



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

INGRID LUSTOSA RODRIGUES

**INTENÇÃO EMPREENDEDORA EM ESTUDANTES DE ADMINISTRAÇÃO: UM
ESTUDO COM DISCENTES DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ**

FORTALEZA

2017

INGRID LUSTOSA RODRIGUES

**INTENÇÃO EMPREENDEDORA EM ESTUDANTES DE ADMINISTRAÇÃO: UM
ESTUDO COM DISCENTES DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ**

Monografia apresentada ao Curso de Administração da Faculdade de Economia, Administração, Atuária, Contabilidade e Secretariado Executivo da Universidade Federal do Ceará, como requisito à obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Diego de Queiroz Machado.

FORTALEZA

2017

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Biblioteca Universitária

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

- R613i Rodrigues, Ingrid Lustosa.
INTENÇÃO EMPREENDEDORA EM ESTUDANTES DE ADMINISTRAÇÃO : UM
ESTUDO COM DISCENTES DA UFC / Ingrid Lustosa Rodrigues. – 2017.
61 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará,
Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade, Curso de Ciências
Atuariais, Fortaleza, 2017.

Orientação: Prof. Dr. Diego de Queiroz Machado.

1. Empreendedorismo. 2. Educação empreendedora. 3. Intenção empreendedora. I.
Título.

CDD 368.01

INTENÇÃO EMPREENDEDORA EM ESTUDANTES DE ADMINISTRAÇÃO: UM
ESTUDO COM DISCENTES DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ

Monografia apresentada ao Curso de Administração da Faculdade de Economia, Administração, Atuária, Contabilidade e Secretariado Executivo da Universidade Federal do Ceará, como requisito à obtenção do título de Bacharel em Administração.

Aprovada em: ___/___/_____.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Diego de Queiroz Machado (Orientador)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Dr. Hugo Osvaldo Acosta Reinaldo
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Profa. Ms. Sônia Regina Soares Machado
Universidade Federal do Ceará (UFC)

A Deus.

A minha mãe, Irene Alves Lustosa, pelo amor, dedicação e apoio incondicional.

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais que moldaram meu caráter e sempre me incentivaram a estudar para poder buscar um futuro melhor e aos sacrifícios que eles fizeram para que eu pudesse ter essa oportunidade.

A minha família, meus irmãos, tios, em especial Evaldo Germano, e meus avós, a esperança de vocês em mim me fortaleceu e fez com que eu superasse qualquer obstáculo que apareceu.

A meus amigos, sempre um porto seguro e de apoio nessa trajetória.

A algumas pessoas especiais, Nathalia Nobre e Andrezza Dantas, a UFC me deu vocês e toda a amizade, confiança e fé que sempre tiveram em mim me motivou a continuar e Thiago Bastos, seu apoio, companheirismo, ajuda e cobrança fez com que esse trabalho fosse concluído, sempre compartilharemos isso.

Ao professor e orientador Diego Machado, pela paciência, ensinamentos, a excelente orientação e disposição para que esse trabalho fosse concretizado.

A FEAAC, que me deu ensinamentos, mestres e amigos que me acompanharão por toda a vida.

E finalmente a Deus, por tornar tudo isso possível.

“O empreendedorismo é uma revolução silenciosa, que será para o século XXI mais do que a Revolução Industrial foi para o século XX.”

Jeffry Timmons

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo geral identificar os níveis de intenção empreendedora dos alunos do curso de Administração da Universidade Federal do Ceará e como objetivos específicos apresentar a evolução do conceito de empreendedorismo e educação empreendedora, aplicar um questionário baseado no modelo já apresentado pelo GUESSS para identificação do nível de intenção empreendedora nos estudantes universitários e comparar os resultados obtidos junto aos estudantes da UFC com os resultados da média nacional do GUESSS que utiliza os princípios da Teoria do Comportamento Planejado (TCP) como pilares para a sua caracterização. A metodologia para pesquisa foi a abordagem quantitativa. Para coleta de dados primários foi feita uma pesquisa de campo com um questionário preestabelecido, disponibilizado em uma plataforma online, no formato *survey*. Com a análise dos resultados foi possível afirmar que os alunos de Administração da Universidade Federal do Ceará possuem uma alta intenção de empreender em algum momento da vida. Apesar disso, os discentes indicam que a Universidade pode melhorar em alguns aspectos do ensino para promover o empreendedorismo universitário.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Educação empreendedora. Intenção empreendedora.

ABSTRACT

The present work intends to identify the levels of entrepreneurial intention of Universidade Federal do Ceará's Management students and as specific objectives to present the evolution of the concept of entrepreneurship and entrepreneurial education, to apply a questionnaire based on the model already presented by GUESSS identifying the level of entrepreneurial intent in university students and comparing the results obtained with UFC students with the GUESSS's national average results that uses the principles of the Theory of Planned Behavior (TCP) as pillars for its characterization. The methodology for research was the quantitative approach. For primary data collection, a field survey was performed with a pre-established questionnaire, available on an online platform. With the analysis of the results it was possible to affirm that the Administration students of the Universidade Federal do Ceará have a high intention to undertake in business at some point in life. Despite this, students indicate that the University can improve in some aspects of teaching to promote university entrepreneurship.

Keywords: Entrepreneurship. Entrepreneurial education. Entrepreneurial intention.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Fundamentos conceituais da TCP aplicados às intenções de carreira.....	23
Figura 2 – Fatores que influenciam o processo empreendedor.....	24

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1	– Divisão amostral por sexo.....	34
Gráfico 2	– Divisão amostral por idade.....	35
Gráfico 3	– Divisão amostral por semestres.....	35
Gráfico 4	– Autoavaliação de Desempenho – UFC.....	36
Gráfico 5	– Discentes que exercem atividade remunerada.....	37
Gráfico 6	– Jornada semanal de trabalho.....	38
Gráfico 7	– A UFC possui uma atmosfera que inspira a criação de ideias para novos negócios.....	39
Gráfico 8	– Na UFC os estudantes são estimulados a se envolver em atividades empreendedoras.....	39
Gráfico 9	– Na UFC há um clima favorável para se tornar empreendedor.....	40
Gráfico 10	– Ensino do Empreendedorismo no curso de Administração da UFC.....	41
Gráfico 11	– Intenções de Carreira no curso de Administração da UFC.....	44
Gráfico 12	– Nível de importância dos motivos de escolha da carreira.....	46

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Nível de intenção empreendedora nos alunos de Administração da UFC.....	42
Tabela 2 – Intenções de Carreira com Empreendedorismo Média Nacional x Média UFC.....	45
Tabela 3 – Sugestões dos discentes para promover o empreendedorismo universitário.....	48

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CNI	Confederação Nacional da Indústria
EGEPE	Encontro de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas
EnANPAD	Encontro da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Administração
FGV	Fundação Getúlio Vargas
GEM	Global Entrepreneurship Monitor
GUESSSS	Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IEL	Instituto Euvaldo Lodi
IES	Instituição de Ensino Superior
PA	Atitude Pessoal
PBC	Controle Comportamental Percebido
PEA	População Economicamente Ativa
QIE	Questionário de Intenção Empreendedora
REUNE	Rede de Ensino Universitário de Empreendedorismo
RM	Ranking Médio
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SN	Norma Subjetiva
SOFTEX	Sociedade Brasileira para Exportação de Software
TCP	Teoria do Comportamento Planejado
UFC	Universidade Federal do Ceará

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	13
2	REFERENCIAL TEÓRICO.....	17
2.1	Empreendedorismo e o Empreendedor.....	17
2.2	Intenção empreendedora e bases conceituais do Questionário GUESSS.....	21
2.3	A Educação Empreendedora no mundo e no Brasil.....	26
3	METODOLOGIA E DADOS.....	31
4	ANÁLISE DE RESULTADOS.....	34
4.1	Características da Amostra.....	34
4.2	Estudo e Trabalho.....	36
4.2.1	<i>Autoavaliação de Desempenho Acadêmico</i>	36
4.2.2	<i>Ocupação Não Acadêmica</i>	37
4.3	Educação Empreendedora na UFC.....	38
4.4	Intenção Empreendedora dos Estudantes.....	42
5	CONCLUSÕES.....	49
	REFERÊNCIAS	51
	APÊNDICE A.....	56

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo está diretamente ligado ao desenvolvimento econômico e a criação de empregos em um país. Dolabela (2004) e Fillion (1999) afirmam que o ambiente econômico gerado pela cultura empreendedora produz riqueza e contribui para a melhoria da qualidade de vida das pessoas. Devido ao alto índice de desemprego no Brasil vê-se no empreendedorismo uma alternativa de geração de renda para a População Economicamente Ativa (PEA) brasileira.

É importante salientar o papel das Instituições de Ensino Superior (IES), que devem absorver parte da responsabilidade de capacitar e estimular seus alunos nas atividades empreendedoras, criando um ambiente propício para inovação e possibilitando a formação de futuras empresas que possam criar novos postos de trabalho e conseqüentemente, desenvolverem economicamente sua região.

Nesse contexto surge o GUESSS, a sigla em inglês *para Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey*, que pode ser traduzido como levantamento mundial sobre o espírito empreendedor de estudantes universitários. No Brasil, a denominação simplificada adotada é Estudo GUESSS Brasil, que significa Estudo Mundial sobre Empreendedorismo junto aos Estudantes Universitários do Brasil (LIMA *et al.*, 2014). O GUESSS foi realizado inicialmente por pesquisadores de pequenas empresas e empreendedorismo da Universidade St. Gallen, Suíça, em 2003. A pesquisa ocorre bianualmente e em 2014, contou com a participação de IES de 30 países e é considerada uma das pesquisas mais relevantes para caracterizar o espírito, as atividades e as intenções relativas ao empreendedorismo de estudantes universitários dos diferentes níveis de estudo e dos mais variados cursos das IES participantes.

As bases conceituais do Estudo GUESSS Brasil, assim como do GUESSS internacional, encontram-se na Teoria do Comportamento Planejado (TCP) (AJZEN, 2002; FISHBEIN; AJZEN, 1975). Na perspectiva da TCP, a ação é precedida da intenção. Sua utilidade para se estudar a intenção empreendedora dos estudantes e a educação superior em empreendedorismo foi confirmada por muitos estudos empíricos (LIÑÁN; CHEN, 2009). Ela viabiliza o estudo e a compreensão das diferentes atitudes que sustentam a intenção empreendedora, assim como o exame dos antecedentes que influenciam tais atitudes.

Em 2011, o Brasil participou pela primeira vez do GUESSSS, contando com 37 IES de diferentes Estados e 29.186 discentes respondendo o questionário, equivalente a quase um terço dos respondentes se comparado ao GUESSSS internacional. Quando perguntados sobre seus planos de carreira para 5 anos depois da formatura, 28,3% dos brasileiros mencionaram fundar a própria empresa, enquanto internacionalmente, a média foi de 21,6%. Em 2014, sobre a mesma questão, o número foi de 33,5% dos discentes brasileiros e 30,7% nas universidades fora do país.

Segundo a *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), em 2002, apenas 42% dos brasileiros iniciavam um negócio a partir da identificação de oportunidades no mercado, enquanto os demais optavam pelo empreendedorismo por necessidade, ou seja, eram empreendedores que se aventuravam em abrir um negócio próprio, na maioria das vezes sem nenhum planejamento. Em 2013, o empreendedorismo por oportunidade se elevou para 71%, o maior registrado em 12 anos (GEM, 2013).

É evidenciado, então, não só o crescente interesse do brasileiro em empreender, mas também na educação empreendedora, buscando cada vez mais subsídios intelectuais buscando uma sobrevivência maior para seu negócio, visto que, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em 2016 com dados de 2013, menos de 40% das empresas sobrevivem por mais de cinco anos.

Sendo um relatório internacional o GUESSSS é usado como base para diversos trabalhos que procuram entender o comportamento de prováveis empreendedores e o que os levam a tomar essa decisão. Autores como Sieger *et al.* (2016), Guerrero, Urbano e Fayolle (2016), Lima *et al.* (2014), basearam seus trabalhos não somente com os dados oferecidos, mas também com fragmentos do questionário usado no GUESSSS.

A educação empreendedora vem sendo um tema persistente em estudos atuais, Rocha *et al.* (2011), Cruz Jr *et al.* (2006), Lima *et al.* (2014) e Ribeiro, Oliveira e Araújo (2014) abordam esse assunto com foco nas instituições de ensino superior brasileiras, mensurando o papel das IES na transformação de um aluno em um empreendedor.

Henrique e Cunha (2006) dizem que a inserção do empreendedorismo nos cursos de Administração poderia gerar para o mercado, profissionais capacitados tanto para empreender em seu próprio negócio, quanto para inovar

dentro das empresas que trabalham, contribuindo assim, para a contínua inserção e sobrevivência das organizações dentro de ambientes cada dia mais complexos.

Um dos objetivos específicos do curso de Administração da Universidade Federal do Ceará segundo UFC (2013, p. 5) é “incentivar o alunado a pensar criticamente sobre a realidade, desenvolvendo sua capacidade empreendedora, com ideias modernas, factíveis de realização.” Sendo assim, a questão central deste trabalho é: Qual é nível de intenção empreendedora dos alunos do curso de Administração da Universidade Federal do Ceará? Seu objetivo geral, portanto, consiste em identificar os níveis de intenção empreendedora dos alunos do curso de Administração da Universidade Federal do Ceará.

Os objetivos específicos são:

- a) Apresentar a evolução do conceito de empreendedorismo e educação empreendedora;
- b) Aplicar um questionário baseado no modelo já apresentado pelo GUESSS para identificação do nível de intenção empreendedora nos estudantes universitários;
- c) Comparar os resultados obtidos junto aos estudantes da UFC com os resultados da média nacional do GUESSS.

A metodologia utilizada é de abordagem quantitativa, onde é usado um questionário online (*survey*) como ferramenta para recolhimento de dados. Esse questionário está elaborado com base no modelo da *Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey* (GUESSS). Os respondentes são os alunos de todos os semestres do curso de administração da Universidade Federal do Ceará (UFC). Para a análise dos dados recolhidos é utilizada a estatística descritiva.

A estrutura do trabalho fica dividida entre seções dispostas em capítulos, onde se inicia com a Introdução, considerado como 1ª seção, apresentando uma rápida ideia de seu conteúdo, justificando a utilidade da pesquisa e seus objetivos. Na segunda seção, fala-se sobre o empreendedorismo, conceito, característica e um breve histórico, seguido da 3ª seção que descreve a metodologia utilizada para coleta e análise de dados deste trabalho. A partir da 4ª seção são apresentados os resultados da pesquisa e seus dados, identificando os resultados do objetivo geral, além dos específicos. A 5ª seção é composta pelas considerações finais, que apontará os objetivos já discriminados que a pesquisa alcançou as constatações a

que o estudo leva, além de oferecer sugestões para trabalhos futuros. Após as seções são encontradas as referências das fontes citadas ao longo deste trabalho. O questionário utilizado para coleta de dados está anexado ao apêndice A.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Nesta seção serão tratados os referenciais teóricos sobre o assunto base deste trabalho. Primeiramente é apresentada a evolução dos conceitos de empreendedorismo e empreendedor, logo após faz-se uma apresentação dos conceitos do Questionário GUESSS e finalmente um esboço da cronologia da Educação Empreendedora no Brasil e no mundo. Esses conteúdos servirão como base para a análise dos resultados.

2.1 Empreendedorismo e o Empreendedor

Uma das primeiras vezes em que o termo empreendedorismo foi utilizado fazendo referência a Marco Pólo, que se aventurou em uma nova rota comercial para o Oriente, com a finalidade de vender as mercadorias. Como empreendedor Marco Pólo assinou um contrato com um homem que possuía dinheiro para vender as mercadorias dele. Enquanto o capitalista era alguém que assumia risco de forma passiva, o empreendedor assumia papel ativo, correndo todos os riscos físicos e emocionais. Tal fato fez com que Marco Pólo ficasse reconhecido como o aventureiro empreendedor, por ter se ariscado em caminhos inexplorados, se expondo a situações imprevisíveis (DORNELAS, 2008).

Segundo Dornelas (2008, p. 14) “a palavra empreendedor tem origem francesa, vem de *entrepreneur*, que quer dizer aquele que assume riscos e começa algo novo”. Para Cunha (2004), a palavra empreender, tem origem no latim medieval *imprehendere*, datado de antes do século XV, e significa tentar empresa laboriosa e difícil, ou ainda, pôr em execução.

Silva e Campos (2002) identificam como a primeira menção feita ao empreendedorismo vinda do economista clássico e industrial francês Jean-Baptiste Say (1767-1832), em sua teoria das funções do empresário, aderindo-a ao termo *entrepreneur*, ao observar sua importância no crescimento da economia. De acordo com Cruz Júnior *et al.* (2006, p. 13), “segundo Say *apud* Drucker (1987, p. 27), o empreendedor transfere recursos econômicos de um setor de produtividade mais baixa para um setor de produtividade mais elevada e de maior rendimento”.

Já Bulgacov (2006) considera o empreendedorismo um movimento de estímulo à geração de novos negócios e vem crescendo como uma opção profissional extremamente aceita dentro da economia mundial. Hisrich e Peters (2004) conceituam o empreendedorismo como o processo de criação de uma atividade ou produto assumindo todos os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas do empreendimento.

Para Stoner (1985), empreendedorismo é um processo que combina recursos para produzir novos bens e serviços. Ainda segundo esse autor, outro conceito para esse termo é o processo de criar algo com valor, dedicando o tempo e os estudos necessários, arcando com custos financeiros, desgastes psíquicos e sociais e recebendo eventualmente, as recompensas da satisfação e independência econômica das pessoas. Também se trata de um processo de iniciar e gerir empreendimentos, isto é, o conjunto de conceitos, métodos, instrumentos e práticas relacionadas com a criação, implantação e gestão de novas empresas ou organizações (DINSMORE ASSOCIATES, 2005 *apud* LEITE; DIAS, 2015).

Rocha *et al.* (2011) apontam que a relação do empreendedorismo com a economia e os negócios desperta interesse de estudos no tema devido à influência perante o desenvolvimento econômico e social das nações (ou regiões). Schumpeter (1984) é um dos primeiros a enfatizar a importância dos empresários capitalistas para o processo de desenvolvimento econômico. Essa atividade empreendedora ele chamou de destruição criadora. Criadora porque dava origem a negócios e à geração de empregos, fundamentando parte da essência inovadora e de mudança, que envolve o ato de empreender, ao utilizar a expressão destruição criativa.

A visão sobre o empreendedorismo é um fenômeno cultural, e segundo Dolabela (1999, p.31), é:

Fruto dos hábitos, práticas e valores das pessoas. Existem famílias mais empreendedoras do que outras, assim como cidades, regiões, países. Na verdade aprende-se a ser empreendedor pela convivência com outros empreendedores [...] o empreendedor aprende em um clima de emoção e é capaz de assimilar e experiência de terceiros.

Dornelas (2008) conclui que empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades. E que a perfeita implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso.

Ao longo da história foram criadas várias definições para o termo “empreendedor”, conforme Vérin, um estudioso da evolução do termo *entrepreneur* no século XII, o termo era usado para referir-se como àquele que “incentiva brigas” (VÉRIN, 1982, *apud* FILION, 1999, p.18). Ainda no século XVII, este termo já descrevia uma pessoa que tomava a responsabilidade e dirigia uma ação militar. No final do século XVII e início do século XVIII, o termo foi usado para definir uma pessoa que “criava e conduzia projetos” ou “criava e conduzia empreendimentos” (VÉRIN, 1982, *apud* FILION, 1999, p. 18).

Filion (1999) afirma que quando o termo ganhou seu significado atual, *entrepreneur*, era usado para descrever uma pessoa que comprava matéria-prima (insumo), processava-a e vendia-a para outra pessoa. O *entrepreneur* era, então, uma pessoa que havia identificado uma oportunidade de negócio e assumido o risco, decidido processar e revender matéria prima. Dessa maneira, o elemento risco apareceu nas descrições da atividade empreendedora no início do século XVIII.

Para Dolabela (2004), empreendedor é alguém que sonha e tenta transformar o seu sonho em realidade. Filion (1999) diz que um empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões, além de ser uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos, mantendo um nível de consciência do ambiente em que vive e utilizando-o para detectar oportunidades de negócios.

Com uma abordagem diferente, Kirzner (1973) diz que o empreendedor é aquele que cria um equilíbrio, encontrando uma posição clara e positiva em um ambiente de caos e turbulência, basicamente identificando oportunidades. Nessa mesma linha de pensamento, Drucker (1987) afirma que o empreendedor é aquele que cria algo aproveitando as oportunidades que lhe surgem e que normalmente não são detectadas por outras pessoas, assumindo as incertezas e os riscos inerentes ao empreendimento. Shapero (1977 *apud* URIARTE, 1999, p. 49) aponta que o empreendedor é “alguém que toma a iniciativa de reunir recursos de uma maneira nova ou para reorganizar recursos de maneira a gerar uma organização relativamente independente, cujo sucesso é incerto”.

Segundo Dornelas (2008), a maioria dos autores é enfática em afirmar que o empreendedor é um exímio identificador de oportunidades, sendo um indivíduo curioso e atento às informações, pois sabe que suas chances melhoram quando seu conhecimento aumenta.

Filion (1993) observa uma constante confusão sobre as diferentes definições acerca do empreendedorismo e o indivíduo empreendedor, com o proprietário ou administrador de empresas. Dornelas (2008) corrobora esse pensamento afirmando que no final do século XIX e início do século XX, os empreendedores foram confundidos com gerentes ou administradores, analisados apenas pelo ponto de vista econômico, como aqueles que organizam a empresa, pagam os empregados, planejam e controlam as ações desenvolvidas na organização. Essa realidade ainda persiste por falta de um dimensionamento sobre as características que formam o espírito empreendedor, fica uma relação de semelhança com a pessoa que investe e administra uma empresa.

Gerber (2004) *apud* Cruz Júnior (2006), apresenta algumas diferenças entre empreendedor e administrador que se seguem:

- a) o Empreendedor, que transforma a situação mais trivial em uma oportunidade excepcional, é visionário, sonhador; o fogo que alimenta o futuro; vive no futuro, nunca no passado e raramente no presente; nos negócios é o inovador, o grande estrategista, o criador de novos métodos para penetrar nos novos mercados;
- b) o Administrador, que é pragmático, vive no passado, almeja ordem, cria esquemas extremamente organizados para tudo.

Filion (1999) relata que, enquanto empreendedores criam o negócio com base em uma visão e tendem a iniciar um processo de desenvolvimento, os gerentes ou operadores compram um negócio e procuram ganhar a vida por meio do bom uso de suas habilidades operacionais. Filion (1999) observa ainda o gerente é voltado para a organização de recursos, enquanto o empreendedor é voltado para a definição de contextos.

Sendo assim, para facilitar a compreensão e classificação dos comportamentos de um administrador/gerente e um empreendedor, Hisrich (1998) *apud* Dornelas (2008) apresenta no Quadro 1 características relevantes que ajudam a elucidar as ações que os definem e quais características lhes diferem.

Quadro 1 – Comparação entre gerentes tradicionais e empreendedores

Temas	Gerentes Tradicionais	Empreendedores
Motivação principal	Promoção e outras recompensas tradicionais da corporação como secretária, status, poder, etc.	Independência, oportunidade para criar algo novo, ganhar dinheiro
Referência de tempo	Curto prazo, gerenciando orçamentos semanais, mensais, etc e com horizonte de planejamento anual	Sobreviver e atingir cinco a dez anos de crescimento do negócio
Atividade	Delega e supervisiona	Envolve-se diretamente
Status	Preocupa-se com o status e como é visto na empresa	Não se preocupa com status
Como vê o risco	Com cautela	Assume riscos calculados
Falhas e erros	Tenta evitar erros e surpresas	Aprende com erros e falhas
Decisões	Geralmente concorda com seus superiores	Segue seus instintos para tomar decisões
A quem serve	Aos outros (superiores)	A si próprio e a seus clientes
Histórico familiar	Membros da família trabalharam em grandes empresas	Membros da família possuem pequenas empresas ou já criaram algum negócio
Relacionamento com outras pessoas	A hierarquia é a base do relacionamento	As transações e acordos são a base do relacionamento

Fonte: Hisrich 1998 *apud* Dornelas (2008, p. 21).

Ainda há muita discussão na literatura sobre quais seriam as características específicas de um empreendedor. Para facilitar a análise dessas características, Rocha *et al.* (2011), reuniram as definições dos principais autores no Quadro 2.

Quadro 2 – Matriz de características de empreendedor e empreendedorismo

Autor	Características	
Ângelo (2003)	1. Criatividade e inovação 2. Habilidade ao aplicar a criatividade 3. Força de vontade e fé	4. Foco na geração de valor 5. Correr riscos
Dolabela (2008)	1. Perseverança 2. Iniciativa 3. Criatividade 4. Protagonismo 5. Energia 6. Rebeldia de padrões 7. Capacidade de diferenciar-se 8. Comprometimento	9. Capacidade incomum de trabalho 10. Liderança 11. Orientação para ofuturo 12. Imaginação 13. Proatividade 14. Tolerância a riscos moderados 15. Alta tolerância à ambiguidade e incerteza.

Dornelas (2008)	1. Visionários	9. Geram riqueza
	2. Sabem tomar decisões	10. Líderes e formadores de opinião
	3. Agregam valor ao que fazem	11. Bem relacionados
	4. Exploram ao máximo as oportunidades	12. Organizados
	5. Determinados e dinâmicos	13. Planejadores
	6. Dedicados	14. Abertos ao conhecimento
	7. Otimistas	15. Assumem riscos calculados
	8. Independentes	16. Criam valor para a sociedade
Schmidt e Bohnenberger (2009)	1. Autoeficaz	5. Persistente
	2. Assume riscos calculados	6. Sociável
	3. Planejador	7. Inovador
	4. Detecta oportunidades	8. Líder

Fonte: Rocha *et al.* (2011, p. 398).

Não há um consenso dos autores sobre uma definição específica para o que caracteriza o empreendedor ou o ato de empreender. No entanto, características similares se repetem em suas definições como liderança, visão, inovação, habilidade de correr riscos e tomar decisões. Com elas pode-se traçar um perfil do empreendedor e o que se espera de alguém que tenha intenção de empreender.

2.2 Intenção empreendedora e bases conceituais do Questionário GUESSS

Para Dornelas (2008), o processo empreendedor envolve todas as funções, atividades e ações associadas com a criação de novas empresas:

Em primeiro lugar, o empreendedorismo envolve o processo de criação de algo novo, de valor. Em segundo, requer a devoção, o comprometimento de tempo e o esforço necessário para fazer a empresa crescer. E em terceiro, que riscos calculados sejam assumidos e decisões críticas tomadas; é preciso ousadia e ânimo apesar de falhas e erros (DORNELAS, 2008, p.23).

Bird (1992) explica que a intenção empreendedora pode ser vista como um estado de espírito em que a atenção da pessoa está dirigida para uma determinada situação, com vista a alcançar uma determinada meta. Liñan e Chen (2009) argumentam que, antes da tomada de decisão de ser ou não empreendedor, é necessário a análise da intenção empreendedora envolvidos no processo de criação de empresa.

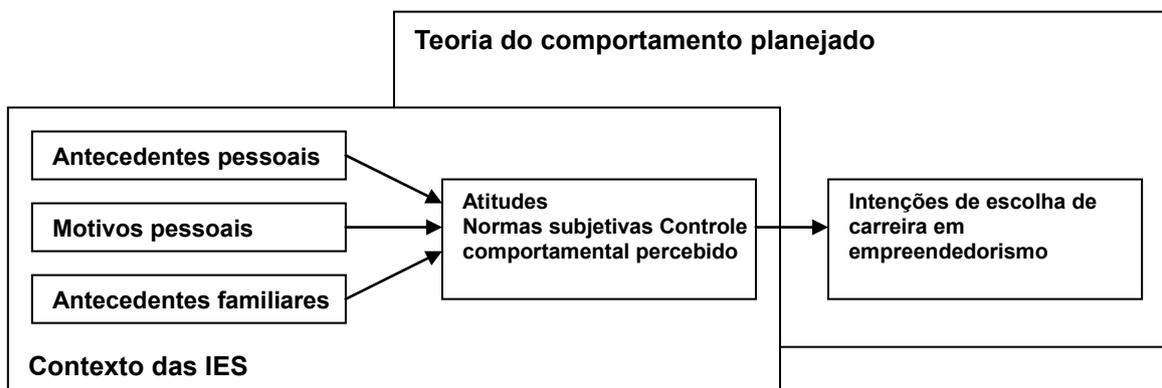
Diante do exposto, Ajzen (1985) propõe a Teoria do Comportamento Planejado (TCP), que baseia-se no pressuposto de que os indivíduos tomam suas decisões de forma eminentemente racional e utilizam sistematicamente as

informações que estão disponíveis, considerando as implicações de suas ações antes de decidirem se devem ou não comportar-se de determinada forma.

Nesse sentido, conforme Ajzen (2002), o comportamento humano é guiado por três tipos de condições: atitude pessoal, a norma subjetiva e do controle comportamental percebido. O autor afirma que as atitudes pessoais correspondem à atitude de alguém sobre algum comportamento de terceiros e produzem uma atitude favorável ou desfavorável em relação ao comportamento específico. Já as normas subjetivas resultam de uma pressão social para que seja adotado um determinado comportamento. Enquanto o controle comportamental percebido refere-se à percepção que o indivíduo tem sobre a facilidade ou dificuldade de se comportar de uma maneira específica, o desempenho desse comportamento condicionará sua intenção.

Assim, segundo Pinto (2007), geralmente, quanto mais favoráveis são a atitude pessoal e a norma subjetiva e maior o controle percebido, maior deve ser a intenção pessoal de realizar o comportamento. Por fim, dado um suficiente grau de controle do comportamento, as pessoas tendem a realizar suas intenções quando as oportunidades aparecem. Dessa forma, a intenção comportamental é considerada o antecessor imediato do comportamento. Sendo assim, Lima *et al.* (2014) aplicam a TCP no contexto da educação empreendedora e sintetiza essa teoria na Figura 1.

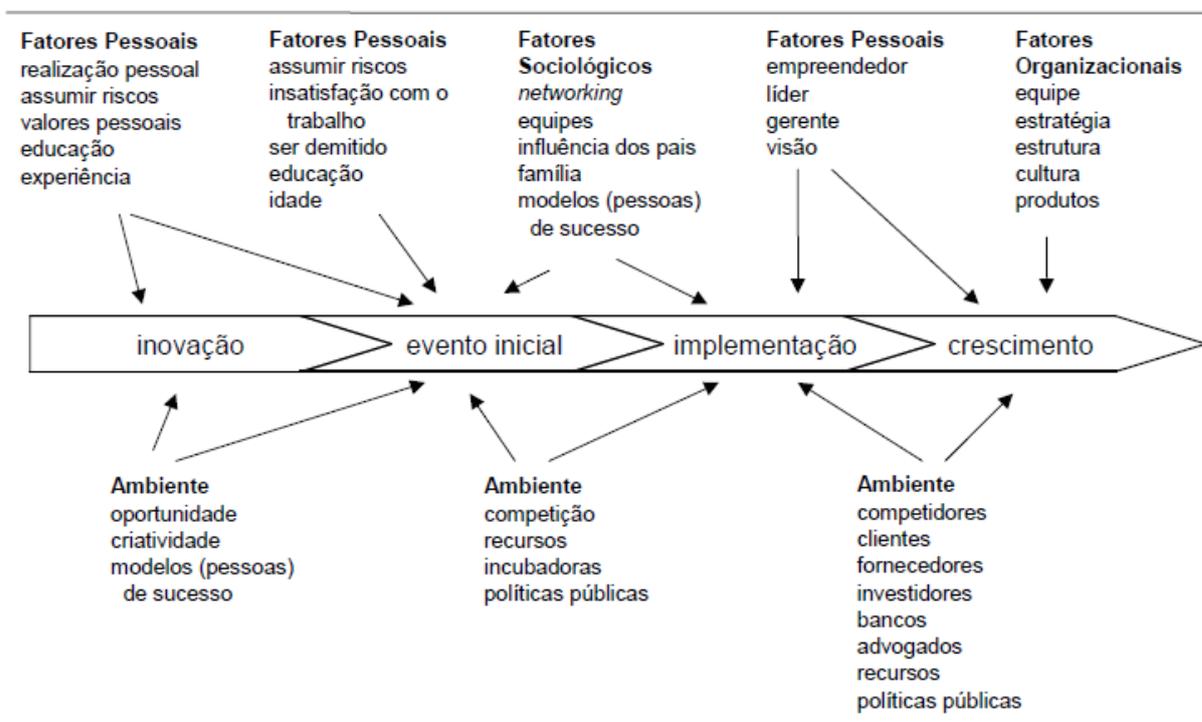
Figura 1 - Fundamentos conceituais da TCP aplicados às intenções de carreira



Fonte: Adaptada por Lima *et al.* (2014) de Ajzen (2002) e Fishbein e Ajzen (1975).

Para Dornelas (2008) o ato de empreender possui um processo definido e depende de alguns fatores que são determinantes para que o processo siga seu fluxo correto. Tanto o processo quanto os fatores estão descritos na Figura 2.

Figura 2 – Fatores que influenciam o processo empreendedor



Fonte: Dornelas (2008, p. 25)

Segundo Dornelas (2008) o processo inicia com a inovação, que é a ideia do empreendedor para o novo projeto. São necessários fatores externos para que haja inovação. Fatores pessoais, sociológicos e organizacionais, além do ambiente em que o sujeito está inserido, como experiência, educação, realização pessoal e oportunidade, criatividade, respectivamente. Com esses fatores cria-se um ambiente propício para inovação e com a inovação chega o próximo passo do processo, o evento inicial.

Para o autor, o evento inicial depende de fatores que possam causar no indivíduo alguma vontade de mudança, exemplos desses fatores é a insatisfação no trabalho ou até a perda do mesmo. O ambiente também precisa ser favorável para o evento inicial, então medidas como políticas públicas, incubadoras e recurso inicial, facilitam a criação desse evento.

Após o evento inicial é necessário que haja a implementação do projeto, que é o que vai efetivamente tirar a ideia inicial do papel. Fatores como o *networking*, influência da família, exemplos de casos de sucesso, além do próprio espírito empreendedor e de liderança são necessários para tocar o projeto. Um ambiente favorável para implantação é que haja recursos para isso, um mercado

competitivo e clientes e fornecedores que possibilitem que esse novo negócio possa crescer que é justamente o último passo do processo empreendedor.

Parte importante do ato de empreender é que o negócio cresça para que consiga se manter no mercado competitivamente e que dê lucro ao empreendedor. Nessa altura, a equipe do novo negócio é um fator importante para o crescimento, além da cultura criada pela empresa e a estratégia utilizada. No ambiente, fatores como os competidores, clientes e fornecedores são essenciais para que o negócio continue vivo.

Lima *et al.* (2014) corrobora o que Dornelas (2008) e Pinto (2007) discutiram em seus trabalhos, agentes externos como fatores pessoais e o ambiente em que o indivíduo está, influenciam diretamente na intenção de empreender do mesmo. Liñan e Chen (2009) elaboraram, então, com base nos conceitos da TCP, o Questionário de Intenção Empreendedora (QIE), testando um modelo para intenções empreendedoras, medindo a intenção e quais variáveis influem nela. Seguindo esse modelo, a definição das três crenças da TCP é modificada como a seguir:

- a) Atitude Pessoal (PA): refere-se à impressão positiva ou negativa que o indivíduo tem sobre ser empreendedor;
- b) Norma Subjetiva (SN): refere-se a pressão social exercida sobre o indivíduo para tornar-se ou não um empreendedor, proveniente do círculo social em que vive;
- c) Controle Comportamental Percebido (PBC): refere-se à percepção do indivíduo sobre a facilidade ou dificuldade de se tornar um empreendedor e sua capacidade em empreender.

O QIE de Liñan e Chen (2009) é formado por cinco seções. Da primeira a quarta seção são abordados os elementos do modelo de intenção empreendedora (atitude pessoal, norma subjetiva, controle comportamental percebido e intenção empreendedora) e a avaliação é feita por meio da escala Likert (1-7). A quinta seção demanda informações sobre capital humano e outras variáveis como: idade, sexo, curso de graduação e renda mensal. Os autores evidenciam que essas variáveis não influenciam diretamente a intenção, mas são úteis para identificar o efeito destes fatores naqueles que a afetam diretamente.

A intenção é uma medida do quão disposta está uma pessoa a fazer algo ou o quanto estaria planejando para colocar algo em prática, coisas que variam segundo fatores motivacionais e não motivacionais, como oportunidades, recursos e habilidades. A intenção é influenciada pelos antecedentes pessoais, familiares e motivos pessoais, que afetam o desenvolvimento de atitudes – no caso, a propensão favorável ou não a empreender e se tornar um empreendedor (LIMA *et al.*, 2014, p. 9).

A partir da base conceitual da TCP, foi criado o questionário usado no Estudo GUESSS Brasil, aplicado na obtenção de dados sobre essas variáveis relacionadas à intenção empreendedora de estudantes universitários e ao contexto das IES em que estudam.

2.3 A Educação Empreendedora no mundo e no Brasil

Segundo Rocha *et al.* (2011), um dos caminhos introdutórios do ensino de empreendedorismo nas Universidades está relacionado ao curso criado pela escola de Administração de Harvard, em 1947, visando qualificar ex-combatentes de guerra para a abertura de pequenos negócios. Porém, somente a partir da década de 1970 tais cursos passaram a configurar nos currículos das universidades, como resposta às mudanças econômicas e de mercado (CRUZ JUNIOR *et al.*, 2006 *apud* DE OLIVEIRA; MELO; MUYLDER, 2015).

Segundo Dolabela (2008), no Brasil, somente na década de 1980 o ensino do empreendedorismo começou a ser abordado através de uma disciplina em um curso de Especialização em Administração, em São Paulo, pela Escola de Administração da Fundação Getúlio Vargas (FGV), em 1981, por iniciativa do professor Ronald Degen. Com o nome “Novos Negócios”, a disciplina foi desenvolvida com base em pesquisas com empreendedores realizadas pelo professor e ministrada de 1981 a 1987. Em 1984, a proposta foi estendida para o curso de graduação em administração da FGV-SP.

O ensino de empreendedorismo ganha impulso, e uma pesquisa realizada nos portais eletrônicos de 516 IESs por Guerra e Grazziotin (2010) mostrava que 32% das IESs públicas e 11,5% das privadas já ofereciam disciplinas de empreendedorismo, sendo que 44,6% das ofertas já aconteciam em cursos fora da área de Administração e Negócios, como Computação, Engenharia, Comunicação Social, Turismo, Educação Física, Fonoaudiologia.

Dois eventos internacionais devem ser observados devido a sua importância na potencialização do ensino do empreendedorismo no mundo. Eles são descritos por Dornelas (2008). O primeiro foi a conferência Educação Empreendedora na Europa que ocorreu em 2006. Nesse evento vários países levaram seus projetos, alguns até em andamento, que se referem a educação empreendedora, buscando agir como instrumento de desenvolvimento econômico e social. Segundo o autor, os países da Comunidade Européia se comprometeram a reformar os currículos da educação secundária, incorporando elementos de empreendedorismo de uma forma mais efetiva em todos os cursos. O segundo evento é a reunião anual do Fórum Econômico Mundial em Davos, Suíça, onde a discussão sobre o empreendedorismo é recorrente, já que é considerado de interesse global, ainda que se destaque a reunião realizada em 2009 por integrantes do Fórum Econômico Mundial, chamada de “Educando a próxima onda de empreendedores”, onde foram expostas experiências bem sucedidas no ensino do empreendedorismo em vários lugares no mundo e ao final da conferência foram deixadas recomendações para que sejam usadas nos jovens para que estes consigam suprir as demandas e desafios do cenário do século XXI.

Dornelas (2008), ainda aponta que toda essa atenção ao tema se dá pelo caso dos Estados Unidos, onde há um compromisso nacional com o empreendedorismo e o desenvolvimento econômico. O próprio governo investe centenas de milhões de dólares anualmente em programas de apoio ao empreendedorismo. Essa prática é considerada como modelo por países que procuram aumentar sua atividade empresarial.

Nesses moldes, em 1990, o Brasil começa a investir no movimento do empreendedorismo com entidades como o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e SOFTEX (Sociedade Brasileira para Exportação de Software). (DORNELAS, 2008). De acordo com o autor, o SEBRAE é amplamente difundido entre os pequenos empresários brasileiros, com finalidade de informar e dar suporte necessário para a abertura de uma empresa, bem como acompanhar através de consultorias seu andamento, solucionando problemas pontuais do negócio. Já a SOFTEX foi criada para ampliar o mercado das empresas de software através da exportação e incentivar a produção nacional, para isso foram desenvolvidos projetos para a capacitação em gestão e tecnologia dos empresários de informática. A SOFTEX atuando junto a incubadoras de diversas universidades

conseguiu despertar atenção para o tema empreendedorismo na sociedade brasileira. Em 1996, o Programa SOFTEX implantou dois projetos, com a finalidade de estimular a exportação do Software brasileiro: o Gênesis, de incubação universitária e o Softstart, na área de ensino de empreendedorismo. Nesta fase, foi criado um seminário conhecido como Oficina do Empreendedor, destinado à formação de professores universitários. Como resultado, de 1996 a 1998, foi implementada a disciplina de empreendedorismo em 100 cursos superiores de informática, no Brasil. (DOLABELA, 2008).

Para ajudar na inserção dessa cultura no meio acadêmico em 1997, foi criado o Programa REUNE – Rede de Ensino Universitário de Empreendedorismo. Em 1998, o SEBRAE Nacional, a Confederação Nacional da Indústria (CNI) e o Instituto Euvaldo Lodi (IEL) lançaram o Programa Reune-Brasil, abrangendo todo o território nacional e destinado à formação de professores em empreendedorismo, em todas as áreas. (DOLABELA, 1999). Desta forma, a Oficina do Empreendedor passou a estar presente em mais de 300 IES brasileiras, com mais de 3000 professores participantes. Graças a essa atenção dada ao tema, dois eventos foram criados no Brasil para disseminação dos trabalhos científicos desenvolvidos nacionalmente, um deles é o Encontro de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (EGEPE), criado em 2000 e consolidado no país como principal espaço de debate do tema empreendedorismo e que já está em sua 17ª edição. Também é importante chamar atenção para o EnANPAD (Encontro da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Administração) que desde 2003, incluiu em suas áreas de interesse para submissão de trabalhos o empreendedorismo (DOLABELA, 2004).

Por muito tempo acreditou-se que características do empreendedorismo eram congênitas, ou seja, o indivíduo nascia com esse diferencial, caso contrário era desencorajado a empreender (DORNELAS, 2008).

Hoje em dia, esse discurso mudou e, cada vez mais, acredita-se que o processo empreendedor pode ser ensinado e entendido por qualquer pessoa e que o sucesso é decorrente de uma gama de fatores internos e externos ao negócio, do perfil do empreendedor e de como ele administra as adversidades que encontra no dia a dia de seu empreendimento (DORNELAS, 2008).

Dolabela (2004) entende que uma economia movida, essencialmente, pelo Estado e por grandes empresas tende a direcionar as IES para a formação de empregados, a fim de atuar nestes dois segmentos. Para o autor, este modelo tem sido esgotado na proporção que a alteração das relações de trabalho e de produção tem deslocado seu eixo para as pequenas empresas, impulsionando a sociedade a formar empregadores em maior número. As universidades desempenham um papel importante no clima empresarial regional porque concentram grande número de institutos e centros de pesquisas que podem ser exploradas como fonte de conhecimento e inovação por novos empreendimentos (EDMONDSON; MCMANUS, 2007; SHANE, 2004).

Filion (1999) complementa que a educação empreendedora é diferente do processo de ensino tradicional por focar mais na atividade do próprio aluno, numa forma mais experiencial, mais prática e contextualizada no mundo real e que prepara o indivíduo para lidar com as incertezas, a falta de recursos e as dificuldades típicas do início de uma organização/iniciativa, além de incentivar a imaginação e a análise.

Este panorama, onde estão inseridas as IES brasileiras, não corresponde às expectativas do empreendedorismo. Guerra e Grazziotin (2010) criticam este sentido da educação acadêmica do país de formar reprodutores de tecnologia importada. Tradicionalmente, os cursos de administração têm concentrado mais atenção na formação de profissionais para atuar gerenciando grandes empresas (VIEIRA; RIBEIRO; MELATTI, 2009). A mudança deste paradigma tem sido uma vertente nos estudos do ensino do empreendedorismo nas IES. O enfoque educacional do empreendedorismo tende a ser direcionado para os processos de inovação, criação e desenvolvimento de empresas em vez da clássica educação em negócios para gerenciar uma empresa (MARTENS; FREITAS, 2008).

É nesse contexto que o Brasil inicia sua participação no Projeto GUESSS em 2011 com a participação de 37 IES. O GUESSS foi realizado pela primeira vez em 2003 na Universidade de St. Gallen na Suíça, com o objetivo de caracterizar o espírito, as atividades e as intenções empreendedores de estudantes universitários de todos os níveis de estudo e em todos os cursos universitários das instituições de ensino participantes. Desde então o estudo é feito num intervalo de 2 a 3 anos, atingindo cada vez mais países. Em sua última edição, em 2016, o GUESSS teve participação de 50 países, mais de mil universidades, com mais de cento e vinte mil

respostas de estudantes de todos os cursos. No Brasil, em 2014 houve a participação de pouco mais de 60 IES no estudo.

A educação empreendedora viabiliza a formação de um sujeito que conhece suas potencialidades e fragilidades, suas habilidades e competências, capaz de criar, sobressair e enfrentar a realidade social e econômica, ou seja, que possa enfrentar e criar diferentes formas de garantir sua subsistência. O empreendedorismo atualmente se estabelece como um fenômeno cultural fortemente relacionado ao processo educacional na formação de novas gerações. (DOLABELA, 2004).

Percebe-se, a crescente atenção que vem sendo dada a educação empreendedora principalmente devido ao papel que ela pode desempenhar no desenvolvimento na economia de um país.

3 METODOLOGIA E DADOS

Para realização deste trabalho, a metodologia utilizada para a pesquisa será a abordagem descritiva. Para Gil (1999), são inúmeros os estudos que podem ser classificados como descritivos, mas dentre esses se salientam aqueles que têm como foco estudar as características de um grupo. São incluídas neste grupo as pesquisas que tem por objetivo levantar opiniões, atitudes e crenças de uma população. Para Triviños (1987), este tipo de pesquisa exige do investigador uma série de informações sobre o que deseja pesquisar, já este estudo pretende descrever os fatos e fenômenos de uma determinada realidade.

Possui um teor quantitativo devido à necessidade de identificar o nível da intenção empreendedora dos alunos do curso de Administração da Universidade Federal do Ceará (UFC), destaca-se, conforme Silva e Menezes (2001, p. 20), que “a pesquisa quantitativa considera que tudo pode ser quantificável, o que significa traduzir em números, opiniões e informações para classificá-las e analisá-las”. Esse trabalho possui uma abordagem quantitativa, portanto, pois seus resultados são quantificados e considera-se que os resultados obtidos representam um retrato do universo da pesquisa. Além disso, são usados recursos matemáticos para a descrição dos resultados e a relação entre as variáveis (GERHARDT; SILVEIRA, 2009).

Trata-se de um estudo empírico porque é realizada no local que dispõe de elementos para explicar o fenômeno estudado (VERGARA, 2009), que tem delimitação de corte transversal visto que efetua a coleta de dados de forma instantânea, ou seja, de uma única vez no momento da coleta (COOPER; SCHINDLER, 2003).

Para coleta de dados foi realizada uma pesquisa de campo, cuja amostra envolveu alunos do curso de graduação em Administração da Universidade Federal do Ceará (UFC) em que foram obtidos dados primários através de um questionário estruturado que tornam a pesquisa única. Para Mattar (2008), os dados primários são aqueles que não foram antes coletados, estando ainda em posse dos pesquisados e são coletados com a finalidade de atender às necessidades específicas da pesquisa em andamento.

O questionário, que está disponível no apêndice A, foi dividido em cinco seções. A primeira buscou colher informações pessoais dos respondentes da

pesquisa e a partir dessas informações filtrá-los de modo que se encaixassem no público do estudo, estudantes de Administração da Universidade Federal do Ceará. A segunda seção do questionário tem como objetivo traçar o perfil profissional do respondente dentro da Universidade. A terceira seção busca elucidar quais as intenções de carreira dos respondentes após a conclusão do curso. A quarta seção visa estabelecer se os fatores determinantes para empreender estão presentes no público respondente. A última seção abre espaço para que os respondentes dêem sua opinião e soluções para o desenvolvimento da educação empreendedora dentro da Universidade.

O questionário do Projeto GUESSS 2014 é usado como norte e base do questionário aplicado para este trabalho, já que os resultados do Projeto GUESSS 2016 ainda não foram publicados. Este projeto tem como principais objetivos registrar e acompanhar sistematicamente o espírito empreendedor, intenções e atividades de estudantes em todo o mundo e suas bases conceituais já foram elucidadas em uma das seções do capítulo anterior. As questões foram selecionadas de acordo com o objetivo deste trabalho que é identificar o nível da intenção empreendedora dos alunos do curso de Administração da Universidade Federal do Ceará (UFC).

Todas as questões das quatro primeiras seções do questionário são propositivas fechadas, onde os respondentes são solicitados a responder qual ponto da escala melhor corresponde a sua opinião a respeito do que está sendo perguntado. Para a maioria das questões foi utilizada a escala Likert (1932) de cinco pontos, a intensidade do nível de concordância é determinada mediante a variação de 1 para concordo totalmente e 5 para discordo totalmente. Nas questões onde não foi utilizada a escala Likert, os respondentes deveriam escolher a opção que mais se aproximava com a sua realidade. O objetivo da coleta de dados foi proporcionar informações que permitissem uma análise consistente.

Para analisar os itens Likert foi utilizado o cálculo do Ranking Médio (RM) proposto por Oliveira (2005). Neste modelo atribui-se um valor de 1 a 5 para cada resposta a partir da qual é calculada a média ponderada para cada item, baseando-se na frequência das respostas. Desta forma foi obtido o RM através da seguinte estratégia:

$$\text{Ranking Médio (RM)} = \text{MP} / (\text{NS})$$

$$\text{Média Ponderada (MP)} = \sum(\text{fi} \cdot \text{Vi})$$

f_i = freqüência observada de cada resposta para cada item

V_i = valor de cada resposta

NS = nº de sujeitos

Quanto mais próximo de 5 o RM estiver maior será o nível de concordância dos estudantes e quanto mais próximo de 1 menor.

Segundo Rudio (1986), amostra é uma parte da população selecionada de acordo com uma regra ou plano. O mais importante, ao selecioná-lo, é seguir determinados procedimentos, que nos garantam ser ela representação adequada da população, de onde foi retirada, dando-nos assim confiança de generalizar para o universo o que nela for observado. A população desse estudo é de 831 alunos matriculados no curso de Administração da UFC, sendo eles 425 no turno da manhã e 406 no turno da noite. A amostra deste estudo é considerada uma amostra por acessibilidade, uma vez que se procede a seleção dos elementos aos quais se tem acesso para que a realização da pesquisa se torne possível (MASSUKADO-NAKATANI, 2009), totalizando um conjunto de 65 questionários respondidos, dos quais foram consideradas 63 respostas válidas, todos os respondentes eram alunos de Administração da UFC e todas as foram perguntas respondidas. Santos (2017), usa a seguinte fórmula para o cálculo de nível de confiança da amostra:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{Z^2 \cdot p \cdot (1 - p) + e^2 \cdot (N - 1)}$$

Onde,

n = amostra calculada

N = população

Z = variável normal padronizada associada ao nível de confiança

p = verdadeira probabilidade do evento

e = erro amostral

Utilizando o cálculo de Santos (2017), essa amostra nos dá um nível de confiança de 90%, com um erro amostral de 10%.

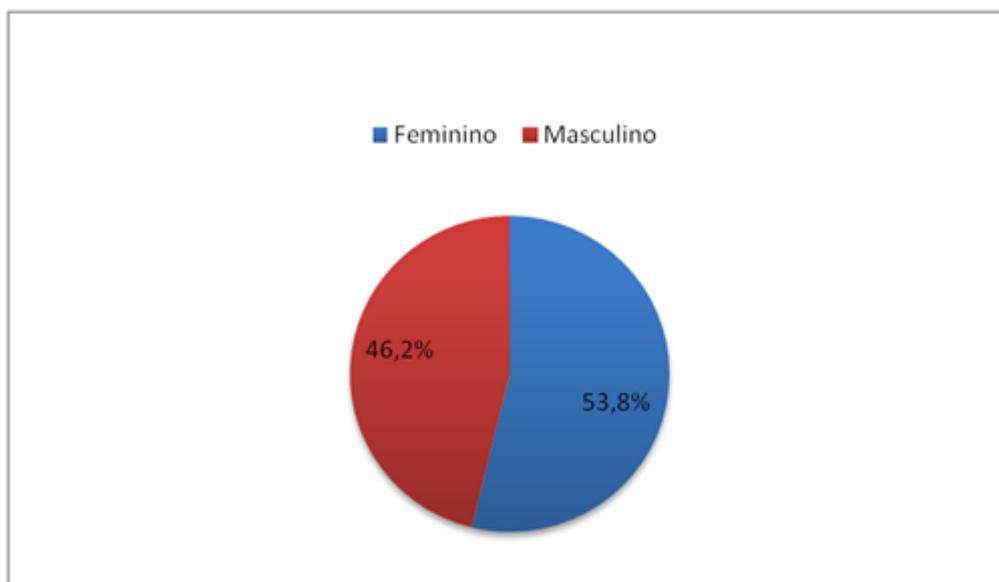
4 RESULTADOS

Nessa seção serão apresentados os resultados da pesquisa de campo que teve como base 63 respostas válidas em uma população de 831 indivíduos.

4.1 Características Gerais da Amostra

Os resultados mostram uma homogeneidade de gênero nos respondentes que podemos observar também na população da pesquisa. Homens e mulheres foram separados por uma diferença de apenas 7,6%, como mostrado no gráfico 1. As mulheres lideram a amostra com 53,8%, enquanto os respondentes homens representam 46,2%.

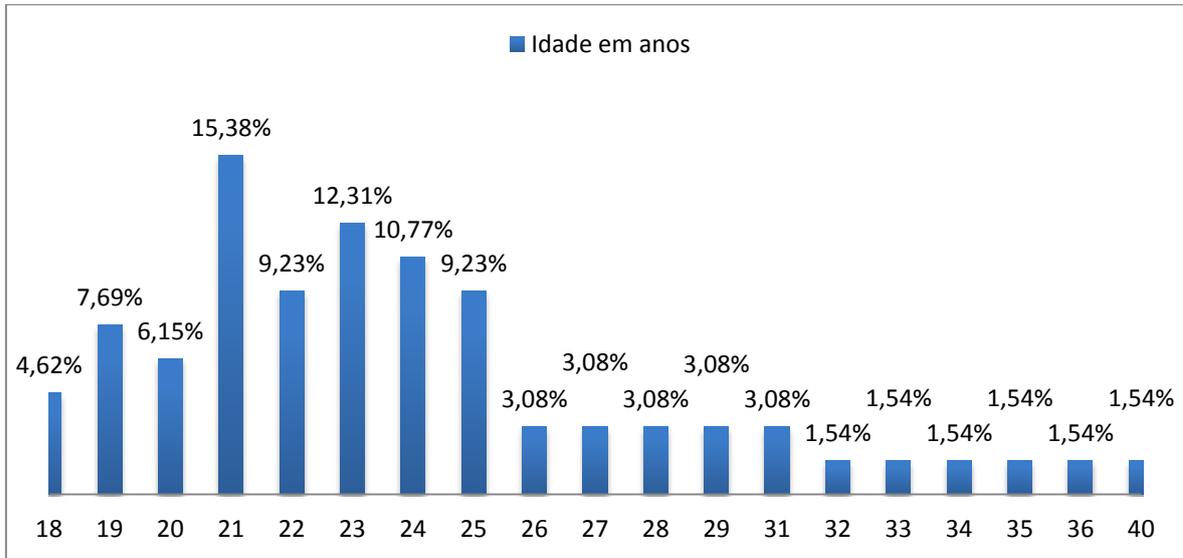
Gráfico 1 - Divisão amostral por sexo



Fonte: elaborado pelo autor.

Apesar de possuir respostas entre 18 e 40 anos, a amostra possui uma concentração maior de respondentes entre 21 e 25 anos, que juntos totalizam 56,92% da amostra. Aproximadamente um quarto da amostra, 24,64%, é formada por respondentes de 26-40 anos. A idade média da amostra é de 24,08 anos. Esses dados são apresentados no gráfico 2.

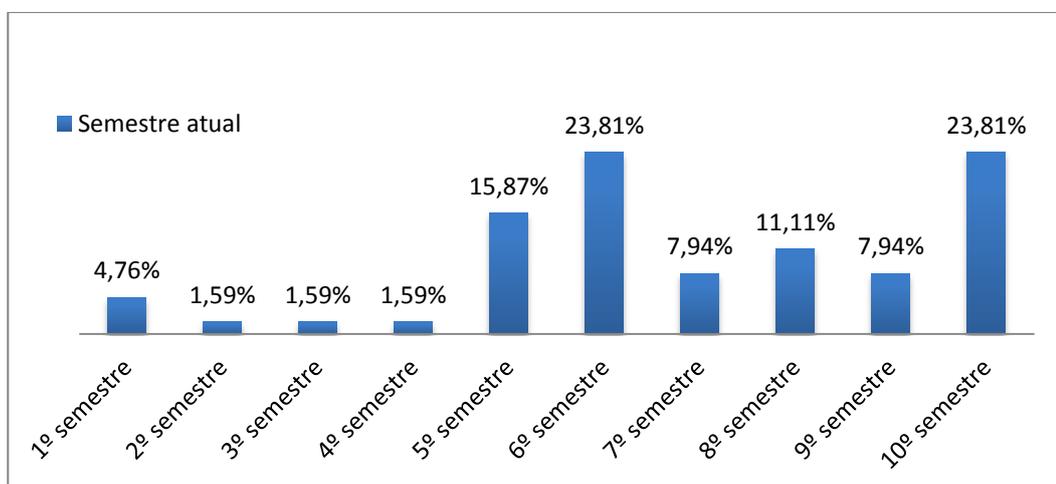
Gráfico 2 - Divisão amostral por idade



Fonte: elaborado pelo autor

Para essa pesquisa também é importante analisar a que ponto os respondentes estão no curso, para tanto foi feita uma classificação por meio dos semestres pré-estabelecidos pelo programa do curso. A amostra foi perguntada sobre qual semestre está cursando e os resultados obtidos estão especificados no gráfico 3. A maior parte da amostra é igualmente representada por respondentes do 6º ao 10º semestre com 74,61% dos respondentes, ou seja, a maioria tem mais de 50% da carga horária do curso cumprida e conhece bem o curso e suas disciplinas.

Gráfico 3 - Divisão amostral por semestres



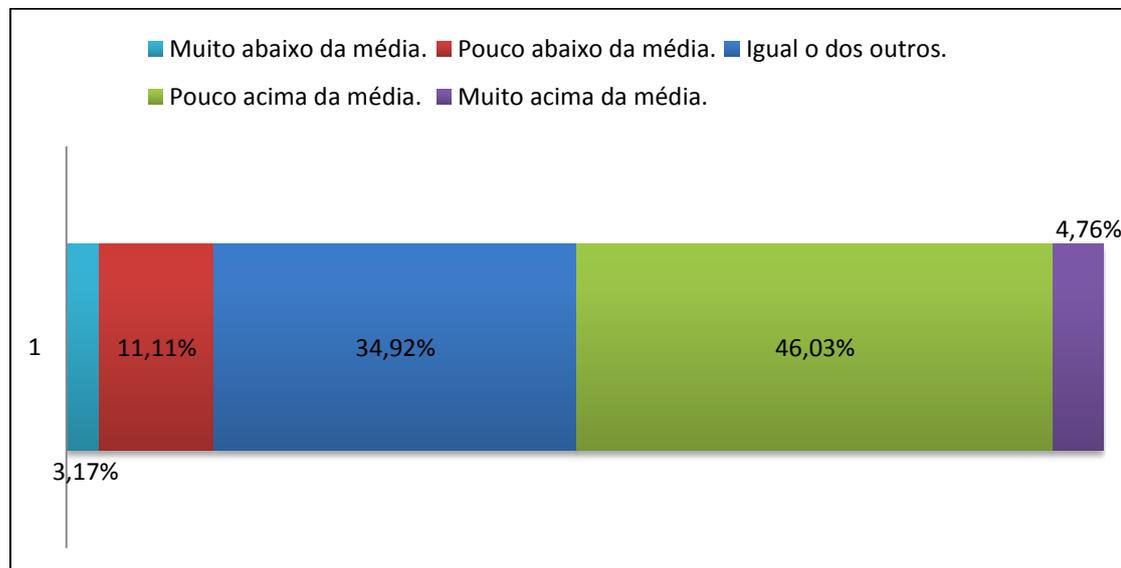
Fonte: elaborado pelo autor

4.2 Características de Estudo e Trabalho

4.2.1 Autoavaliação de Desempenho Acadêmico

A amostra foi confrontada sobre a autoavaliação do seu desempenho em comparação com o desempenho dos colegas de curso, os resultados podem ser encontrados no gráfico 4. 46,03% da amostra julga que seu desempenho acadêmico é um pouco acima da média quando comparados com a população do curso e 4,76% crê que seu desempenho é muito acima da média. Comparando com a amostra brasileira no trabalho de Lima *et al.* (2014), onde 66,4% da amostra indicou que possuía um desempenho acima da média em algum nível. Uma considerável parte dos discentes de Administração da UFC acredita que está abaixo da média em algum nível, mais especificamente 14,28% da amostra, enquanto na amostra brasileira de Lima *et al.* (2014), a representatividade é de apenas 6,4%.

Gráfico 4 – Autoavaliação de Desempenho - UFC



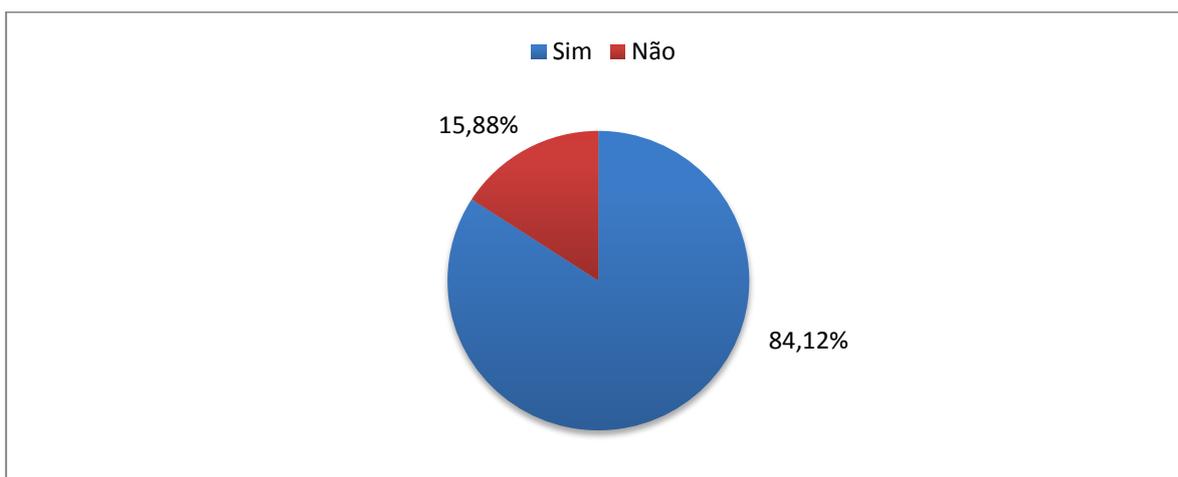
Fonte: elaborado pelo autor

A diferença na autoavaliação abaixo da média da amostra da UFC contra a amostra do Brasil é alta e deve ser apontada, já que de alguma maneira, os discentes da UFC parecem se sentir menos seguros sobre seu desempenho acadêmico e conseqüentemente sua aprendizagem.

4.2.2 Ocupação não-acadêmica

A amostra também foi questionada quanto a sua ocupação fora da academia, um emprego ou outra atividade remunerada. O gráfico 5 indica que 84,12% da amostra exerce alguma atividade remunerada.

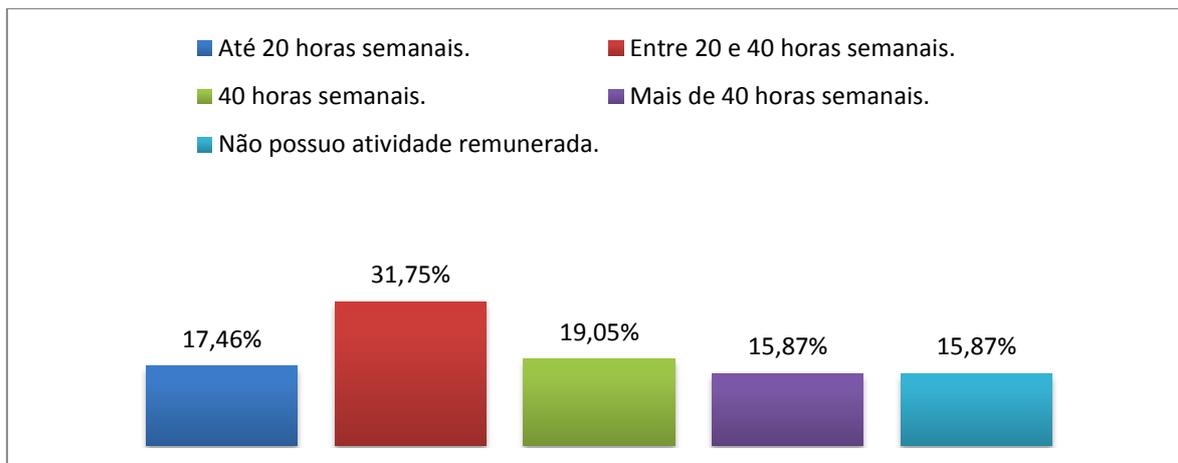
Gráfico 5 – Discentes que exercem atividade remunerada



Fonte: elaborado pelo autor.

Para que fosse identificada a quantidade de tempo investida nas atividades remuneradas, foi perguntado, também, a carga horária semanal da atividade exercida, os resultados são exemplificados no gráfico 6. A categoria mais representativa na amostra é de discentes que trabalham entre 20 e 40 horas semanais, eles representam 31,75%, mas o que chama a atenção nesse caso, é que 19,05% dos universitários cumprem uma jornada de trabalho completa (40 horas por semana) e 15,87% indicam que trabalham por mais de 40 horas semanais.

Gráfico 6 – Jornada semanal de trabalho



Fonte: elaborado pelo autor.

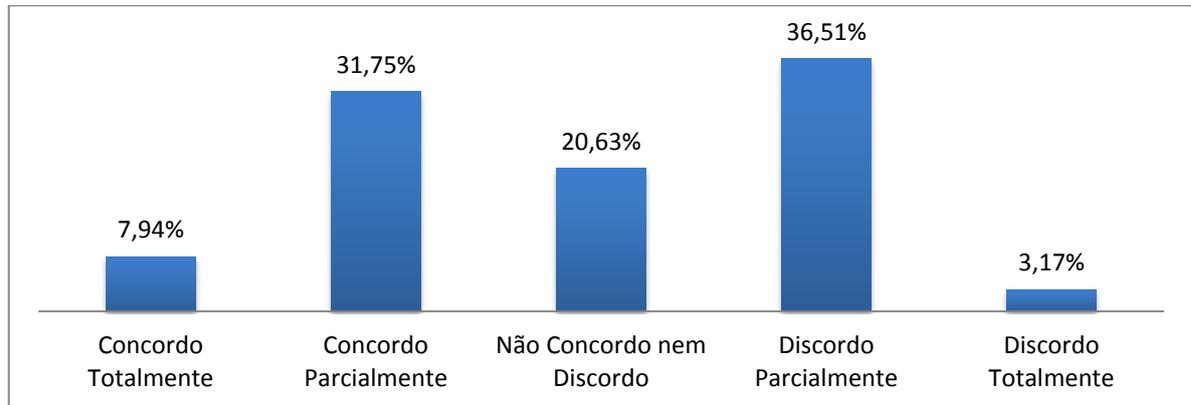
Esse tempo aplicado ao trabalho pode justificar os números da subseção anterior, que mostrou que uma fatia significativa da amostra considera que está abaixo da média em comparação com outros discentes do curso, já que o tempo empreendido na academia é consideravelmente menor.

4.3 Educação Empreendedora na UFC

Segundo Lima *et al.* (2014), um dos objetivos do GUESSS é usar elementos que propiciem a compreensão do papel das IES e do ambiente que oferecem aos estudantes no desenvolvimento das intenções empreendedoras e na preparação dos estudantes para empreender. Na mesma linha de pensamento, Dornelas (2008), discorre sobre o processo empreendedor, ilustrado anteriormente na figura 2, e que aponta os fatores que mais influenciam durante o processo de empreender.

Usando isso como base, algumas afirmações foram apresentadas a amostra buscando mensurar que visão os alunos possuem da relação da UFC com o empreendedorismo. Os respondentes deveriam escolher a opção que mais se encaixaria em sua concepção. As opções variavam, numa escala de 5 pontos, de “Concordo Totalmente” a “Discordo Totalmente”. Os gráficos 7, 8 e 9 especificam as situações e o resultado com as opiniões da amostra. Para a análise desses dados foi feito um cálculo do Ranking Médio baseado em Oliveira (2004), nessa classificação, valores próximos de 5 mostram concordância e próximos de 1 discordância.

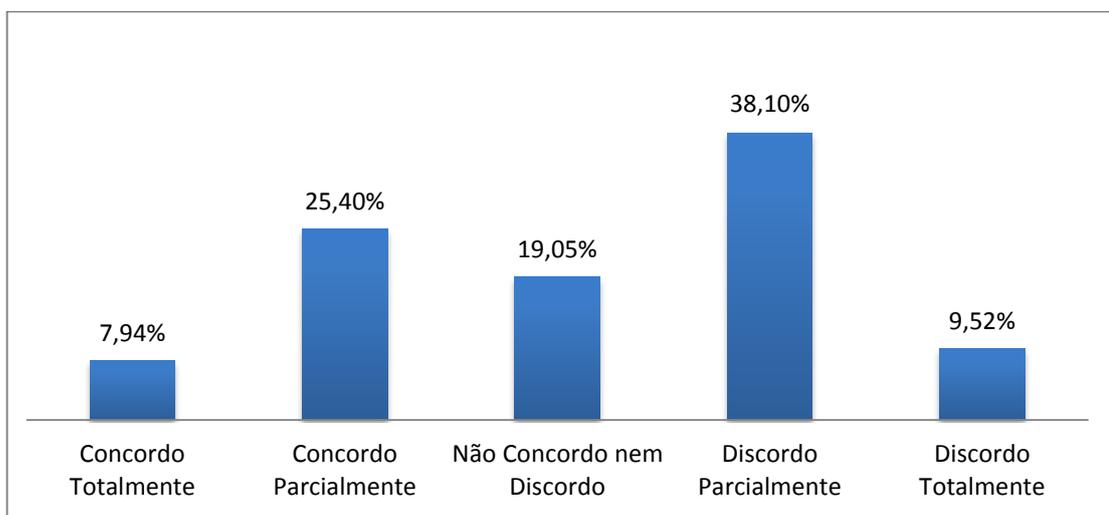
Gráfico 7 - A UFC possui uma atmosfera que inspira a criação de ideias para novos negócios.



Fonte: elaborado pelo autor.

Quando apresentados à afirmação “A UFC possui uma atmosfera que inspira a criação de ideias para novos negócios.” a amostra apresentou uma média de 3,05 em seu RM, indicando que os discentes sentem que o ambiente da Universidade cria uma atmosfera propícia à inovação, característica que, segundo Drucker (1987) e Dornelas (2008), é crucial no desenvolvimento do espírito empreendedor. Apesar disso, o gráfico 7 com os percentuais de cada resposta mostra que a opção mais escolhida foi “Discordo Parcialmente”, com 36,51% das respostas, indicando que os discentes têm reservas quanto a afirmar que a UFC possui um ambiente propício a inovação.

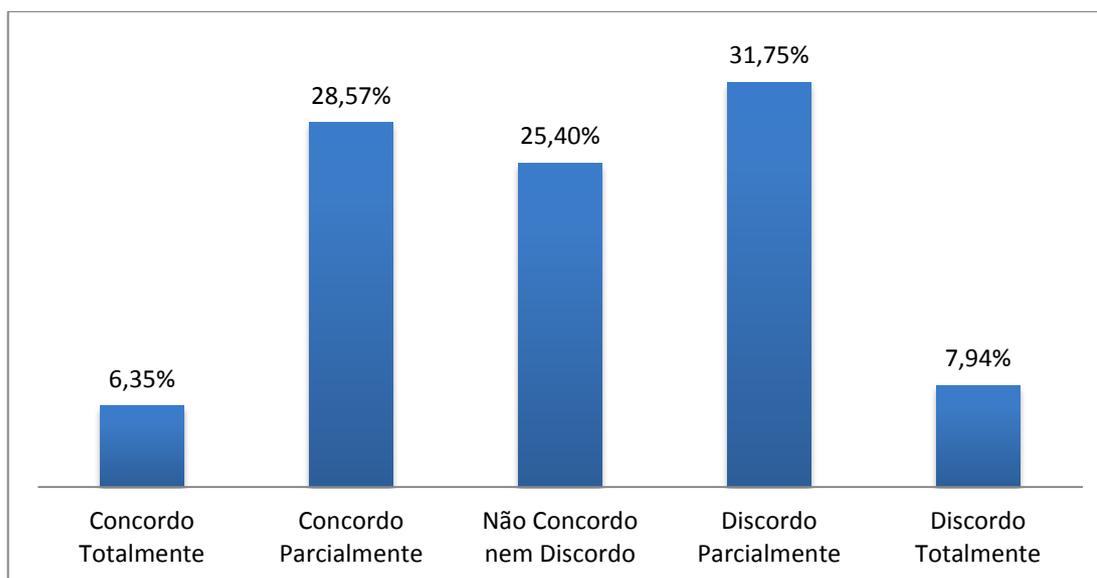
Gráfico 8 – Na UFC os estudantes são estimulados a se envolver em atividades empreendedoras.



Fonte: elaborado pelo autor.

Já quando a afirmação foi de que “Na UFC os estudantes são estimulados a se envolver em atividades empreendedoras.”, o RM apresentado foi de 2,84 demonstrando uma queda da satisfação dos discentes nesse quesito, o que mostra que para eles na UFC há alguma carência nas atividades que envolvem diretamente o empreendedorismo. Segundo o processo empreendedor de Dornelas (2008), depois da inovação é necessário que seja criado um evento inicial que favoreça a implementação propriamente dita da ideia inicial e o ambiente em que está envolvido tem papel crucial na criação desse evento. Novamente, e dessa vez com mais representatividade, a opção mais escolhida foi “Discordo Parcialmente” com 38,10% das respostas, chama atenção também a opção “Discordo Totalmente” com 9,52%, como mostra o gráfico 8. No caso dessa afirmação, tanto o RM quanto a porcentagem de respostas refletem uma não percepção dos discentes quanto ao envolvimento de atividades empreendedoras na UFC.

Gráfico 9 – Na UFC há um clima favorável para se tornar empreendedor.



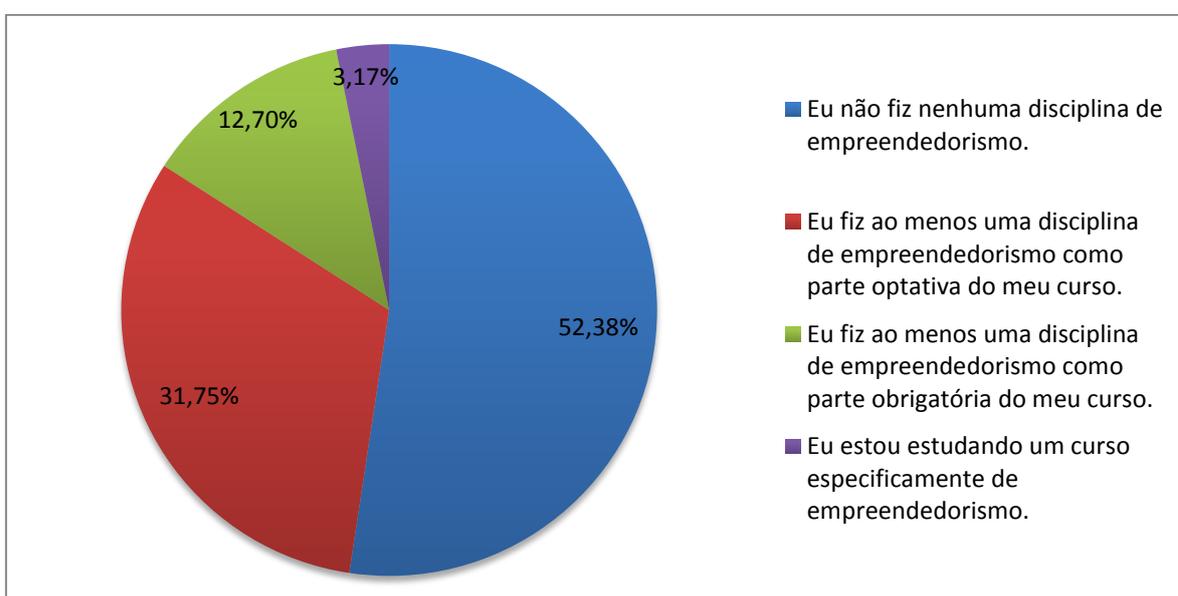
Fonte: elaborado pelo autor.

Por fim, no gráfico 9, quando perguntados se “Na UFC há um clima favorável para se tornar empreendedor.”, a opção mais escolhida, ainda foi “Discordo Parcialmente” com 31,75% das respostas e o RM calculado foi de 2,93, indicando que a Universidade possui um meio favorável ao empreendedorismo, ainda que seja com uma média baixa. Chamam atenção as médias baixas que a UFC atinge, que apesar de satisfatórias matematicamente, não refletem totalmente o

posicionamento dos discentes. Mostra que há muito espaço para melhora no que diz respeito a Educação Empreendedora.

A amostra também foi questionada sobre a relação do curso de Administração da UFC com o ensino do empreendedorismo, onde deveria escolher o item que mais se enquadrava com a realidade percebida por ela. Os resultados estão no Gráfico 10.

Gráfico 10 - Ensino do Empreendedorismo no curso de Administração da UFC



Fonte: Elaborada pelo autor.

Teve uma maior representatividade (52,38%), a opção “Eu não fiz nenhuma disciplina de empreendedorismo” o que demonstraria um lapso muito grande no projeto pedagógico do curso de Administração, no entanto, levando em conta que o curso possui uma estrutura formada para que o aluno mantenha uma carga de 5 disciplinas de 64 horas presenciais até ao 6º semestre e então, com a entrada de disciplinas de Estágio Supervisionado (I e II), atividades complementares e Trabalho de Conclusão de Curso, há uma carga adicional extra classe (UFC, 2013) e que 49,21% da amostra encontra-se nessas condições, é coerente uma taxa alta em relação a esse quesito.

Essa dedução torna-se mais real quando observado que a segunda opção mais representativa é “Eu fiz ao menos uma disciplina de empreendedorismo como parte optativa do meu curso”, com 31,75% das respostas. Conclui-se, então,

que grande parte da amostra não teve contato com uma disciplina de empreendedorismo por não ter tido contato com cadeiras opcionais ainda ou por não ter optado cursar uma disciplina com foco no empreendedorismo.

Ainda há 12,70% da amostra que menciona ter feito uma disciplina de empreendedorismo como parte obrigatória do curso, indicando que uma parte dos discentes consegue identificar em sua grade preestabelecida alguma disciplina com foco no empreendedorismo como parte obrigatória do curso, seguindo essa linha de pensamento, 3,17% da amostra acredita que o curso de Administração na UFC tem como foco principal o empreendedorismo.

4.4 Intenção Empreendedora dos Estudantes

Para esse trabalho é crucial entender o nível da intenção empreendedora dos discentes já que esse é o objetivo principal. Com inspiração no projeto GUESSS, foi usada a escala de Liñan e Chen (2009), para quantificar essa intenção. A escala é constituída por seis afirmações que devem ser categorizadas entre “Discordo Totalmente” e “Concordo Totalmente”, numa escala de 5 pontos. Novamente a ferramenta usada para análise desses valores será o cálculo de RM de Oliveira (2004). Os resultados seguem na tabela 1.

Tabela 1– Nível de intenção empreendedora nos alunos de Administração da UFC

Afirmação	RM
Estou pronto (a) a fazer qualquer coisa para ser um (a) empreendedor (a).	2,90
Minha meta profissional é me tornar empreendedor (a).	2,98
Eu farei todo esforço necessário para iniciar e desenvolver meu próprio negócio.	3,19
Estou determinado (a) a criar uma empresa no futuro.	3,51
Eu tenho pensado seriamente em criar uma empresa.	3,37
Eu tenho a forte intenção de criar uma empresa algum dia.	3,70
Média de Intenção Empreendedora	3,28

Fonte: Elaborado pelo autor

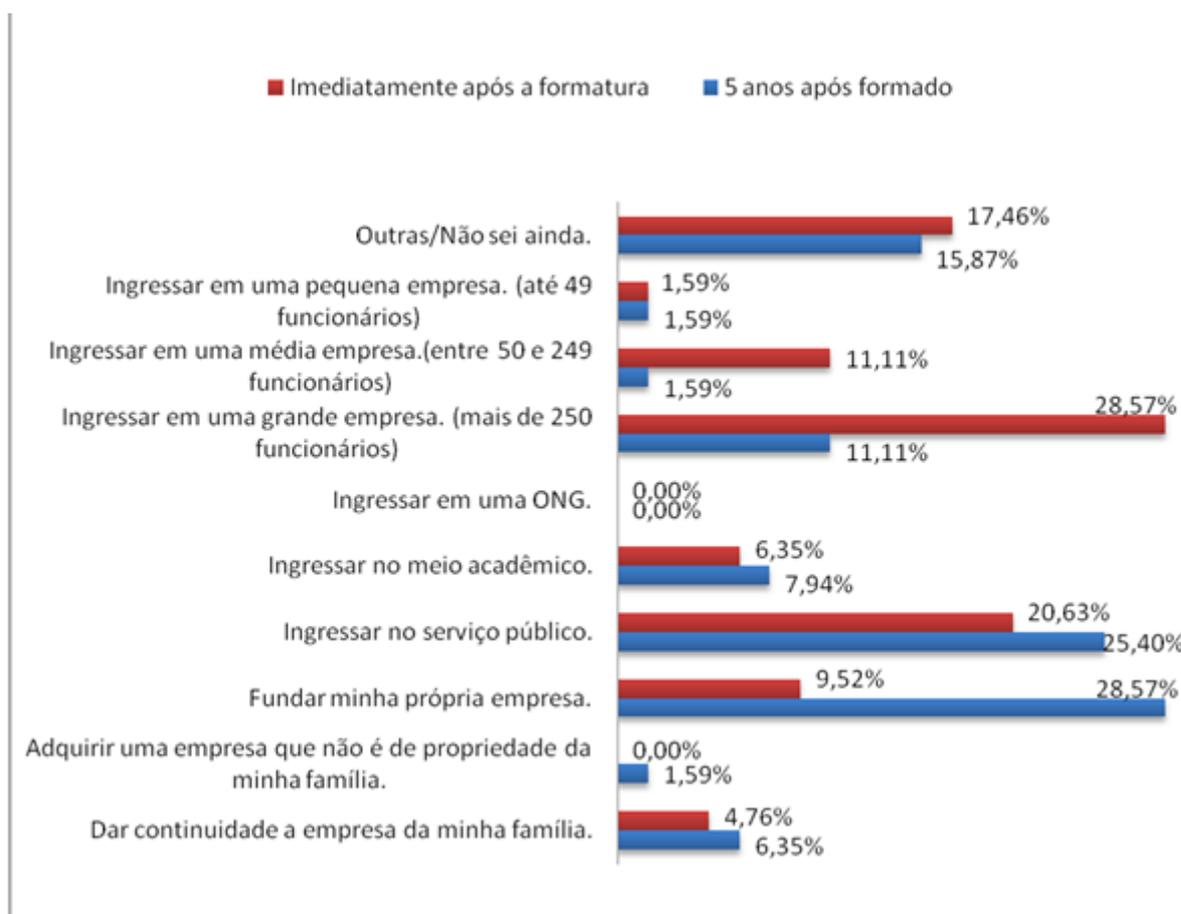
Uma média de 3,28 em geral demonstra um interesse alto dos alunos de administração da UFC em empreender em algum momento da carreira. Itens como “estou determinado (a) a criar uma empresa no futuro” e “eu tenho uma forte intenção de criar uma empresa algum dia” possuem os maiores RM’s da escala, com 3,51 e 3,70, respectivamente, corroborando com a ideia de um nível alto de intenção

empreendedora, mas sem identificar em que momento essa intenção se tornará uma ação. Junto a isso, a média diminui quando levados em consideração os itens mais imediatistas da escala como “Estou pronto (a) a fazer qualquer coisa para ser um (a) empreendedor (a)” e “Minha meta profissional é me tornar empreendedor (a)”, que tem as médias de 2,90 e 2,98, respectivamente.

Parte disso pode ser explicada pelo processo empreendedor de Dornelas (2008). A inovação é o que inicia o processo, características como realização pessoal, educação, criatividade, oportunidade, modelos de sucesso e experiência deixam latente no indivíduo a vontade de empreender, mas para que o processo ocorra realmente é necessário um evento inicial. Esse evento pode ocorrer por razões de saúde, pela insatisfação com o trabalho, pela necessidade que o indivíduo tem de pôr suas ideias em prática, algo que tire o indivíduo do relativo conforto que ele tem com a sua situação atual. Neste estudo, 84,12% da amostra possui alguma ocupação remunerada e 34,92% cumpre uma jornada de trabalho completa. Há um indicativo então, de certa resistência em sair de uma situação que é favorável e arriscar em um novo empreendimento, o que explica as médias menores em itens que indicam mudanças abruptas.

Buscando identificar que rumos os discentes planejam tomar depois de formados pela universidade, principalmente no que concerne ao empreendedorismo, a amostra foi apresentada a algumas opções de carreira a seguir imediatamente após a formatura e deveria escolher uma que se encaixasse mais com sua realidade. Além disso, para discernir esses planos ao decorrer do tempo, as mesmas opções foram apresentadas, mas a situação proposta era de qual carreira eles pretendiam seguir depois de 5 anos já formados. Os resultados foram compilados no gráfico 11 para facilitar a comparação entre as duas situações.

Gráfico 11 – Intenções de Carreira no curso de Administração da UFC



Fonte: Elaborado pelo autor.

As opções e situações apresentadas são similares àquelas usadas pelo projeto GUESSS, há então a possibilidade de comparar a realidade do estudante de Administração da UFC com as médias nacionais apontadas por Lima *et al.* (2014). Uma das maiores diferenças entre a média brasileira e a encontrada na amostra da UFC é a opção “Outras/Não sei ainda”. Enquanto a média brasileira para imediatamente após a formatura e cinco anos depois de formado é de 5,0 e 6,5, respectivamente, as médias para as mesmas situações na amostra da UFC mostram que 17,46% e 15,87% ainda não sabem o que farão em sua carreira profissional, valores altos que influenciam diretamente na média das outras opções de carreira. Outra opção que pode influenciar é “Ingressar em uma ONG”, na média brasileira há alguma representatividade nessa opção, mesmo que pequena, é de 1,6% para recém-formados e 1,5% para cinco anos depois da formatura. Na amostra da UFC não demonstrou interesse para essa carreira em nenhuma das situações.

É importante ressaltar o quão substancial é a quantidade de discentes que almejam ingressar no serviço público, 20,63% imediatamente após a formatura e 25,40% depois de cinco anos formado. Essa situação já havia sido observada no referencial teórico desse trabalho, quando foi analisado os dados de Lima *et al.* (2014). Para os discentes procuram uma carreira de estabilidade, atrelada a bons salários, o serviço público se apresenta como uma opção viável.

Enquanto para os recém-formados a opção mais representativa foi a de “Ingressar em uma grande empresa”, com 28,57% das respostas, esse quadro muda drasticamente quando observado o gráfico de cinco anos após a formatura, onde a opção mais representativa é a de “Fundar minha própria empresa” com os mesmos 28,57% da amostra.

A luz das informações dadas pelo gráfico 11, conclui-se que a medida que o tempo passa, o indivíduo adquire experiência e *know-how*, o seu interesse em ser empregado em uma empresa, independente de seu tamanho, diminui, enquanto aumenta o desejo de fundar a própria empresa, o que pode ser configurado como o evento inicial do processo empreendedor de Dornelas (2008).

Especificamente para esse trabalho também é importante comparar essa amostra com as médias nacionais que dizem respeito ao empreendedorismo, como “fundar minha própria empresa”, “adquirir uma empresa que não é de minha família” e “dar continuidade a empresa da minha família”, esse comparativo é feito na tabela 2.

Tabela 2 – Intenções de Carreira Empreendedora (Média Nacional x Média UFC)

Intenção de Carreira	Imediatamente após a formatura - UFC	Imediatamente após a formatura - Brasil	5 anos após formado - UFC	5 anos após formado - Brasil
Dar continuidade a empresa da minha família.	4,76%	1,70%	6,35%	2,30%
Adquirir uma empresa que não é de propriedade da minha família.	0,00%	0,60%	1,59%	2,60%
Fundar minha própria empresa.	9,52%	7,90%	28,57%	33,50%

Fonte: Elaborado pelo autor com base em Lima *et al.* (2014).

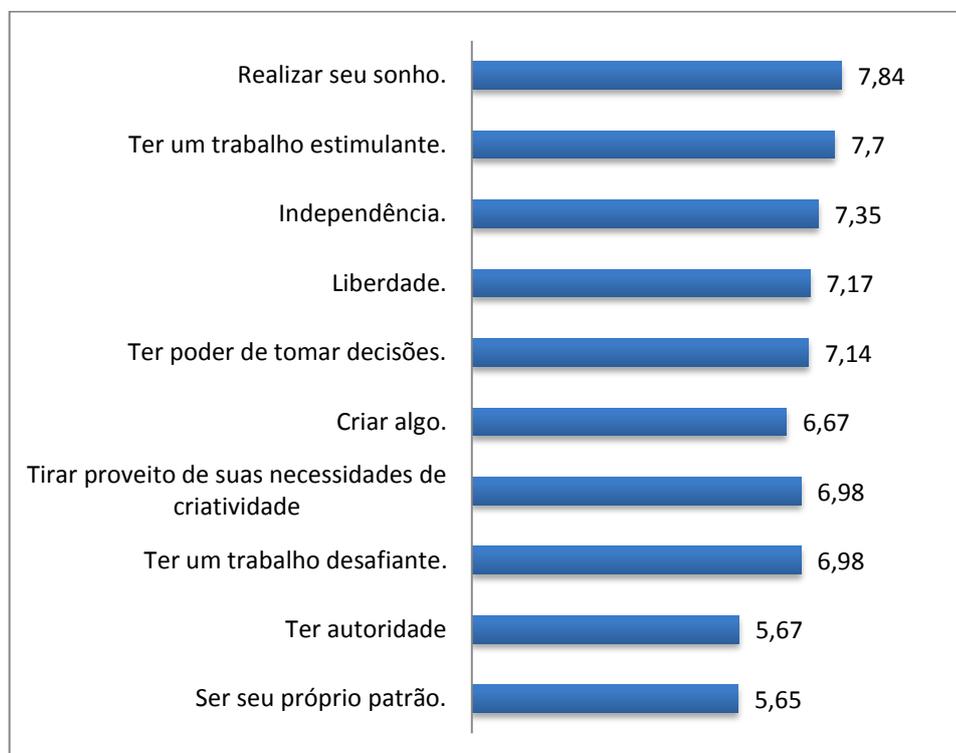
É maior na amostra da UFC a representatividade de empreendedores que já possuem um negócio formado na família, numa diferença de 3,06% e 4,05% para

imediatamente após a formatura e cinco anos após a formatura, respectivamente. Já quando a opção é adquirir uma empresa de terceiros, as médias da UFC e Nacional são quase nulas após a formatura, já cinco anos depois elas aparecem com uma representatividade de 1,59% e 2,60%, respectivamente.

A amostra da UFC demonstra um interesse maior em fundar uma empresa logo após a formatura, se comparada com a média nacional, há uma diferença de 1,62% entre elas. Cinco anos após a formatura a intenção de fundar uma empresa cresce consideravelmente nos dois casos, a média brasileira indicando 33,50% dos respondentes e a média da UFC indicando 28,57%.

Também foi feita uma análise sobre os motivos da escolha da carreira de cada um dos respondentes e também sua relevância. Foram dadas opções preestabelecidas e o respondente precisaria responder de 1 a 10, onde 1 é o menor nível de relevância e 10 o maior. Para classificação dos resultados foi feita uma média ponderada para identificar as opções de menores e maiores notas que estão expostas no gráfico 12.

Gráfico 12 – Nível de importância dos motivos de escolha da carreira



Fonte: Elaborado pelo autor.

Opções como “ter autoridade” e “ser seu próprio patrão” possuem as menores médias, isso pode ser facilmente explicado já que são opções que representam mais os respondentes interessados de alguma forma no empreendedorismo. Então para aqueles que escolheram carreiras como ingressar no serviço público ou em uma empresa de qualquer tamanho e até os que ainda não sabem que carreira seguir, essas opções não atendem ao seu perfil. Ainda assim, opções como “independência”, “liberdade”, “criar algo” e “ter o poder de tomar decisões” são valorizadas pela amostra, indicando aqueles respondentes que possuem o desejo de empreender latente.

As maiores médias são “realizar seu sonho” e “ter um trabalho estimulante”, mostrando que para os discentes, a parte mais importante de escolher uma carreira é a satisfação pessoal de fazer aquilo que gosta. Essa opção se encaixa em todas as opções de carreira dada anteriormente, incluindo os que ainda não sabem o que farão depois da formatura.

Como parte final do questionário, os respondentes foram convidados a dar opinião sobre como a UFC poderia promover o empreendedorismo universitário. Foram recebidas 53 respostas válidas, ou seja, que continham uma ideia formulada na resposta.

Analisando todas as proposições observou-se que para os alunos é importante que seja incluída na grade obrigatória do curso de Administração, uma disciplina específica para o empreendedorismo. Também é muito mencionado o apoio a eventos promovidos e a instituições que promovem o empreendedorismo como Empresas Junior e incubadoras.

Na Tabela 3 estão compiladas, por ordem crescente de menções, todas as sugestões que foram dadas pelos discentes. Elas foram classificadas de acordo com o teor da sugestão, de modo que opções parecidas ficassem juntas em uma categoria só.

Tabela 3 – Sugestões para promover o empreendedorismo universitário

Sugestões	% de Votos
Criação de disciplina obrigatória	30,4%
Workshops e cursos com o tema	15,9%
Vivencia prática do empreendedorismo	10,1%
Evento que promova o empreendedorismo entre os alunos	8,7%
Professores qualificados para o ensino do empreendedorismo	7,2%
Inclusão de empreendedorismo nas disciplinas já existentes	5,8%
Atenção maior da universidade e professores com o tema	5,8%
Mostrar a parte burocrática de abrir uma empresa	4,3%
Fortalecimento da relação com instituições que já existem na UFC e promovem o empreendedorismo	4,3%
Cases de sucesso com ex alunos	2,9%
Criação de grupos de discussão sobre o assunto	2,9%
Incentivar a criação de startups	1,4%

Fonte: elaborado pelo autor.

Os alunos também falam sobre a inclusão da vivência prática e do próprio empreendedorismo em disciplinas já existentes, nisso incluem-se criação de plano de negócios, informações sobre a parte burocrática de se criar uma empresa, mais discussões sobre o empreendedorismo em sala de aula, cases de sucesso com ex alunos que já empreendem e até a criação de um evento onde os alunos possam produzir algo e assim adquirir experiência prática na Universidade.

A esse ponto, é importante salientar as atividades que a Universidade já promove mas que parecem passar despercebidas pela amostra, tais como a Inova, empresa júnior da FEAAC e o Centro de Empreendedorismo da UFC, localizado no campus do Pici que promove atividades e eventos visando disseminar a cultura empreendedora na Universidade.

5 CONCLUSÕES

Esse estudo teve como objetivo geral identificar o nível da intenção empreendedora entre os alunos do curso de Administração da Universidade Federal do Ceará. O tema foi considerado relevante devido a importância do empreendedorismo na economia e a relativa recente atenção dada a esse tema pela academia.

Para mensurar a intenção empreendedora, foi criado um questionário que foi aplicado junto aos alunos do curso de Administração da UFC de todos os semestres. Esse questionário teve inspiração no GUESSS que possui um projeto internacional que busca identificar a intenção empreendedora e a influência nas escolhas de carreira de universitários de todos os cursos. Por ser um estudo renomado internacionalmente e nunca ter sido feito dentro da UFC, o questionário GUESSS foi escolhido como base para criação do questionário.

Como limitação deste estudo ressalta-se a amostra reduzida, devido a limitações físicas, financeiras e temporais, graças a elas o questionário foi feito de modo online, o que diminuiu a quantidade de dados coletados e não permitiu a realização de uma amostra representativa do universo. Tal restrição também não permitiu a utilização de técnicas estatísticas mais sofisticadas, limitando a análise a métodos descritivos.

Sobre o objetivo principal foi identificada intenção empreendedora de 3,28 num limite máximo de 5, mostrando que a amostra possui um interesse elevado em empreender em algum momento da vida, para que isso aconteça é importante que o meio em que ela está inserida construa um ambiente favorável para a inovação e conseqüentemente a criação de novos negócios.

No que concerne aos objetivos específicos, todos eles foram atingidos. Para os discentes a UFC possui uma atmosfera favorável a inovação e criação de novos negócios, mas há uma queda que deve ser observada quando mencionado que a Universidade estimula os alunos a se envolverem em atividades empreendedoras.

O questionário foi aplicado entre os alunos e foi incluída uma opção para que eles compartilhassem suas opiniões de como o ensino do empreendedorismo poderia melhorar dentro da Universidade, onde a maior parte dos discentes indicou que a UFC poderia incluir uma disciplina de empreendedorismo na grade obrigatória

do curso, trazer professores com mais vivência prática para adicionar essas experiências às disciplinas e que deveriam ser criados mais eventos que disseminassem a cultura do empreendedorismo na Universidade.

Quando feita a comparação de intenções de empreendedorismo da amostra de alunos de Administração da UFC e a amostra nacional do estudo GUESSS de Lima *et al.* (2014), observou-se uma razão maior de empreendedores que já possuem empresas na família na amostra da UFC, também ficou clara que a superioridade da razão de estudantes que pretendem construir uma nova empresa na amostra nacional.

De forma geral, é possível concluir que há interesse no empreendedorismo por parte dos alunos da UFC e que a Universidade é grande contribuinte para esse interesse. No entanto, ainda há pontos que precisam de melhorias e precisam de atenção, como a adição de experiências de vivência prática no ensino e no apoio e criação de eventos que tragam essa vivência para dentro da Universidade.

Instituições de dentro da faculdade já identificaram essa necessidade e criam os próprios eventos para disseminar essa cultura, como exemplo existe o Circuito Empreender criado pelo Centro Acadêmico de Administração Sandra Caracas que busca promover a criação de novos negócios dentro da Universidade, com o apoio de empresas privadas que tem interesse no tema e nas oportunidades de inovação que um evento como esse pode promover.

O tema mostra-se rico em pesquisas já feitas e oportunidades que podem surgir. Recomenda-se que a UFC inicie sua participação no projeto GUESSS para que além de contribuir com a pesquisa, também possa monitorar o interesse dos alunos sobre o tema.

Como sugestão de trabalhos futuros propõe-se que haja um trabalho semelhante a esse, mas com foco nos alunos egressos da Universidade para com isso medir a influência de empreendimentos criados por esses alunos na sociedade, buscando identificar o conceito “universal pelo regional” que é o lema e compromisso da UFC. Além disso, indica-se a realização de pesquisas como essa que possuam uma amostra maior em comparação com a população do curso para que haja resultados mais contundentes.

REFERÊNCIAS

AJZEN, Icek. Perceived behavioral control, Self-Efficacy, locus of control, and the theory of planned Behavior. **Journal of applied social psychology**, v. 32, n. 4, p. 665-683, 2002.

FISHBEIN, Martin; AJZEN, Icek. Belief. **Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research Reading, MA: Addison-Wesley**, v. 6, 1975.

AJZEN, I. **From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior**. IN: KUHL, J.; BECKMAN, J. (Org.) **Action Control: From Cognition to Behavior**. Berlin: Springer, p. 11-39, 1985.

ÂNGELO, Eduardo Bom. Empreendedorismo: a revolução do novo Brasil. **Revista de Economia e Relações Internacionais**, v. 1, n. 2, p. 37-48, 2003.

BIRD, Barbara J. The operation of intentions in time: The emergence of the new venture. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, v. 17, n. 1, p. 11-21, 1992.

BULGACOV, S. **Manual de Gestão Empresarial**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2006.

COOPER, Donald R.; SCHINDLER, Pamela S. **Métodos de Pesquisa em Administração**. 7 ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

CRUZ JUNIOR, João Benjamim; DA COSTA, Pedro; WOLF, Sérgio Machado; RIBEIRO, Tatiana V.A. Empreendedorismo e educação empreendedora: confrontação entre a teoria e prática. **Revista de Ciências da Administração**, v. 8, n. 15, p. 09-30, 2006.

CUNHA, Roberto de Araujo Nascimento. A universidade na formação de empreendedores: a percepção prática dos alunos de graduação. **Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração**, 2004.

DE OLIVEIRA, Anna Gabriela Miranda; MELO, Marlene Catarina de Oliveira Lopes; DE MUYLDER, Cristiana Fernandes. Educação Empreendedora: O Desenvolvimento do Empreendedorismo e Inovação Social em Instituições de Ensino Superior. **Revista Administração em Diálogo-RAD**, v. 18, n. 1, p. 29-56, 2015.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza**. São Paulo: Cultura Editora, 1999.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do Empreendedor: A metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza**. 8 Edição. Rio de Janeiro: Editora Sextante, 2008.

DOLABELA, Fernando. Pedagogia empreendedora. **Revista de Negócios**. v.9, n.2, p. 127-130. 2004.

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

DRUCKER, Peter. Ferdinand. **Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios (entrepreneurship)**. 1 ed. São Paulo: Pioneira, 1987.

EDMONDSON, Amy C.; MCMANUS, Stacy E. Methodological fit in management field research. **Academy of management review**, v. 32, n. 4, p. 1246-1264, 2007.

FILION, Louis Jacques. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de administração**, v. 34, n. 2, p. 5-28, 1999.

FILION, Louis Jacques. Visão e Relações: Elementos para um metamodelo da atividade empreendedora. **Revista de Administração de Empresas – R.A.E. – EAESP/FGV**, v. 33, n. 6, p. 50-61, 1993.

FILION, Louis Jacques. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de administração**, v. 34, n. 2, p. 5-28, 1999.

GEM, Global Entrepreneurship Monitor. Empreendedorismo no Brasil: 2013. **Curitiba: IBQP**, 2013.

GERBER, Michael. E. **Empreender fazendo a diferença**. 1ed. São Paulo: Fundamento Educacional, 2004.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de pesquisa**. 1ed. Rio Grande do Sul: Plageder, 2009.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GUERRA, M. J., GRAZZIOTIN, Z. J. Educação Empreendedora nas Universidades Brasileiras. In: LOPES, R. M. A. (org.). **Educação Empreendedora: Conceitos, Modelos e Práticas**. Rio de Janeiro: Elsevier, p. 67-91, 2010.

GUERRERO, Maribel; URBANO, David; FAYOLLE, Alain. Entrepreneurial activity and regional competitiveness: evidence from European entrepreneurial universities. **The Journal of Technology Transfer**, v. 41, n. 1, p. 105-131, 2016.

HENRIQUE, Daniel Christian; CUNHA, S. K. Metodologias, recursos e práticas didático-pedagógicas no ensino de empreendedorismo em cursos de graduação e pós-graduação nacionais e internacionais. **XXX Encontro da AnPAD, Salvador**, 2006.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael. **Empreendedorismo**. 5.ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Demografia das Empresas. 2013. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/cadastroempresa/2013/default.shtm>. Acesso em: set. 2016.

KIRZNER, Israel. **Competition and entrepreneurship**. Chicago: Chicago University Press, 1973.

LEITE, Eduardo Dias; DIAS, Cleidson Nogueira. Aprendizagem Empreendedora Para o Desenvolvimento de Regiões Brasileiras: O Fomento de Competências na Formação Acadêmica do Instituto Federal de Brasília. **Periódico Científico Negócios em Projeção**, v. 6, n.1, p.204-220, 2015.

LIKERT, Rensis. A technique for the measurement of attitudes. **Archives of psychology**, 1932.

LIMA, E., NASSIF, V. M. J., LOPES, R. M. A., SILVA, D. **Educação Superior em Empreendedorismo e Intenções Empreendedoras dos Estudantes – Relatório do Estudo GUESSS Brasil 2013-2014**. Grupo APOE – Grupo de Estudo sobre Administração de Pequenas Organizações e Empreendedorismo, PPGA-UNINOVE. Caderno de pesquisa, n. 2014-03. São Paulo: Grupo APOE. 2014.

LIÑÁN, Francisco; CHEN, Yi-Wen. Development and Cross-Cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. **Entrepreneurship theory and practice**, v. 33, n. 3, p. 593-617, 2009.

MARTENS, Cristina Dai Prá; FREITAS, Henrique. Influência do ensino de empreendedorismo nas intenções de direcionamento profissional dos estudantes. **Estudo e Debate**, v. 15, n. 2, p. 71-95, 2008.

MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MASSUKADO-NAKATANI, M. S. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo: Amostragem**. 2009. Disponível em: <http://www.turismo.ufpr.br/drupal5/files/Aula%2022%20-%20Amostragem.pdf>. Acesso em: 20 maio 2012.

OLIVEIRA, L. H.. **Exemplo de cálculo de Ranking Médio para Likert**. Notas de Aula. Metodologia Científica e Técnicas de Pesquisa em Administração. Mestrado em Adm. e Desenvolvimento Organizacional. PPGA CNEC/FACECA: Varginha, 2005.

PINTO, Marcelo de Rezende. A Teoria do Comportamento Planejado (TCP) e o Índice de Disposição de Adoção de Produtos e Serviços Baseados em Tecnologia (TRI): Uma Interface Possível? **Revista Gestão e Tecnologia**, Pedro Leopoldo, v. 7, n. 2, p. 1-13, 2007.

DE LIMA RIBEIRO, Ricardo; OLIVEIRA, Edson Aparecida de Araujo Querido; DE ARAUJO, Elvira Aparecida Simões. A contribuição das instituições de ensino

superior para a educação empreendedora. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, v. 10, n. 3, 2014.

ROCHA, E. L. C. ; BACCHI, G.A. ; GUERRA, D. ; ROLA JUNIOR, E. M. ; PINHEIRO, D. R. . Ensino de Empreendedorismo nos Cursos Presenciais de Graduação em Administração na Cidade de Fortaleza: Um Estudo Comparativo dos Conteúdos e Instrumentos Pedagógicos. **Revista ANGRAD**, v. 12, p. 393-414, 2011.

RUDIO, Franz Victor. **Introdução ao projeto de pesquisa científica**. Petrópolis: Vozes, 1986.

SANTOS, Glauber Eduardo de Oliveira. **Cálculo amostral: calculadora on-line. Disponível em: <<http://www.calculoamostral.vai.la>>**. Acesso em: 1º de junho de 2017.

SCHMIDT, S.; BOHNENBERGER, M. C. Perfil Empreendedor e Desempenho Organizacional. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 13, n. 3, p. 450-467, 2009.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Fundo de Cultura, 1984.

SHANE, Scott Andrew. **Academic entrepreneurship: University spinoffs and wealth creation**. Edward Elgar Publishing, 2004.

SIEGER, Philipp *et al.* Measuring the social identity of entrepreneurs: Scale development and international validation. **Journal of Business Venturing**, v. 31, n. 5, p. 542-572, 2016.

SILVA, Edna Lúcia da; MENEZES, Estera Muszkat. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. Florianópolis: UFSC, 2001.

SILVA, Hélio Eduardo da e CAMPOS, Ana Paula dos Santos. Talento empreendedor local: uma proposta de aprendizagem para os cursos de administração. **Revista ANGRAD**. Rio de Janeiro, v.3, n.4, p.31-46, 2002.

STONER, J. A. F. **Administração**. 2. ed. Rio de Janeiro: Prentice-Hall do Brasil, 1985.

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

UFC, Universidade Federal do Ceará. **PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO NOTURNO - Código UFC: 033**. Fortaleza, 2013.

URIARTE, Luiz Ricardo. Tendência empreendedora das profissões. In: ENCONTRO NACIONAL DE EMPREENDEDORISMO. Anais. ENE. UFSC, 1999.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 9 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

VIEIRA, S.F.A.; RIBEIRO, P.R.; MELATTI, G.A. O ensino de empreendedorismo nos Cursos de Graduação em Administração: um estudo comparativo entre duas Universidades Estaduais do Paraná. In: SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO, 12., 2009, São Paulo. **Anais...**São Paulo: USP, 2009.

APÊNDICE A – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

Intenção Empreendedora nos Alunos de Administração da UFC

Esse formulário tem como objetivo identificar a existência ou não de intenção de empreender nos alunos de Administração da Universidade Federal do Ceará.

*Obrigatório

1. Sexo *

- () Feminino
() Masculino

2. Qual é a sua idade? *

3. Você é estudante de Administração da UFC? *

- () Sim
() Não [*encerrar questionário*]

Ensino e Trabalho

Responda as perguntas abaixo de acordo com suas informações de ensino e trabalho.

4. Qual o semestre que você está cursando atualmente? *

- () 1º semestre
() 2º semestre
() 3º semestre
() 4º semestre
() 5º semestre
() 6º semestre
() 7º semestre
() 8º semestre
() 9º semestre
() 10º semestre

5. Fazendo uma autoavaliação, qual é seu desempenho acadêmico comparado com seus colegas de turma? *

- Muito acima da média.
- Pouco acima da média.
- Igual o dos outros.
- Pouco abaixo da média.
- Muito abaixo da média.

6. Você possui um emprego ou atividade remunerada? *

- Sim
- Não

7. Qual a carga horária da sua atividade remunerada?*

- Até 20 horas semanais.
- Entre 20 e 40 horas semanais.
- 40 horas semanais.
- Mais de 40 horas semanais.
- Não possuo atividade remunerada.

Educação Empreendedora

Sobre o clima empreendedor na sua instituição de ensino, responda com a opção que mais se enquadra.

8. A atmosfera de minha instituição de ensino me inspira a criar ideias para novos negócios.*

- Concordo Totalmente
- Concordo Parcialmente
- Não Concordo nem Discordo
- Discordo Parcialmente
- Discordo Totalmente

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

- Concordo Totalmente
- Concordo Parcialmente
- Não Concordo nem Discordo
- Discordo Parcialmente
- Discordo Totalmente

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

- Concordo Totalmente
- Concordo Parcialmente
- Não Concordo nem Discordo
- Discordo Parcialmente
- Discordo Totalmente

11. Sobre a relação do seu curso com o empreendedorismo, responda com o item que mais se enquadra. *

- Eu estou estudando um curso especificamente de empreendedorismo.
- Eu fiz ao menos uma disciplina de empreendedorismo como parte obrigatória do meu curso.
- Eu fiz ao menos uma disciplina de empreendedorismo como parte optativa do meu curso.
- Eu não fiz nenhuma disciplina de empreendedorismo.

Intenções de Carreira

Responda as perguntas a seguir de acordo com o que você planeja para sua carreira profissional.

Tirar proveito de suas necessidades de criatividade											
Criar algo.											
Ter poder de tomar decisões.											
Liberdade.											
Independência.											
Ter um trabalho estimulante.											
Realizar seu sonho.											

Fatores determinantes na intenção de Empreender

Sobre as afirmativas abaixo, marque a opção que mais se enquadra com você.

15. Estou pronto(a) para fazer qualquer coisa para ser um(a) empreendedor(a).*

- () Concordo Totalmente
- () Concordo Parcialmente
- () Não Concordo nem Discordo
- () Discordo Parcialmente
- () Discordo Totalmente

16. Minha meta profissional é me tornar empreendedor(a). *

- () Concordo Totalmente
- () Concordo Parcialmente
- () Não Concordo nem Discordo
- () Discordo Parcialmente
- () Discordo Totalmente

17. Eu farei todo esforço necessário para iniciar e desenvolver meu próprio negócio. *

- () Concordo Totalmente
- () Concordo Parcialmente

- Não Concordo nem Discordo
- Discordo Parcialmente
- Discordo Totalmente

18. Estou determinado(a) a criar uma empresa no futuro. *

- Concordo Totalmente
- Concordo Parcialmente
- Não Concordo nem Discordo
- Discordo Parcialmente
- Discordo Totalmente

19. Eu tenho pensado seriamente em criar uma empresa. *

- Concordo Totalmente
- Concordo Parcialmente
- Não Concordo nem Discordo
- Discordo Parcialmente
- Discordo Totalmente

20. Eu tenho a forte intenção de criar uma empresa algum dia. *

- Concordo Totalmente
- Concordo Parcialmente
- Não Concordo nem Discordo
- Discordo Parcialmente
- Discordo Totalmente

Opinião

21. Para você, que ações poderiam ser desenvolvidas na sua Universidade, para promover o empreendedorismo universitário?
