

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

***ENTREPRENEURIAL INTENTION IN STUDENTS OF ADMINISTRATION: A STUDY
WITH STUDENTS OF THE FEDERAL UNIVERSITY OF CEARÁ***

***Recebido: 08/07/2018 – Aprovado: 21/12/2018 – Publicado: 02/01/2019
Processo de Avaliação: Double Blind Review***

Ingrid Lustosa Rodrigues¹

Graduanda em Administração
Universidade Federal do Ceará - UFC
ingridlustosa@alu.ufc.br

Diego de Queiroz Machado

Doutor em Administração de Empresas
Professor da Universidade Federal do Ceará - UFC
diegoqueirozm@yahoo.com.br

Hugo Osvaldo Acosta Reinaldo

Doutor em Administração de Empresas
Professor da Universidade Federal do Ceará
hugo@ufc.br

Sônia Regina Amorim Soares de Alcântara

Mestre em Administração de Empresas
Professora da Universidade Federal do Ceará- UFC
reginasoaresm@gmail.com

Luís Matheus Tavares Silva

Graduando do curso de Administração
Universidade Federal do Ceará- UFC
luismatheusts@gmail.com

RESUMO: Este artigo tem como objetivo analisar os níveis de intenção empreendedora dos alunos do curso de Administração da Universidade Federal do Ceará. Para tanto, foi aplicado um questionário elaborado com base no modelo apresentado pelo GUESSS para identificação do nível de intenção empreendedora nos estudantes universitários, que utiliza os princípios da

¹ Autor para correspondência: R. Cinco, 100 - Pres. Kennedy, Fortaleza - CE, Brasil, 60355-636.

Teoria do Comportamento Planejado (TCP) como pilares para a sua caracterização. A metodologia da pesquisa, portanto, deu-se mediante abordagem quantitativa, com coleta de dados primários em uma plataforma online, no formato *survey*. Com a análise dos resultados, foi possível destacar que os alunos de Administração da Universidade Federal do Ceará possuem uma baixa intenção de empreender em algum momento da vida. Apesar disso, os discentes indicam que a universidade pode melhorar em vários aspectos do ensino para promover o empreendedorismo universitário.

Palavras-chave: empreendedorismo; intenção empreendedora; estudantes universitários.

***ABSTRACT:** This article aims at analyzing the levels of entrepreneurial intention in students of the Administration course in the Federal University of Ceará. For this purpose, a questionnaire was elaborated based on the model presented by GUESSS to identify the level of entrepreneurial intention in university students, which uses the principles of the Theory of Planned Behavior (TCP) as pillars for its characterization. The research methodology, therefore, was based on a quantitative approach, with the collection of primary data in an online platform, in the survey format. With the analysis of the results it was possible to emphasize that the Administration students of the Federal University of Ceará have a low intention to undertake at some point in their lives. Despite this, the students indicate that the university may improve in various aspects of teaching to promote a university entrepreneurship.*

Keywords: entrepreneurship; entrepreneurial intention; university students.

1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo está diretamente ligado ao desenvolvimento econômico e à 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; NASSIF; LOPES; SILVA, 2014).

O GUESSS foi criado em 2003, e ocorre bienalmente. Em 2014, o questionário foi respondido por participantes de IES de 30 países. O questionário é considerado 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, 1985; 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.

Segundo a *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), em 2002, a maior parte dos brasileiros que inicia um novo negócio é motivada simplesmente pela necessidade, o que implica, muitas vezes, na falta de planejamento. Já em 2013, foi registrado um aumento significativo de negócios abertos por identificação de oportunidade, o que demonstra um interesse do brasileiro não somente em empreender, mas fazer isso buscando um aparato intelectual em relação ao planejamento a fim de prolongar a sobrevivência da empresa (GEM, 2013).

Em 2011, o Brasil participou pela primeira vez do GUESS, em que cerca de 30.000 respondentes, de 37 IES participaram do questionário. Quando perguntados sobre seus planos de carreira para cinco 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.

Visto o exposto, a educação empreendedora vem sendo um tema persistente em estudos atuais. Rocha et al. (2011); Cruz Jr., Costa, Wolf e Ribeiro (2006); Lima, Nassif,

Lopes e Silva (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 vez 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, o objetivo desta pesquisa consiste em analisar os níveis de intenção empreendedora dos alunos do curso de Administração da Universidade Federal do Ceará.

Para tanto, foi aplicado um questionário elaborado com base no modelo apresentado pelo GUESSS para identificação do nível de intenção empreendedora nos estudantes universitários, que utiliza os princípios da Teoria do Comportamento Planejado (TCP) como pilares para a sua caracterização. A metodologia utilizada, portanto, é de natureza quantitativa, tendo 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.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. EMPREENDEDORISMO E O EMPREENDEDOR

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. Já

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.

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 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”.

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. O empreendedorismo pode ser entendido como o processo de criação de uma atividade ou produto com valor, assumindo todos os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo, eventualmente, as conseqüentes recompensas do empreendimento, como a satisfação e a independência econômica das pessoas (HISRIC; PETERS, 2004; STONER, 1985).

Além disso, trata-se 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 (LEITE; DIAS, 2015; STONER, 1985).

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 dessas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso.

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).

A figura do empreendedor possui algumas características inerentes a ele, como a busca por transformar um sonho em realidade. Além disso, o empreendedor é uma pessoa que é

capaz de estabelecer objetivos e atingi-los, utilizando sua criatividade e visão crítica do ambiente em que vive para identificar oportunidades de negócios. Ademais, essa figura está disposta a assumir riscos e incertezas inerentes do empreendimento (DORNELAS, 2004; DRUCKER, 1987; FILION, 1999).

Finalmente, 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”.

Por fim, Filion (1993) e Dornelas (2008) salientam que o empreendedor e o proprietário ou administrador de uma empresa possuem características diferentes e que, em alguns momentos, são confundidos. 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.

Dessa forma, pode-se aferir que não há um consenso entre os 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

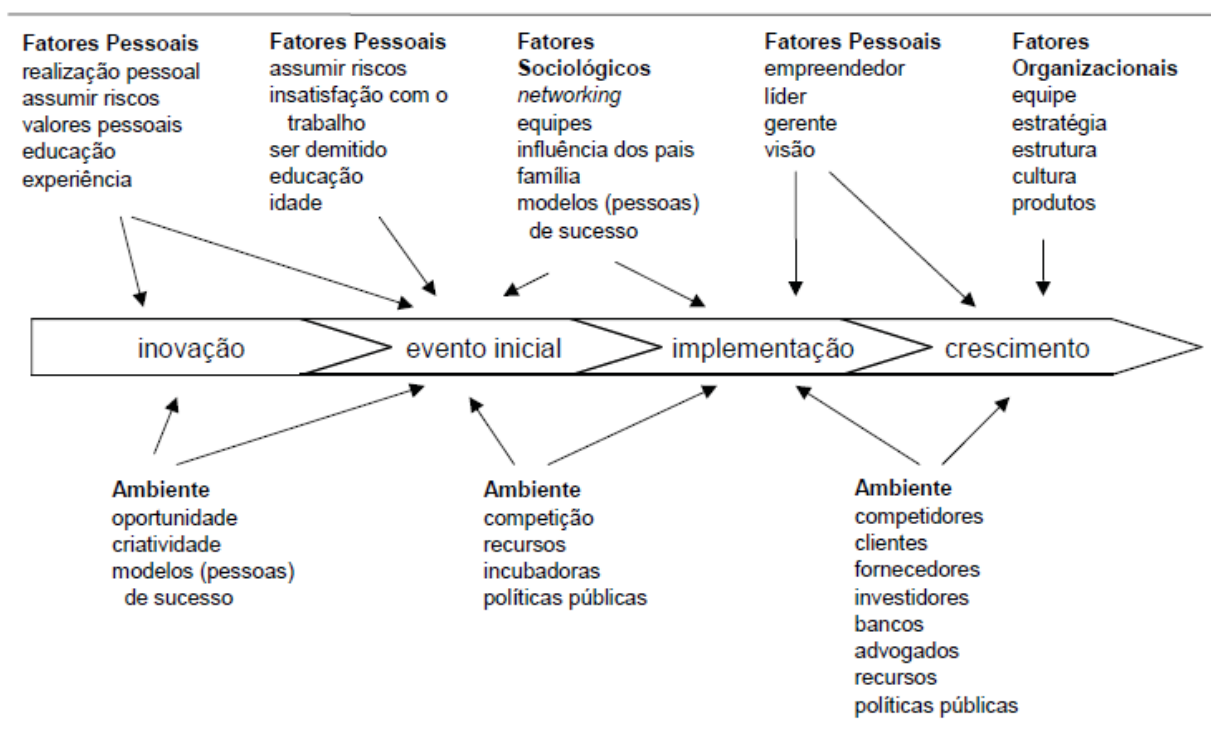
Bird (1992) explica que a intenção empreendedora pode ser vista como um estado de espírito em que a atenção da pessoa está dirigida para uma determinada situação, com vista a alcançar uma determinada meta. Para Dornelas (2008), o ato de empreender possui um processo definido e depende de alguns fatores que são determinantes para que o processo siga seu fluxo correto. Tanto o processo quanto os fatores estão descritos na Figura 1:

Lima, Nassif, Lopes e Silva (2014) corroboram o que Dornelas (2008) e Pinto (2007) discutem 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) argumentam que, antes da tomada de decisão de ser ou não empreendedor, é necessário a análise da intenção empreendedora envolvida no processo de criação da empresa.

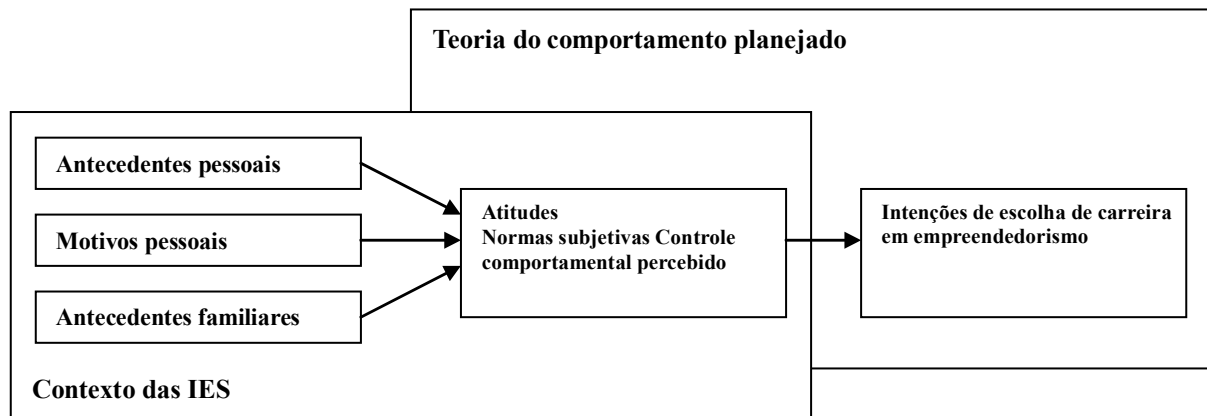
Diante do exposto, Ajzen (1985) propõe a Teoria do Comportamento Planejado (TCP), que se baseia no pressuposto de que os indivíduos tomam suas decisões de forma eminentemente racional e utilizam sistematicamente as informações que estão disponíveis, considerando as implicações de suas ações antes de decidirem se devem ou não se comportar de determinada forma.

Figura 1 – Fatores que influenciam o processo empreendedor:



Fonte: Dornelas (2008, p. 25).

Figura 2 - Fundamentos conceituais da TCP aplicados às intenções de carreira:



Fonte: Adaptada de Lima,

Nassif, Lopes e Silva (2014).

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, as definições das três crenças da TCP são modificadas 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 à 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 à 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 desses fatores naqueles que a afetam diretamente.

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. O Brasil inicia sua participação no Projeto GUESSS em 2011, com a participação de 37 IES. Em sua última edição, em 2016, o GUESSS teve a 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.

3. METODOLOGIA

Para o atendimento do objetivo deste estudo, de analisar os níveis de intenção empreendedora dos alunos do curso de Administração da Universidade Federal do Ceará, foi realizada coleta de dados, durante os meses de abril e maio de 2017, com uma amostra que envolveu alunos do curso de graduação em Administração da Universidade Federal do Ceará (UFC).

A população deste estudo é de 831 alunos matriculados no curso de Administração da UFC no ano de 2017. 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). O total de respondentes foi de 63 respostas válidas, em que todos os respondentes eram alunos de Administração da UFC e todas as perguntas foram respondidas. Santos (2017) usa a seguinte fórmula para o cálculo de nível de confiança da amostra:

(1)

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

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), esta amostra nos dá um nível de confiança de 90%, com um erro amostral de 10%.

Para analisar os itens Likert, foi utilizado o cálculo do Ranking Médio (RM). Nesse 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. Dessa forma, foi obtido o RM através das seguintes fórmulas:

$$\text{Ranking Médio (RM)} = \text{MP} / (\text{NS}) \quad (2)$$

$$\text{Média Ponderada (MP)} = \sum(\text{fi} \cdot \text{Vi}) \quad (3)$$

fi = frequência observada de cada resposta para cada item

Vi = 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.

4. RESULTADOS

4.1. CARACTERÍSTICAS GERAIS DA AMOSTRA

Os resultados mostram uma homogeneidade de gênero nos respondentes, que podemos observar também na população da pesquisa. As mulheres lideram a amostra com 53,8%, enquanto os respondentes homens representam 46,2%. A faixa etária dos respondentes está entre os 21 e 25 anos de idade, sendo a idade média deles, 24,08 anos. Também foi possível constatar que 74% dos respondentes já cumpriram mais de 50% da carga horária do curso.

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. Metade da amostra julga que seu desempenho

acadêmico é acima da média, quando comparados com a população do curso. Comparando com a amostra brasileira no trabalho de Lima, Nassif, Lopes e Silva (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 que na amostra brasileira de Lima, Nassif, Lopes e Silva (2014) a representatividade é de apenas 6,4%.

A diferença na autoavaliação abaixo da média da amostra da UFC contra a amostra do Brasil é alta e deve ser analisada com mais atenção, 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

Já em relação a ocupação fora da academia, 84% dos respondentes afirmam exercer alguma atividade remunerada, como um emprego. Em relação à jornada semanal de trabalho, a maior porcentagem foi verificada entre 20 e 40 horas semanais. Também é válido salientar que cerca de 35% dos estudantes respondentes cumprem uma jornada completa de trabalho, ou seja, mais de 40 horas semanais de atividade remunerada.

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.

4.2.3. Ambiente Empreendedor na UFC

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) aponta os fatores que mais influenciam durante o processo de empreender.

Sendo assim, primordialmente, foi perguntado a respeito da visão dos respondentes em relação a algumas características da UFC. As respostas foram dispostas em Likert 5, sendo 1 “Discordo Totalmente” e 5 “Concordo Totalmente”. Para a análise desses dados, foi feito um cálculo do Ranking Médio, em que nessa classificação, valores próximos de 5 mostram concordância e próximos de 1 discordância.

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, em geral, os alunos do curso de Administração da UFC percebem como indiferente as ações feitas pela instituição a fim de fomentar a inovação no processo construtivo dos futuros profissionais. Segundo Drucker (1987) e Dornelas (2008), um ambiente que favoreça a inovação é crucial no desenvolvimento do espírito empreendedor, sendo assim, é possível constatar indícios de que a UFC não tem como característica latente a formação de um caráter inovador, em termos de empreendedorismo.

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. 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. A partir desse resultado, é possível constatar que, para a amostra, a UFC, em si, não instiga seus alunos a fazerem parte de movimentos com o tema central empreendedorismo.

Por fim, quando perguntados se “Na UFC há um clima favorável para se tornar empreendedor”, a média de respostas ficou em torno de 2,9. Isso demonstra sinais de que não há ações para gerar esse clima propício para a formação do empreendedor ou, que os processos estão sendo percebidos como indiferentes para a amostra.

Os respondentes também foram questionados sobre a relação do curso de Administração da UFC com o ensino do empreendedorismo, em que deveria ser escolhido o item que mais se enquadrava com a realidade percebida por eles.

Metade dos respondentes relatou que, em seu processo de formação, ainda não haviam feito nenhuma disciplina de empreendedorismo. Isso demonstra uma divergência entre o que é proposto por meio do projeto pedagógico do curso de Administração e a realidade. Essa dedução se torna 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.

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.

4.2.4. Intenção Empreendedora dos Estudantes

Para este trabalho, é crucial entender o nível da intenção empreendedora dos discentes, já que esse é o objetivo principal. Com inspiração no projeto GUESSSS, 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. 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 pelos autores.

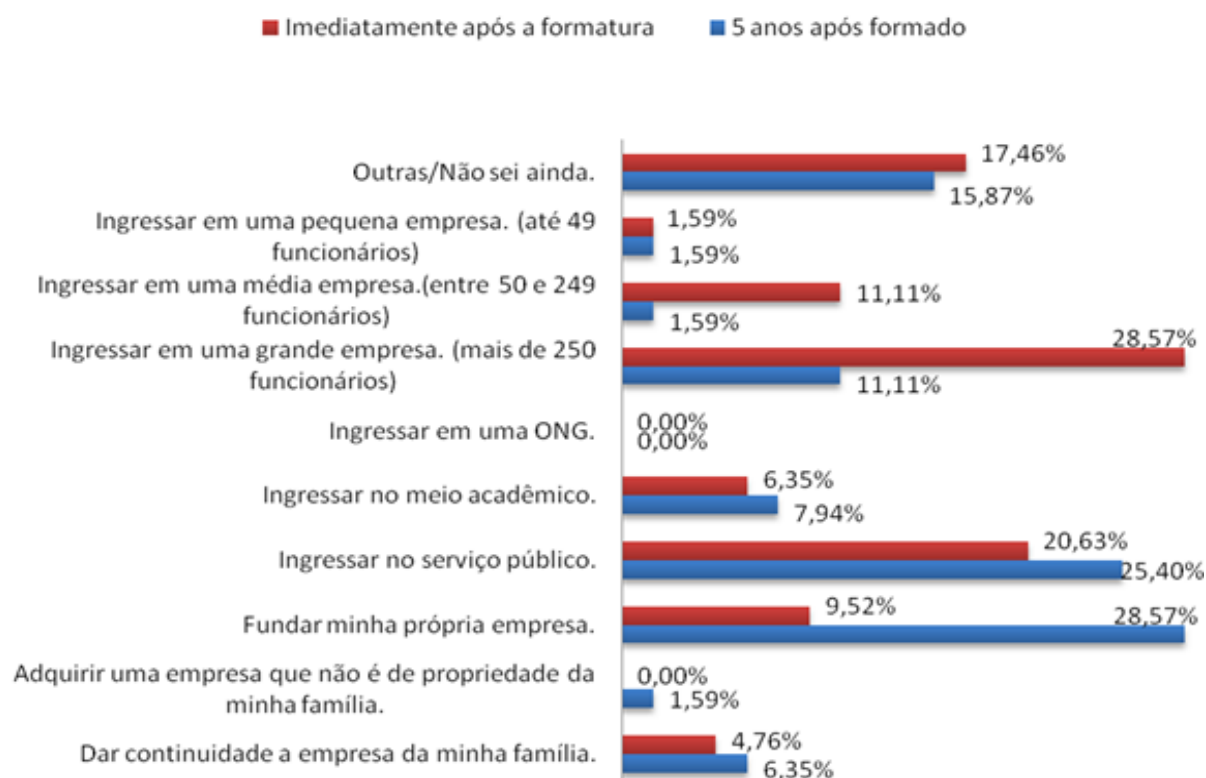
Uma média de 3,28, em geral, demonstra um interesse bastante baixo dos alunos de Administração da UFC em empreender em algum momento da carreira. Itens como “estou determinado (a) a criar uma empresa no futuro” e “eu tenho uma forte intenção de criar uma

empresa algum dia” possuem os maiores RM’s da escala, com 3,51 e 3,70, respectivamente, corroborando com a ideia de um nível baixo 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, os quais permitem entender que, em curto prazo, essa ação, em média, não é a primeira opção para a amostra, ou seja, não será algo feito de imediato.

Parte disso pode ser explicado pelo processo empreendedor de Dornelas (2008). A inovação é o que inicia o processo, isto é, 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 ou 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, na amostra foram apresentadas algumas opções de carreira a seguir imediatamente após a formatura, em um contexto de curto prazo, e após cinco anos decorridos da obtenção do título de bacharel em Administração de Empresas. Os resultados foram compilados no Gráfico 1 para facilitar a comparação entre as duas situações.

Gráfico 1 – Intenções de Carreira no curso de Administração da UFC:



Fonte: Elaborado pelos autores.

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 deste trabalho, quando foram analisados os dados de Lima, Nassif, Lopes e Silva (2014). Para os discentes que 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 os dados de cinco anos após a formatura, em que a opção mais representativa é a de “Fundar minha própria empresa”, com os mesmos 28,57% da amostra.

À luz das informações dadas pelo Gráfico 1, conclui-se que a medida que o tempo passa e o indivíduo vai adquirindo 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 este 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 pelos autores.

Também foi feita uma análise sobre os motivos da escolha da carreira de cada um dos respondentes, além da 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.

Opções como “ter autoridade” (5,67) e “ser seu próprio patrão” (5,65) 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” (7,35), “liberdade” (7,17), “criar algo” (6,67) e “ter o poder de tomar decisões” (7,14) são valorizadas pela amostra, indicando aqueles respondentes que possuem o desejo de empreender latente, já que alguma delas enfatizam as

características que compõem o perfil de um empreendedor, como foi tratado no referencial teórico.

As maiores médias são “realizar seu sonho” (7,84) e “ter um trabalho estimulante” (7,7), 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.

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 à 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 GUESSS foi escolhido como base para criação do questionário.

Como limitação deste estudo, ressalta-se a amostra reduzida, tanto de alunos do curso de Administração quanto da UFC, como um todo, devido às limitações físicas, financeiras e temporais. A fim de contornar essas dificuldades, o questionário foi disponibilizado na internet. Entretanto, ainda assim, não foi possível coletar uma quantidade suficiente de dados que represente a população. Portanto, os resultados constatados são apenas indícios sobre o tema abordado. Tal restrição também não permitiu a utilização de técnicas estatísticas mais sofisticadas, limitando a análise a métodos descritivos.

Sobre o objetivo geral, foi identificada intenção empreendedora de 3,28 num limite máximo de 5, mostrando que a amostra possui um interesse muito baixo em empreender em algum momento da vida. Sendo assim, a partir dos sinais apresentados em relação ao ambiente empreendedor da UFC, é possível constatar que os respondentes não percebem a instituição

como um ambiente que os incentive e os faça aspirar à criação de um novo negócio após a graduação dos alunos estar completa.

Também foi visto que parte da amostra deseja empreender em algum momento da vida, porém essa ação não é algo tão latente e nem está planejada para acontecer após o término da graduação. Aliado a necessidade de um evento inicial que faça com que um indivíduo parta para a criação de um empreendimento, o pouco foco da UFC, evidenciado pelas respostas, em relação à criação de um ambiente que favoreça o espírito empreendedor e capacite o estudante, pode vir a ser um indício que demonstra o porquê de o empreendedorismo não ser a primeira opção para carreira profissional da média de respondentes.

Contudo, em longo prazo, ter seu próprio negócio, após anos de experiência e conhecimentos adquiridos em trabalhos para empresas, surge como um caminho possível para se seguir.

De forma geral, é possível concluir que há interesse no empreendedorismo por parte de alguns respondentes. 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 têm interesse no tema e nas oportunidades de inovação que um evento como esse pode promover. De fato, o tema se mostra rico em pesquisas já feitas e oportunidades que podem surgir. Recomenda-se que a UFC inicie sua participação no projeto GUESSSS 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, assim, existam resultados mais contundentes.

REFERÊNCIAS

- AJZEN, I. From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior. In: KUHL, J.; BECKMAN, J. (Orgs.). **Action Control: From Cognition to Behavior**. Berlin: Springer, 1985.
- AJZEN, I. 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.
- 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.
- CRUZ JUNIOR, J. B.; COSTA, P.; WOLF, S. M.; RIBEIRO, T. 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, R. A. N. A universidade na formação de empreendedores: a percepção prática dos alunos de graduação. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 28, Curitiba, 2004. **Anais...** Curitiba: ANPAD, 2004.
- DOLABELA, F. Pedagogia empreendedora. **Revista de Negócios**. v.9, n.2, p. 127-130. 2004.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios** (entrepreneurship). São Paulo: Pioneira, 1987.
- FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de administração**, v. 34, n. 2, p. 5-28, 1999.
- FILION, L. J. Visão e Relações: Elementos para um metamodelo da atividade empreendedora. **Revista de Administração de Empresas – RAE**, v. 33, n. 6, p. 50-61, 1993.
- FISHBEIN, M.; AJZEN, I. **Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research Reading**. MA: Addison-Wesley, 1975.
- GEM, Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil**. Curitiba: IBQP, 2013.
- HENRIQUE, D. C.; CUNHA, S. K. Metodologias, recursos e práticas didático-pedagógicas no ensino de empreendedorismo em cursos de graduação e pós-graduação nacionais e internacionais. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 30, Salvador, 2006. **Anais...** Salvador: ANPAD, 2006.

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

LEITE, E. D.; DIAS, C. N. 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.

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. São Paulo: Grupo APOE. 2014.

LIÑÁN, F.; CHEN, Y.- W. 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.

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 mai. 2012.

PINTO, M. R. 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**, v. 7, n. 2, p. 1-13, 2007.

RIBEIRO, R. L.; OLIVEIRA, E. A. A. Q.; ARAUJO, E. A. S. 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.

SANTOS, Glauber Eduardo de Oliveira. **Cálculo amostral**: calculadora on-line. Disponível em: <<http://www.publicacoesdeturismo.com.br/calculoamostral/>>. Acesso em: 2jun. 2017.

SILVA, H. E.; CAMPOS, A. P. S. Talento empreendedor local: uma proposta de aprendizagem para os cursos de administração. **Revista ANGRAD**, v.3, n.4, p.31-46, 2002.

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

UFC, Universidade Federal do Ceará. **Projeto pedagógico do curso de Administração**. 2013. Disponível em: <<https://si3.ufc.br/sigaa/verProducao?idProducao=597317&key=51fa058c3cce7f577104fc6ca273aa8c>>. Acesso em: 10 jun. 2017.

URIARTE, L. R. Tendência empreendedora das profissões. In: ENCONTRO NACIONAL DE EMPREENDEDORISMO, 1, Florianópolis, 1999. **Anais...** Florianópolis: UFSC, 1999.