



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
CAMPUS DE QUIXADÁ
CURSO DE SISTEMAS DE INFORMAÇÃO

ADAILTO BRITO MENEZES

INTENÇÃO EMPREENDEDORA DOS ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS
DA ÁREA DE TI

QUIXADÁ
2022

ADAILTO BRITO MENEZES

INTENÇÃO EMPREENDEDORA DOS ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS DA
ÁREA DE TI

Monografia apresentada no curso de Sistemas de Informação da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Sistemas de Informação.

Orientadora: Prof.^a. Ma. Germana Ferreira Rolim.

QUIXADÁ

2022

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)

M51i Menezes, Adailto Brito.

Intenção empreendedora dos estudantes universitários da área de TI / Adailto Brito Menezes. – 2022. 58 f. :
il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Campus de Quixadá, Curso
de Sistemas de Informação, Quixadá, 2022.

Orientação: Profa. Ma. Germana Ferreira Rolim.

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

CDD 005

ADAILTO BRITO MENEZES

INTENÇÃO EMPREENDEDORA DOS ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS DA
ÁREA DE TI

Monografia apresentada no curso de Sistemas de Informação da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Sistemas de Informação.

Aprovada em: __/__/____.

BANCA EXAMINADORA

Prof.^a. Ma. Germana Ferreira Rolim (Orientadora)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Dr. João Ferreira de Lavor
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Maria Simone Mendes Nunes
Universidade Federal do Ceará (UFC)

A Deus por ter me ajudado em tudo.

Aos meus pais, Coracir e Edilson. Aos meus
irmãos e amigos.

AGRADECIMENTOS

A Deus por ter me dado saúde e força para superar as dificuldades enfrentadas ao longo do caminho.

A minha família pelo carinho e apoio nas minhas decisões.

À Instituição pelo ambiente saudável, seu corpo docente e os funcionários que a constituem.

A Prof.^a. Ma. Germana Ferreira Rolim, por ter me aceitado para orientar no TCC1 e TCC2 e pela sua excelente orientação, paciência e disponibilidade.

Aos professores participantes da banca examinadora Prof. Dr. João Ferreira de Lavor e Maria Simone Mendes Nunes pelo tempo, pelas valiosas colaborações e sugestões.

Aos meus amigos e colegas que fiz nessa longa jornada, em especial a Rebeca Silva Pedroso, pelos momentos de dificuldades, alegrias e muito companheirismo.

“Só se pode alcançar um grande êxito quando nos mantemos fiéis a nós mesmos”.

(Frederick Herzberg)

RESUMO

Este estudo consiste em analisar quais fatores influenciam na intenção empreendedora dos alunos universitários da área de Tecnologia da Informação (TI). Para este propósito, foram definidas cinco variáveis a serem analisadas que foram fundamentadas nos modelos propostos por Paiva *et al.* (2018), Rodrigues *et al.* (2019) e Maciel *et al.* (2019), que são: influência da experiência de negócios próprios dos pais, local de origem dos estudantes, experiência profissional dos estudantes, incentivo institucional à educação empreendedora e o ambiente do campus na intenção empreendedora. Foram utilizados três conceitos para fundamentação teórica, sendo eles: empreendedorismo e inovação, educação empreendedora e perfil empreendedor e intenção empreendedora voltados para os estudantes da área de TI. A tipologia de pesquisa é de natureza descritiva de base quantitativa, este estudo utiliza a pesquisa quantitativa de campo e bibliográfica. A estratégia de pesquisa utilizada foi o método o *survey*. Para coleta de dados foi criado um questionário com perguntas diretas e algumas de escala *Likert* através da plataforma *Google Forms*. Foi utilizado o *software Excel* para organização dos dados e o *software SPSS* para a análise. A população é composta pelos estudantes universitários da UFC Campus de Quixadá dos cursos de graduação, foram coletadas 144 respostas para análise. Os resultados obtidos mostram uma influência positiva na intenção empreendedora dos alunos sobre o local de origem, a experiência profissional, o incentivo institucional e o ambiente do campus.

Palavras-chave: Intenção Empreendedora; Empreendedorismo; Educação Empreendedora.

ABSTRACT

This study consists of analyzing which factors influence the entrepreneurial intention of university students in the Information Technology (IT) area. For this purpose, five variables were defined to be analyzed, which were based on the models proposed by Paiva et al. (2018), Rodrigues et al. (2019) and Maciel et al. (2019), which are: influence of parents' own business experience, students' place of origin, students' professional experience, institutional incentive for entrepreneurial education and the campus environment on entrepreneurial intention. Three concepts were used for theoretical foundation, namely: entrepreneurship and innovation, entrepreneurial education and entrepreneurial profile and entrepreneurial intention aimed at students in the IT area. The research typology is descriptive in nature with a quantitative basis, this study uses quantitative field and bibliographic research. The research strategy used was the survey method. For data collection, a questionnaire was created with direct questions and some Likert scale through the Google Forms platform. Excel software was used for data organization and SPSS software for analysis. The population consists of university students from the UFC Campus de Quixadá of undergraduate courses, 144 responses were collected for analysis. The results obtained show a positive influence on the entrepreneurial intention of students on the place of origin, professional experience, institutional incentive and the campus environment.

Keywords: Entrepreneurial Intent; Entrepreneurship; Entrepreneurial Education.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Intenção empreendedora de três vertentes	26
Figura 2 - Intenção empreendedora de cinco vertentes	27
Figura 3 - Fórmula para o cálculo da amostra com população de tamanho finito.....	31
Figura 4 - Ano de ingresso dos alunos na universidade.....	33
Figura 5 - Semestre frequentado pelos alunos	34
Figura 6 - Curso frequentado pelos alunos	35
Figura 7 - Idade dos alunos.....	36
Figura 8 - Gênero dos alunos.....	36
Figura 9 - Estado civil dos alunos.....	37
Figura 10 - Estado de origem dos alunos.....	38
Figura 11 - Zona de origem dos alunos	40
Figura 12 - Experiência profissional dos alunos.....	41
Figura 13 - Pais empreendedores dos alunos.....	42
Figura 14 - Alunos que cursaram a disciplina de empreendedorismo	42
Figura 15 - Obrigatoriedade da disciplina de empreendedorismo	43
Figura 16 - Participação de atividades promovidas pelo INOVE.....	44
Figura 17 - Incentivo da disciplina de empreendedorismo nos alunos.....	44
Figura 18 - Incentivo do ambiente do Campus na intenção empreendedora.....	45
Figura 19 - Intenção dos alunos de se tornar empreendedor nos próximos 5 anos	46

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
1.1	Objetivo geral	13
1.2	Objetivos específicos	14
2	TRABALHOS RELACIONADOS	15
2.1	Influência da Sustentabilidade e da Inovação na intenção Empreendedora de Universitários Brasileiros e Portugueses (2018)	15
2.2	Intenções Empreendedoras dos Alunos de Computação: Estudo comparativo entre uma universidade pública e uma privada (2019)	15
2.3	Empreendedorismo em Cursos da Área de Tecnologia da Informação e o Papel Fomentador das Instituições de Ensino Superior (IES) no Estado de Pernambuco (2016)	16
2.4	Avaliação do Ensino de Empreendedorismo entre Estudantes Universitários por meio do Perfil Empreendedor (2014)	17
2.5	Análise do potencial e Perfil Empreendedor do Estudante de Administração e o Ambiente Universitário: Reflexões Para Instituições de Ensino (2014)	17
2.6	Intenção Empreendedora dos Graduandos em Tecnologia (2021)	18
3	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	19
3.1	Empreendedorismo e inovação	19
3.2	Educação empreendedora	21
3.3	Perfil empreendedor e intenção empreendedora	22
4	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	28
4.1	Tipologia de pesquisa	28
4.2	População e amostra	29
4.3	Coleta de dados	31
4.4	Técnicas de análise de estatísticas de dados	32
5	ANÁLISE DE DADOS	33
5.1	Dados do perfil dos respondentes	33
5.2	Dados da intenção empreendedora dos respondentes	37
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	47
	REFERÊNCIAS	50
	ANEXO A – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS	56

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo vem tomando mais espaço com o passar do tempo. Empresas com ideias inovadoras acabam mudando rotinas e vidas das pessoas gerando emprego, novas tecnologias, melhorias de produtos e serviços e estudos das áreas da ciência (LEITE, 2017).

O estudo do empreendedorismo e seus efeitos nos últimos anos despertou um grande interesse em governos e entidades de ensino que têm feito grandes investimentos para o desenvolvimento do perfil empreendedor (SCHMIDT; BOHNENBERGER, 2009). Observa-se cooperação mútua entre as entidades de ensino que atuam no ramo da pesquisa e ensino e os governos com políticas públicas para o incentivo de atividades empreendedoras. Espera-se com estes investimentos que possam sair novas tecnologias e produtos para o desenvolvimento econômico de uma região (IPIRANGA; FREITAS; PAIVA, 2010; ALMEIDA; VALADARES; SEDIYAMA, 2017).

Entre essas entidades de ensino que investem no desenvolvimento do perfil empreendedor, as universidades possuem um papel importante na capacitação e desenvolvimento de atividades empreendedoras e na criação de um ambiente propício para estimular e formar seus alunos (RODRIGUES *et al.*, 2019).

As universidades se destacam no desenvolvimento de estudos da predisposição empreendedora em universitários a partir da análise de suas intenções empreendedoras, onde a identificação desses traços possa ser utilizada para estimular de forma eficiente o desenvolvimento de aptidões empreendedoras no ambiente acadêmico, ambiente que é favorável e com alta capacidade de incentivo destas intenções (MACIEL *et al.*, 2019).

A intenção empreendedora funciona como uma chave para o conhecimento do processo empreendedor. Como a intenção empreendedora é um forte antecedente do comportamento empreendedor, realizar pesquisas de seus precedentes e causas pode ter uma alta relevância para o entendimento do processo do empreendedorismo (MIRANDA; CHAMORRO-MERA; RUBIO, 2017).

Segundo Silva e Pena (2017), o ensino do empreendedorismo nas universidades tem como característica preparar os alunos com conhecimento empreendedor, aprimorar habilidades e ampliar a visão de negócio. Para alcançar essa preparação, o ensino do empreendedorismo e das habilidades empreendedoras necessita um modo de ensino diferente do tradicional para estimular a criatividade, inovação e resolução de possíveis acontecimentos.

Contudo, mesmo com o interesse no estudo do empreendedorismo no mundo, poucas

universidades brasileiras, com oferta de cursos na área de Tecnologia da informação (TI), incorporaram em suas grades curriculares cadeiras relacionadas ao empreendedorismo para que haja um incentivo aos alunos na apresentação desse perfil ou despertar uma intenção empreendedora. Na maior parte das vezes, essas disciplinas aparecem como optativas. (ALVARO, 2012).

Por outro lado, o avanço tecnológico e inovador da TI, fez surgir várias oportunidades de negócios e acabam atraindo aqueles que buscam o empreendedorismo para modificar o mercado de trabalho. Mudanças que ocorrem diariamente no mercado na área da tecnologia acabam sendo uma oportunidade para criação de novas empresas ou um desafio a ser enfrentado pelas empresas já existentes, pois estas precisam apresentar produtos ou serviços inovadores (ALVARO, 2012).

Mudanças que ocorrem no mercado ou a insatisfação no trabalho faz com que pessoas que perderam ou deixaram seus empregos se arrisquem no mundo empreendedor abrindo o seu próprio negócio, assim desenvolvendo seu perfil empreendedor. Entretanto, a criação desse negócio requer cuidados que ultrapassam a existência de perfil empreendedor (ALVES *et al.*, 2016). De acordo com Greatti e Previdelli (2004), para meio de pesquisa o perfil empreendedor bem-sucedido não pode ser levado como um exemplo, pois as variáveis como a intenção empreendedora e condições que levaram ao sucesso podem variar muito. Seu caso deve ser estudado para avaliar quais caminhos foram traçados e quais processos foram utilizados para direcionar o processo de desenvolvimento.

Segundo Donida, Visentini e Ferreira (2018), grande parte dos profissionais da área de TI não se sentem confortável com a carga horária e com o salário oferecidos pelas empresas, assim, buscam uma saída para trabalhar naquilo que gostam com um horário que se encaixe no seu dia a dia. Pode-se ter outra opção na criação de *startups*, Cavalheiro (2015) define que esse modelo de negócio está associado à área de TI pelo seu baixo investimento e a simples capacidade de resolver problemas e uma possibilidade de um avanço rápido no mercado.

Diante dos argumentos apresentados acima, apresenta-se o seguinte questionamento: “Como se dá a intenção empreendedora dos alunos de graduação da Universidade Federal do Ceará (UFC) do Campus de Quixadá?”

1.1 Objetivo geral

Descrever a intenção empreendedora dos alunos de graduação da UFC do Campus de Quixadá.

1.2 Objetivos específicos

Este trabalho teve como objetivos específicos:

- a) Verificar se há influência da experiência de negócios próprios dos pais na intenção empreendedora dos alunos de graduação da UFC do Campus de Quixadá;
- b) Verificar se há influência do local de origem dos estudantes na intenção empreendedora dos alunos de graduação da UFC do Campus de;
- c) Verificar se há influência da experiência profissional dos estudantes na intenção empreendedora dos alunos de graduação da UFC do Campus de Quixadá;
- d) Verificar se há influência do incentivo institucional à educação empreendedora na intenção empreendedora dos alunos de graduação da UFC do Campus de Quixadá;
- e) Verificar se há influência do ambiente do campus na intenção empreendedora dos alunos de graduação da UFC do Campus de Quixadá;

2 TRABALHOS RELACIONADOS

Será apresentado nesta seção alguns trabalhos relacionados a esta pesquisa.

2.1 Influência da Sustentabilidade e da Inovação na intenção Empreendedora de Universitários Brasileiros e Portugueses (2018)

O trabalho de Paiva *et al.* (2018) busca realizar uma análise sobre a influência comportamental de sustentabilidade e inovação na intenção empreendedora. Onde essa análise busca identificar no perfil dos estudantes universitários as relações de sua intenção empreendedora, o comportamento sustentável na intenção empreendedora, assim investigando o comportamento inovador na intenção empreendedora dos estudantes universitários.

A metodologia usada no estudo foi uma pesquisa quantitativa, de natureza descritiva. O método utilizado para obtenção dos dados foi uma *survey* intencional onde a população foi composta por estudantes universitários do curso de administração de Fortaleza (Brasil) e Faro (Portugal). O questionário com conjunto de itens preestabelecidas com resposta “sim/não” ou 1 “nunca” a 5 “sempre”. Os dados foram calculados por procedimentos estatísticos com intuito de obter informações relevantes sobre os aspectos comportamentais sustentáveis e inovadores.

Com base no resultado das pesquisas, mostrou que os estudantes universitários com variáveis que predizem a intenção empreendedora são: mobilização; adequação à originalidade; preferência pela mudança; familiares próximos empreendedores; universidade; gênero (masculino) e os primeiros semestres da universidade.

A pesquisa será direcionada para os alunos da UFC do Campus Quixadá que é voltado para a área de TI. Espera-se um resultado positivo dos alunos já que a área da TI tem caráter inovativo.

2.2 Intenções Empreendedoras dos Alunos de Computação: Estudo comparativo entre uma universidade pública e uma privada (2019)

Silva e Teixeira (2019), realizam um estudo para identificar as intenções empreendedoras de estudantes universitários de computação em duas universidades no estado de Sergipe, uma pública e uma privada. Com o objetivo de medir a intenção empreendedora desses estudantes para a criação de negócios virtuais. Porém, no meu projeto, não irei apenas

medir a intenção empreendedora para a criação de negócios virtuais, mas também para negócios tradicionais.

A metodologia utilizada no estudo foi de pesquisa *survey* para recolher dados dos alunos de computação nas duas universidades para a análise. Foi aplicado um questionário eletrônico, porém não foi atingida a quantidade suficiente para a análise quantitativa. Então aplicou-se o questionário presencialmente na sala de aula. Os dados foram analisados por um *software SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)* onde utilizou-se de estatísticas descritivas e regressão linear e o *software MS Excel* para auxiliar nos processamentos de dados.

De acordo com os resultados, foi possível identificar que nas duas universidades os estudantes de computação tiveram um valor baixo para a intenção empreendedora. Observou-se também semelhanças entre as intenções empreendedoras quanto aos dados coletados como: socioeconômicas, atividades *online*, barreiras para empreender, os tipos de negócios favoritos. Esse resultado contrapõe os argumentos relatados na seção anterior, pois a área da tecnologia está sempre inovando. Este trabalho é um dos poucos estudos feitos para a identificação da intenção empreendedora em alunos da área de TI, então seus resultados são importantes para futuras pesquisas.

2.3 Empreendedorismo em Cursos da Área de Tecnologia da Informação e o Papel Fomentador das Instituições de Ensino Superior (IES) no Estado de Pernambuco (2016)

O estudo de Silva, Melo e Lucian (2016), foca na importância dos atributos que levam ao comportamento empreendedor nos estudantes do ensino superior da área de TI. Ao compreender o desenvolvimento desse comportamento empreendedor observou um aumento na geração de emprego, renda e vantagem competitiva do país.

A metodologia utilizada foi um *survey* disponibilizado em uma ferramenta *online* contendo 36 itens e dividido em 6 dimensões e o procedimento de amostragem foi realizado por conveniência, de caráter não-probabilístico, para verificar os atributos e variáveis que influenciam na intenção empreendedora. Dessa forma, o estudo analisou a possibilidade desses alunos da área da tecnologia tornarem-se possíveis empresários.

De acordo com o resultado da pesquisa foi possível identificar que variáveis internas e externas influenciam nas decisões para esses alunos empreenderem e que as instituições de ensino superior têm um papel importante para o desenvolvimento e estímulo do espírito

empreendedor. Esse estudo se assemelha no presente trabalho em relação ao público alvo onde o foco são os estudantes universitários da área de TI.

2.4 Avaliação do Ensino de Empreendedorismo entre Estudantes Universitários por meio do Perfil Empreendedor (2014)

O estudo de Rocha e Freitas (2014), busca analisar o nível de aprendizagem do ensino de empreendedorismo de estudantes universitários de quatro universidades, sendo duas públicas e duas particulares do curso de administração na cidade de Fortaleza (Ceará), que participaram de atividades educacionais de formação em empreendedorismo (AEFE) e de estudantes que não participaram, assim verificando a alteração do perfil empreendedor. As universidades públicas são a UFC e a Universidade Estadual do Ceará (UECE), e as particulares, a Universidade de Fortaleza (UNIFOR) e o Centro Universitário Christus (UNICHRISTUS). No entanto, no meu trabalho não irei estudar os estudantes da área da administração e sim da área de TI.

A metodologia é de característica descritiva, quantitativa, de campo e transversal. Tendo como objetivo descrever por meio de análise via dados empíricos as características dos estudantes universitários através de análise de variáveis de dados coletados. Os dados foram coletados por um questionário (*survey*) estruturado composto por 22 itens que compõem a escala do perfil empreendedor.

De acordo com o resultado do estudo realizado ficou comprovado que o perfil empreendedor dos estudantes que participaram da AEFE sofreu alterações em relação aos estudantes que não participaram, assim apresentando melhorias nas características que direcionam para o empreendedorismo. Também foi observado que algumas características sofreram mais alterações do que outras.

2.5 Análise do potencial e Perfil Empreendedor do Estudante de Administração e o Ambiente Universitário: Reflexões Para Instituições de Ensino (2014)

A pesquisa de Iizuka e de Moraes (2014), busca analisar o perfil empreendedor de estudantes universitários do curso de administração de uma universidade privada de São Paulo e a visão dos alunos sobre o ambiente universitário. Foram analisados os estudantes por semestre para ter uma melhor análise da influência da universidade sobre os alunos em cada fase do curso. Diferente desta pesquisa, eu vou estudar os estudantes da área da TI e não de

administração, onde vai diferenciar pois a área da TI está sempre inovando.

A metodologia utilizada na pesquisa foi de característica hipotética dedutiva, de caráter descritivo conduzida por técnicas quantitativas. A coleta dos dados foi por meio de um questionário online disponibilizado aos estudantes pela plataforma *Google Drive*, onde os resultados foram apresentados por meio da estatística descritiva. Os alunos foram divididos em três grupos, onde o primeiro grupo ficou o primeiro e segundo semestre, o segundo grupo com o quarto e quinto e o terceiro grupo com o sétimo e oitavo.

De acordo com os resultados foi possível identificar três grupos de perfil empreendedor. O primeiro grupo apresentou um potencial empreendedor mais elevado, o segundo com um potencial empreendedor médio e o terceiro com menor potencial empreendedor. Os estudantes de modo geral avaliaram de maneira positiva o ambiente universitário. Quanto maior o potencial empreendedor melhor foi a avaliação do estudante sobre o ambiente da mesma forma de quanto menor o potencial empreendedor menor a avaliação.

2.6 Intenção Empreendedora dos Graduandos em Tecnologia (2021)

A pesquisa de Santos, Lustosa e Silveira (2021), busca identificar a intenção empreendedora e que ponto da formação essa influência pode acontecer nos alunos de graduação de uma instituição de ensino profissional e tecnológico do curso de mecatrônica do Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI) de São Caetano do Sul. No entanto, no presente trabalho irei estudar os estudantes universitários da UFC Campus Quixadá.

A metodologia utilizada nesta pesquisa foi de característica qualitativa e quantitativa, do tipo descritiva. Os dados foram coletados por meio de um *survey* de um grupo de 99 alunos do de tecnologia mecatrônica industrial de três séries diferentes, onde foram analisados por técnicas estatísticas e os documentos por uma análise de conteúdo.

De acordo com os resultados obtidos no estudo apresentou que os alunos do curso de mecatrônica das três séries possuem uma fraca a moderada intenção para empreender. Não houve alteração nas características empreendedoras dos estudantes das primeiras e últimas séries que tiveram atividades voltadas para o empreendedorismo.

3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Nesta seção, serão apresentados três conceitos principais. O primeiro irá falar sobre empreendedorismo e inovação, o segundo sobre educação empreendedora e o terceiro sobre perfil empreendedor e intenção empreendedora fazendo uma relação com os estudantes da área de TI.

3.1 Empreendedorismo e inovação

O termo empreendedorismo traduzido da palavra inglesa *entrepreneurship*, é de origem francesa *entrepreneur* e quer dizer aquele que começa algo novo e assume riscos. O primeiro uso do termo empreendedorismo pode ter sido a Marco Polo que tentava estabelecer uma rota comercial ao Oriente, onde assinou um contrato com um homem de muitas posses para vender suas mercadorias, assim, assumindo o risco material e Marco o risco físico e emocional. Nos séculos seguintes o termo empreendedor era definido para pessoas que gerenciavam grandes projetos de produção e aqueles que estabeleciam acordos com o governo para a realização de algum serviço ou fornecer produtos. Como normalmente os produtos tinham um preço fixo, o lucro ou prejuízo ficava para o empreendedor (HISRICHE; PETER, 1998; DORNELAS, 2016).

No Brasil, o empreendedorismo começou a tomar forma a partir da década de 1990 com forte influência do estilo dos Estados Unidos, onde o termo *entrepreneurship* é reconhecido e referenciado a anos. Nessa época, a abertura comercial modificou o mercado nacional, propiciando a criação de uma entidade que auxiliasse novos negócios e aumentasse seu tempo de sobrevivência, foi criado o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) para dar apoio àqueles que buscavam no empreendedorismo uma nova oportunidade para mudar de vida. Além disso, a criação de novas empresas aumentou a competitividade e forçou micro e macro empreendedores à inovação e busca de novas ideias para seus produtos e serviços para manter-se no mercado (DORNELAS, 2016). De acordo com o autor, o empreendedorismo pode ser descrito como o ato de empreender, criar algo, onde o empreendedor por meio de oportunidades tem a capacidade desenvolver ideias e assumir os riscos, assim, gerando valor para a sociedade.

Ainda de acordo com Dornelas (2016), pode-se definir o termo empreendedorismo quando há o envolvimento e o trabalho conjunto de pessoas e processos quando relacionado a criação de uma empresa, com isso transformando ideias em oportunidades. Quando essas

oportunidades são bem implementadas podem resultar em um negócio de sucesso. A atividade empreendedora envolve o processo de criar algo novo, de valor para a sociedade. Também se espera que o indivíduo empreendedor aplique um esforço, esteja engajado e comprometido para fazer o possível para o crescimento da empresa e que estejam preparados para assumir riscos e decisões críticas.

Já Kirzner (1973) sugere uma perspectiva diferente, para o autor é necessário que o empreendedor possa identificar as oportunidades na ordem presente, criando uma estabilidade e encontrando uma posição clara e positiva no ambiente de confusão e turbulência. Em comum, os dois autores destacam que o empreendedor é um excelente identificador de oportunidades, que busca sempre estar informado com o que acontece no mundo e ao seu redor, pois sabe que quanto mais conhecimento adquirir maior será sua chance no mercado.

Para Schumpeter (1949), a marca do empreendedor é a sua criação de negócios, porém não se limitando somente a isso onde o indivíduo também pode inovar em negócios já existentes. O caráter criativo do empreendedorismo, a próxima o tema à inovação que é o ato de criar, fazer algo novo ou de maneira diferente gerando algum valor. O empreendedor é aquela pessoa que visa a necessidade do mercado, assume os riscos e abre o próprio negócio para atender essa necessidade.

No meio deste processo dinâmico, o empreendedor acaba promovendo a inovação e estimula mudanças econômicas (LONGENECKER *et al.*, 2007). De acordo com Drucker (2005), a oportunidade é um forte indício para a inovação, onde a necessidade abre chance para a inovação empreendedora. Diante da oportunidade o empreendedor pode optar em fazer melhorias em produtos existentes, nos métodos de fabricação, em processos organizacionais e em outros fatores para criar oportunidades de negócios (MASSENSINI, 2016). O apoio e aprovação das inovações e novas tecnologias começa com o acúmulo da habilidade para a criação da capacidade inovadora (FIORIN; MELLO; MACHADO, 2010).

Quando se ouve falar de inovação no início do processo empreendedor, refere-se logo ao termo inovação tecnológica, pois essas inovações têm criado um grande diferencial no desenvolvimento da economia mundial (DORNELAS, 2016). Para esse sucesso são analisados quatro fatores, sendo eles: talento, tecnologia, capital e *know-how*. O talento voltado para o empreendedorismo vem da percepção, dedicação e muito esforço dessas pessoas proativas. Com a existência do talento abre novas chances para crescer, desenvolver e diferenciar novos negócios. Porém talento com a ausência de ideias o negócio dificilmente prosperará. Com a junção do talento com a tecnologia e empreendedores com boas ideias, torna mais próximo o processo empreendedor. Mesmo com esses fatores, ainda fica inviável

iniciar um novo negócio sem o capital. O *know-how*, ou seja, o conhecimento e habilidade serve para unir esses fatores e fazer a empresa crescer (Tornatzky *et al.*, 1996).

Segundo Dertouzos (1999), existem quatro pilares para a inovação tecnológica, eles são: investimento de capital de risco, infraestrutura de alta tecnologia, ideias criativas e cultura empreendedora focada na paixão pelo negócio. Para o autor esses pilares são raros pois acredita que a paixão pelo negócio vem primeiro e depois o dinheiro, o que vai contra a análise econômica, que presume que deve existir um mercado consumidor e, por conseguinte a possibilidade de abrir um negócio para gerar lucro. Dertouzos (1999) ainda conclui que as invenções tecnológicas não acontecem dessa maneira. Existindo um meio termo onde tanto as empresas procuram centros de pesquisa de tecnologia inovadoras que junto ao seu processo, proporcionem uma inovação tecnológica como centros de pesquisa que desenvolvem tecnologias sem a intenção de gerar lucro, mas que, futuramente poderão ser aplicadas nas empresas.

3.2 Educação empreendedora

Em 1947, o professor Myles Mace lecionou o primeiro curso de empreendedorismo na escola de administração de Harvard, nos Estados Unidos, a partir desse acontecimento deu-se início a educação empreendedora naquele país. Com a segunda guerra mundial acontecendo, muitos soldados americanos incapacitados para guerra voltaram ao país e encontraram a economia em crise por causa da indústria das armas. Com isso, o principal objetivo do curso de empreendedorismo era qualificar esses soldados para o mercado de trabalho e possibilitar a geração do autoemprego (VESPER; GARTNER, 1997).

Segundo Ajzen (1991), a importância de entender a educação empreendedora é tão importante quanto compreender o motivo pelo qual alguns alunos querem se tornar empreendedor e outros não, pois quanto maior for a intenção empreendedora, maior serão as chances desse aluno empreender. Há uma necessidade de executar exercícios práticos para que esses alunos possam consolidar aquilo que aprenderam e tentar demonstrar como seria um empreendimento. Com essas experiências, o aluno tem a possibilidade de despertar o auto empreendimento na formação da carreira profissional.

O empreendedorismo tem sido abordado como objeto de disciplinas, projetos, cursos e especializações, principalmente na área de Gestão e Negócios (VESPER; GARTNER, 1997). Pesquisas sobre empreendedorismo em cursos de graduação e pós-graduação comprovaram um constante crescimento do ensino do empreendedorismo é uma evolução na educação

empreendedora que introduziram o empreendedorismo nos cursos (HENRIQUE; CUNHA, 2008).

Reconhece-se que o ensino do empreendedorismo pode incentivar o desenvolvimento das habilidades empreendedoras dos alunos e que desde cedo devem desenvolver habilidades técnicas e de negócio para aqueles que desejam abrir um empreendimento ou ter um autoemprego (LOPES, 2010). Segundo Dornelas (2016), os objetivos do ensino do empreendedorismo precisam ser entendidos pois varia muito de universidade para universidade ou outro tipo de instituição. O autor também relata que qualquer curso de empreendedorismo deveria focar nas habilidades para observar o perfil empreendedor do aluno, focando na identificação e o entendimento das habilidades do empreendedor, as circunstâncias que levam a inovação, o processo empreendedor, a identificação e análise de oportunidades.

De acordo com Dolabela e Filion (2014), o desenvolvimento empreendedor normalmente é considerado como algo que pode ser alcançado através de políticas para o incentivo e a criação de um novo negócio. Eles defendem seu ensino em todos os níveis do sistema educacional, iniciando no ensino fundamental até a faculdade, pois a perspectiva do empreendedorismo inicia-se pela base e não pelo topo. A própria educação empreendedora torna-se a principal maneira para a divulgação da cultura de formar novos empreendedores, mostrando que os próprios estudantes que participaram de atividades educacionais ligadas ao empreendedorismo apresentaram algumas mudanças relevantes no perfil empreendedor (SANTOS; LUSTOSA; SILVEIRA, (2021).

A formação empreendedora envolve vários conteúdos de aprendizagem, onde se faz necessário colocar em ordem diversas metodologias e aplicações pedagógicas para o ensino empreendedor. Rocha e Freitas (2014) relatam que para conseguir alcançar objetivos diferentes no ensino do empreendedorismo é necessário elaborar um plano de ensino pedagógico para criar um ambiente propício para o desenvolvimento empreendedor. Em meio aos diferentes métodos, recursos e técnicas encontradas em pesquisas e literaturas voltadas para o ensino empreendedor (DOLABELA, 2011).

3.3 Perfil empreendedor e intenção empreendedora

Massensini (2016), define que pessoas com características como persistência, otimismo e obstinação pelo crescimento possuem grandes evidências para se tornar um empreendedor. Para aqueles que buscam seguir o caminho do empreendedorismo é importante

que possuam interesse no próprio negócio ou sugerir mudanças em processos ou produtos na empresa que trabalha.

Segundo Greatti e Previdelli (2004), estudar o perfil empreendedor tem relevância na educação, pois cada vez mais pessoas se interessam pela área do empreendedorismo e estudos das características dos empreendedores torna viável ensinar os caminhos para desenvolver tais habilidades como empreendedor.

Para o autor, ainda não se é capaz de traçar um perfil absolutamente científico exato do empreendedor. Desde a sua formação até o mercado de trabalho, várias variáveis influenciam na formação empreendedora, como o método que foi ensinado quanto a experiência adquirida no mercado, assim, moldando um perfil diferente para cada empreendedor. Para o autor a busca de oportunidade e iniciativa, a capacidade de reação a frustrações e situações estressantes, exigência de qualidade e eficiência, comprometimento, busca de informação, estabelecimento de metas, independência, liberdade, autoconfiança, habilidade empresarial e realização são pontos que devem ser bem-vistos para aquele que deseja abrir um negócio.

A pesquisa sobre o perfil empreendedor feita por Leal *et al.* (2018) em estudantes universitários da área de TI observou que, para empreender, o empreendedor deve sempre ter motivação para trabalhar, perseverar, propício a mudanças, persistente e confiante naquilo que acredita e multitarefas.

Segundo os autores Santos, Lustosa e Silveira (2021), a intenção empreendedora pode ser definida como uma projeção pessoal de ações e metas futuras que podem ser aplicadas para que o empreendedor possa desenvolver o próprio negócio ou na criação de valor para empresas, assim exercendo uma influência dentro da organização. Já para Krueger e Brazeal (1994), a intenção de empreender é embasada na relação entre as características pessoais, valores, variáveis e percepções. Deste modo, a intenção empreendedora é influenciada pelas características psicológicas, influências ambientais e habilidades individuais, assim ações para criar uma empresa tendem a ser planejada e consciente (THOMPSON, 2009).

Carvalho e González (2006) tendo como base a psicologia comportamental demonstram que fatores externos e individuais tem uma grande influência a intenção comportamental que está ligado a intenção empreendedora. Davidsson (1995) e Autio *et al.* (1997) apresentam modelos que apresentam a convicção individual como principal determinante da intenção empreendedora.

Segundo Bird (1998), a intenção empreendedora relaciona-se com o conhecimento do empreendedor junto com a criação de um novo negócio. Thompson (2009) mostra que para criar um empreendimento com planos e metas para o desenvolvimento da empresa a intenção

do indivíduo é buscar o autoconhecimento. Paço *et al.* (2011) enfatiza que para discutir sobre empreendedorismo a intenção empreendedora é um forte ponto a ser tratado. Shapero e Sokol (1982) mostram que a literatura empírica do empreendedorismo e das intenções empreendedoras têm também a sua importância, assim como conceitos para identificar e explicar modelos básicos de intenção empreendedora (KRUEGER; CARSRUD, 1993).

O empreendedorismo pode ser considerado como um processo que mostra desde a iniciativa de aplicar uma ideia em prática até a criação de um negócio. Dessa forma ele é fundamentado nas ideias e intenções empreendedoras. As ideias estão ligadas com as inspirações pessoais para desenvolver algum bem ou serviço, já as intenções são apontadas como um dos principais procedimentos para transformar ideias em novos negócios (MONITOR, 2012; KRUEGER; CARSRUD, 1993; BIRD, 1998; KRUEGER; REILLY; CARSRUD, 2000). O Quadro 1 resume as características do perfil empreendedor de acordo com cada autor.

Quadro 1 – Características do perfil empreendedor segundo os autores

Autor	Característica
Massensini (2016)	Persistente, otimista e obstinado pelo crescimento
Greatti e Previdelli (2004)	Busca de oportunidade, iniciativa, capacidade de reação a frustrações e situações estressantes, eficiente, comprometimento, busca de informação, estabelecimento de metas, independência, liberdade, autoconfiança, habilidade empresarial e realização.
Leal <i>et al.</i> (2018)	Motivado para trabalhar, perseverante, propício a mudanças, persistente e confiante.
Santos, Lustosa e Silveira (2021)	Projeção pessoal de ações, metas futuras e criação de valor para empresas.
Krueger e Brazeal (1994)	Características pessoais, valores, variáveis e percepções
Thompson (2009)	Psicológicas, influências ambientais e habilidades individuais.
Carvalho e González (2006)	Fatores externos e individuais.
Davidsson (1995)	Convicção individual.
Autio <i>et al.</i> (1997)	Convicção individual.
Bird (1998)	União conhecimento do empreendedor junto com a criação

	de um novo negócio.
Shapero e Sokol (1982)	Percepção de desejabilidade, propensão para agir e percepção de viabilidade.
Reilly e Carsrud (2000)	Característica pessoal.
Monitor (2012)	Característica pessoal.
Krueger e Carsrud (1993)	Característica pessoal.
Paço <i>et al.</i> (2011)	Comportamento individual.

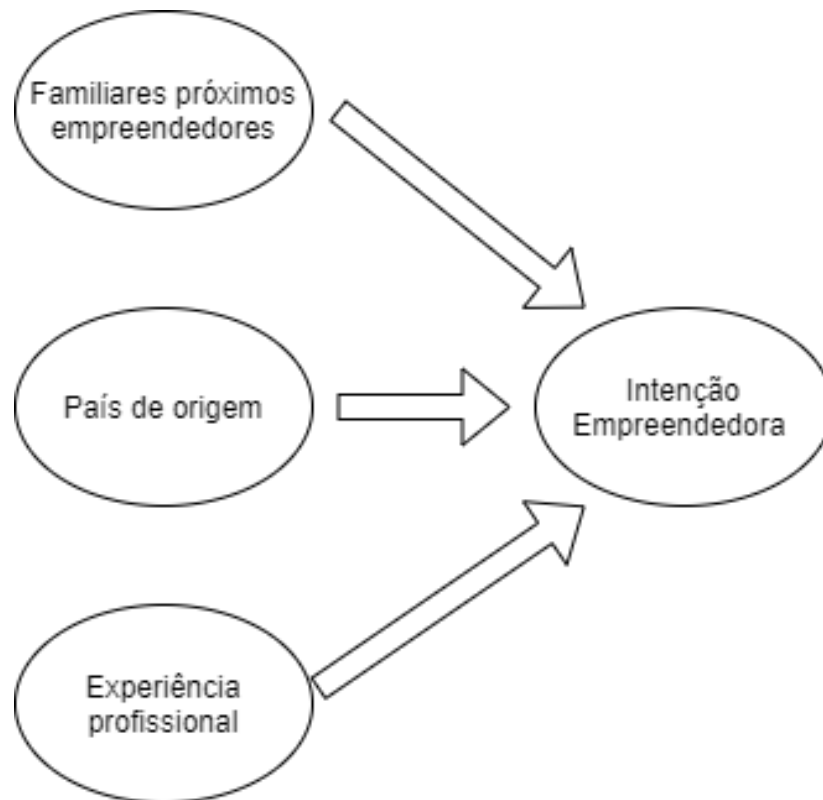
Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

Segundo Ajzen (1991) as relações de experiência pessoal e profissional podem incentivar a intenção empreendedora. Nesse sentido, Borges (2010) acredita que as universidades são incentivadoras para o empreendedorismo pois a relação entre alunos cria uma rede de contatos que possibilita conhecimentos sobre tecnologias, mercados e oportunidades de negócio. Em relação com a tecnologia, a evolução e o sucesso dos microcomputadores e da internet fez com que tornassem parte do cotidiano do ser humano. Para aqueles alunos que decidirem abrir um novo negócio na área da tecnologia, podem encontrar uma certa facilidade em razão da redução dos obstáculos nesse tipo de negócio (MARTIN; MATLAY, 2003, MATLAY, 2004).

De acordo com a pesquisa de Carvalho e González (2006), um estudante que adquire uma experiência profissional pode ter influência na intenção empreendedora, assim despertando o interesse por abrir um negócio. Espera-se que esses alunos tenham habilidades para o trabalho e apresentem uma maior aptidão para a criação de empresas. Assim os autores supõem que quanto maior o conhecimento empresarial, maior será a propensão para criar uma empresa, pois estará mais confiante para desempenhar a função empresarial.

De acordo com o modelo utilizado pelo Paiva *et al.* (2018), a intenção empreendedora pode ser entendida por três vertentes. A primeira, são os Familiares próximos empreendedores que é a influência da família no comportamento e formação da intenção empreendedora (CARVALHO; GONZÁLEZ; 2006, AJZEN, 1991). A segunda é o País de origem, no qual o local poderá influenciar na intenção e formação empreendedora (TIMMONS; SPINELLI, 1994). A terceira é a experiência profissional, onde essa experiência impacta diretamente na intenção empreendedora (KUCKERTZ; WAGNER, 2010). Este modelo foi adotado por este trabalho e pode ser visto na Figura 1 representando a relação entre as três vertentes.

Figura 1 - Intenção empreendedora de três vertentes



Fonte: Adaptado de Paiva *et al.* (2018)

A primeira vertente utilizada por Paiva *et al.* (2018), é a influência de familiares na intenção empreendedora. Pesquisas feitas por Carvalho e González (2006) mostraram uma forte relação entre familiares empreendedores influenciando na intenção empreendedora dos estudantes universitários. No estudo da Teoria do Comportamento Planejado (TCP) de Ajzen (1991), apresenta uma pressão familiar e social influenciando nos resultados do desempenho do indivíduo.

A segunda é o país de origem. No estudo de Paiva *et al.* (2018), buscou identificar e medir a intenção empreendedora dos estudantes universitários do Brasil e Portugal em relação ao seu perfil empreendedor, a fim de encontrar qual a maior quantidade de alunos entre os dois países. O país pode ser um estimulante para as atitudes empreendedoras, seja pela cultura ou incentivos ofertados por cada região, podendo influenciar na intenção empreendedora (TIMMONS; SPINELLI, 1994).

E por último é a experiência profissional. Paiva *et al.* (2018), considera que a intenção empreendedora pode sofrer influência positiva ou negativa dependendo da experiência profissional adquirida pelo estudante universitário. Estudos feitos por Kuckertz e Wagner (2010), mostram que a experiência profissional impacta diretamente na intenção

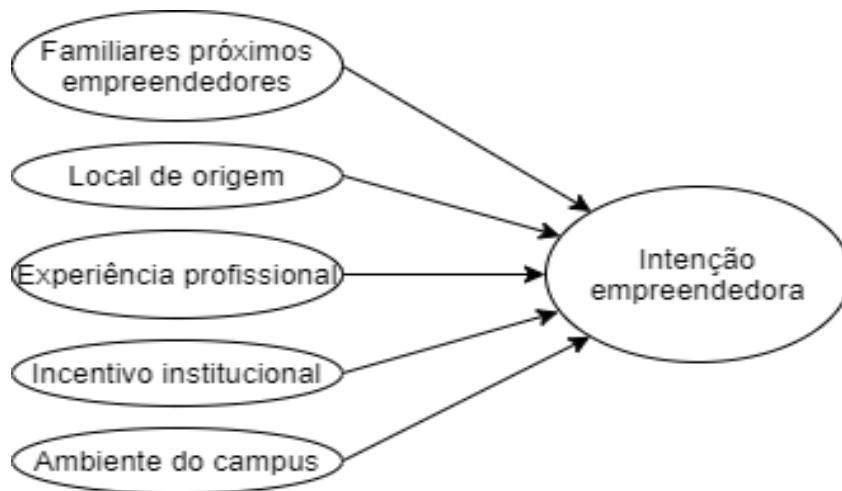
empreendedora dos alunos universitários.

Este trabalho utiliza duas vertentes a mais para o entendimento da intenção empreendedora. A primeira vertente é o incentivo institucional à educação empreendedora. Segundo Silva, Melo e Lucian (2016), o incentivo dado por políticas públicas, suporte de instituições governamentais e o ensino por meio de disciplinas de empreendedorismo em instituições de ensino superior, podem aumentar a quantidade e a qualidade dos futuros empresários.

A segunda vertente é o ambiente do campus, que de acordo com Iizuka e de Moraes (2014), às oportunidades e iniciativas ligadas ao empreendedorismo aumentam no desenvolvimento e formação do aluno que é mais propício para empreender. O aluno que não é propício para empreender, não existe esse aumento significativo por isso o autor destaca que é um desafio para essas instituições de ensino propiciar um ambiente diversificado.

A Figura 2 mostra as vertentes que são utilizadas para este trabalho de acordo com os objetivos específicos.

Figura 2 - Intenção empreendedora de cinco vertentes



Fonte: Adaptado de Paiva *et al.* (2018), Silva, Melo e Lucian (2016) e Iizuka e de Moraes (2014)

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Neste capítulo são mostrados procedimentos metodológicos adotados para o desenvolvimento desta pesquisa. Primeiro, será abordado a tipologia de pesquisa e a forma de estudo, posteriormente, foi apresentada a população e amostra, coleta de dados e as técnicas de análise estatísticas dos dados.

4.1 Tipologia de pesquisa

Os objetivos desta pesquisa são de natureza descritiva que busca descrever o comportamento inovador na intenção empreendedora através de análises de variáveis estatísticas. Com o objetivo de uma pesquisa de natureza descritiva que tem como base uma a descrição de uma população específica e fundamenta-se por uma análise de base quantitativa (COLLIS; HUSSEY, 2005; MALHOTRA, 2011). Em síntese, a descrição é realizada com certos grupos que têm algumas características e práticas demonstradas pelas relações das variáveis. Sendo também explicativa, pois estabelece relações entre as variáveis e utilizando métodos comuns de coleta e análise de dados (MALHOTRA, 2011).

Este estudo adota uma pesquisa quantitativa, segundo a classificação feita por Collis e Hussey (2005) e Gray (2012). O presente estudo busca descrever a intenção empreendedora dos estudantes universitários da UFC Campus de Quixadá. A quantificação e a análise estatística dos dados têm como objetivo reduzir as diferenças, assim, facilitando a confiança e a segurança deles.

Caracterizada pela quantificação da coleta de informação, a pesquisa quantitativa segundo os objetivos apresentados nesta pesquisa, busca analisar a intenção empreendedora sobre a influência inovadora dos estudantes universitários da UFC Campus de Quixadá.

Quanto aos meios, esta pesquisa pode ser classificada como de campo (dados primários) e bibliográfica (dados secundários). Na pesquisa de campo acontece a coleta dos dados primários, ou seja, obtidos na pesquisa, normalmente chamados de dados brutos (COOPER; SCHINDLER, 2014). Já nas pesquisas bibliográficas recebe esse nome pois foi desenvolvida pelo fundamento teórico-metodológico, utilizando teses, dissertações, livros, anais de eventos e periódicos que publicaram assuntos sobre o empreendedorismo, perfil empreendedor e a inovação. Dessa maneira, Cooper e Schindler (2014) apontam sobre a importância de utilizar os dados secundários para interpretar e complementar os dados primários.

Desse modo, para esta pesquisa, os dados são coletados por meio de um *survey*, onde são obtidos os dados dos estudantes universitários da UFC Campus de Quixadá. Logo em seguida será abordado a escolha da população que direciona este trabalho.

4.2 População e amostra

A população desta pesquisa é composta pelos estudantes universitários da UFC Campus de Quixadá dos cursos de graduação. De acordo com as informações divulgadas no site do Campus, existem aproximadamente mil e duzentos alunos, sendo composto por cinco cursos de graduação, um tecnólogo e um curso de mestrado, todos na área da TI, tornando-se um campo temático na área da tecnologia da informação (UFC - Quixadá, 2021).

A Secretaria Acadêmica da UFC – Campus Quixadá, em consulta feita no dia 20 de outubro de 2021, informou a quantidade de alunos ativos no semestre 2021.2, por curso. A Tabela 1 mostra esses dados. Sendo assim, a população da pesquisa é de 1255 alunos que são os alunos de graduação atualmente ativos em 2021.2.

Tabela 1 – Quantidade de alunos no semestre 2021.2

Curso	Quantidade de alunos
Ciência da Computação	225
Design Digital	225
Engenharia de Computação	178
Engenharia de Software	227
Redes de Computadores	179
Sistemas de Informação	221
Total	1255

Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

Os cursos de Ciência da Computação, Design Digital, Engenharia de Software e Sistemas de Informação tem duração de quatro anos, totalizando oito semestres. Já o curso de Engenharia de Computação tem duração de cinco anos, totalizando dez semestres. O tecnólogo em Redes de Computadores tem duração de três anos, totalizando seis semestres.

Em seus currículos, os alunos da graduação e do tecnólogo tem disponível a cadeira de empreendedorismo, assim, contribuindo para a formação de empreendedores. Também existem outras disciplinas com foco em empreendedorismo, como *e-business* e projeto

integrado. Também há eventos e palestras voltados para o empreendedorismo que ocorrem ao longo do semestre promovido pelo Núcleo de inovação e empreendedorismo do Campus da UFC em Quixadá (INOVE).

O INOVE busca promover inovações e empreendedorismo no campus de Quixadá auxiliando os alunos a fomentar o desenvolvimento tecnológico e social, atuando na pesquisa e desenvolvimento de ciência e tecnologia, e na geração de novos empreendimentos, de forma integrada e auto sustentada com a sociedade por meio de projetos e eventos (INOVE, 2021).

Com base no exposto, a escolha da população é justificada. O Campus de Quixadá possuir somente cursos na área da TI, que, segundo Edwards *et al.* (2009), é uma área dinâmica e está cada vez mais inserida nas mais diversas áreas, assim, a inclusão do ensino do empreendedorismo nas grades curriculares tem um efeito significativo sobre a inovação, liderança, criatividade e nas intenções empreendedoras dos alunos.

Ainda de acordo com o autor, ao longo dos anos a educação empreendedora tem fomentado a geração de inovação e resultando em avanços tecnológicos. Logo, o ensino do empreendedorismo na área da TI possibilita um aumento na capacidade dos alunos ao longo da vida e o desejo de inovar.

A pesquisa não foi realizada com a população inteira devido a alguns motivos. Dos motivos, foram o isolamento social causado pela pandemia do COVID-19, dificultando o contato com os demais alunos. O tamanho da população para a quantidade de tempo disponível da pesquisa e o custo da realização da pesquisa. Sendo assim, a escolha foi amostral.

Em Cochran (1985), localiza-se a fórmula para o cálculo da amostra com o tamanho da população conhecida, como mostrado na Figura 3. Onde n é tamanho da amostra, Z_{α} é o valor da estatística para um nível de confiança alfa, P é a prevalência (valor percentual), ϵ é o valor do erro admissível.

Com uma população de tamanho de 1255 alunos, um grau de confiança de 95% e uma margem de erro de 5%. Com base nesse cálculo foi visto que precisou de uma amostra de tamanho de 295 alunos para realizar esta pesquisa, assim, não sendo necessário a pesquisa com todos os alunos da UFC - Campus Quixadá.

Figura 3 - Fórmula para o cálculo da amostra com população de tamanho finito

$$n = \frac{\frac{z_{\alpha}^2 \cdot P \cdot (1 - P)}{\varepsilon^2}}{1 + \frac{1}{N} \cdot \left(\frac{z_{\alpha}^2 \cdot P \cdot (1 - P)}{\varepsilon^2} - 1 \right)}$$

Fonte: Adaptado de Cochran (1985).

A coleta dos dados teve início no dia 27 de novembro de 2021 e o seu término no dia 17 de janeiro de 2022. Foram utilizadas diferentes estratégias para a obtenção dos dados. Primeiramente, foi solicitado aos alunos que respondessem o questionário espontaneamente nas redes sociais e grupos privados de aplicativos de mensagens, posteriormente, foi pedido a permissão para alguns professores entrarem em suas aulas *on-line* para que os alunos respondessem o questionário.

Foi coletado o total de 144 alunos para a pesquisa. Apesar de não conseguir a amostra prevista, a quantidade de respondentes é suficiente para realizar os cálculos previstos nos resultados.

4.3 Coleta de dados

Tendo como base o estudo de Paiva *et al.* (2018), Silva, Melo e Lucian (2016) e Iizuka e de Moraes (2014), a coleta de dados deste trabalho é por meio de um modelo questionário padronizado que estará disponível no final deste trabalho (ANEXO A). Segundo Malhotra (2011), tem-se uma maior precisão na análise e tratamento desses dados coletados, por isso é considerado o método mais utilizado para pesquisa quantitativa de natureza descritiva.

A estrutura utilizada no questionário é um conjunto de itens preestabelecidos que por meio de uma escala *Likert* de 5 pontos, que segundo Malhotra (2011), essa escala permite que descubra diferentes níveis de intensidade da opinião a respeito de um assunto. Relacionado a intenção empreendedora foi utilizado uma análise dicotômica "sim/não" ou se já é empreendedor. Em relação ao comportamento inovador foi utilizada a escala de 1 "discordo totalmente" a 5 "concordo totalmente".

O questionário inicia-se com um texto introdutório sobre dados do autor, supervisor,

tema e justificativa da pesquisa onde é assegurado a confidencialidade dos dados coletados. A primeira pergunta do questionário é se o(a) aluno(a) tem intenção de ser empreendedor(a) nos próximos cinco anos ou se já é empreendedor(a). O conjunto de perguntas seguinte é para caracterização do(a) aluno(a) como, o sexo, idade, estado civil, o ano de ingresso, semestre atual na universidade e curso.

Para responder o questionamento do objetivo específico item b), é perguntado sobre o seu local de origem, município, estado e se é da zona urbana ou rural. No questionário, houve uma mudança em “País de origem” para “Local de origem”, pois a coleta dos dados ocorreu apenas do hábito nacional brasileiro. Com relação ao objetivo específico item c), é perguntado sobre a experiência profissional do aluno. O objetivo específico do item a), é perguntado se os pais são empreendedores. Para responder o objetivo específico d), primeiro, é perguntado se o aluno já participou de alguma atividade promovida pelo INOVE. Logo após, é perguntado se já cursou ou está cursando a disciplina sobre empreendedorismo, sua obrigatoriedade e se ela o(a) estimulou a empreender. E respondendo o objetivo específico e) é perguntando se o período em que o(a) estudante está no campus incentivou de alguma forma seu desenvolvimento e formação como empreendedor.

O método de aplicação do questionário teve auxílio do *software Google Forms* e foi direcionado para os alunos dos cursos de graduação da UFC Campus Quixadá. As tabelas contendo os dados foram organizadas inicialmente com auxílio do *software Excel* e para realizar a análise, foi utilizado o *software SPSS*.

4.4 Técnicas de análise de estatísticas de dados

No presente estudo foi utilizada a análise descritiva dos dados. Esta análise é utilizada na primeira fase de um estudo de dados coletados e utiliza-se métodos de estatística descritiva para identificar anomalias, dados dispersos, descrever e organizar aspectos importantes para comparar as características dos dados dos conjuntos (REIS; REIS, 2002).

As análises descritivas que são abordadas são para verificar a intenção do estudante para empreender, aplicando a estatística descritiva e de descrever o perfil dos estudantes universitários em relação a idade, semestre, local de origem, experiência profissional e gênero. Para a análise descritiva dos dados é utilizado o *software Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)*. O SPSS é um *software* de análise de estatística e tratamento de dados, que no presente estudo, auxiliará na análise dos dados transformando em informação.

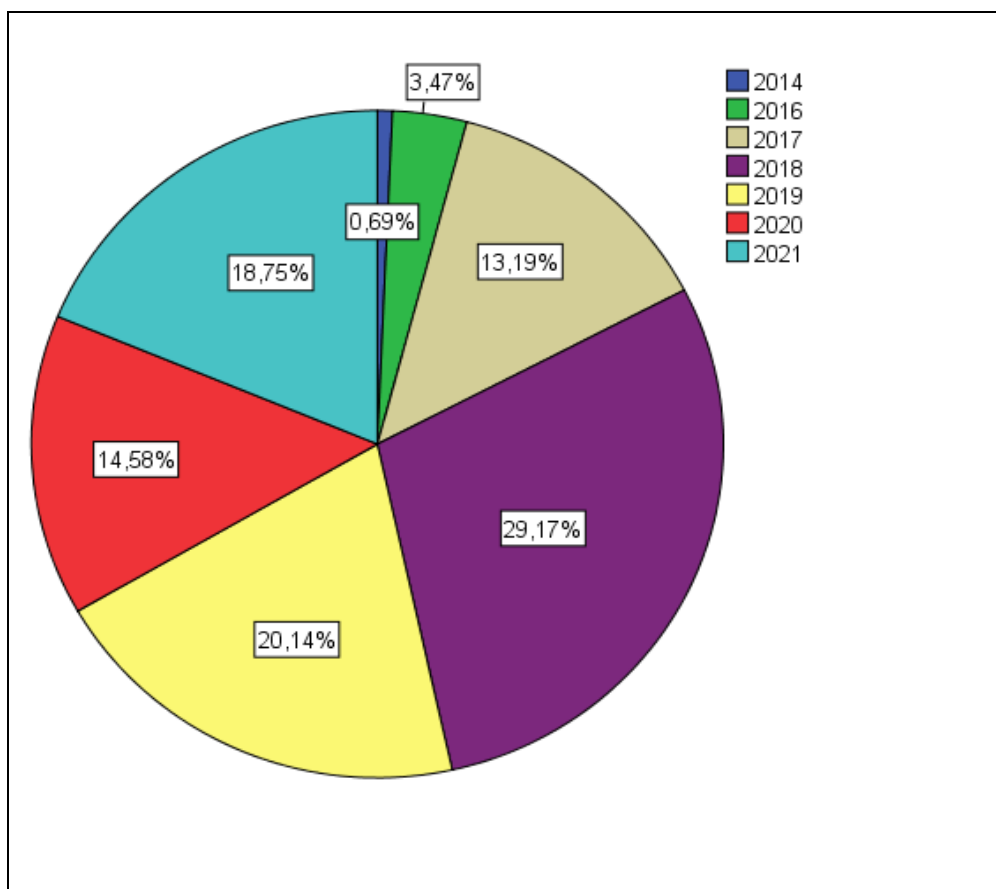
5 ANÁLISE DE DADOS

Estão apresentados neste capítulo a análise descritiva dos dados, coletados dos 144 alunos. Primeiro foi mostrado o perfil dos estudantes e após os dados da intenção empreendedora dos estudantes.

5.1 Dados do perfil dos respondentes

Foram coletados alguns dados pessoais dos respondentes, como o ano de ingresso, o semestre, curso, idade, gênero, estado civil, estado de origem, município de origem, zona, se os pais são empreendedores e se já cursou a disciplina de empreendedorismo para a caracterização do perfil dos estudantes da UFC campus Quixadá.

Figura 4 - Ano de ingresso dos alunos na universidade

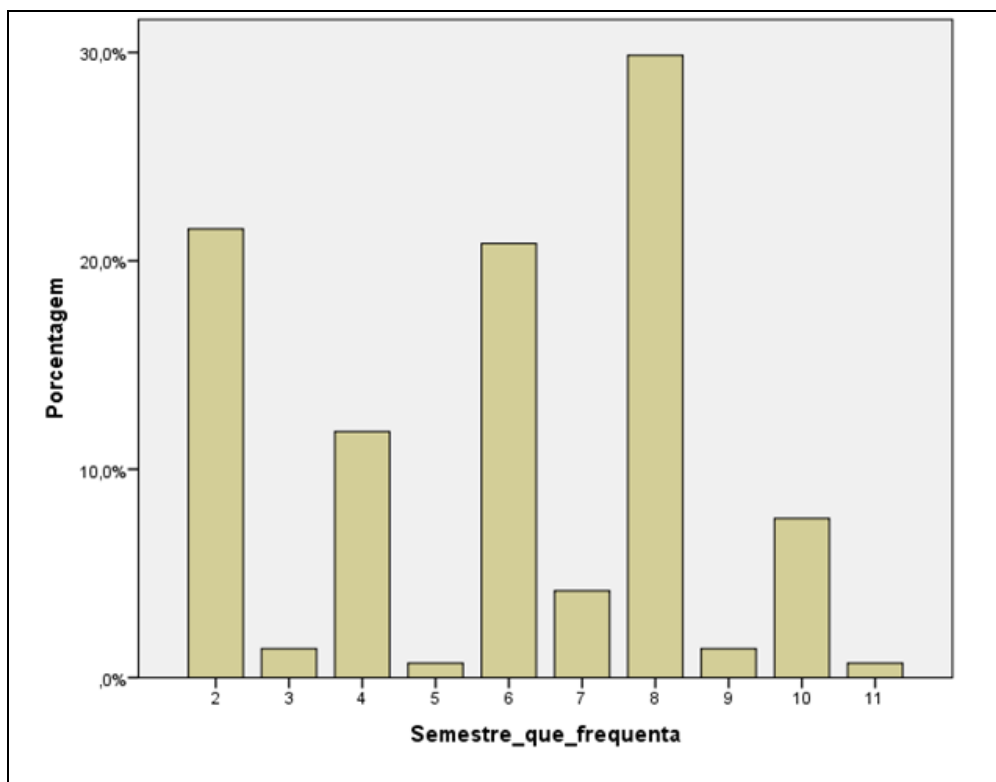


Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

O ano de ingresso dos 144 alunos que responderam o questionário, 0,69% ingressaram no ano de 2014, 3,47% ingressaram no ano de 2016, 13,19% ingressaram no ano de 2017, 29,17% ingressaram no ano de 2018, 20,14% ingressaram no ano de 2019, 14,58% ingressaram no ano de 2020 e 18,75% ingressaram no ano de 2021, como pode ser visto na Figura 4.

Em relação ao semestre que está frequentando, as maiores porcentagens ficaram com os alunos no segundo, sexto e oitavo semestre, que em sua maioria dominam os alunos que estão no oitavo semestre, como pode ser observado na Figura 5.

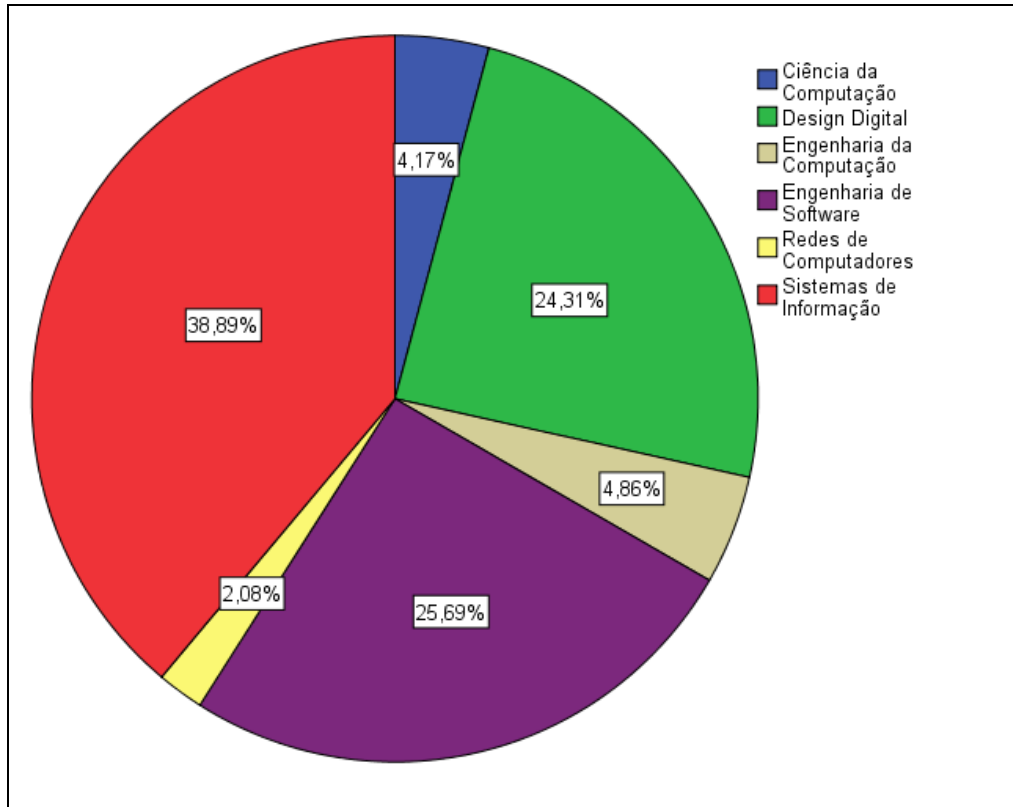
Figura 5 - Semestre frequentado pelos alunos



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

Como visto na Figura 6, é possível observar uma predominância 38,89% dos alunos do curso sistemas de informação. Logo após, engenharia de software com 25,69% e design digital com 24,31% aparecem com uma boa quantidade de participantes. Já os alunos dos cursos de ciência da computação, engenharia da computação e redes de computadores tiveram baixa participação com respectivos 4,17%, 4,86% e 2,08%.

Figura 6 - Curso frequentado pelos alunos



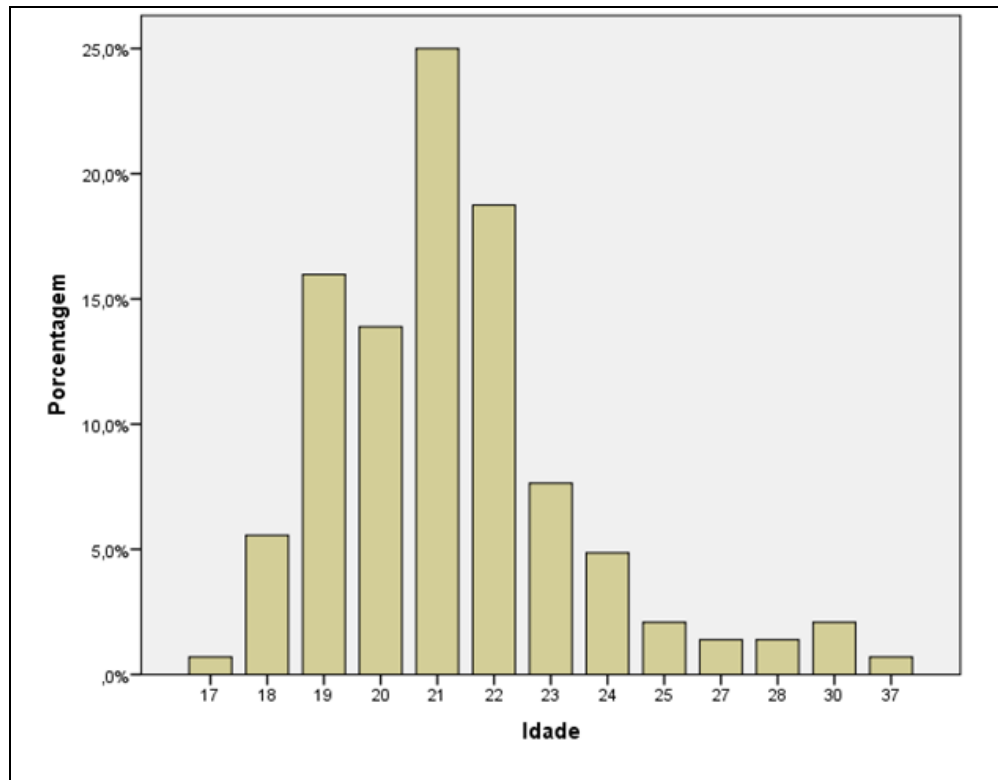
Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

De acordo com a Figura 7, observa-se uma predominância do público mais jovem entre os respondentes. Sendo de 17 anos o aluno mais jovem e 37 anos o mais velho. Observa-se uma faixa etária predominante dos alunos entre 19 e 22 anos de idade.

Com relação ao gênero, a Figura 8 mostra a predominância masculina. 72,22% marcaram a opção homem, 26,39% marcaram a opção mulher e 1,39% marcaram a opção não-binário.

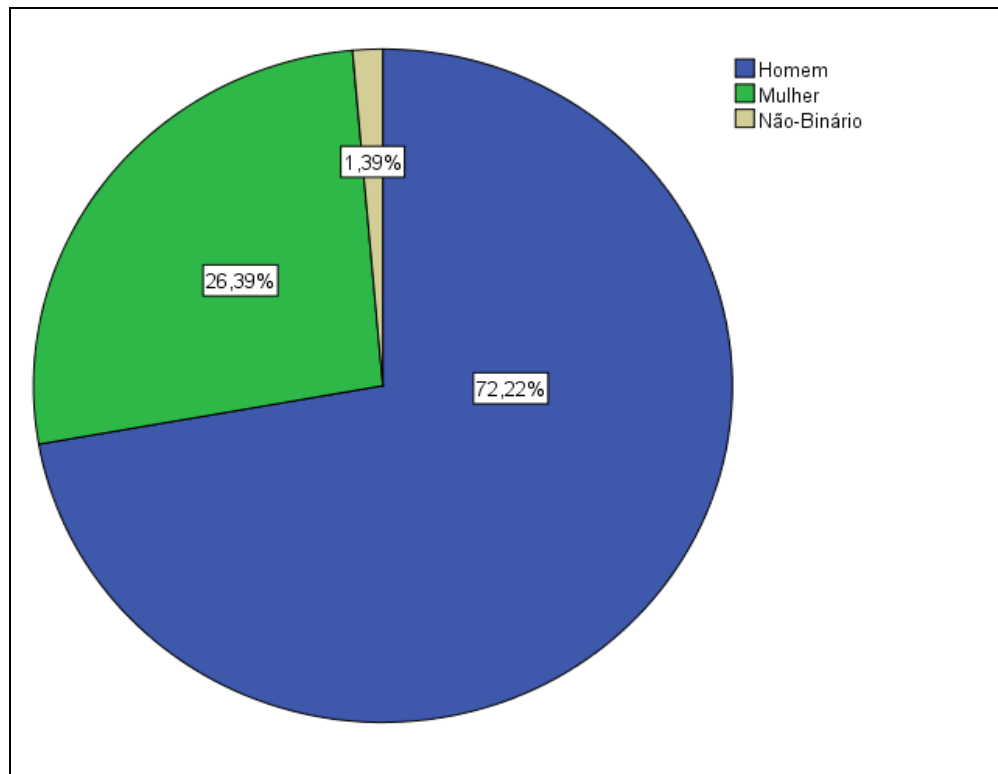
No estado civil, segundo os dados mostrados na Figura 9, 98,61% estão solteiros e 1,39% estão casados ou em união conjugal.

Figura 7 - Idade dos alunos



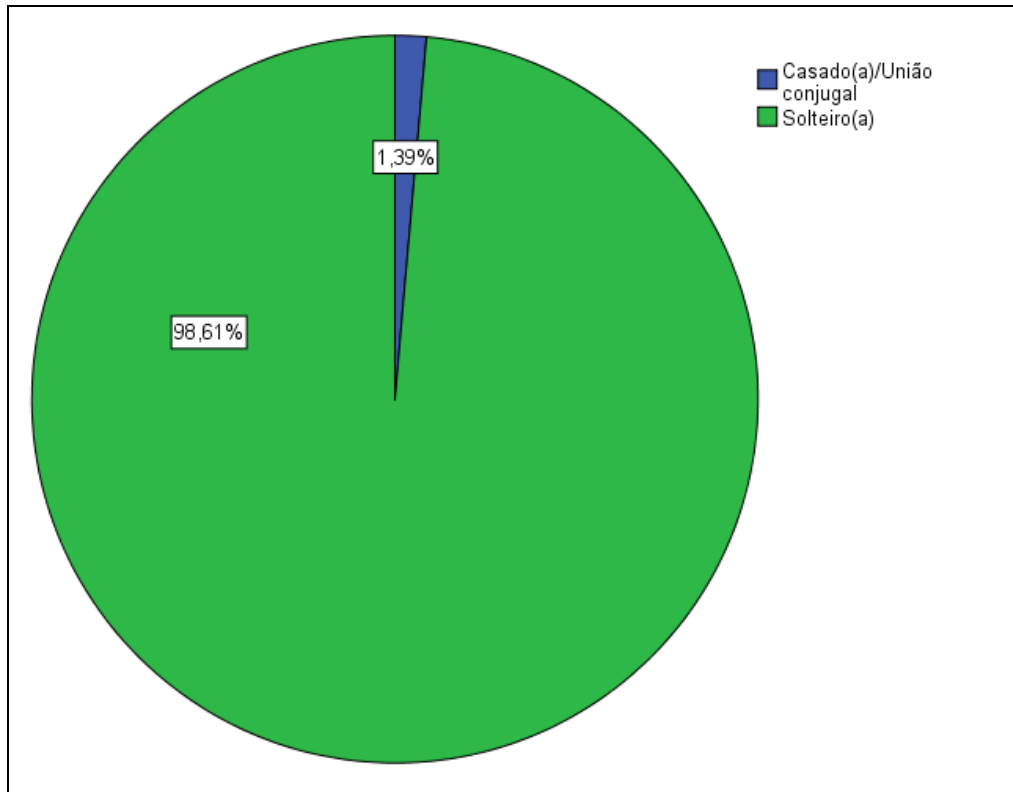
Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

Figura 8 - Gênero dos alunos



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

Figura 9 - Estado civil dos alunos



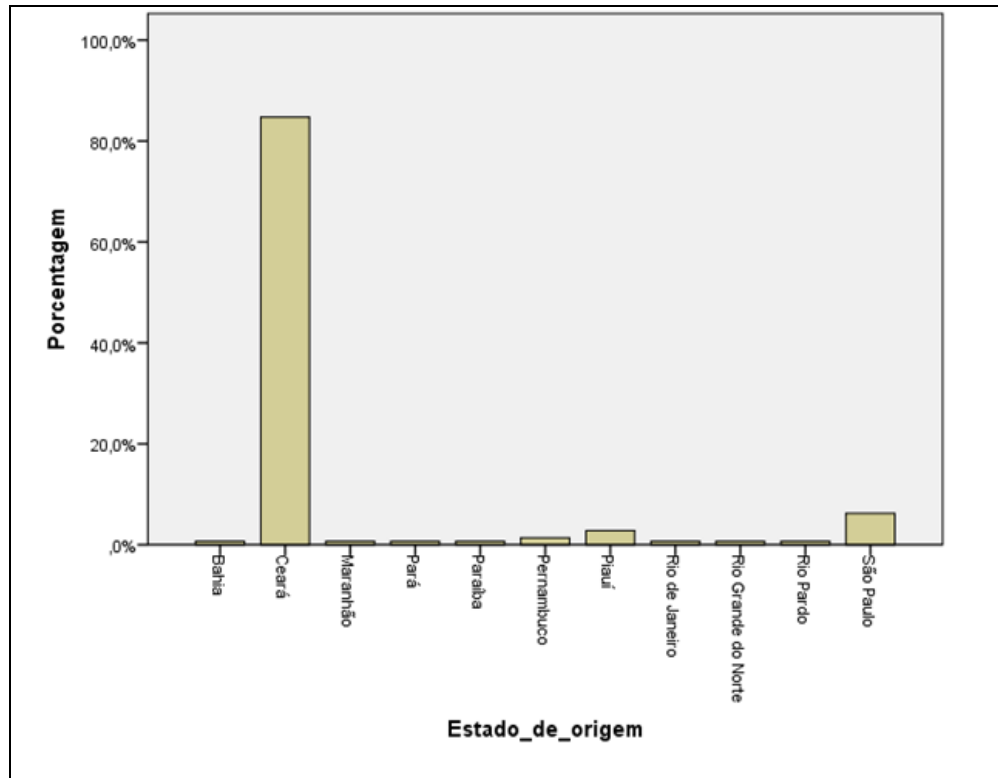
Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

5.2 Dados da intenção empreendedora dos respondentes

Com relação ao estado de origem, a maioria dos alunos são do Ceará. Aparece também outros estados, mas com baixa frequência. A distribuição pode ser observada na Figura 10.

Na Tabela 2, é possível observar os diversos municípios de origem dos estudantes. As cidades que apresentaram maior quantidade de alunos foram Fortaleza com 20 alunos, Quixadá com 16 alunos, Boa Viagem com 12 alunos, Mombaça com 8 alunos, Quixeramobim com 7 alunos e Acopiara com 5 alunos. As cidades de Araripina, Aratuba, Bacabal, Barreira, Barueri, Baturité, Belém, Brumado, Canindé, Capistrano, Caridade, Catolé do Rocha, Cerquilho, Choró, Crateús, Floriano, Guarulhos, Horizonte, Ibaratama, Ibiapina, Iguatu, Itapipoca, Itarema, Itatira, Jaguaribe, Juazeiro do Norte, Jundiá, Madalena, Maracanaú, Maranguape, Morada Nova, Natal, Ocara, Pacajus, Paraipaba, Pedra Branca, Pedro II, Petrolina, Piquet Carneiro, Piripiri, Quixeré, Rio de Janeiro, São Benedito, São Gonçalo do Amarante, São Paulo, Senador Pompeu, Sobral, Solonópole e Teresina, todas elas variam entre 1 e 4 a quantidade de alunos do município de origem. Os dados mostram que os estudantes vêm das mais variadas cidades.

Figura 10 - Estado de origem dos alunos



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

Tabela 2 – Município de origem dos alunos

Cidade origem	Quantidade de alunos
Acopiara	5
Araripina	1
Aratuba	2
Bacabal	1
Barreira	1
Barueri	2
Baturité	2
Belém	1
Boa Viagem	12
Brumado	1
Canindé	2
Capistrano	1
Caridade	1
Catolé do Rocha	1

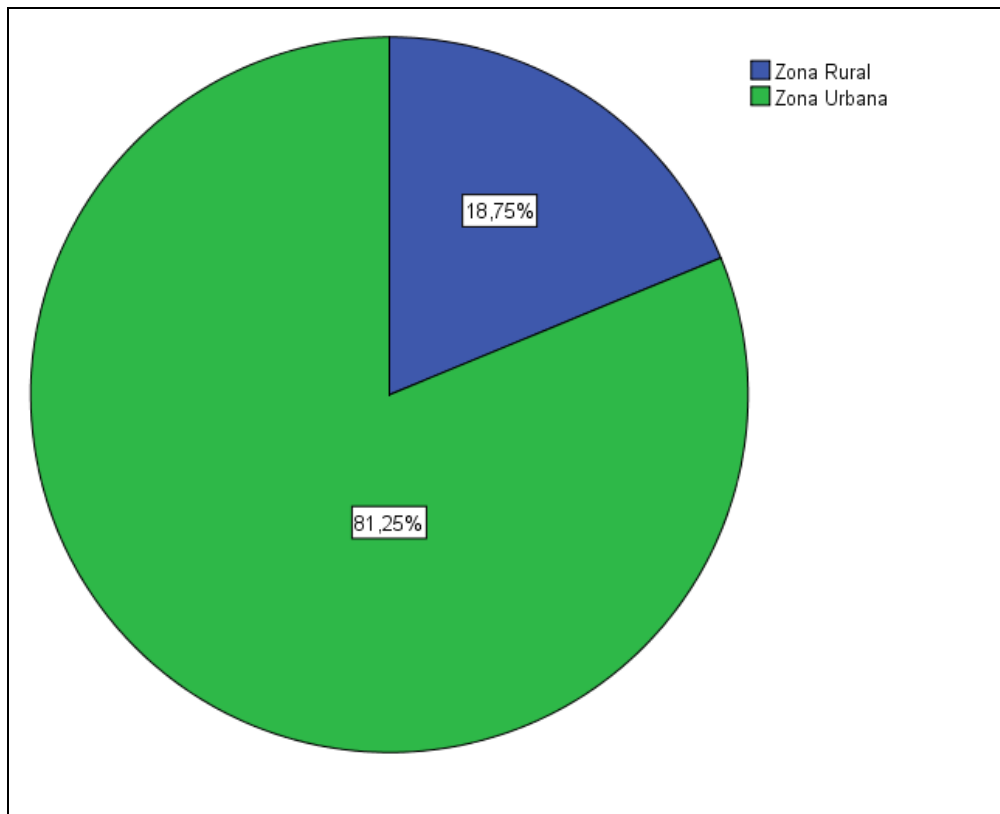
Cerquilho	1
Choró	1
Crateús	1
Floriano	1
Fortaleza	20
Guarulhos	2
Horizonte	3
Ibaretama	1
Ibiapina	1
Iguatu	2
Itapipoca	4
Itarema	1
Itatira	1
Jaguaribe	1
Juazeiro do Norte	3
Jundiá	1
Madalena	1
Maracanaú	3
Maranguape	1
Mombaça	8
Morada Nova	3
Natal	1
Ocara	2
Pacajus	1
Paraipaba	2
Pedra Branca	4
Pedro II	1
Petrolina	1
Piquet Carneiro	2
Piripiri	1
Quixadá	16
Quixeramobim	7
Quixeré	1

Rio de Janeiro	1
São Benedito	1
São Gonçalo do Amarante	1
São Paulo	3
Senador Pompeu	2
Sobral	2
Solonópole	1
Teresina	1
Total	144

Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

A Figura 11 demonstra o local de origem dos alunos que em sua maioria é de zona urbana com 81,25%. Alunos provenientes da zona rural são 18,25%.

Figura 11 - Zona de origem dos alunos

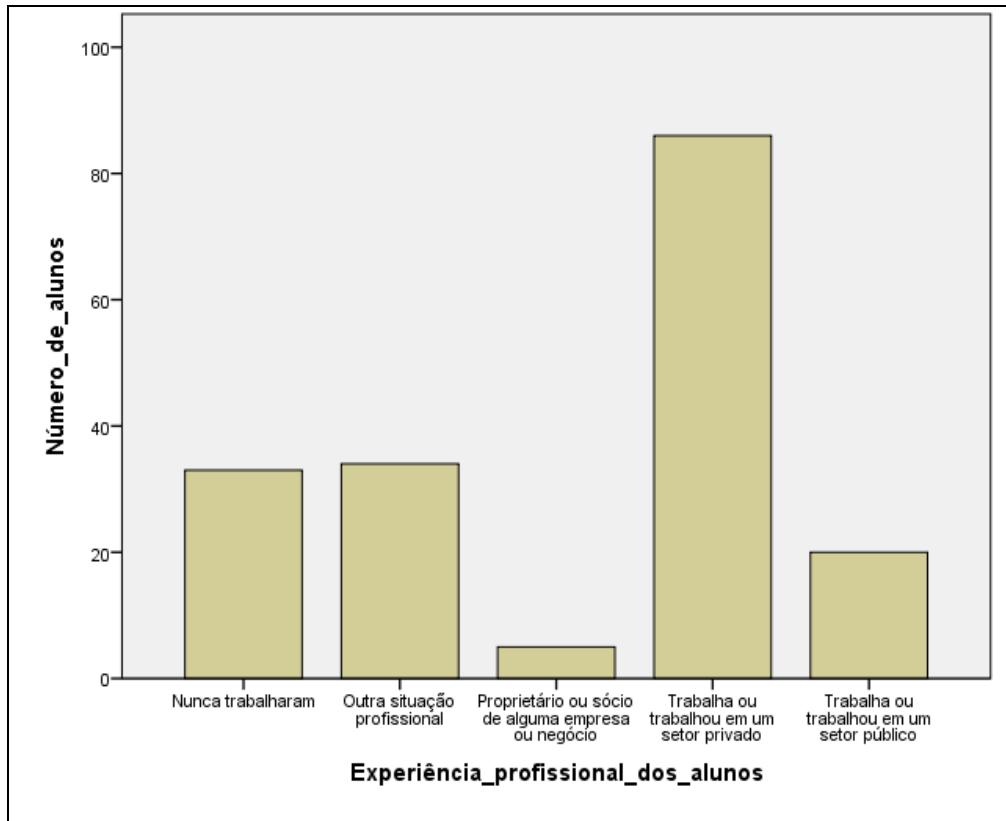


Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

Ao serem questionados sobre a experiência profissional, foi permitido aos respondentes marcar mais de uma opção. Os dados da Figura 12 foram divididos por

categorias. Os dados mostram que a maioria dos estudantes já tiveram alguma experiência de trabalho. Dos 144 respondentes, apenas 33 alunos nunca trabalharam. Outra situação profissional obteve 34 respostas, proprietário ou sócio de alguma empresa ou negócio obteve 5 respostas, trabalha ou trabalhou em um setor privado obteve 86, trabalha ou trabalhou em um setor público obteve 20 respostas.

Figura 12 - Experiência profissional dos alunos

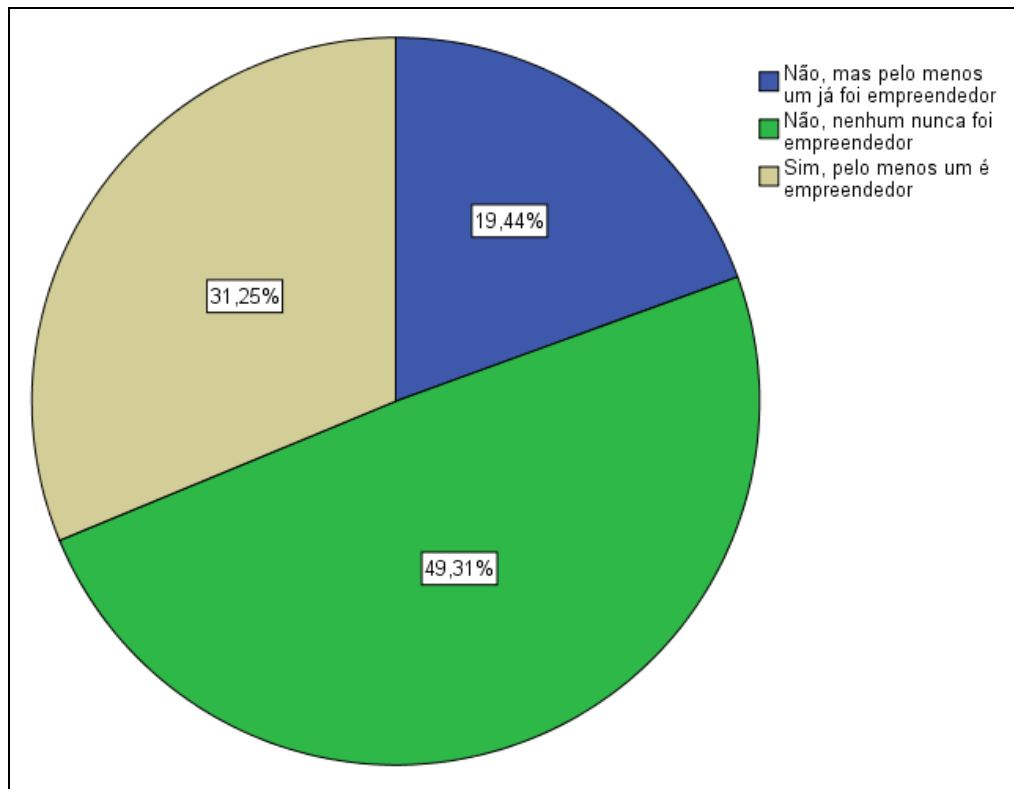


Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

A Figura 13, mostra que 49,31% dos pais dos alunos nunca foram empreendedores, 31,25% pelo menos um é empreendedor e 19,44% não está empreendendo, mas já foi empreendedor.

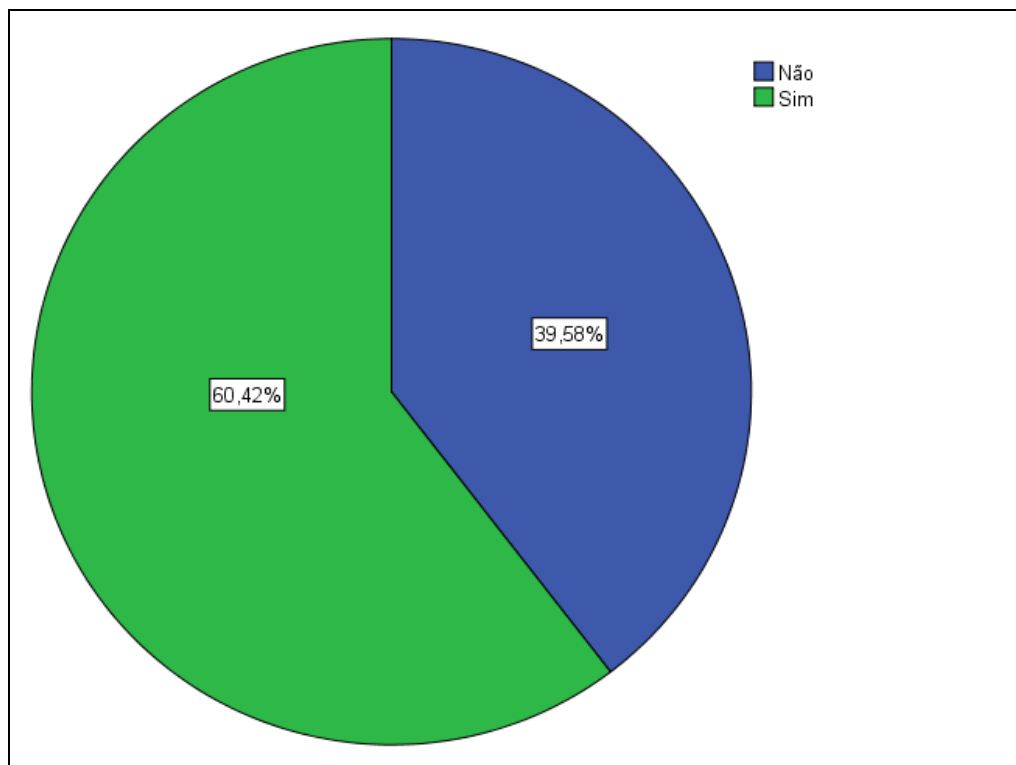
Com relação a disciplina de empreendedorismo, mais da metade dos estudantes já cursaram a disciplina. Com 60,42% responderam que já cursaram e 39,58% que não cursaram, como mostra a Figura 14. Sendo que para, 15, 57,64% a disciplina de empreendedorismo é obrigatória para o curso, 25% responderam que é optativa e 17,36% não souberam informar, conforme a Figura 15.

Figura 13 - Pais empreendedores dos alunos



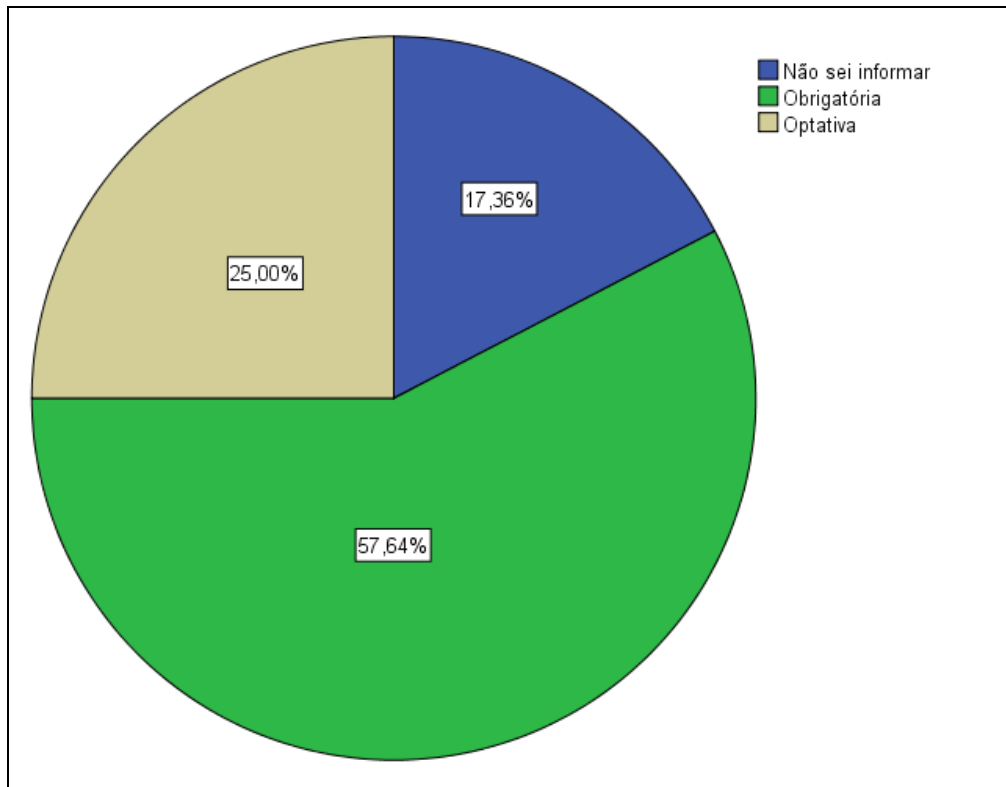
Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

Figura 14 - Alunos que cursaram a disciplina de empreendedorismo



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

Figura 15 - Obrigatoriedade da disciplina de empreendedorismo

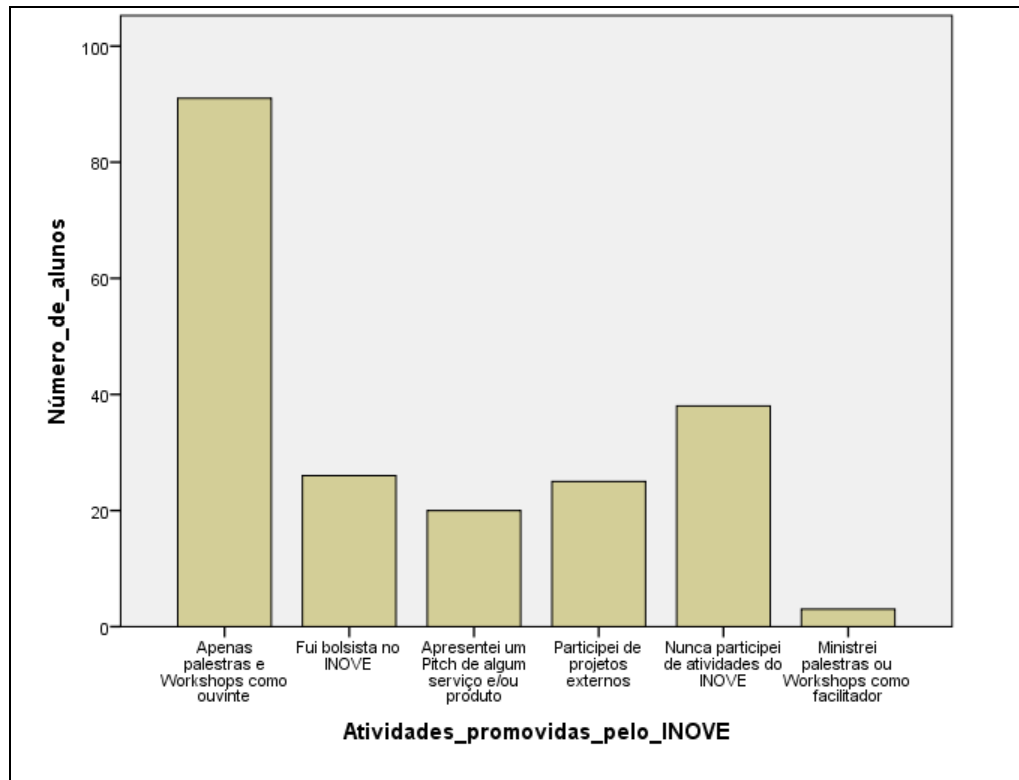


Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

Os dados da Figura 16, foram divididos por categoria já que ao serem questionados sobre a participação em atividades do INOVE foi permitido aos respondentes marcar mais de uma opção. Observa-se que a maioria dos alunos já participaram de alguma atividade promovida pelo INOVE. Total de 38 alunos responderam que nunca participaram de nenhuma atividade, 91 responderam que participaram de palestras e *workshops* como ouvinte, 20 responderam que apresentaram um *pitch* de algum serviço e/ou produto, 26 responderam que foram bolsistas do INOVE, 25 responderam que já participaram de projetos externos e 3 responderam que ministraram palestras ou *workshops* como facilitador.

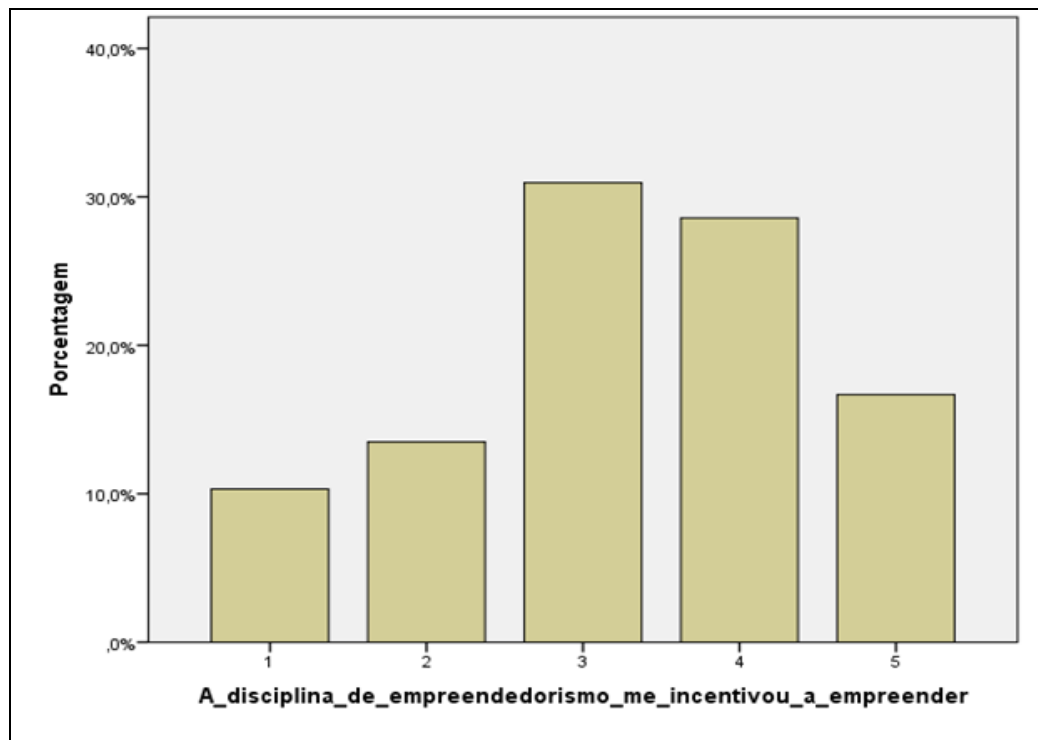
A Figura 17, mostra o impacto do incentivo da disciplina de empreendedorismo nos estudantes. Os alunos marcaram entre 1 e 5 para determinar o grau de incentivo dado pela disciplina, onde 1 equivale a “Discordo totalmente” e 5 “Concordo totalmente”. Observa-se uma maior tendência de alunos que se sentiram motivados após a disciplina de empreendedorismo.

Figura 16 - Participação de atividades promovidas pelo INOVE



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

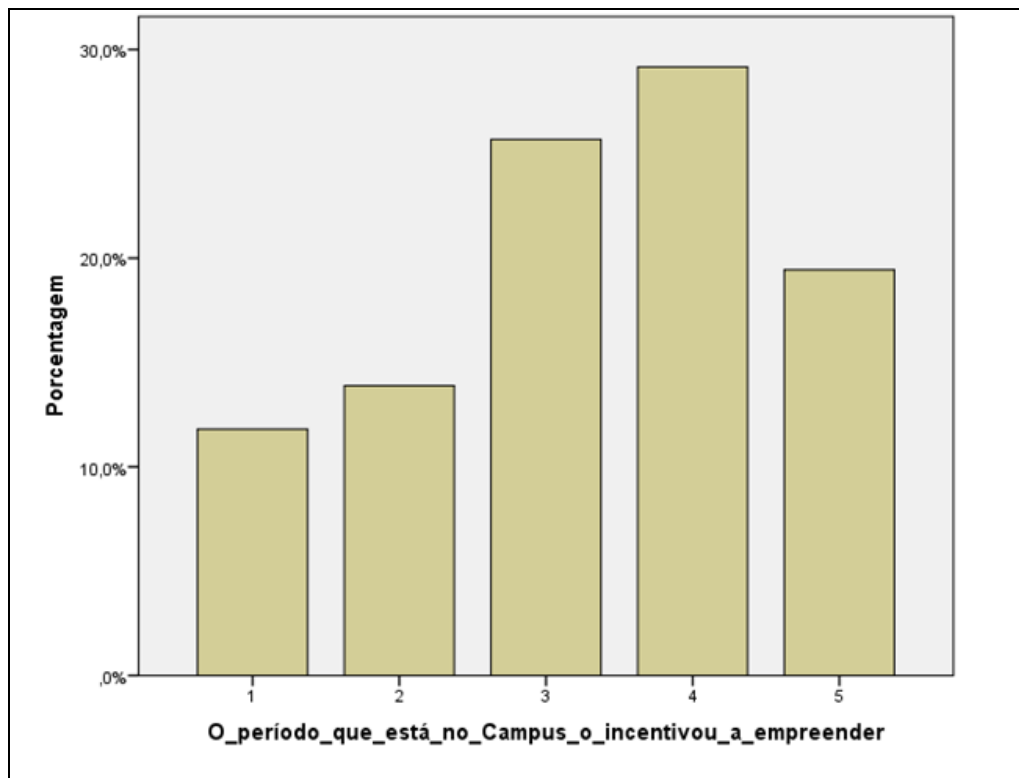
Figura 17 - Incentivo da disciplina de empreendedorismo nos alunos



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

Com relação ao período em que o aluno está na universidade, a Figura 18 mostra uma boa relação do incentivo do ambiente do campus na intenção empreendedora do estudante. Os alunos marcaram entre 1 e 5 para determinar o grau de incentivo dado pela universidade, onde 1 equivale a “Discordo totalmente” e 5 “Concordo totalmente”. Observou-se um resultado positivo no ambiente da universidade na intenção empreendedora.

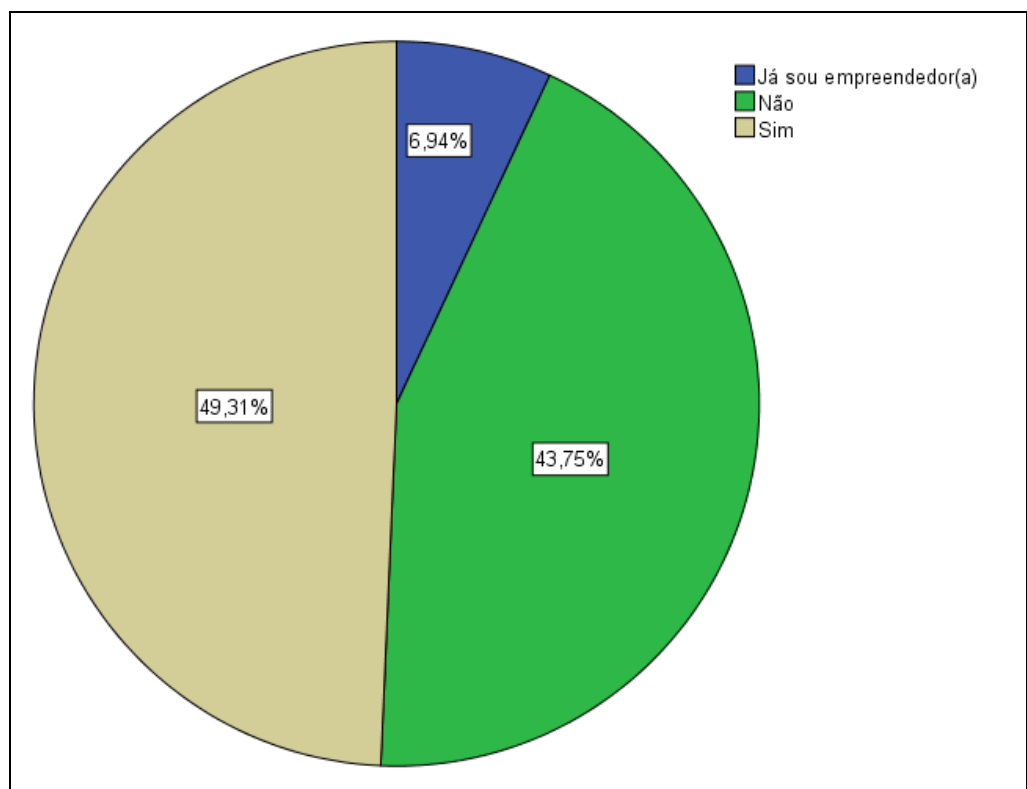
Figura 18 - Incentivo do ambiente do Campus na intenção empreendedora



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

Com base na figura 19, é possível observar que ficou bem balanceada as respostas entre os alunos que tem a intenção e que não tem a intenção de empreender nos próximos 5 anos. Sendo que 49,31% marcaram “sim”, 43,75% marcaram “não” e 6,94% marcaram que “já eram empreendedores”.

Figura 19 - Intenção dos alunos de se tornar empreendedor nos próximos 5 anos



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os dados inicialmente relatam sobre a caracterização do perfil dos estudantes. Foi visto anteriormente uma maior quantidade de alunos que já estão nos semestres finais de seus cursos. Também foi observado uma maior adesão dos cursos de design digital, sistemas de informação e engenharia de software na participação da pesquisa. Essa desigualdade pode ser explicada pela coleta de dados que teve uma participação espontânea e pelas turmas em que foi solicitado a permissão para coleta eram dos cursos mencionados. Contudo, conforme Silva e Teixeira (2019), Silva, Melo e Lucian (2016) e Santos, Lustosa e Silveira (2021), podemos compreender que em suas pesquisas não fazem distinção aos cursos da área de TI, assim tratam como um só grupo.

De acordo com os dados da pesquisa, a amostra é formada por um público jovem com faixa etária entre 19 e 22 anos e com predominância do sexo masculino, com 72,22% dos respondentes e a maioria sendo solteiros, com 98,61% do total. Os resultados são esperados por serem cursos da área de Computação e Tecnologia da Informação de uma universidade Federal. O mesmo perfil foi encontrado nas pesquisas de Silva e Teixeira (2019), Silva, Melo e Lucian (2016) e Santos, Lustosa e Silveira (2021).

Quanto aos objetivos específicos da pesquisa, podemos verificar quanto a influência da experiência de negócio dos pais na intenção empreendedora dos alunos de graduação da UFC do Campus Quixadá ficou bem dividida. A Figura 13 mostra que quase metade dos pais nunca foram empreendedores. A outra metade é dividida entre que pelo menos um é empreendedor e não está empreendendo, porém já foi empreendedor. Esses resultados divergem com os estudos do Paiva *et al.* (2018) e Carvalho e González (2006), que a influência familiar influencia positivamente na intenção empreendedora dos estudantes.

Sobre a influência do local de origem dos estudantes na intenção empreendedora dos alunos de graduação da UFC do Campus de Quixadá, foi visto que mais de 80% dos estudantes são do Ceará. O município de origem, assim como o estado teve a predominância os municípios do Ceará e com a maioria situa-se em zona urbana com 81,25%. Igualmente ao estudo de Paiva *et al.* (2018), onde foi positiva a localização na intenção empreendedora dos estudantes.

Em relação a influência da experiência profissional dos estudantes na intenção empreendedora dos alunos de graduação da UFC do Campus de Quixadá foi positiva, visto que dos 144 respondentes, minoria de 33 estudantes nunca trabalharam, como visto na Figura 12. É um atributo já esperado pelos autores Paiva *et al.* (2018) e Kuckertz e Wagner (2010),

que consideram que a intenção empreendedora sofre influência positiva ou negativa dependendo da experiência de trabalho.

Sobre a influência do incentivo institucional à educação empreendedora na intenção empreendedora dos alunos de graduação da UFC do Campus de Quixadá, foi observado que na Figura 14 uma grande parte dos alunos já cursaram a disciplina de empreendedorismo. A Figura 15 foi observado que 17,36% dos alunos não souberam responder se a disciplina de empreendedorismo era obrigatória ou optativa no curso, isso pode ser uma consequência de uma boa parte dos respondentes estarem no início do curso. Convergindo com o estudo de Maciel *et al.* (2019) e Iizuka e de Moraes (2014), onde a disciplina de empreendedorismo teve uma influência positiva na intenção dos estudantes.

A respeito da influência do ambiente do campus na intenção empreendedora dos alunos de graduação da UFC do Campus de Quixadá foi observado uma grande participação dos alunos nos eventos e atividades organizados pelo INOVE. Os estudos de Maciel *et al.* (2019) e Iizuka e de Moraes (2014), mostraram que o ambiente do Campus teve uma influência positiva na intenção dos estudantes. Neste estudo, obteve o mesmo resultado apresentado nos autores mencionados, em que os alunos tiveram uma influência positiva na intenção empreendedora.

Sendo assim, com relação ao objetivo desta pesquisa de descrever a intenção empreendedora dos alunos de graduação da UFC do Campus de Quixadá, foram analisadas as variáveis e, no geral, identificou-se um valor alto para a intenção empreendedora. No estudo de Silva e Teixeira (2019), no geral, identificou um valor baixo para a intenção empreendedora dos alunos. O estudo de Santos, Lustosa e Silveira (2021), também obtiveram um baixo valor, exceto quando recebem estímulo familiar ou têm na família exemplos bem-sucedidos. Já o estudo de Silva, Melo e Lucian (2016), mostram um valor positivo na intenção empreendedora e principalmente quando há influência do ambiente oferecido pela instituição. No estudo feito por Paiva *et al.* (2018), ao pegarmos somente as variáveis que fazem parte deste estudo, foi observado um valor positivo em relação à intenção empreendedora.

Ao concluir todo o processo deste estudo, pode-se afirmar que a intenção empreendedora dos alunos de graduação da Universidade Federal do Ceará do Campus de Quixadá é positiva quanto ao local de origem, influência da experiência profissional, incentivo institucional à educação empreendedora e a influência do ambiente do campus. Quanto à influência dos pais, o estudo não mostrou que era um atributo relevante.

Esta pesquisa foi limitada apenas aos alunos da área de TI do Campus UFC Quixadá, logo, recomenda-se essa proposta de estudo para outras universidades e diferentes cursos com

o propósito de observar se os resultados sofrem alterações.

REFERÊNCIAS

- AJZEN, I. The theory of planned behavior. **Organizational behavior and human decision processes**, v. 50, n. 2, p. 179-211, 1991.
- ALMEIDA, F. M.; VALADARES, J. L.; SEDIYAMA, G. A. S. A contribuição do empreendedorismo para o crescimento econômico dos estados brasileiros. **REGEPE-Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 6, n. 3, p. 466-494, 2017. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/buscareducao/periodico/revista-de-empreendedorismo-e-gestao-de-pequenas-empresas/ideducao/5036>. Acesso em: 27 jun. 2021.
- ALVARO, A. Empreendedorismo e Inovação em Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC) no Curso de Bacharelado em Ciência da Computação. In: **XX Workshop sobre Educação em Computação (WEI)**. 2012. Disponível em: http://www2.sbc.org.br/csbc2012/anais_csbc/eventos/wei/. Acesso em: 10 mai. 2021.
- ALVES, A. C. *et al.* O perfil empreendedor do estudante do curso de ciências contábeis da UEPB. **Polêm! ca**, v. 16, n. 2, p. 017-039, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.12957/polemica.2016.22843>.
- AMARAL, W.; SILVA, R. M. T. **Intenções empreendedoras dos alunos de computação: Estudo Comparativo entre uma Universidade Pública e uma Privada**. Disponível em: <https://www.academia.edu/download/32475504/EATI-Emp.pdf>. Acesso em: 05 mai. 2021.
- AUTIO, E. *et al.* **Entrepreneurial intent among students: testing an intent model in Asia, Scandinavia and USA**. 1997.
- BIRD, B. Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. **Academy of management Review**, v. 13, n. 3, p. 442-453, 1988. Acesso em: 26 jul. 2021.
- BORGES, C. Os spin-offs universitários e seus componentes principais. **Empreendedorismo e estratégia de empresas de pequeno porte 3Es2Ps**, p. 9, 2010. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/307447194_UM_ESTUDO_DE_FORMACAO_DE_ESTRATEGIAS_NO_CONTEXTO_DE_PEQUENAS_EMPRESAS_DA_CIDADE_DE_CURITIBA-PR. Acesso em: 26 jul. 2021.
- CARVALHO, P.; GONZÁLEZ, L. Modelo explicativo sobre a intenção empreendedora. **Comportamento organizacional e gestão**, p. 43-65, 2006. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10400.11/439>. Acesso em: 23 jul. 2021.
- CAVALHEIRO, C. M. **Fatores determinantes para o sucesso de startups de TI no Brasil: uma avaliação crítica**. 2015. Disponível em: <http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/3789>. Acesso em: 25 jun. 2021.
- COCHRAN, W. **Sampling Techniques**, 2nd ed., Boston: John Wiley & Sons, 1985.
- COLLIS, J.; HUSSEY, R. **Pesquisa em administração: um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação**. Bookman, 2005.

COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S.; SUN, Jianmin. **Business research methods**. New York: Mcgraw-hill, 2014.

CROTTY, M. Introduction: The research process. **The foundations of social research: meaning and perspective in the research process**, p. 1-17, 1998.

DAVIDSSON, Per. Determinants of entrepreneurial intentions. In: **RENT XI Workshop**. 1995. Disponível em: <https://eprints.qut.edu.au/2076/>. Acesso em: 23 jul. 2021.

DERTOUZOS, M. **Four Pillars of Innovation**. MITs Magazine of Innovation Technology Review. Nov-Dez. 1999.

DOLABELA, F.; FILION, L. J. Fazendo revolução no brasil: a introdução da pedagogia empreendedora nos estágios iniciais da educação. **Iberoamerican Journal of Entrepreneurship and Small Business**, São Paulo, SP, v. 2, n. 3, p. 134–181, 2014. DOI: 10.14211/regepe.v2i3.137. Disponível em: <https://www.regepe.org.br/regepe/article/view/137>. Acesso em: 20 jul. 2021.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor**. Sextante, 2011.

DONIDA, Alexia; VISENTINI, Ingrid Schmidt; FERREIRA, Laura Senna. Empreendedorismo e empregabilidade: um panorama do mundo do trabalho no setor da tecnologia da informação (TI). **Revista Brasileira de Iniciação Científica**, v. 5, n. 6, p. 76-87, 2018. Disponível em: <https://periodicos.itp.ifsp.edu.br/index.php/IC/article/download/1342/984>. Acesso em: 15 mai. 2021.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 6. ed. São Paulo: Empreende/Atlas, 2016.

DRUCKER, Peter F. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): práticas e princípios**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

EDWARDS, Mónica *et al.* **Engineering students' perceptions of innovation and entrepreneurship competences**. In: 2009 39th IEEE Frontiers in Education Conference. IEEE, 2009. p. 1-5. Disponível em: <https://doi.org/10.1109/FIE.2009.5350873>. Acesso em: 13 ago. 2021.

FILION, L. J. Entendendo os intraempreendedores como visionistas. **Revista de Negócios**, v. 9, n. 2, p. 65-80, 2004. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/28066/entendendo-os-intraempreendedores-como-visionis--->. Acesso em: 18 jul. 2021.

FIORIN, M. M. B.; MELLO, C. M.; MACHADO, H. V. Empreendedorismo e Inovação: Análise dos índices de inovação dos empreendimentos brasileiros com base nos relatórios do GEM de 2006, 2007 e 2008. **Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria**, v. 3, n. 3, p. 411-423, 2010. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=273419412008>. Acesso em: 18 jul. 2021.

GRAY, David E. **Pesquisa no mundo real**. trad. Roberto Costa. Porto Alegre, Penso, 2012.

GREATTI, L.; PREVIDELLI, J. J. **Perfis empreendedores**: análise comparativa das trajetórias de sucesso e fracasso no município de Maringá. Encontro nacional da associação nacional dos programas de pós-graduação em administração, v. 28, 2004. Disponível em: <https://periodicos.unifacef.com.br/index.php/facefpesquisa/article/view/45>. Acesso em: 22 jul. 2021.

HENRIQUE, D. C.; CUNHA, S. K. Práticas didático-pedagógicas no ensino de empreendedorismo em cursos de graduação e pós-graduação nacionais e internacionais. **RAM. Revista de Administração Mackenzie**, v. 9, p. 112-136, 2008. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1678-69712008000500006>. Acesso em: 29 jul. 2021.

HISRICH, R. D.; PETER, M.P. **Entrepreneurship**. 4. ed. Boston: Irwin McGraw-Hill, 1998.

IIZUKA, E. S.; DE MORAES, G. H. M. **Análise do potencial e perfil empreendedor do estudante de administração e o ambiente universitário**: reflexões para instituições de ensino. *Administração: ensino e pesquisa*, v. 15, n. 3, p. 593-630, 2014. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=533556758006>. Acesso em: 07 jul. 2021.

INOVE - Núcleo de inovação e empreendedorismo do campus da UFC em Quixadá. **Página inicial**. Ceará, 2021. Disponível em: <https://inove.quixada.ufc.br/>. Acesso em: 19 de ago. 2021.

IPIRANGA, A. S. R.; FREITAS, A. A. F.; PAIVA, T. A. O empreendedorismo acadêmico no contexto da interação universidade-empresa-governo. **Cadernos Ebape. BR**, v. 8, n. 4, p. 676-693, 2010. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1679-39512010000400008>. Acesso em: 27 jun. 2021.

KIRZNER, Israel M. **Competition and entrepreneurship**. University of Chicago press, 1973.

KUCKERTZ, Andreas; WAGNER, Marcus. The influence of sustainability orientation on entrepreneurial intentions—Investigating the role of business experience. **Journal of business venturing**, v. 25, n. 5, p. 524-539, 2010. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2009.09.001>. Acesso em: 17 ago. 2021.

KRUEGER JR, Norris F.; BRAZEAL, Deborah V. Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. **Entrepreneurship theory and practice**, v. 18, n. 3, p. 91-104, 1994. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/104225879401800307>. Acesso em: 24 jul. 2021.

KRUEGER JR, Norris F.; REILLY, Michael D.; CARSRUD, Alan L. Competing models of entrepreneurial intentions. **Journal of business venturing**, v. 15, n. 5-6, p. 411-432, 2000. Disponível em: [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0). Acesso em: 26 jul. 2021.

KRUEGER, Norris F.; CARSRUD, Alan L. Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour. **Entrepreneurship & Regional Development**, v. 5, n. 4, p. 315-330, 1993. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/08985629300000020>. Acesso em: 26 jul. 2021.

KRUEGER, Norris. The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new

venture feasibility and desirability. **Entrepreneurship theory and practice**, v. 18, n. 1, p. 5-21, 1993. Disponível em: <https://doi.org/10.1177%2F104225879301800101>. Acesso em: 23 jul. 2021.

LEAL, Cássio Maciel *et al.* **Análise de mercado de trabalho em TI na cidade de Jataí com a visão do estudante, empreendedor e empresas**. 2018. Disponível em: <http://repositorio.ifg.edu.br/handle/prefix/555>. Acesso em: 22 jul. 2021.

LEITE, Emanuel Ferreira. **O fenômeno do empreendedorismo**. Saraiva Educação SA, 2017. Disponível em: https://books.google.com.br/books?id=ZStrDwAAQBAJ&lpg=PT6&ots=dK_RQpGxrD&dq=LEITE%2C%20Emanuel%20Ferreira.%20O%20fen%C3%B4meno%20do%20empreendedorismo.%20Saraiva%20Educa%C3%A7%C3%A3o%20SA%2C%202017.&lr&hl=pt-BR&pg=PT3#v=onepage&q&f=false. Acesso em: 24 jun. 2021.

LONGENECKER, Justin G. *et al.* **Administração de pequenas empresas**. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

LOPES, Rose Mary Almeida. **Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas**. Elsevier, 2010. Disponível em: https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=5WOOyQ3qBtEC&oi=fnd&pg=PP1&dq=educa%C3%A7%C3%A3o+empredora&ots=bZefQT6lbG&sig=jE_hL4XVZmnQEybPi43nzGOWdkE#v=onepage&q&f=false. Acesso em: 19 jul. 2021.

MACIEL, J. S. *et al.* **Análise quantitativa e descritiva da intenção empreendedora em alunos de uma instituição de ensino superior**. Observatorio de la Economía Latinoamericana, n. febrero, 2019. Disponível em: <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/02/>. Acesso em: 30 jun. 2021.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.

MARCONI, A.; LAKATOS, E. M. **Metodologia científica**. São Paulo: Atlas, v. 3, 1991.

MARTENS, Cristina Dai Prá. **Proposição de um conjunto consolidado de elementos para guiar ações visando a orientação empreendedora em organizações de software**. 2009. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/15608>. Acesso em 20 ago. 2021.

MARTIN, Lynn M.; MATLAY, Harry. Innovative use of the Internet in established small firms: the impact of knowledge management and organisational learning in accessing new opportunities. **Qualitative Market Research: An International Journal**, 2003. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/13522750310457348>. Acesso em: 26 jul. 2021.

MARTINEZ, Luís; FERREIRA, Aristides. **Análise de Dados com SPSS**. Escolar editora, 2007. Disponível em: https://books.google.com.br/books?id=WOETDrm1_WoC&lpg=PA5&ots=dnbdcSztup&dq=spss&lr&hl=pt-BR&pg=PA5#v=onepage&q&f=false. Acesso em: 21 ago. 2021.

MASSENSINI, Ariana Ramos. **Empreendedorismo**. 2016.

- MATLAY, Harry. E-entrepreneurship and small e-business development: towards a comparative research agenda. **Journal of Small Business and Enterprise Development**, 2004. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/14626000410551663>. Acesso em: 26 jul. 2021.
- MIRANDA, F. J.; CHAMORRO-MERA, Antonio; RUBIO, Sergio. **Academic entrepreneurship in Spanish universities**: An analysis of the determinants of entrepreneurial intention. *European research on management and business economics*, v. 23, n. 2, p. 113-122, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2017.01.001>. Acesso em: 24 jun. 2021.
- MONITOR, **Global Entrepreneurship. empreendedorismo no Brasil**. Relatório Executivo, 2012. Disponível em: https://etec201-professorandre.webnode.com/_files/200000034-36e4c37e02/GEM2008.pdf. Acesso em: 26 jul. 2021.
- PAÇO, A. M. Finisterra *et al.* Behaviours and entrepreneurial intention: Empirical findings about secondary students. **Journal of International Entrepreneurship**, v. 9, n. 1, p. 20-38, 2011. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s10843-010-0071-9>. Acesso em: 23 jul. 2021.
- PAIVA, Luis Eduardo Brandão *et al.* Influência da sustentabilidade e da inovação na intenção empreendedora de universitários brasileiros e portugueses. **Cadernos EBAPE. BR**, v. 16, p. 732-747, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1679-395167527>. Acesso em: 04 mai. 2021.
- REIS, E. A.; REIS, I. A. Análise descritiva de dados. **Relatório Técnico do Departamento de Estatística da UFMG**, v. 1, 2002. Disponível em: <http://www.est.ufmg.br/portal/arquivos/rts/rte0202.pdf>. Acesso em 19 ago. 2021.
- ROCHA, E. L. C.; FREITAS, A. A. F. Avaliação do ensino de empreendedorismo entre estudantes universitários por meio do perfil empreendedor. **Revista de Administração contemporânea**, v. 18, p. 465-486, 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac20141512>. Acesso em: 07 jul. 2021.
- RODRIGUES, Ingrid Lustosa *et al.* Intenção empreendedora em estudantes de administração: um estudo com estudantes da Universidade Federal do Ceará. **REMIPE-Revista de Micro e Pequenas Empresas e Empreendedorismo da Fatec Osasco**, v. 5, n. 1, p. 65-84, 2019. Disponível em: <http://remipe.fatecosasco.edu.br/index.php/remipe/article/view/158>. Acesso em: 24 jun. 2021.
- SACCOL, Amarolinda Zanela. Um retorno ao básico: compreendendo os paradigmas de pesquisa e sua aplicação na pesquisa em administração. **Revista de Administração da UFSM**, v. 2, n. 2, p. 250-269, 2009. Disponível em: <https://doi.org/10.5902/198346591555>. Acesso em: 11 jul ago. 2021.
- SANTOS, I. C.; LUSTOSA, M. C. S.; SILVEIRA, G. B. Intenção empreendedora dos graduandos em tecnologia. **Revista de Estudos e Pesquisas sobre Ensino Tecnológico (EDUCITEC)**, v. 7, p. e143721-e143721, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.31417/educitec.v7.1437>. Acesso em: 09 jul. 2021.
- SCHMIDT, Serje; BOHNENBERGER, Maria Cristina. Perfil empreendedor e desempenho organizacional. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 13, n. 3, p. 450-467, 2009.

Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1415-65552009000300007>. Acesso em: 22 jun. 2021.

SCHUMPETER, Joseph. **The Theory of Economic Development**. 1934. Reprint. 1949.

SHAPERO, Albert; SOKOL, Lisa. **The social dimensions of entrepreneurship**. University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship, 1982. Disponível em: <https://ssrn.com/abstract=1497759>. Acesso em: 23 jul. 2021.

SILVA, H. C. C.; MELO, F. J. M. B.; LUCIAN, R. **Empreendedorismo em cursos da área de tecnologia da informação e o papel fomentador das instituições de ensino superior (IES) no estado de Pernambuco**. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/331653955_EMPREENDEDORISMO_EM_CURSOS_DA_AREA_DE_TECNOLOGIA_DA_INFORMACAO_E_O_PAPEL_FOMENTADOR_DAS_INSTITUICOES_DE_ENSINO_SUPERIOR_IES_NO_ESTADO_DE_PERNAMBUCO. Acesso em 08 mai. 2021.

SILVA, J. F.; PENA, R. P. M. O “bê-á-bá” do ensino em empreendedorismo: uma revisão da literatura sobre os métodos e práticas da educação empreendedora. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 6, n. 2, p. 372-401, 2017. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6718783>. Acesso em: 29 jul. 2021.

THOMPSON, Edmund R. **Individual entrepreneurial intent: Construct clarification and development of an internationally reliable metric**. *Entrepreneurship theory and practice*, v. 33, n. 3, p. 669-694, 2009. Disponível em: <https://doi.org/10.1111%2Fj.1540-6520.2009.00321.x>. Acesso em: 24 jul. 2021.

TIMMONS, J. A.; SPINELLI, S. **New venture creation: Entrepreneurship for the 21st century**. Burr Ridge, IL: Irwin, 1994.

TORNATZKY, L. *et al.* **The art and craft of technology business incubation: best practices and tools from 50 programs**. Southern Technology Council, Research Triangle, NC, 1996.

UFC - Quixadá - Universidade Federal do Ceará Campus Quixadá. **Conheça o Campus**. Ceará, 2021. Disponível em: <https://www.quixada.ufc.br/campus/>. Acesso em: 19 de ago. 2021.

VESPER, Karl H.; GARTNER, William B. Measuring progress in entrepreneurship education. **Journal of Business venturing**, v. 12, n. 5, p. 403-421, 1997. Disponível em: [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(97\)00009-8](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(97)00009-8). Acesso em: 29 jul. 2021.

ANEXO A – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS



Perfil Empreendedor dos Estudantes Universitários da Área de TI

Este questionário faz parte do meu trabalho de conclusão de curso em Sistemas de Informação da UFC Campus Quixadá. Com o tema “Perfil Empreendedor dos Estudantes Universitários da Área de TI”, sob a orientação da professora Germana Ferreira Rolim, o presente questionário busca recolher os dados sobre os alunos do ensino superior da UFC Campus Quixadá, com o objetivo de ampliar o conhecimento sobre pontos relacionados a inovação na intenção empreendedora dos estudantes universitários.

Destaco que os dados serão garantidos confidencialidade das informações sobre o respondente. De antemão, agradeço a sua participação e qualquer dúvida ou sugestão, entrar em contato por meio do correio eletrônico adailto.menezes@alu.ufc.br – Adailto Brito Menezes.

Por favor, responda às questões que se seguem:

1. Tenho a intenção de tornar-me empreendedor nos próximos 5 anos? (Marque "X")
 Sim Não Já sou empreendedor(a)

2. Como você identifica seu gênero (Marque "X")?
 Homem
 Mulher
 Não binário
 Outros

3. Qual a sua idade (em anos completos)? _____

4. Qual seu estado civil (Marque "X")?

- Solteiro(a)
- Casado(a)/União conjugal
- Separado(a)/Divorciado(a)
- Viúvo(a)
- Prefiro não declarar

5. Ano em que entrou na universidade? _____

6. Semestre que frequenta atualmente? _____

7. Qual o seu curso atual? (Marque "X"):

- Sistemas de Informação
- Engenharia da Computação
- Engenharia de *Software*
- Design Digital
- Ciência da Computação
- Redes de Computadores

8. Qual seu estado de origem (por extenso)? _____

9. Qual seu município de origem (por extenso)? _____

10. Seu local de origem é considerado? (Marque "X"):

- Zona Urbana
- Zona Rural

11. Qual sua experiência profissional do aluno (pode marcar mais de uma opção)?

- Nunca trabalhou
- Proprietário/sócio de uma empresa/negócio
- Trabalha ou trabalhou em um setor privado (por exemplo: estágio, celetista, pessoa jurídica)
- Trabalha ou trabalhou em um setor público (por exemplo: estágio, celetista, pessoa jurídica)
- Outra situação profissional (por exemplo: bolsas de pesquisa)

12. Seus pais são empreendedores (Marque "X")?

- Sim, pelo menos um é empreendedor

- Não, mas pelo menos um já foi empreendedor
- Não, nenhum nunca foi empreendedor

13. Você já participou de alguma atividade promovida pelo Núcleo de Inovação e Empreendedorismo (INOVE)? Marcar mais de uma opção.

- Apenas de palestras e Workshops como ouvinte. Por exemplo:
- Fui bolsista do INOVE. Por exemplo: BIA, Extensão, Empreende
- Participei de projetos externos. Por exemplo: Corredores Digitais.
- Não sei informar

14. Você já cursou ou está cursando a disciplina Empreendedorismo?

- Sim
- Não

15. Sobre a disciplina de Empreendedorismo, para o seu curso ela é?

- Obrigatória
- Optativa
- Não sei informar

16. Usando uma escala de concordância onde o 1 será “discordo totalmente” e 5 será “concordo totalmente”, o quanto você concorda com a afirmativa "A disciplina de empreendedorismo me incentivou a empreender".

- Discordo totalmente
- Discordo
- Nem concordo, nem discordo
- Concordo
- Concordo Totalmente

17. Usando uma escala de concordância onde o 1 será “discordo totalmente” e 5 será “concordo totalmente”, o quanto você concorda com a afirmativa "O período que você está no Campus me incentivou a empreender".

- Discordo totalmente
- Discordo
- Nem concordo, nem discordo
- Concordo
- Concordo Totalmente