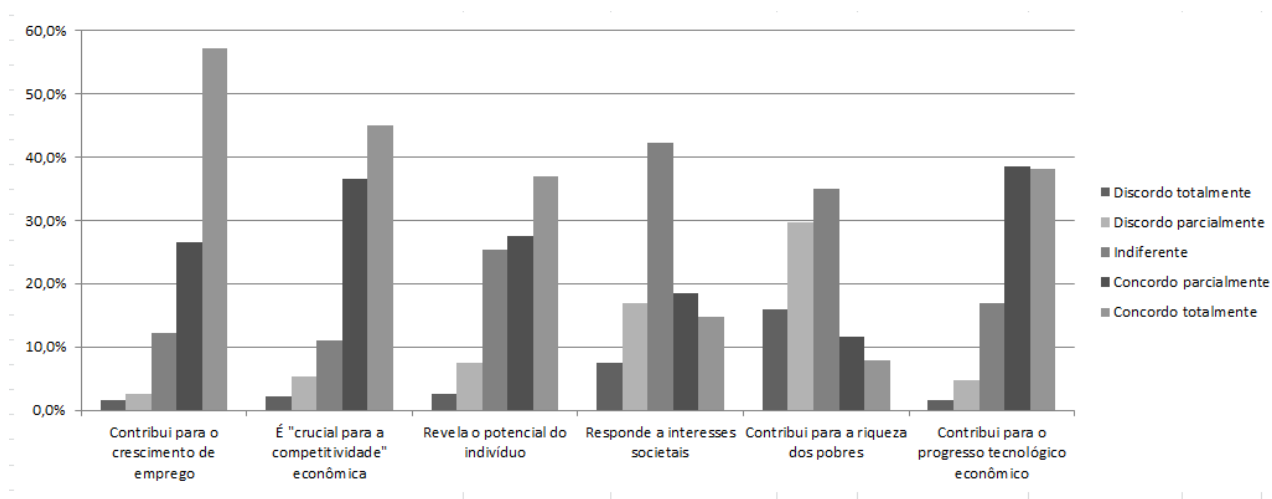
Tabela 01: Frequência por ano

	Frequência	Porcentual
Primeiro	130	68,8
Último	59	31,2
Total	189	100,0

Fonte: Elaborado pelo autor

Como mencionado na metodologia, o questionário está dividido em grupos de perguntas, sendo o primeiro formado por questões de caráter geral, que tem a finalidade de aferir a imagem que o aluno tem do empreendedorismo e o segundo grupo formada por questões que abordam características de um empreendedor. Neste aspecto, o Gráfico 2 apresenta a percentagem geral dos respondentes sobre o quão concordam com as contribuições geradas pelo empreendedorismo na sociedade. Em suma, os respondentes identificam uma contribuição do empreendedorismo para o crescimento de emprego, essencial para o desenvolvimento econômico e para o progresso tecnológico.

Gráfico 02: Contribuição do Empreendedorismo na Sociedade



Fonte: Elaborado pelo autor

Quanto aos questionamentos trazidos no grupo dois, que abordam algumas características dos empreendedores – motivação, auto-eficácia, percepção e risco –, os resultados, apresentados na Tabela 2, convergem para características como: a capacidade de perceber uma grande ideia, ter paixão pelo que faz e ter disposição para correr riscos como sendo as mais atribuídas aos empreendedores.

Tabela 02: Características de um Empreendedor

Empreendedor	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Indife rente	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
Tem um QI elevado	30,2%	28,0%	29,1%	9,0%	3,7%
Tem uma ideia radicalmente nova para a criação de um novo negócio	9,5%	29,6%	28,0%	18,5%	14,3%
Tem a capacidade de perceber o potencial de uma ideia	0,5%	2,6%	9,0%	29,6%	58,2%
Possui o seu próprio capital	27,0%	34,9%	29,6%	5,8%	2,1%
Está disposto a atuar dentro das regras	15,3%	32,3%	32,3%	14,3%	5,8%
Está disposto a trabalhar com base nos recursos de que dispõe no presente	7,9%	20,1%	25,9%	29,1%	16,9%
Tem paixão, entusiasmo, iniciativa e persistência	0,5%	2,6%	8,5%	28,0%	60,3%
Considera os interesses da sociedade na sua tomada de decisão	9,5%	17,5%	26,5%	29,6%	16,9%
Está disposto a correr grandes riscos por causa de uma nova ideia	1,1%	5,3%	22,2%	35,4%	36,0%
É uma pessoa respeitável	11,6%	13,8%	37,0%	21,2%	16,4%

Fonte: Elaborado pelo autor

Na Tabela 03 e Gráfico 03 são apresentadas, respectivamente, as percentagens dos respondentes que têm interesse ou já criaram empresas e de suas decisões para o futuro – trabalhar para outrem ou ter o próprio negócio. O gráfico 03, que questiona o entrevistado quanto ao seu futuro – ser empregado ou ter o próprio negócio - foi utilizado nas análises subsequentes para formar a variável dependente da intenção empreendedora.

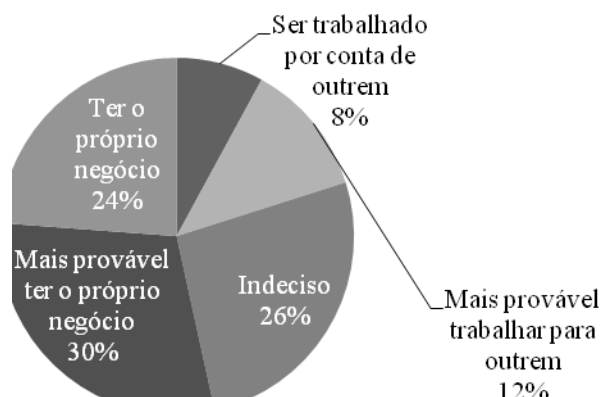
Quanto ao primeiro questionamento, a grande parte dos entrevistados, embora não tenham dado passos, imaginam-se a criar a própria empresa. Na mesma linha seguem as respostas do gráfico 03, questionados quanto à decisão para o futuro, 54% afirmam intenções para possuir o próprio negócio.

Tabela 03: Criação de negócios

	Frequência	Porcentual	Porcentagem acumulativa
Não e não tenho qualquer interesse em ter	17	9,0	9,0
Não, mas consigo imaginar-me a criar a minha própria empresa	87	46,0	55,0
Não, mas tenho uma ideia que poderia ter sucesso	31	16,4	71,4
Estou presentemente a pensar nessa possibilidade	23	12,2	83,6
Já dei alguns passos para criar um negócio	15	7,9	91,5
Sim, já criei empresa(s)	16	8,5	100,0
Total	189	100,0	100,0

Fonte: Elaborado pelo autor

Gráfico 03: Ter o próprio negócio



Fonte: Elaborado pelo autor

Quanto às aptidões, os estudantes não demonstraram conhecimentos técnicos, como elaborar um plano de negócio, reconhecer o que o mercado quer ou como financiar um empreendimento, o que pode ser justificado pelo grande percentual de alunos dos primeiros semestres, muitas vezes com idade entre 16 e

19 anos, ainda com pouca experiência profissional. Entretanto, no último item, que aborda uma aversão ao risco, os estudantes mostraram-se contrários, corroborando, assim, com a literatura, que destaca como uma importante característica dos empreendedores a assunção ao risco.

Tabela 04: Aptidões dos entrevistados para o empreendedorismo

	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Indiferente	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
Conheço técnicas para identificar o que o mercado quer.	6,9%	25,9%	38,1%	23,8%	5,3%
Compreendo os questionamentos que são apresentados para levar uma ideia para o mercado.	4,2%	20,1%	39,2%	30,2%	6,3%
Consigo criar um plano de negócios e um conceito de negócio.	9,5%	22,8%	27,0%	32,3%	8,5%
Sei como financiar legalmente um novo conceito de negócio.	16,4%	30,2%	26,5%	22,2%	4,8%
Leio regularmente livros/artigos sobre empreendedorismo e inovação.	19,6%	30,7%	24,9%	14,3%	10,6%
Participo regularmente em conferências/palestras/workshops sobre empreendedorismo e/ou inovação.	39,7%	33,9%	16,4%	8,5%	1,6%
Na adolescência, trabalhei por conta própria (ex. Distribuí jornais; fiz babysitting; fiz trabalhos de jardinagem, etc.)	53,4%	16,9%	6,3%	10,6%	12,7%
Tenho trabalhado como freelancer ou estou a	70,4%	9,0%	5,3%	7,4%	7,9%

trabalhar por conta própria.					
Segui de perto ou ajudei familiares que criaram o seu próprio negócio.	39,7%	15,9%	12,7%	12,2%	19,6%
Segui de perto ou ajudei amigos ou conhecidos que criaram o seu próprio negócio.	48,1%	18,5%	19,0%	8,5%	5,8%
Um ou mais do que um dos negócios mencionados nas alíneas e) e f) acabaram por falir.	69,3%	14,3%	6,9%	3,2%	6,3%
Não se deveria começar um negócio quando existe o risco de ele falhar.	58,7%	15,9%	14,3%	4,8%	6,3%

Fonte: Elaborado pelo autor

Em relação ao quão interessados se revelam, durante os seus estudos, nos tópicos apresentados na Tabela 05, observa-se que em suma os respondentes estão muito interessados na criação de negócio, seja a partir de uma ideia, de uma investigação ou através do intraempreendedorismo, predominando o interesse na criação de um novo negócio a partir de uma ideia.

Tabela 05: Interesse pelo Empreendedorismo

	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Indiferente	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
Criar um novo negócio a partir de uma ideia.	7,4%	6,9%	21,2%	27,0%	37,6%
O empreendedorismo utilizando a investigação.	4,2%	14,3%	31,2%	25,9%	24,3%
O empreendedorismo dentro de uma empresa já existente.	11,6%	12,7%	23,8%	25,4%	26,5%

Fonte: Elaborado pelo autor

Nas Tabelas 06 e 07 são apresentadas, respectivamente, as motivações trabalhar para outrem e para ter o próprio negócio. Observa-se na tabela 6 que as principais motivações para trabalhar por conta de outrem são a sobrecarga de trabalho quando se tem um emprego por conta própria, o menor risco, a falta de financiamento para criar o meu próprio emprego e a segurança/estabilidade.

Tabela 06: Motivações para trabalhar por conta de outrem

	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Indiferente	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
Ser trabalhador por conta de outrem é a opção mais indicada para o futuro profissional.	27,5%	27,0%	31,2%	11,6%	2,6%
Por uma questão de segurança/estabilidade profissional e salarial.	10,1%	15,3%	30,7%	27,5%	16,4%
Pela Segurança Social e/ou outro tipo de seguros.	13,2%	19,0%	31,2%	28,0%	8,5%
Não é tão arriscado como ter um emprego por conta própria.	10,6%	12,7%	28,0%	29,6%	19,0%
Há uma sobrecarga de trabalho quando se tem um emprego por conta própria.	12,2%	18,0%	22,2%	25,9%	21,7%
Por questões de burocracia/barreiras administrativas.	15,9%	20,1%	30,7%	19,0%	14,3%
Por falta de uma ideia empreendedora.	20,6%	23,8%	23,8%	18,0%	13,8%
Por falta de financiamento para criar o meu próprio emprego.	12,7%	18,0%	25,4%	25,4%	18,5%
Pela severidade e/ou irreversibilidade da decisão.	22,8%	21,2%	34,9%	14,3%	6,9%
Pela falta de conhecimento e/ou de familiaridade relativamente ao auto-emprego.	22,8%	23,3%	30,2%	18,5%	5,3%
Por ter colegas de trabalho/ no emprego por conta própria estamos muito sós.	42,3%	23,8%	20,6%	9,5%	3,7%

Fonte: Elaborado pelo autor

Quanto à Tabela 07, que aborda as motivações para ter o próprio negócio, os respondentes salientaram características como independência e realização pessoal, prestígio, perspectivas de remuneração e interesse pessoal.

Tabela 07: Motivações para trabalhar por conta própria

	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Indiferente	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
Independência pessoal/ Posso gerir o meu tempo.	7,9%	4,8%	15,3%	16,4%	55,6%
A minha família e os meus amigos trabalham por conta própria.	32,8%	21,2%	19,6%	13,2%	13,2%
Tenho uma ideia que pode constituir uma oportunidade de negócio.	10,1%	13,2%	29,1%	27,5%	20,1%
É algo perfeitamente normal.	4,8%	11,6%	34,9%	25,9%	22,8%
Não é necessária a adaptação a um ambiente de trabalho.	38,1%	19,0%	20,6%	12,7%	9,5%
É um trabalho mais interessante.	7,4%	7,9%	25,9%	26,5%	32,3%
Possibilidade de realização pessoal.	4,2%	4,2%	14,3%	23,3%	54,0%
É mais prestigiante.	6,3%	6,3%	28,0%	20,1%	39,2%
Melhores perspectivas de remuneração.	3,7%	5,8%	28,6%	25,4%	36,5%
Falta de oportunidades atractivas de emprego.	22,2%	27,0%	28,6%	15,3%	6,9%
Evitam-se algumas incertezas relacionadas com o trabalho por conta de outrem	20,6%	13,8%	30,2%	23,3%	12,2%
Ter o meu próprio negócio é a opção mais adequada para a minha profissão.	13,2%	13,2%	33,9%	21,7%	18,0%

Fonte: Elaborado pelo autor

Na Tabela 08, identificam-se afirmativas acerca dos estímulos que podem ser dados pela universidade para aprofundar o interesse dos respondentes sobre empreendedorismo. Conforme se pode observar na tabela 8, o contacto entre alunos empreendedores e a aproximação dos alunos das redes de contacto necessárias para se começar um negócio, são os estímulos mais valorizados.

Tabela 08: Estimulo da Universidade para o empreendedorismo

	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Indiferente	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
Consciencializasse mais sobre o empreendedorismo como uma possível opção de carreira.	2,6%	7,9%	22,8%	28,6%	38,1%
Fornecesse aos alunos ideias para criarem os seus próprios negócios.	5,3%	11,1%	19,0%	30,2%	34,4%
Disponibilizasse licenciaturas ou mestrados em empreendedorismo.	7,4%	11,6%	22,8%	29,6%	28,6%
Disponibilizasse projetos de trabalho em empreendedorismo.	2,1%	8,5%	21,2%	30,2%	38,1%
Organizasse conferências/workshops sobre empreendedorismo.	2,6%	6,9%	26,5%	27,5%	36,5%
Aproximasse os alunos das redes de contacto necessárias para se começar um negócio.	2,6%	5,3%	15,3%	34,4%	42,3%
Permitisse a utilização das suas instalações por parte de empresas dirigidas por alunos.	4,8%	10,6%	24,3%	29,6%	30,7%
Dotasse os alunos dos meios financeiros necessários para se começar um novo negócio.	12,2%	12,2%	24,3%	20,1%	31,2%
Colocasse os alunos empreendedores em contacto uns com os outros.	2,1%	7,4%	15,3%	30,7%	44,4%

Fonte: Elaborado pelo autor

4.2. Análise Fatorial

Conforme descrito na metodologia, o questionário incluiu diversas questões, em escala de Likert, sobre o empreendedorismo, que foram sujeitas a análises fatoriais, com o intuito de identificar dimensões e reduzir a dimensionalidade dos dados.

4.2.1. Contribuição do Empreendedorismo na Sociedade

Das seis variáveis relacionadas, apenas duas foram integradas para análise fatorial. Na Tabela 10, observa-se que o teste de esfericidade deu significativo.

Tabela 09: Teste KMO e de Bartlett

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)		,500
Teste de Esfericidade	$\chi^2_{\text{observado}}$	31,954
Bartlett		
	Graus de liberdade	1
	Valor p	,000

Fonte: *Output* SPSS

Apesar da significância do modelo, o mesmo apresenta KMO de 0,5; significando não aceitável para a redução. A redução do KMO em relação às variáveis inicialmente testadas deve a necessidade de melhoriana comunalidades das variáveis nos fatores. Essa comunalidade é observada na Tabela 11 a qual apresenta as cargas fatoriais e comunalidade das variáveis reduzidas para uma dimensão.

Tabela 10: Resumo da Análise Fatorial

Variáveis	Cargas Fatoriais	Comunalidade
Responde a interesses sociais	,836	,698
Contribui para um aumento da riqueza dos pobres	,836	,698

Fonte: *Output* SPSS

Essa dimensão corresponde ao **empreendedorismo**, a qual explica a contribuição macroeconômica desse tema, e condiz com estudos que apontam o fenômeno como o responsável pelo desenvolvimento econômico e social do país GEM (2012); Dolabela (2006). Nesse sentido, foi criado o escore dessa dimensão para constatar-se como variável independente na regressão logística.

4.2.2. Características de um Empreendedor

Em Seguida, foi feita a redução do grupo de perguntas relacionadas às características possuídas por um empreendedor, que inicialmente contava de dez itens e após a análise fatorial foi reduzido a sete itens. Na análise fatorial obteve-se o valor KMO de 0,665, sendo as variáveis reduzidas a três fatores. Na tabela 11, visualiza-se as cargas fatoriais pela rotação varimax e a comunalidade.

Tabela 11: Resumo da Análise Fatorial

Variáveis	Cargas fatoriais, após rotação varimax			Comunalidade
	Oportunista	Inteligente/ Expertise	Controlado r Risco	
Tem a capacidade de perceber o potencial de uma ideia	,789	,034	-,041	,625
Tem paixão, entusiasmo, iniciativa e persistência	,735	,068	,261	,613
É uma pessoa respeitável	,514	,502	-,092	,525
Tem um QI elevado	-,074	,795	,062	,641
Tem uma ideia radicalmente nova de negócio	,253	,736	,095	,615
Trabalhar baseado em recursos de que dispõe no presente	,288	-,070	,833	,782
Possui o seu próprio capital	-,289	,440	,639	,686

Fonte: *Output SPSS*

Neste contexto, as variáveis das características de um empreendedor selecionadas pela análise fatorial formam três dimensões: oportunista, expertise e controlador de risco, as quais são mencionadas por Dornelas (2008), o qual afirma que empreendedores são indivíduos que fazem a diferença por saberem explorar ao máximo as oportunidades, tendo a capacidade para implementar suas ideias, bem como gerenciar riscos a fim de avaliarem as reais chances de sucesso.

4.2.3 Aptidões dos entrevistados para o empreendedorismo

Na sequência, foi aplicada a análise fatorial às aptidões dos entrevistados para o empreendedorismo. Neste constructo observou-se uma boa redução dos fatores, como explana a Tabela 12. As variáveis, que inicialmente constavam de treze itens, foram reduzidas a sete itens, e agrupadas em duas dimensões.

Tabela 12: Teste KMO e de Bartlett

Teste KMO e Bartlett		
Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)		,762
Teste de Esfericidade	$\chi^2_{\text{observado}}$	282,587
Bartlett		
	Graus de liberdade	21
	Valor <i>p</i>	,000

Fonte: *Output SPSS*

As duas dimensões criadas, representam as características dos respondentes que o auxiliam a ter consciência e conhecimento sobre empreendedorismo. Além de auxiliarem na facilidade de criar novas empresas. As duas dimensões apresentadas na Tabela 13 podem ser explanadas por Know-how (saber fazer) e Experiências Anteriores. Diversos estudos apontam que ter familiares e amigos envolvidos com o empreendedorismo, bem como a experiência profissional contribuem de forma positiva para propensão empreendedora (TEIXEIRA, 2013; SOUSA, 2012; CARVALHO e GONZÁLEZ, 2006). Para Dornelas (2008), o saber fazer (*Know-how*) é um dos pilares do sucesso empresarial.

Tabela 13: Resumo da Análise Fatorial

Variáveis	Cargas fatoriais, após rotação varimax		Comunalidade
	Know-how	Experiência	
Consigo criar um plano de negócios e um conceito de negócio.	,791	,166	,653
Conheço técnicas para identificar o que o mercado quer.	,753	,036	,569
Sei como financiar legalmente um novo conceito de negócio.	,729	,070	,537
Compreendo o tipo de questões que se colocam a um empreendedor no momento de levar uma ideia para o mercado.	,681	,285	,545
Segui de perto ou ajudei familiares que criaram o seu próprio negócio.	,166	,786	,646
Na adolescência, trabalhei por conta própria (ex. Distribuí jornais; fiz babysitting; fiz trabalhos de jardinagem, etc.)	-,009	,740	,548
Segui de perto ou ajudei amigos ou conhecidos que criaram o seu próprio negócio.	,261	,722	,589

Fonte: *Output SPSS*

4.2.4. Motivações para trabalhar por conta de outrem

Segue-se para a análise fatorial dos questionamentos relacionados a trabalhar para alguém ou ter o próprio negócio. Neste contexto, as Tabelas 14 e 15 apresentam os resultados da redução.

No grupo que questiona as motivações para se trabalhar por conta de outrem, obteve-se uma redução de onze para nove itens, que foram agrupados em três dimensões: Falta de Oportunidade, Seguridade e Bem-estar.

Evidencia-se que a primeira dimensão está relacionada com qualidade pessoal, financeira e de seguridade por não tentar ser um empreendedor, talvez por um baixo incentivo educacional voltado para o empreendedorismo. Diversos autores compartilham da opinião que o conhecimento contribui positivamente para a

propensão empreendedora, e este se deve dar desde os primeiros anos de educação (DOLABELA, 2006; ALMEIDA *et al*, 2008; TEIXEIRA, 2013).

A segunda dimensão apresenta as características que motivam os entrevistados a trabalhar para outrem, estas envolvem a estabilidade profissional e salarial, bem como questões de segurança social, as quais vão de encontro ao perfil de um empreendedor apresentado por Dornelas (2008).

A terceira dimensão apresenta empecilhos para a construção da própria empresa, tanto quanto a dispêndio pela burocracia quanto pelo ardo trabalho para iniciá-la, o que faz relação com a opinião de Sánchez (2010), o qual expõe que políticas e procedimentos macroeconômicos, como políticas de negociação, barreiras à entrada, regulamentação de novo negócios entre outros, podem afetar significativamente a propensão ao empreendedorismo.

Tabela 14: Teste KMO e de Barlett

Teste KMO e Bartlett			
Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)			,761
Teste de Esfericidade	$\chi^2_{\text{Observado}}$		422,065
Bartlett			
	Graus de liberdade		36
	Valor <i>p</i>		,000

Fonte: *Output SPSS*

Tabela 15: Resumo da Análise Fatorial

Variáveis	Cargas fatoriais, após rotação varimax			Comunalidade
	Falta de Oportunidade	Seguridade e	Bem estar	
Por falta de uma ideia empreendedora.	,799	,157	,080	,669
Pela falta de conhecimento e/ou de familiaridade relativamente ao auto-emprego.	,718	,004	,342	,632
Por falta de financiamento para criar o meu próprio emprego.	,707	,073	-,052	,508

Pela severidade e/ou irreversibilidade da decisão.	,646	,082	,407	,590
Por uma questão de segurança/estabilidade profissional e salarial.	,069	,784	,281	,698
Ser trabalhador por conta de outrem é a opção mais indicada para o futuro profissional.	,022	,775	-,077	,608
Pela Segurança Social e/ou outro tipo de seguros.	,186	,709	,221	,585
Por questões de burocracia/barreiras administrativas.	,150	,083	,826	,712
Há uma sobrecarga de trabalho quando se tem um emprego por conta própria.	,143	,232	,808	,728

Fonte: *Output* SPSS

4.2.5. Motivações para trabalhar por conta própria

Em relação às afirmativas que motivam os estudantes a ter o próprio negócio, a análise fatorial apresentou os itens em quatro dimensões, sendo explanadas principalmente por motivações intrínsecas do indivíduo, quando o mesmo procura/necessita de realização no trabalho, isto é, algo que lhe dê prazer de trabalhar. Na Tabela 16, evidencia-se a boa qualidade da redução, possuindo KMO de 0,774.

Tabela 16: Teste KMO e de Bartlett

Teste KMO e Bartlett	
Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)	,774
Teste de Esfericidade	$\chi^2_{\text{observado}}$ 493,700
Bartlett	
	Graus de liberdade 66
	Valor <i>p</i> ,000

Fonte: *Output* SPSS

Conforme a Tabela 17, as dimensões apresentadas são realização, experiência anterior, empregabilidade e oportunidade. Observa-se que os dois fatores iniciais são características e habilidade do respondente; enquanto os outros são apresentados, devido o contexto macro.

Necessidade de realização, experiência anterior e oportunidade são fatores que, como referido anteriormente, contribuem de forma significativa para a intenção de empreender, conforme relatado por alguns estudos anteriores, Sánchez, 2010; Carvalho e González, 2006; WANG; LU; MILLINGTON, 2011; Teixeira e Davey, 2010; Sousa, 2012. Estes estão diretamente relacionados ao empreendedorismo por oportunidade.

Por outro lado, o que se expõe no constructo empregabilidade (referente à falta de oportunidade e incertezas relacionadas ao trabalho por conta de outrem), faz ligação com o empreendedorismo por necessidade, aquele que um indivíduo inicia um negócio por não existir melhores opções de trabalho, a fim de gerar renda para si ou para sua família GEM (2012).

Tabela 17: Resumo da Análise Fatorial

Variáveis	Cargas fatoriais, após rotação varimax				Comunalidade
	Realização	Experiência	Empregabilidade	Oportunidade	
Possibilidade de realização pessoal.	,768	,048	-,130	,278	,686
Independência pessoal/ Posso gerir o meu tempo.	,748	,034	-,109	-,094	,581
É mais prestigiante.	,721	,058	,160	,047	,552
É um trabalho mais interessante.	,649	,286	,096	,201	,552
Melhores perspectivas de remuneração.	,631	-,132	,170	,242	,503
A minha família e os meus amigos trabalham por conta própria.	-,067	,700	,082	,220	,550
É algo perfeitamente normal.	,264	,653	-,364	,090	,637
Não é necessária a adaptação a um ambiente de trabalho.	,054	,615	,322	-,189	,520
Falta de oportunidades atrativas de emprego.	-,048	-,014	,863	,123	,762

Evitam-se algumas incertezas relacionadas com o trabalho por conta de outrem (ex: ficar desempregado).	,398	,262	,577	-,138	,579
Tenho uma ideia que pode constituir uma oportunidade de negócio.	,162	,058	-,047	,878	,803
Ter o meu próprio negócio é a opção mais adequada para a minha profissão.	,445	,185	,300	,500	,572

Fonte: *Output* SPSS

4.2.6. Estímulo da Universidade para o Empreendedorismo

Por fim, nesta análise fatorial, a qual apresentou melhor KMO, evidenciado pela Tabela 18, foram formadas duas dimensões dos estímulos da universidade para o desenvolvimento de empreendedorismo.

Tabela 18: Teste KMO e de Bartlett

Teste KMO e Bartlett	
Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)	,847
Teste de Esfericidade de Bartlett	$\chi^2_{\text{observado}}$ 495,115
Graus de liberdade	28
Valor <i>p</i>	,000

Fonte: *Output* SPSS

Na Tabela 19, identificam-se as variáveis que demonstram a percepção dos alunos em relação ao papel das universidades no incentivo do processo empreendedor, as quais foram agrupadas em duas dimensões, que correspondem à geração de network, tendo a universidade como facilitador e; o conhecimento gerado a partir de seminários e cursos que a universidade pode vira oferecer.

Tabela 19: Resumo da Análise Fatorial

Variáveis	Cargas fatoriais, após rotação varimax		Comunalidade
	Network	Conhecimento	
Aproximasse os alunos das redes de contato necessárias para se começar um negócio.	,840	,092	,714
Colocasse os alunos empreendedores em contato uns com os outros.	,728	,154	,553
Permitisse a utilização das suas instalações por parte de empresas dirigidas por alunos.	,722	,248	,583
Organizasse conferências/workshops sobre empreendedorismo.	,605	,483	,600
Fornecesse aos alunos ideias para criarem os seus próprios negócios.	,078	,795	,637
Consciencializasse mais sobre o empreendedorismo como uma possível opção de carreira.	,142	,770	,613
Disponibilizasse licenciaturas ou mestrados em empreendedorismo.	,446	,590	,547
Disponibilizasse projetos de trabalho em empreendedorismo.	,478	,581	,566

Fonte: *Output SPSS*

Dessa forma, as análises fatoriais anteriormente apresentadas serviram como variáveis para a regressão logística, a qual tem como objetivo identificar a probabilidade de intenção empreendedora dos estudantes universitários. Os fatores foram utilizados como variáveis preditivas do modelo de regressão logístico, tendo como variável dependente a intenção de empreender. Além dos escores feitos nas análises fatoriais, o estudo utilizou de variáveis qualitativas, as quais classificaram os respondentes pela faixa etária, gênero, experiência profissional.

4.3. Regressão Logística para Classificação de Entrevistados como Potenciais Empreendedores

Devido à complexidade do estudo e informações de estudos anteriores que utilizaram do mesmo modelo de questionário, foi optado por apresentar dois tipos de

regressão logística que diferem-se pelo método utilizado para formar as variáveis independentes.

4.3.1. Utilizando os escores da Análise Fatorial como variáveis independentes

Para a estimação do modelo foi selecionado o procedimento *stepwise*, sendo a partir de um modelo base estimado para servir de comparação aos outros que serão estimados. Pelo teste de coeficiente do modelo Omnibus, conclui-se a existência de pelo menos uma variável independente no modelo com poder preditivo. Os testes feitos são apresentados na Tabela 20.

Por fim, é feita a regressão logística com variável dependente a Intenção Empreendedora, conforme Tabela 20, o modelo é significativo. O modelo apresenta grau explanatório baixo, por Cox & Snell de 27,1% e por Nagelkerke de 36,2%.

Tabela 20: Testes de coeficientes de modelo

	$\chi^2_{\text{observado}}$	Grau de liberdade	Valor <i>p</i>
Modelo	59,472	6	,000

Fonte: *Output* SPSS

Em relação ao grau preditivo do modelo, a Tabela 21 informa a percentagem de acerto de 72,3%, considerado como bom.

Tabela 21: Predição do Modelo

Observado	Previsto		Porcentagem correta
	Intenção Empreendedora		
	Não	Sim	
Intenção Empreendedora	Não	57	64,8
	Sim	21	79,0
Porcentagem global			72,3

Fonte: *Output* SPSS

Conforme a Tabela 22, o modelo de regressão logística, que se utilizou dos fatores realizados nas análises fatoriais, apresenta como variáveis significativas as

dimensões “falta de oportunidade”, “bem-estar”, “realização”, “experiência”, “empregabilidade” e “oportunidade”.

Influenciando negativamente a intenção empreendedora, a dimensão “falta de oportunidade”, que está relacionada com a falta de uma ideia, conhecimento e apoio financeiro, faz relação com os estudos de Teixeira (2013) e Dolabela (2006), os quais afirmam que a educação é uma importante ferramenta geradora de oportunidade, no sentido de capacitar indivíduos para que possam aproveitar oportunidades latentes no mercado, e deve se dar desde os primeiros anos de escolaridade. Assim como a dimensão “bem-estar”, a qual demonstra a aversão que os pesquisados têm em relação à burocracia e as imposições excessivas de regras e obrigações para a criação de uma empresa. Fator que condiz com a visão de Sánchez (2010), na qual, o autor vê como causa, das atitudes negativas da sociedade em relação a criação de um negócio, a desvalorização do papel do empreendedorismo e a inexistência de oportunidades, recursos e assistências para a criação de um novo negócio.

Por outro lado, algumas variáveis, relacionadas com as motivações para trabalhar por conta própria, como a “realização” pessoal, “oportunidade” ligada a uma ideia e “experiência”, fruto da influência de amigos ou familiares que atuam em atividades empreendedoras, se aliam as pesquisas de Teixeira (2013); Carvalho e González (2006) e Sánchez (2010), contribuindo positivamente para a propensão empreendedora. Ainda, contribuindo positivamente, surge a variável contextual “empregabilidade”, que está associada à baixa atratividade e a pouca oferta dos postos de trabalho.

Tabela 22: Variáveis do Modelo

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Falta de Oport. (TrabOutro1)	-,338	,189	3,203	1	,074	,713
B.Estrar (TrabOutro3)	-,410	,181	5,106	1	,024	,664
Realização(TrabSi1)	,493	,190	6,731	1	,009	1,637
Experiência(TrabSi2)	,646	,186	12,038	1	,001	1,908

Empregab.(TrabSi3)	,409	,183	5,008	1	,025	1,505
Oportun.(TrabSi4)	,990	,204	23,470	1	,000	2,692
Constante	,161	,173	,869	1	,351	1,175

Fonte: *Output SPSS*

4.3.2. Utilizando as variáveis originais como variáveis independentes

Seguindo os modelos de regressão logística, foi analisado na Tabela 23 o modelo que tem com variável dependente a Intenção Empreendedora, sendo significativo. O modelo apresenta grau explanatório alto, por Cox & Snell de 44,9% e por Nagelkerke de 60%, estando bem ajustado.

Tabela 23 :Testes de coeficientes de modelo

	$\chi^2_{\text{observado}}$	Grau de liberdade	Valor <i>p</i>
Modelo	112,062	15	,000

Fonte: *Output SPSS*

Em relação ao grau preditivo do modelo, a Tabela 24 informa a percentagem de acerto de 81,4%. Ressalva-se semelhante ao modelo anterior, porém conseguiu prever melhor, isto é, a percentagem relativa do sucesso foi maior do que o modelo anterior.

Tabela 24: Predição do Modelo

Observado	Previsto			Porcentagem correta
	Intenção Empreendedora			
	Não	Sim		
Intenção Empreendedora	Não	70	18	79,5
	Sim	17	83	83,0
Porcentagem global				81,4

Fonte: *Output SPSS*

Para a realização da regressão logística, foi utilizado como variáveis independentes todos os itens do questionário aplicado aos estudantes. As variáveis apresentadas pela Tabela 25 são as variáveis independentes, que estão no modelo abordado, sendo em maioria significativas a 5%.

Portanto, dentre as variáveis que surgem como significativas para a propensão empreendedora dos estudantes, pode-se destacar a experiência familiar citados anteriormente. Como variável de caráter demográfico, surge o gênero, apontando indivíduos do sexo masculino como mais empreendedores que os do sexo feminino, confirmando estudos de Davidson (1995) e Teixeira (2013).

Quanto aos aspectos contextuais, como a educação, pode-se destacar eventos como conferências e *workshops* sobre empreendedorismo e a formação de redes necessárias para estimular o espírito empreendedor entre os alunos como importantes ações a serem promovidas pelas universidades, contexto que traduz parte dos estudos de Teixeira (2013) sobre o papel das universidades no estímulo do empreendedorismo.

Por fim, e de acordo com Dornelas (2008), surgem neste modelo variáveis relacionadas com a oportunidade de aproveitar uma boa ideia, assim como a necessidade de ter um trabalho interessante e, não ter a remuneração como objetivo principal, mas como consequência do sucesso alcançado por fazer algo estimulante.

Tabela 25: Variáveis do Modelo

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Criar um negócio a partir de uma idéia nova. (q2b)	-,438	,195	5,051	1	,025	,645
Participo com freq. De palestras/workshoo p sobre empreend.(q11b)	,480	,244	3,881	1	,049	1,616
Segui de perto amigos que criaram o prop. negócio(q11f)	,512	,200	6,549	1	,010	1,669
Alguns negócios acabaram por falir(q11g)	-,535	,219	5,985	1	,014	,586

Criar um novo negócio a partir de uma idéia(q12a)	,371	,195	3,634	1	,057	1,449
Por falta de uma idéia(q13ig)	-,503	,186	7,270	1	,007	,605
Tenho uma idéia/oportun. De negócio(q13iic)	,607	,223	7,435	1	,006	1,835
É um trabalho interessante(q13iif)	,667	,216	9,523	1	,002	1,948
Melhores perspect. De remuneração(q13iii)	-,758	,249	9,248	1	,002	,469
Evitam-se algumas incertezas(q13iik)	,368	,198	3,439	1	,064	1,444
É opção mais adequada para minha profissão(q13iil)	,685	,218	9,877	1	,002	1,983
Organizar conferências/work shop sobre empreend.(q15e)	,477	,247	3,726	1	,054	1,611
Aproximar os aluno de redes necessárias para começar um (.q15f)	-1,235	,310	15,852	1	,000	,291
Conceder os meios financeiros necessários para iniciar um novo negócio.(q15h)	,436	,173	6,329	1	,012	1,546
Sexo(1)	,933	,466	4,012	1	,045	2,543
Constante	-3,293	1,569	4,407	1	,036	,037

Fonte: *Output SPSS*

5. CONCLUSÃO

Pela análise descritiva dos dados, obtiveram-se os resultados pretendidos no primeiro objetivo específico, que se propôs a aferir a percepção dos estudantes face ao empreendedorismo. Nesse contexto, é identificado o consenso da maioria quanto à contribuição do fenômeno para o crescimento do emprego, bem como para o desenvolvimento econômico e progresso tecnológico. Da mesma opinião, compartilham diversos autores tais como: Lopes, (2010); Teixeira, (2013); Dornelas, (2008); Santos, (2011); Scherma, (2010).

A capacidade de perceber uma grande ideia, a paixão pelo que faz e a disposição para correr riscos foram identificadas como as principais características atribuídas aos empreendedores. A baixa idade dos alunos entrevistados pode explicar a pouca experiência profissional e o desconhecimento de técnicas para identificar o que o mercado quer, bem como para elaborar um plano de negócio ou financiar um novo empreendimento. Houve um interesse por criar um negócio por conta própria a partir de uma ideia, de uma investigação, e de exercer o empreendedorismo dentro de uma empresa já existente. Como motivação para não empreender, citam-se a segurança e o risco relacionados à estabilidade profissional e salarial. Como motivação para empreender, destacam-se fatores como a realização pessoal, a independência e as perspectivas de melhores remunerações e reconhecimento pessoal.

Percebe-se, a necessidade de aprofundamento do ensino do empreendedorismo por parte das universidades, a fim de contribuir para o processo empreendedor, conforme evidenciado por alguns autores no capítulo anterior (DOLABELA, 2006; ALMEIDA *et al*, 2008; TEIXEIRA, 2013; CARVALHO e GONZÁLEZ, 2006). Aponta-se o estágio como a última experiência da maioria dos entrevistados.

Dando sequência, obteve-se por meio da análise fatorial, uma significativa redução das variáveis originais, que se agruparam em fatores como Contribuição do empreendedorismo na sociedade (construto unidimensional), Oportunidade, Expertise e Risco, que diante de estudos como o de Dornelas (2008), são apontadas como características de um empreendedor de sucesso, bem como Know-how e

Experiência, consideradas por Teixeira (2013) fatores que podem explicar a aptidão empreendedora dos estudantes, juntamente com dimensões como Network e Conhecimento, que também foram formadas, e estão relacionadas com o estímulo da universidade ao empreendedorismo. Contemplando a formação de fatores, também foram constituídas dimensões relacionadas aos aspectos psicológico-motivacionais como realização e bem-estar, que conforme a Teoria do Comportamento Planejado, aplicada por vários estudiosos na formação de modelos do comportamento empreendedor, atuam diretamente na intenção empreendedora.

Quanto ao objetivo específico dois – desenvolver modelos que permitam prever a intenção empreendedora e analisar as variáveis que contribuem significativamente para essa intenção – foi alcançado devido ao bom grau de ajustamento e predição dos dois modelos de regressão logística desenvolvidos.

No primeiro modelo, características como “oportunidade” (percepção de uma boa ideia), “realização”, “experiências anteriores” e “empregabilidade” são variáveis que contribuem significativamente para explicar intenção empreendedora. Por outro lado as variáveis “bem-estar” e “falta de oportunidade” contribuem negativamente para a intenção de empreender. Neste modelo, as variáveis: gênero, idade, “ano” (primeiro ou último ano cursado) e curso (economia ou administração), não se mostraram influentes na intenção empreendedora.

No segundo modelo de regressão, surgem como variáveis significativas na predição da intenção empreendedora a “realização”, “oportunidade”, “melhores perspectivas de remuneração”, bem como “participar de palestras /workshops/ conferências relacionadas ao empreendedorismo”, o que vem a confirmar a importância de fatores psicológicos e contextuais na influência da propensão empreendedora, conforme Teixeira (2013).

Também, mostraram-se significativas, as variáveis relacionadas à “importância da universidade” no incentivo e promoção do empreendedorismo, bem como o gênero, que apareceu como significativo ao modelo, atribuindo ao sexo masculino as maiores probabilidades da intenção empreendedora. Resultados que se alinham aos de estudos apresentados na revisão bibliográfica, nomeadamente os de Davidson (1995) e Teixeira (2013).

Por fim, recomenda-se que estudos desta natureza sejam desenvolvidos em outras universidades da região, a fim de se confirmarem os resultados evidenciados. Uma comparação com os resultados de pesquisas internacionais também seria interessante.

Sugere-se, também, que estudos sobre o empreendedorismo sejam desenvolvidos em outras áreas acadêmicas, que não as de gestão, pois acredita-se que o empreendedorismo não é influenciado apenas por fatores demográficos ou psicológicos, mas também pela carreira. No atual contexto, de concorrências acirradas, é notória a necessidade da inovação, que leva os mais variados segmentos de uma sociedade a lançarem-se no empreendedorismo.

REFERÊNCIAS

- AJZEN, Icek. **The theory of planned behavior**. Organizational Behavior and Human Decision Processes, v. 50, p. 179-211, 1991.
- ALMEIDA, K. de et al. **Influência do Ensino do Empreendedorismo no Potencial Empreendedor do Aluno**. Revista de Negócios, Blumenau, v. 13, n. 2, p. 67-76, abr./jun. 2008.
- ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução À Metodologia Do Trabalho Científico: Elaboração De Trabalhos Na Graduação**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- Carvalho, P; González, L. Modelo explicativo sobre a intenção empreendedora. **Comportamento Organizacional e Gestão**, v. 12, n. 1, p.43–65, 2006.
- CIELO, Ivanete D. **Perfil Do Pequeno Empreendedor : Uma Investigação das Características Empreendedoras nas Empresas de Pequena Dimensão**. Florianópolis (SC), 2001, Dissertação (Mestrado em engenharia produção) Universidade Federal de Santa Catarina.
- 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, 34., 2010, Rio de Janeiro, **Anais...** Rio de Janeiro, 2010.
- DAVIDSSON, P. **Determinants of entrepreneurial intentions**. *Paper presented at Rent IX conference, Piacenza, Itália, 1995*.
- DEGEN, R.J. **O Empreendedor. Fundamentos Da Iniciativa Empresarial**. 8ª. ed.. McGraw-Hill, São Paulo, 1989.
- DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. 2. ed. rev. e atual. São Paulo, SP: Editora Cultura, 2006.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: Transformando Ideias Em Negócios**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- FIALHO, F. A. P. *et al.* **Empreendedorismo na Era do Conhecimento**. 1 ed. Florianópolis: Visual Books, 2007
- FIELD, Andy P. **Descobrimo A Estatística Usando O SPSS**. 2. ed. Porto Alegre, RS: Artmed, 2009.
- GIL, Antônio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 5. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2010.

Global Entrepreneurship Monitor – GEM, Empreendedorismo no Brasil – Relatório Executivo, 2012. Disponível em:

[http://bis.sebrae.com.br/GestorRepositorio/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/9696c98c23d137fd0d8af1300d9742b0/\\$File/4226.pdf](http://bis.sebrae.com.br/GestorRepositorio/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/9696c98c23d137fd0d8af1300d9742b0/$File/4226.pdf) . Acessado em 03/12/2013.

HAIR, Joseph F.; TATHAM, Ronald L.; ANDERSON, Rolph E.; BLACK, William. **Análise Multivariada de Dados**, 6ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

HENRIQUE, D. C; CUNHA, S. K. Metodologias, Recursos e Práticas Didático-Pedagógicas no Ensino de Empreendedorismo em Cursos de Graduação e Pós-Graduação Nacionais e Internacionais. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 30., 2006, Salvador/BA. **Anais...** Salvador: ANPAD, 2006.

HUBERMAN, Leo. **A História Da Riqueza Do Homem**. Rio de Janeiro: LTC. 1986.

LEITE, Sheila Cristina Ferreira. Capital empresarial: um estudo de caso para o agronegócio. 2008. Tese (Doutorado em Economia Aplicada) - Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz, Universidade de São Paulo, Piracicaba, 2008. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/11/11132/tde-24072008-125749/>>. Acesso em: 2014-01-03.

LOPES, Rose Mary A. (Org.). **Educação Empreendedora: Conceitos, Modelos e Práticas**. Rio de Janeiro: Elsevier; São Paulo: SEBRAE, 2010.

MAROCO, João. **Análise Estatística com Utilização Do SPSS**. 3ª ed., Lisboa: Edições Sílabo, 2007.

SÁNCHEZ, A. **The Formulation of Entrepreneurial Intentions: A Study of Perceptions, Competencies and Intentions of Higher Education Students in Puerto Rico**. 2010. Consejo de Higher Education of Puerto Rico, PR: CEDESP. Disponível em <http://www2.pr.gov/agencias/cepr/inicio/Investigacion/Documents/Publicaciones/FORMULATION%20ENTREPRENEURIAL%20INTENTIONS.pdf>.

SANTOS, Adelcio Machado dos. **Empreendedorismo: Teoria e Prática**. Caçador (SC): UNIARP, 2011.

SANTOS, P. C. F. dos. **Uma Escala para Identificar Potencial Empreendedor**. Tese (Doutorado) - Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Tecnológico. Florianópolis, 2008.

SCHERMA, MARCIO AUGUSTO. **Empreendedorismo e crescimento econômico**. 2010. Disponível em: http://www.sebrae.com.br/customizado/namedida/areas-de-atuacao/empretec/bia-190-35-a-importancia-do-papel-do-empreendedorismo-na-e/BIA_19035. Acesso em 15/12/2013.

SERAFIN, M. C.; LEÃO, I. **Uma perspectiva Italiana do Empreendedorismo: Entrevista com Alberto Martinelli**. RAE-eletrônica, v. 6, n. 2, 2007.

SOUSA, Antônia Mascênia Rodrigues. **Determinantes da Intenção Empreendedora de Discentes em um Instituto de Ensino Superior.**

http://www.anpad.org.br/diversos/trabalhos/Simp%C3%B3sio/simposio_2012/2012_SIMPOSIO32.pdf

TEIXEIRA A. A.C. **Uma perspectiva internacional das atitudes empreendedoras dos estudantes universitários de economia e gestão.** 2013. Disponível em::<http://www.fep.up.pt/docentes/ateixeira/publications.html>. Acesso em 15 de novembro de 2013.

TEIXEIRA, A.A.C. and Davey, T. **Attitudes of Higher Education students to new venture creation: a preliminary approach to the Portuguese case**, Industry and Higher Education, IP Publishing, Vol. 24 (5): 323-341 [Indexed in EBSCO - Academic Search Complete] (2010).

WANG, Wenjun; LU, Wei; MILLINGTON, John Kent. **Determinants Of Entrepreneurial Intention Among College Students In China And USA.** Journal of Global Entrepreneurship Research, v. 1, n. 1, p. 35-44, 2011.

ANEXO

Inquérito às atitudes dos estudantes universitários sobre a criação de novos negócios

Estudo internacional, envolvendo universidades de 17 países (incl., Brasil, Alemanha, Eslovénia, Finlândia, Reino Unido, Polónia, Portugal), para medir as atitudes dos estudantes universitários relativamente à criação de novos negócios.

1. O Empreendedorismo ... (1 - discordo totalmente ... 5 - concordo totalmente)

	1	2	3	4	5
a) contribui para a criação e o crescimento de emprego.					
b) é "crucial para a competitividade" de uma economia.					
c) revela o potencial do indivíduo.					
d) responde a interesses societais.					
e) contribui para um aumento da riqueza dos pobres.					
f) contribui para a inovação e progresso tecnológico de uma economia.					

2. Um empreendedor é alguém que (1- discordo totalmente ... 5 - concordo totalmente)

	1	2	3	4	5
a) Tem um QI elevado.					
b) Tem uma ideia radicalmente nova para a criação de um novo negócio.					
c) Tem a capacidade de perceber o potencial de uma ideia.					
d) Possui o seu próprio capital.					
e) Está disposto a actuar dentro das regras.					
f) Está disposto a trabalhar com base nos recursos de que dispõe no presente.					
g) Tem paixão, entusiasmo, iniciativa e persistência.					
h) Considera os interesses da sociedade na sua tomada de decisão.					
i) Está disposto a correr grandes riscos por causa de uma nova ideia.					
j) É uma pessoa respeitável.					

3. Quando ouve a palavra "empreendedor", qual é a pessoa/empresário que pensa? (Indique o nome; se não se lembrar/conhecer, por favor coloque NC)

4. Quando ouve a palavra "empreendedorismo", qual é a empresa que pensa? (Indique o nome; se não se lembrar/conhecer, por favor coloque NC)

5. Já alguma vez teve o seu próprio negócio? (Escolha uma opção)					
§ Não e não tenho qualquer interesse em ter.					
§ Não, mas consigo imaginar-me a criar a minha própria empresa.					
§ Não, mas tenho uma ideia que poderia ter sucesso.					
§ Estou presentemente a pensar nessa possibilidade.					
§ Já dei alguns passos para criar um negócio.					
§ Sim, já criei empresa(s).					
Se já criou empresas, diga quantas :					
6. Por favor, indique em que medida concorda ou discorda das seguintes afirmações					
(1- discordo totalmente ... 5 - concordo totalmente)					
	1	2	3	4	5
a) Conheço técnicas para identificar o que o mercado quer.					
b) Compreendo o tipo de questões que se colocam a um empreendedor no momento de levar uma ideia para o mercado.					
c) Consigo criar um plano de negócios e um conceito de negócio.					
d) Sei como financiar legalmente um novo conceito de negócio.					
7. Na sua opinião, quais são as hipóteses (0-100%) para criar um negócio bem sucedido (isto é, com um tempo de sobrevivência superior a 5 anos)? %					
8. Na sua opinião, em média, com que idade um empreendedor cria o seu próprio negócio? anos					
9. Na sua opinião, qual é a					
% homens empreendedores no total dos homens: _____					
% mulheres empreendedoras no total das mulheres: _____					
10. Na sua opinião, qual é volume de capital que o empreendedor, em média, necessita para criar o seu próprio negócio? (Escolha uma opção)					
• Menos de R\$ 2.612,00					
• [R\$ 2.612,00; R\$13.060,00[
• [R\$13.060,00; R\$ 26.120,00[
• [R\$ 26.120,00; R\$ 52.240,00[

• [R\$ 52.240,00; R\$ 78.360,00[
• [R\$ 78.360,00; R\$ 104.480,00[
• [R\$ 104.480,00; R\$ 130.600,00[
• [R\$ 130.600,00; R\$ 261.200,00[
• [R\$ 261.200,00; R\$ 1.306.000,00[
• [R\$ 1.306.000,00; R\$ 2.612.000,00[
• [R\$ 2.612.000,00; R\$ 13.060.000,00[
• ou mais de R\$ 13.060.000,00					
11. Por favor, indique em que medida concorda ou discorda das seguintes afirmações:					
(1- discordo totalmente ... 5 - concordo totalmente)					
	1	2	3	4	5
a) Leio regularmente livros/artigos sobre empreendedorismo e inovação.					
b) Participo regularmente em conferências/ palestras/workshops sobre empreendedorismo e/ ou inovação.					
c) Na adolescência, trabalhei por conta própria (ex. Distribuí jornais; fiz babysitting; fiz trabalhos de jardinagem, etc.)					
d) Tenho trabalhado como freelancer ou estou a trabalhar por conta própria.					
e) Segui de perto ou ajudei familiares que criaram o seu próprio negócio.					
f) Segui de perto ou ajudei amigos ou conhecidos que criaram o seu próprio negócio.					
g) Um ou mais do que um dos negócios mencionados nas alíneas e) e f) acabaram por falir.					
h) Não se deveria começar um negócio quando existe o risco de ele falhar.					
12. Durante os seus estudos, quão interessado se revela sobre os seguintes tópicos?					
(1 – Desinteressado ... 5 - Extremamente interessado)					
	1	2	3	4	5
a) Criar um novo negócio a partir de uma ideia.					
b) O empreendedorismo utilizando a investigação.					

c) O empreendedorismo dentro de uma empresa já existente.					
13. Imagine que poderia optar entre ser trabalhador por conta de outrem ou ter o seu próprio negócio.					
(i) Porque preferiria ser trabalhador por conta de outrem a ter o seu próprio negócio?					
(1- discordo totalmente ... 5 - concordo totalmente)					
	1	2	3	4	5
a) Ser trabalhador por conta de outrem é a opção mais indicada para o futuro profissional.					
b) Por uma questão de segurança/estabilidade profissional e salarial.					
c) Pela Segurança Social e/ou outro tipo de seguros.					
d) Não é tão arriscado como ter um emprego por conta própria.					
e) Há uma sobrecarga de trabalho quando se tem um emprego por conta própria.					
f) Por questões de burocracia/barreiras administrativas.					
g) Por falta de uma ideia empreendedora.					
h) Por falta de financiamento para criar o meu próprio emprego.					
i) Pela severidade e/ou irreversibilidade da decisão.					
j) Pela falta de conhecimento e/ou de familiaridade relativamente ao auto-emprego					
k) Por ter colegas de trabalho/ no emprego por conta própria estamos muito sós.					
(ii) Porque preferiria ter seu o próprio negócio a ser trabalhador por conta de outrem?					
(1- discordo totalmente ... 5 - concordo totalmente)					
	1	2	3	4	5
a) Independência pessoal/ Posso gerir o meu tempo.					
b) A minha família e os meus amigos trabalham por conta própria.					
c) Tenho uma ideia que pode constituir uma oportunidade de negócio.					
d) É algo perfeitamente normal.					
e) Não é necessária a adaptação a um ambiente de trabalho.					
f) É um trabalho mais interessante.					
g) Possibilidade de realização pessoal.					
h) É mais prestigiante.					
i) Melhores perspectivas de remuneração.					
j) Falta de oportunidades atractivas de emprego.					

k) Evitam-se algumas incertezas relacionadas com o trabalho por conta de outrem (ex: ficar desempregado).					
l) Ter o meu próprio negócio é a opção mais adequada para a minha profissão.					
14. Indique qual pensa que será o seu futuro com base na seguinte escala:					
	1	2	3	4	5
Ser trabalhador por conta de outrem Ter o meu próprio negócio					
15. O meu interesse na criação do meu próprio negócio poderia ser estimulado se a Universidade:					
(1- discordo totalmente ... 5 - concordo totalmente)					
	1	2	3	4	5
a) Consciencializasse mais sobre o empreendedorismo como uma possível opção de carreira.					
b) Fornecesse aos alunos ideias para criarem os seus próprios negócios.					
c) Disponibilizasse licenciaturas ou mestrados em empreendedorismo.					
d) Disponibilizasse projectos de trabalho em empreendedorismo.					
e) Organizasse conferências/workshops sobre empreendedorismo.					
f) Aproximasse os alunos das redes de contacto necessárias para se começar um negócio.					
g) Permitisse a utilização das suas instalações por parte de empresas dirigidas por alunos.					
h) Dotasse os alunos dos meios financeiros necessários para se começar um novo negócio.					
i) Colocasse os alunos empreendedores em contacto uns com os outros.					
Outro (especifique):					
16. Idade : anos					
17. Sexo :					
Masculino					
Feminino					
18. A sua experiência profissional mais recente					
Nenhuma					
Estágio					
Part-time					

Full-time, há menos de um ano					
Full-time, há mais de um ano					
Outra (especifique)					
Outra (especifique):					
19. Ano em que entrou na faculdade:					
Antes de 1998					
1999					
2000					
2001					
2002					
2003					
2004					
2005					
2006					
2007					
2008					
2009					
2010					
2011					
2012					
2013					
20. Universidade que actualmente frequenta :					
21. Curso :					
Administração					
Economia					
22. Ano que está a frequentar :					
§ 1º ano					
§ Último ano					