

Este é um artigo publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Attribution, que permite uso, distribuição e reprodução em qualquer meio, sem restrições desde que o trabalho original seja corretamente citado.



## **Intenção empreendedora: um estudo com estudantes de Administração na cidade de Vitória da Conquista**

### *Entrepreneurial intention: a study with business Administration students in Vitória da Conquista*

**Recebido: 06/07/2022 – Aprovado: 18/02/2023 – Publicado: 01/04/2023**

**Processo de Avaliação: Double Blind Review**

Gabriela Dias de Oliveira Silva

[ngabidias@gmail.com](mailto:ngabidias@gmail.com)

Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia

<https://orcid.org/0000-0002-4378-8112>

Almiralva Ferraz Gomes

[almiralva.gomes@uesb.edu.br](mailto:almiralva.gomes@uesb.edu.br)

Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia

<https://orcid.org/0000-0002-5440-2115>

Rita de Cássia Oliveira Lima Alves

[rita.lima@uesb.edu.br](mailto:rita.lima@uesb.edu.br)

Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia

<https://orcid.org/0000-0002-9090-8762>

Weslei Gusmão Piau Santana

[weslei.piau@uesb.edu.br](mailto:weslei.piau@uesb.edu.br)

Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia

<https://orcid.org/0000-0003-3482-1838>

## **RESUMO**

O empreendedorismo tem contribuído na geração de riquezas e criação de produtos e serviços inovadores que beneficiam a sociedade. Portanto, faz-se necessária a promoção de uma cultura empreendedora que possibilite o desenvolvimento de novos negócios. Diante disso, este estudo objetivou conhecer a percepção discente a respeito da intenção empreendedora de estudantes

de Instituições de Educação Superior (IES) que oferecem cursos presenciais de Administração em Vitória da Conquista, região sudoeste da Bahia. Trata-se de uma pesquisa do tipo descritivo-exploratória e de natureza empírica, que aplicou questionários a uma amostra de 80 alunos regularmente matriculados no último ano de graduação. Utilizou-se o *software* SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) para verificar a frequência das respostas e posterior análise dos dados, portanto, o tratamento foi quantitativo. Os resultados apontaram ausência de ações adequadas nas IES em relação a educação empreendedora e baixo número de estudantes com intenção de ter o próprio negócio.

**Palavras-chave:** empreendedorismo, competência empreendedora, cultura empreendedora, educação empreendedora.

#### **ABSTRACT**

*Entrepreneurship has contributed to generating wealth and creating innovative products and services that benefit society. Therefore, it is necessary to promote an entrepreneurial culture that enables the development of new businesses. Therefore, this study aimed to understand the perception of teachers and students about the entrepreneurial intention of students who attend Business courses in Vitória da Conquista, southwestern Bahia. This is a descriptive, exploratory, and empirical research, which applied questionnaires to a sample of 80 students regularly enrolled in the last year of graduation. The SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) software was used to verify the frequency of responses and subsequent data analysis. The results showed a lack of adequate actions in the universities in relation to entrepreneurial education and a low number of students intending to have their own businesses.*

**Keywords:** *entrepreneurship, entrepreneurial competence, entrepreneurial culture, entrepreneurial education.*

## 1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo conquistou notoriedade no mundo devido à sua contribuição para o desenvolvimento socioeconômico global. No Brasil, a crise financeira e política, o desemprego e a carência de políticas públicas estruturantes para desenvolvimento do país são evidentes. Essas condições possibilitam o interesse de indivíduos que procuram atuar como donos do próprio negócio, ora por oportunidade ora por necessidade.

Atitudes empreendedoras ganharam destaque em função de suas contribuições sociais. Além da geração de riqueza, a iniciativa empreendedora coopera para a criação de produtos e serviços que podem trazer benefícios à sociedade. Deste modo, faz-se necessário discutir formas de assessorar indivíduos que desejam abrir seu próprio negócio, a fim de criar possibilidade de trabalho, renda e melhores investimentos.

A função das Instituições de Educação Superior (IES) nesta perspectiva é fundamental, pois ajuda na capacitação e incentivo de seus alunos para o desenvolvimento de atividades empreendedoras. Essa contribuição promove um ambiente propício para inovação e viabiliza a formação de futuras empresas. Para Johan, Kruger e Minello (2018), a educação empreendedora, ao difundir conhecimento, incentivar comportamentos e promover aprendizagem, por meio de um processo dinâmico de conscientização, associação e aplicação, pode desenvolver indivíduos empreendedores.

O mundo contemporâneo demanda sujeitos que atuem como agentes de mudança e que criem oportunidades de melhoria. É necessário, assim, discutir o empreendedorismo nas IES a fim de colaborar para o aprendizado do empreendedorismo e para a formação dos futuros profissionais. Este cenário pode alavancar o interesse na intenção e decisão de empreender e no desenvolvimento de competências empreendedoras. Além da importância socioeconômica, a discussão do empreendedorismo pode contribuir para a produção de conhecimento científico, para o seu desenvolvimento e gerar aperfeiçoamento de suas práticas. O empreendedorismo, nesse sentido, pode viabilizar a formação de indivíduos mais criativos e propensos ao desenvolvimento de uma existência mais significativa quanto à resolução de problemas individuais e/ou coletivos.

Para Raimundo e Maciel (2018), a atitude empreendedora passou a ser vista como de fundamental importância na formação de alunos para o enfrentamento dos desafios atuais. Dada a relevância da orientação empreendedora e das práticas mais colaborativas na sociedade, as IES podem auxiliar na formação de um profissional empreendedor. Faz-se necessário, assim, que se discuta a formação de estudantes universitários quanto às práticas do empreendedorismo.

Nesse âmbito, a presente pesquisa objetiva conhecer a percepção discente a respeito da intenção empreendedora de estudantes de IES que oferecem cursos presenciais de Administração em Vitória da Conquista, região sudoeste da Bahia. Para tanto, o presente artigo está organizado em seis seções. A primeira trata-se desta introdução. A segunda discute empreendedorismo e desenvolvimento de competências empreendedoras. A terceira trata da intenção empreendedora. A quarta apresenta os procedimentos metodológicos adotados para a investigação. A quinta analisa os dados da pesquisa à luz do referencial teórico. A última apresenta as considerações finais do estudo.

## **2. DO EMPREENDEDORISMO AO DESENVOLVIMENTO DE COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS**

O termo empreendedorismo é associado por boa parte da literatura especializada ao indivíduo que busca o lucro e que possui interesses meramente econômicos (JOHAN; KRUGER; MINELLO, 2018; RAIMUNDO; MACIEL, 2018; SCHUMPETER, 1982; VERGA; SILVA, 2014). No entanto, Schumpeter (1982), ainda em meados do século XIX, foi quem deu projeção ao termo e considerou o empreendedor não apenas como um indivíduo que vê no lucro o fator determinante de suas iniciativas, mas também como um sujeito criativo capaz de transformar o meio em que vive. Mais tarde, outras definições e abordagens trouxeram outros significados, como defendem Almeida e Chaves (2015, p. 518), ao afirmarem que

[...] como qualquer outro conceito, tanto a gênese quanto a evolução, encontram-se permeadas por especificidades históricas de índole social, econômica e política, além de estarem marcadas pelas várias perspectivas disciplinares que subjazem a elas.

Tendo em vista que diversos autores propuseram definições distintas para o termo no decorrer da história, as variadas ideias são reflexo do cenário social de cada época (JULIEN, 2010; VIEIRA; MELATTI; RIBEIRO, 2011).

De acordo com Verga e Silva (2014, p. 6), “[...] o empreendedorismo foi evoluindo frente às ideias que dominavam a época, o que proporcionou uma conjuntura quanto a sua evolução”. Eles afirmam ainda que o termo empreendedorismo passa por três eras distintas quanto ao pensamento empreendedor: a era econômica (1870-1940); a era das ciências sociais (1940-1970) e; a era dos estudos de gestão de 1970 até os dias atuais. O interesse pelo empreendedorismo partiu, então, da economia, mas também foi objeto de interesse da psicologia e das ciências sociais. A era dos estudos de gestão, para Murphy, Liao e Welsh (2006), é reconhecida como base multidisciplinar para as pesquisas que envolvem

oportunidades, redes de acesso às informações, fatores sociológicos, entre outros. Segundo Verga e Silva (2014), as mudanças políticas, econômicas e tecnológicas levaram o empreendedor a ocupar diferentes esferas sociais e desempenhar papel cada vez mais importante na economia, por isso, sua função é associada à geração de oportunidades.

Hoje, circulam diferentes noções sobre o empreendedorismo. Segundo Lopes e Lima (2019), existem desde autores como Shane e Venkataraman (2000), que relacionam o termo à geração de novos bens, serviços, matérias-primas, mercados e métodos de produção e organização, ao se adotar novos meios, fins ou relações meios fins até pesquisadores que veem o empreendedorismo de modo mais revolucionário e transformador das esferas social e institucional, como Rindova, Barry e Ketchen (2009).

Tendo em vista que os empreendedores podem se dedicar a atividades que interferem no cenário econômico e social e que eles podem ser capazes de gerar transformação, criar negócios e deter particularidades que os qualificam para conduzir seus empreendimentos, faz-se necessário discutir a noção de competência empreendedora e como o empreendedorismo tem sido tratado no meio acadêmico.

Para Nassif, Andreassi e Simões (2011, p. 38), a noção de competência envolve “[...] diferentes traços de personalidade, habilidades e conhecimentos, que partem das influências de experiências, treinamentos, educação, família e outras variáveis demográficas”. Em se tratando de competência empreendedora, Schmitz (2012, p. 73) a define como um “comportamento, habilidade e atitude de um indivíduo que, diante de situações críticas de trabalho, motiva-se à busca de soluções, que irão resultar em benefício institucional e satisfação da necessidade de realização do indivíduo.”

Portanto, as habilidades comportamentais desenvolvidas no empreendedor podem ser resultado da sua busca por realização através de um novo negócio. A motivação, a persistência e a inovação podem, assim, resultar em competências como identificação de oportunidades e aptidão para lidar com situações complexas.

Zampier, Takahashi e Fernandes (2012) auxiliam na discussão, ao resgatarem em seus estudos, o trabalho de Leiria (2002), que objetivou identificar quais competências os empreendedores colocam em ação para desenvolver suas organizações e os fatores que determinam o sucesso dos seus negócios:

[...] as competências mais utilizadas e que garantem a sobrevivência dos empreendimentos estão concentradas em: preocupação com tecnologias voltadas para inovação, atenção para oportunidade de novos mercados, início do processo de

exportação, maior atenção com a conquista de novos clientes e a manutenção e fidelização dos já existentes (LEIRIA, 2002, p. 111).

Para os empreendedores, as competências pessoais podem se refletir na capacidade de arriscar-se, no espírito de inovação, na persistência, na liderança e na orientação para mudanças. As habilidades técnicas envolvem a capacidade de tomar decisões e a competência de relacionamento, segundo Zampier, Takahashi e Fernandes (2012), pode contribuir na rede de relacionamentos do empreendedor à medida que o capital social pode encontrar recursos para expansão e institucionalização do empreendimento.

Desse modo, entende-se que o empreendedor possui particularidades específicas, pois o sucesso do negócio pode ser decorrente de capacidades adquiridas ao longo do tempo, das quais podem se destacar aptidões voltadas para inovação, atenção e desenvolvimento de oportunidade e manutenção da rede de relacionamentos com clientes e colaboradores. A última é construída com base na competência relacional (CAMPOS; LIMA, 2019).

Para Zampie e Takahash (2011), não há desenvolvimento sem aprendizagem, constituindo-se, assim, um processo necessário para a aquisição de competências. As competências, portanto, são construídas por meio de treinamento, prática, erros, reflexão, informações e experiências em diferentes ambientes. É possível, então, confirmar a importância das competências empreendedoras. Neste sentido, o ambiente acadêmico se apresenta como potencial constructo do tema.

O surgimento do ensino do empreendedorismo ocorreu nos Estados Unidos, em 1947, quando foi ministrado pela *Harvard Business School* com o objetivo de qualificar ex-combatentes da 2ª Guerra Mundial para o auto emprego, bem como para a criação de oportunidades de trabalho. Deste modo, o incentivo à prática empreendedora adveio como resposta às mudanças econômicas e de mercado no intuito de amenizar o desemprego, gerar renda e qualificar o indivíduo na identificação e aproveitamento de oportunidades (OLIVEIRA; MELO; MUYLDER, 2015).

Para Johan, Krüger e Minello (2018, p. 128), a educação empreendedora envolve “[...] um processo dinâmico atrelado as mais diversas conjunturas, podendo assim ser considerado uma forma estratégica de contribuir para o crescimento econômico e social de um país, de uma organização ou de um mercado em específico”. Nesse sentido, o empreendedorismo ganhou força e muitas IES o adotaram como forma de transformar o conhecimento produzido no ensino e nas pesquisas em valor econômico e social.

De acordo com Oliveira, Melo e Muylder (2015), no Brasil, o ensino do empreendedorismo ocorreu a partir da década de 1970, quando tais componentes passaram a configurar nos currículos de universidades nos cursos de Administração, inicialmente, na Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas, em São Paulo. Ao longo dos anos, o ensino de empreendedorismo foi inserido nos cursos de Administração em diversas universidades como uma subárea e, posteriormente, estudado por acadêmicos como um campo específico. Embora ainda esteja em fase de formação e consolidação, já apresenta um considerável crescimento e estabelecimento nos principais segmentos de formação.

Em estudo realizado, em 2019, pelo *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), o Brasil possui cerca de 53,4 milhões de empreendedores em idade adulta. A taxa total de empreendedorismo, no Brasil, foi de 38,7%, ou seja, a 2ª maior da série histórica da pesquisa. Os mais ativos no envolvimento com atividades empreendedoras iniciais foram os que possuíam o ensino superior completo (27,6%), inclusive, para os que possuíam o ensino médio ou superior completo, 12% eram empreendedores estabelecidos (GEM, 2020).

Apesar da importância do empreendedorismo na sociedade, constata-se um baixo número de indivíduos com ensino superior completo empreendendo, mesmo com seu crescimento nos últimos anos. As IES têm papel significativo neste cenário, pois são responsáveis pela criação e difusão de conhecimento por meio do ensino. No entanto, o ensino do empreendedorismo nas IES brasileiras apresenta alguns desafios, uma vez que se tem um sistema de educação configurado para o ensino de questões analíticas, o que possibilita lacunas quanto ao incentivo à temática empreendedora.

Segundo Oliveira (2012), um dos agravantes para o ensino do empreendedorismo é a questão cultural. No Brasil, prevalece uma educação que incentiva os jovens a buscarem um emprego estável. Além disso, existe um imaginário de que a carreira empreendedora é destinada para pessoas que não gostam de estudar. Outrossim, existe a ideia de que empreendedorismo não se aprende em cursos, em decorrência de grandes nomes de empreendedores de sucesso que ganharam espaço de destaque nos meios de comunicação, porque muitos saíram da escola para empreender. Ademais, a qualificação dos docentes é precária e/ou recente.

Além disso, as ofertas ainda são poucas em termos de quantidade de disciplinas, inclusive em muitos casos são optativas. Para Oliveira (2012, p. 11), faz-se necessário: “[...] experimentar outras técnicas de ensino vivencial, através de dinâmicas, competições, desafios, contato com empreendedores, laboratórios de experimentação, clubes de convivência e *networking*”.

Nesse contexto, o ambiente acadêmico pode apresentar-se como um espaço apropriado para promover o empreendedorismo e contribuir para o desenvolvimento de habilidades necessárias que permitam aos alunos criarem novas oportunidades. Gomes e Silva (2018, p. 123) consideram que

[...] há um consenso no entendimento de que a maneira mais adequada e eficiente de ensinar o empreendedorismo é por meio da realidade educacional, ou seja, através de uma educação empreendedora que relacione conteúdo teórico e prático com base em exemplos reais do mundo do trabalho.

As IES, então, têm a função de colaborar de forma efetiva na aprendizagem e no desenvolvimento da intenção empreendedora entre os discentes.

### 3. INTENÇÃO EMPREENDEDORA

O debate em torno de intenção empreendedora envolve a identificação dos constructos que mais a influenciam (KASSICIEH et al., 1997; KENNEDY et al., 2003; YUKONGDI; LOPA, 2017). Para Camozzato *et al.* (2018, p. 111), “[...] o grau de intensidade da intenção empreendedora nos indivíduos pode variar razoavelmente de pessoa para pessoa, e ainda variar para a mesma pessoa em diferentes pontos no tempo, dependendo das circunstâncias vivenciadas por este indivíduo”. Deste modo, o ambiente se apresenta de forma relevante para promover o desenvolvimento de indivíduos proativos para a iniciativa empreendedora.

De acordo com Souza, Silveira e Nascimento (2018, p. 76): “a intenção empreendedora se volta para o estudo da predição e da propensão do indivíduo em se tornar um empreendedor e fundamenta-se, principalmente, na Teoria do Comportamento Planejado (TCP), de Ajzen (1991). “

Esse é o modelo mais usado na literatura acadêmica para examinar os antecedentes da intenção empreendedora (BIGNETTI, 2018).

Nesse contexto, torna-se significativo entender o comportamento individual e a influência do ambiente na intenção e decisão de atividades empreendedoras. Bignetti (2018) explica que o modelo de Ajzen (1991) contempla três antecedentes da intenção de empreender: atitude pessoal em relação a resultados; percepção de normas sociais; e o controle comportamental percebido, que se refere à percepção do comportamento que o indivíduo pode controlar. O primeiro antecedente do modelo diz respeito à percepção favorável, ou não, do indivíduo para realizar o comportamento almejado. Já o segundo antecedente refere-se à pressão social percebida para efetuar ou não tal comportamento. Por fim, o terceiro antecedente



descreve a facilidade ou dificuldade percebida pelo indivíduo em executar o comportamento e supõe refletir nas experiências passadas, nos impedimentos e nos obstáculos previamente percebidos.

Esse modelo pode explicar a intencionalidade individual e tornou-se possível a partir da análise da intenção empreendedora de um indivíduo ao prever se criará um negócio no futuro (SOUZA; SILVEIRA; NASCIMENTO, 2018). Ademais, as características pessoais que interferem na intenção empreendedora podem ser estimuladas e assim desenvolvidas a partir da percepção de uma escolha segura. Para isso, as barreiras contextuais devem ser superadas a partir do apoio institucional no comportamento de empreender. A discussão de Ferreira (2017, p. 81) converge com tal debate ao afirmar que “o modelo concebe que as atitudes, além das normas subjetivas (influência de colegas, família, universidade) e da percepção de controle do comportamento (autoeficácia), funcionariam como fortes antecedentes da intenção comportamental. “

Assim, os antecedentes e mediadores da intenção empreendedora ocorrem no nível individual e no nível contextual. O nível individual abrange “fatores da personalidade (conscienciosidade, amabilidade, abertura à experiência, extroversão e estabilidade emocional), e os fatores psicológicos, como propensão ao risco, locus de controle interno, autoeficácia, motivação e atitude (FERREIRA, 2017, p. 41).

Dessa forma, é possível verificar que indivíduos criativos, com propensão ao risco, abertos a experiências e que possuem desejo de realização e independência, são mais inclinados à intenção empreendedora. No que se refere ao nível contextual, a influência empreendedora estaria relacionada ao papel da família e da educação empreendedora como modelos na capacidade de perceber oportunidades e desenvolver atributos e comportamentos empreendedores.

Vale, Corrêa e Reis (2014) identificaram maior peso de fatores contextuais do que motivacionais no empreendedorismo. Dar continuidade ou ampliar os negócios da família, ter sido demitido e dispor de capital e encontrar-se insatisfeito com o emprego são alguns aspectos. Assim, indivíduos motivados pelo ambiente e/ou a partir do contato com empreendedores de sucesso podem adquirir o comportamento empreendedor despertando o desejo para criação de um negócio. Segundo Loiola *et al.* (2015, p. 24), o ambiente universitário também aparece provendo condição favorável para o empreendedorismo. Kacperczyk (2013) salienta que, mais que a oferta de disciplinas relacionadas ao tema, o ambiente universitário oferece contribuições ao empreendedorismo pelo fortalecimento de relações entre ex-colegas egressos do curso

universitário que iniciaram seus negócios e ao, serem bem-sucedidos, passaram a servir de exemplos positivos.

De acordo com Araújo (2014), entre os diversos fatores que apresentam relevância distinta e significativa nos antecedentes da intenção empreendedora de um indivíduo, estão a experiência profissional e a educação prévia, pois quanto mais favoráveis são a atitude, normas subjetivas e percepção de controle, maior a intenção do indivíduo de exercer tal comportamento. Nesse contexto, o processo de empreender pode ser explicado, sobretudo, pelas intenções de o indivíduo empreendedor, ademais, a educação empreendedora é uma ferramenta de desenvolvimento de habilidades e competências que contribuem para o sucesso do negócio.

Portanto, é de grande importância compreender melhor os antecedentes e consequentes da intenção empreendedora. No contexto acadêmico, estudantes universitários podem desenvolver a aptidão empreendedora desde que as universidades possibilitem um ambiente adequado pois, as relações sociais e as situações ambientais estimulam a ação empreendedora. Assim, quanto mais as universidades promoverem a temática e o desenvolvimento de competências empreendedoras, mais os estudantes se sentirão aptos para conduzir futuros negócios e explorar oportunidades.

#### **4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

A presente pesquisa é de natureza empírica. Quanto aos objetivos, a pesquisa classifica-se como exploratória e descritiva, ao conhecer a percepção discente a respeito da intenção empreendedora de estudantes de IES que oferecem cursos presenciais em Administração. Nesse contexto, a pesquisa assumiu a forma de levantamento, ao envolver a interrogação direta das pessoas cujo comportamento se deseja conhecer por meio de questionário (PRODANOV; FREITAS, 2013).

Tendo em vista que Vitória da Conquista é considerada cidade polo para a região sudoeste da Bahia, atendendo uma população circunvizinha superior a dois milhões de habitantes, embora sua população seja estimada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2021) em 343.643 pessoas, delimitou-se IES que oferecem cursos em Administração na cidade na modalidade presencial. A população desta pesquisa, portanto, foi representada por graduandos de Administração destas Instituições que cursavam o último ano de graduação e estavam regularmente matriculados no mês de fevereiro de 2020. A escolha por estudantes do respectivo curso foi decorrente do fato de se compreender que esse curso dispõe

do maior número de disciplinas voltadas para o empreendedorismo se comparado com outros cursos. Além disso, a escolha de estudantes do último ano considerou que, ao longo da formação, tiveram oportunidade de desenvolver a intenção empreendedora a partir de suas vivências no meio acadêmico.

Para representar o universo da pesquisa, utilizou-se amostra probabilística que, segundo Prodanov e Freitas (2013), origina-se de uma generalização estatística, por apoiar-se em cálculo estatístico. De acordo com os colegiados de curso das três IES estudadas, a população de estudantes cursando o último ano em Administração, em 2020, foi de 88 discentes. Deste modo, adotando uma margem de erro de 4% e um nível de confiança de 95%, a amostra foi de 80 alunos.

Para melhor compreender o fenômeno estudado, optou-se pela aplicação de questionário estruturado com os estudantes. O questionário foi organizado em cinco blocos e o objetivo era conhecer a percepção discente das questões levantadas. Para tanto, o primeiro bloco traçava o perfil dos informantes, o segundo pretendia verificar se o ambiente acadêmico incentivava os estudantes a explorar oportunidades de negócio, o terceiro pretendia identificar as competências empreendedoras encontrada nos estudantes, o quarto investigava as principais motivações que levariam os estudantes a empreenderem e o quinto levantava os desafios das IES pesquisadas quanto às práticas do empreendedorismo. O questionário direcionado aos alunos tinha 15 perguntas fechadas e de múltipla escolha. O instrumento de coleta foi elaborado por meio da ferramenta *Google* Formulários e aplicado presencialmente, tendo em vista que a coleta antecedeu a pandemia do Covid-19, após contato prévio e autorização das instituições pesquisadas.

Os dados coletados receberam tratamento quantitativo, uma vez que foram tabuladas numericamente no *software* SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) para verificar a frequência das respostas e posterior análise dos dados.

## 5. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

Participaram da pesquisa 80 estudantes que cursam Administração em três IES, situadas em Vitória da Conquista, e que estavam matriculados no último ano do curso. Vale salientar que no município atuam quatro IES que oferecem curso de Administração na modalidade presencial, porém, uma delas não viabilizou a aplicação dos questionários no cronograma previsto pela pesquisa. De acordo com o estudo realizado, 38,8% são do gênero masculino e 61,3% do gênero feminino. Quanto à faixa etária, 83,8% têm de 20 a 29 anos. Esses dados

evidenciam que a amostra corresponde a um perfil predominantemente feminino e jovem. Quanto ao estado civil, constatou-se uma maioria de solteiro/a (82,5%).

Identificou-se predomínio de estudantes que recebem baixos salários. Tal resultado pode ter relação com a idade dos participantes que estão em início de carreira profissional. Verificou-se que 30% ganham menos de R\$1.045 e metade da amostra (50%) recebe entre R\$1.045, 01 e R\$2.090, 10% recebem entre R\$2.095,01 e R\$3.135, 5% auferem entre R\$3.135,01 e R\$4.180 e 5% têm proventos acima de R\$4.180. Verificou-se, ainda, que os estudantes pesquisados têm sua atividade profissional diversificada. Foram identificadas 16 ocupações diferentes. Destacou-se a função de auxiliar administrativo com 21,3%, e estagiários com 17,5%, sendo que 26,3% não exercem nenhuma atividade profissional.

### 5.1. O papel do ambiente acadêmico para o desenvolvimento de empreendedores

Buscou-se verificar se o ambiente acadêmico foi capaz de incentivar os estudantes a explorar oportunidades de negócios e, conseqüentemente, estimular práticas empreendedoras. Para alcançar tal intento, os discentes foram questionados se concordam ou discordam de algumas assertivas que podem ser vistas na Tabela 1.

**Tabela 1**

Condições para o ensino do empreendedorismo na IES, segundo os estudantes

Assertiva	Grau de concordância (%)					
	DT*	DP	I	CP	CT	Total
Existência de infraestrutura adequada de apoio para o começo de novas empresas	42,5	37,5	16,3	3,8	0,0	100
As disciplinas de empreendedorismo preparam as pessoas adequadamente para empreender	27,5	42,5	21,3	8,8	0,0	100
Desenvolvimento da capacidade para abrir e/ou dar continuidade a um negócio próprio	5,0	16,3	32,5	40,0	6,3	100
Existência de conhecimento suficiente para iniciar e/ou gerir um negócio adquirido durante o curso universitário	10,0	31,3	17,5	37,5	3,8	100
O estudo do empreendedorismo no curso de Administração foi capaz de demonstrar a criação de um negócio próprio como opção de carreira	12,5	20,0	12,5	40,0	15,0	100
Capacidade do componente de empreendedorismo possibilitar a identificação de oportunidades de negócio	15,0	11,3	26,3	36,3	11,3	100

Fonte: Dados da pesquisa.

Notas: \*DT – Discordo totalmente; DP – Discordo parcialmente; I – Indiferente; CP – Concordo parcialmente; CT – Concordo totalmente.

Conforme verificado, apenas 3,8% dos estudantes concordam parcialmente e nenhum concorda totalmente que há infraestrutura adequada na IES para apoiar o começo de novas empresas. Correia, Aragão e Silva (2019) reiteram que grande percentual de bacharéis graduados não encontra ocupação no mercado de trabalho. Deste modo, o empreendedorismo pode apresentar-se como alternativa de ocupação. Porém, sua autonomia pode ficar comprometida quando não encontra nas universidades infraestrutura adequada para fomentar a prática empreendedora.

De acordo com a Tabela 1, apenas 8,8% dos discentes concordam parcialmente e nenhum concorda totalmente que as disciplinas de empreendedorismo oferecidas pela IES preparam adequadamente os estudantes para empreender, contrariando a proposta de Oliveira, Melo e Muyllder (2015), que defendem a necessidade de se levar os alunos a pensarem e avaliarem possibilidades alternativas para os diversos segmentos do campo da Administração.

Além da falta de incentivo a novas ideias, 40% dos estudantes concordam parcialmente e apenas 6,3% concordam totalmente que são capazes de abrir e/ou dar continuidade a um negócio, conforme a Tabela 1), contrariando a proposição de Gomes e Silva (2018), que argumentam que uma educação empreendedora competente pode favorecer a formação de indivíduos empreendedores, uma vez que a maneira mais adequada e eficiente de ensinar o empreendedorismo é por meio da realidade educacional. Ademais, 37,5% concordam parcialmente e 3,8% concordam totalmente que o curso universitário tenha proporcionado conhecimento suficiente para iniciar e/ou gerir um empreendimento.

O baixo incentivo da prática empreendedora compromete o desenvolvimento de profissionais que desejam ter um negócio. Conforme a Tabela 1, 40% dos estudantes concordam parcialmente e 15 % concordam totalmente que o componente curricular de empreendedorismo ou correlato, oferecido no curso de Administração, incentivou o empreendedorismo como opção de carreira. Quando questionados se o estudo do empreendedorismo no curso de Administração os capacitou a identificar oportunidades de negócios, 36,3% concordaram parcialmente e apenas 11,3% concordaram totalmente.

A análise da grade curricular dos cursos revelou uma pequena quantidade de disciplinas oferecidas ligadas a formação empreendedora, demonstrando, assim, que o tema empreendedorismo não é prioridade nos cursos. Nas três IES, apenas uma disciplina obrigatória com a temática é ofertada.

Técnicas inadequadas de ensino podem explicar a baixa capacidade do curso em incentivar a prática do empreendedorismo, uma vez que, quando questionados sobre as práticas

adotadas durante a disciplina cursada, 76,3% informaram que elaboraram plano de negócios, 58,8% apenas tiveram aula expositiva, 31,3% experimentaram dinâmicas, 8,8% participaram de desafios e 1,3% envolveram-se em competições. Cabe à universidade e ao corpo docente a tarefa de difundir a circulação de conhecimento por meio da teoria e prática desenvolvendo atividades no curso que promovam uma cultura de estímulo ao empreendedorismo. Segundo Oliveira (2012), experimentar outras técnicas de ensino vivencial são fundamentais para a formação empreendedora, inclusive, o estudo de caso se apresenta como um instrumento fundamental para o ensino do empreendedorismo e ele não foi indicado pelos estudantes.

## 5.2. Competências empreendedoras entre os estudantes

Procurou-se identificar as competências empreendedoras encontradas nos estudantes pesquisados. Para tanto, com base na literatura da área, levantou-se algumas competências que foram indicadas no instrumento de coleta e solicitou-se que os discentes marcassem aquelas que julgavam possuir sem estabelecer um limite, conforme pode ser observado na Tabela 2.

**Tabela 2**  
Competências empreendedoras identificadas pelos estudantes

Competências	Frequência	Percentual (%)
Comprometimento	63	78,8
Exigência de qualidade e eficiência	55	68,8
Persistência	53	66,3
Busca de informações	46	57,5
Necessidade de auto realização	40	50,0
Liderança	38	47,5
Motivação pessoal	38	47,5
Busca de oportunidades e iniciativa	35	43,8
Espírito de inovação	33	41,3
Estabelecimento de metas	32	40,0
Capacidade de assumir riscos	29	36,3
Manutenção de rede de relacionamentos	28	35,0
Independência e autoconfiança	26	32,5
Planejamento e monitoramento sistemáticos	22	27,5

Fonte: Dados da pesquisa.

Verificou-se que as competências mais reconhecidas foram: comprometimento (78,8%), exigência de qualidade e eficiência (68,8%), persistência (66,3%), busca de informações (57,5%) e necessidade de autorrealização (50%). Observou-se que os estudantes

pouco se identificaram com as habilidades propostas. Tal resultado pode ser justificado pelo pouco incentivo no ambiente pesquisado. Para Rodrigues *et al.* (2019), o empreendedor é uma pessoa que é capaz de estabelecer objetivos e atingi-los. Porém, apenas 40% da amostra afirma ter capacidade de estabelecer metas.

Muraro *et al.* (2018) afirmam que se destaca no perfil empreendedor a autonomia e autoconfiança, busca de oportunidades e visão, capacidade de assumir riscos moderados, capacidade de inovar, liderança e necessidade de poder e planejamento sistemático. Na amostra pesquisada, 32,5% sentem-se independentes e autoconfiantes, 43,8% sentem-se capazes de buscar oportunidades, 36,3% acreditam que são capazes de assumir riscos, 41,3% acham que possuem espírito de inovação, 47,5% julgam que possuem um perfil de liderança e apenas 27,5% consideram-se aptos ao planejamento e monitoramento sistemático.

Além disso, Zampier, Takahashi e Fernandes (2012) evidenciam a importância da rede de relacionamentos, pois o capital social possibilita encontrar recursos para expansão e institucionalização de empreendimentos. Entretanto, conforme a Tabela 2, 35% dos estudantes consideram-se capazes de manter uma rede de relacionamentos. Tais resultados permitem inferir que o ambiente pouco propício ao empreendedorismo colabora para que as competências indicadas sejam pouco percebidas. Esse fator pode ser observado quando os estudantes foram questionados se desenvolveram alguma das competências mencionadas no(s) componente(s) de empreendedorismo e/ou durante seu curso universitário e apenas 6,25% dos estudantes afirmam ter adquirido tais competências “sempre” durante o curso e 18,75% “frequentemente”.

Ao se cruzar a resposta dos alunos quanto ao desenvolvimento da capacidade para abrir e/ou dar continuidade a um negócio próprio com o desenvolvimento de competências durante o curso, apenas 5% concordam total ou parcialmente que “sempre” é possível desenvolver tais competências durante o curso, conforme a Tabela 3.

**Tabela 3**

Grau de concordância X frequência do desenvolvimento de competências para abrir e/ou dar continuidade a um próprio negócio durante o curso universitário

		Desenvolvimento da capacidade para abrir e/ou dar continuidade a um próprio negócio					
		*DT	DP	I	CP	CT	Total
<b>Desenvolvimento de competências durante o curso</b>	Nunca		1,3%	1,3%	3,8%		6,3%
	Raramente	2,5%	1,3%	7,5%	10,0%		21,3%
	Às vezes		12,5%	15,0%	17,5%	2,5%	47,5%
	Frequentemente	1,3%	1,3%	8,8%	6,3%	1,3%	18,8%
	Sempre	1,3%			2,5%	2,5%	6,3%
<b>Total</b>		5,0%	16,3%	32,5%	40,0%	6,3%	100,0%

Fonte: Dados da pesquisa.

Notas: \*DT – Discordo totalmente; DP – Discordo parcialmente; I – Indiferente; CP – Concordo parcialmente; CT – Concordo totalmente.

Diante dos dados coletados, percebe-se que, na concepção dos discentes que participaram da presente pesquisa, o curso não foi capaz de desenvolver competências empreendedoras. Deste modo, ao que parece, as IES não vêm alcançando a pretensão de formar empreendedores ou pelo menos de prepará-los a criar e gerir seu próprio negócio. Ademais, tais resultados refletem uma realidade divergente da proposta por Johan, Krüger e Minello (2018), ao defenderem que a formação de empreendedores é um fator importante no desenvolvimento de uma região e no progresso de negócios inovadores. Para isso, é necessário que as instituições de ensino disponham de uma educação empreendedora eficaz.

Ademais, questionou-se aos estudantes suas pretensões após a conclusão do curso e 45% objetivam ingressar no setor público através de concurso, 23,8% pretendem trabalhar como empregados no setor privado, 20% gostariam de criar ou dar continuidade ao seu próprio negócio, 6,3% têm a intenção de trabalhar no negócio de seus pais ou familiares e 5% gostariam de seguir carreira acadêmica. Esse resultado aponta o elevado número de estudantes que, possivelmente, irão optar por um emprego formal. Segundo Oliveira (2012), um dos agravantes no ensino do empreendedorismo é a questão cultural pois, no Brasil, prevalece uma educação que incentiva os jovens a buscarem um emprego estável.

Buscou-se verificar dos estudantes se tinham convívio com empreendedores para avaliar se a existência de tal convivência foi capaz de influenciá-los a despertar a intenção de abrir um negócio. Vale, Corrêa e Reis (2014) destacam que fatores contextuais como dar continuidade ou ampliar os negócios da família, ter sido demitido, dispor de capital e encontrar-se insatisfeito com o emprego exercem mais influência na decisão de empreender do que aspectos motivacionais. Um total de 23,75% afirma ter parentesco ou conviver “sempre” com empreendedores, 35% “frequentemente”, 22,5% “às vezes”, 12,5% “raramente” e 6,25% “nunca”. Esse resultado aponta que poucos participantes da pesquisa convivem ou têm contato com empreendedores, o que não possibilita um ambiente propício à aprendizagem.

No total, 27,5% afirmam que seguiriam a carreira empreendedora para aumentar a renda, 26,3% têm o propósito de buscar independência, 16,3% buscam auto realização, 8,8% objetivam desenvolver habilidades de gestão, 6,3% iniciariam tal carreira na falta de outras oportunidades mais atrativas, 6,3% preferem ser o próprio chefe ao invés de ser empregado, 3,8% pretendem desenvolver um projeto social, 2,5% intencionam seguir os passos da família



e 2,5% sentem-se frustrados com o emprego. Para Vale, Corrêa e Reis (2014), os principais motivos que impulsionam o indivíduo a agir são a necessidade de conquistas e realizações, a busca de autonomia e independência e a existência de desafios moderados, sendo que tais razões foram identificadas entre os participantes.

Para Johan, Krüger e Minello (2018), os principais métodos de ensino adequados à educação empreendedora consiste em preparar os estudantes com conhecimentos, habilidades e competências para defrontarem os desafios de criação, condução e expansão de negócios. Ademais, há um consenso sobre a importância de ensinar de modo diferente ao da educação tradicional para o desenvolvimento efetivo de tais habilidades, devendo a educação empreendedora combinar aulas teóricas e atividades práticas.

**Tabela 4**

Capacidades empreendedoras desenvolvidas durante o curso

<b>O empreendedorismo abordado no curso foi capaz de</b>	<b>Frequência</b>	<b>Percentual (%)</b>
Ampliar minha compreensão das atitudes, valores e motivações dos empreendedores	49	61,3
Desenvolver habilidades para identificar e explorar oportunidades de negócios	28	35,0
Desenvolver o espírito empreendedor	17	21,3
Estimular os estudantes a seguir uma carreira empreendedora	16	20,0
Capacitar-me para administrar meu próprio negócio	12	15,0
Treinar-me para abrir um negócio	9	11,3

Fonte: Dados da pesquisa.

A Tabela 4 apresenta a percepção discente a respeito das capacidades desenvolvidas durante o curso em se tratando de empreendedorismo. Os resultados demonstram que os discentes entendem que é necessário diversificar e ampliar as estratégias de promoção do desenvolvimento de uma educação empreendedora no ambiente universitário. Para Correia, Aragão e Silva (2019), acrescentar às grades curriculares o ensino do empreendedorismo em conjunto com práticas didático-pedagógicas adequadas para essa abordagem poderia contribuir para a formação de profissionais graduados mais preparados e habilitados no que se refere à gestão dos negócios e abertura de novos empreendimentos. Para se atingir tal nível, as instituições precisam aferir medidas de incentivo e dispor de preparo adequado para que os discentes desenvolvam competências para abrir seu próprio negócio.

Cabe mencionar que não houve diferenças significativas entre as IES estudadas. Dentre as dificuldades encontradas, está a oferta ainda tímida de componentes que se debruçam sobre o tema. Deste modo, cabe a universidade desenvolver planos de ensino, instrumentalizar os cursos, qualificar os professores, diversificar suas metodologias, enfim, promover um ambiente propício a formação de indivíduos empreendedores.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendedorismo auxilia de forma expressiva o desenvolvimento socioeconômico de uma região através da geração de riqueza, trabalho e renda para a população. Deste modo, assessorar os indivíduos que desejam abrir seu próprio negócio e despertar o interesse para geração de novos é uma ação que deve ser promovida nos cursos de graduação. As IES, nessa perspectiva, podem, então, fomentar um ambiente propício, contribuir para a capacitação e viabilizar a criação de uma cultura empreendedora.

Verificou-se, de acordo com a percepção discente, ausência de infraestrutura adequada nas IES para apoiar o começo de novas empresas, indicando que as disciplinas de empreendedorismo não preparam adequadamente os estudantes para empreender. Isso contribui para que um baixo número de discentes considere que possuem habilidades para identificação de oportunidades de negócio e condições de ter o empreendedorismo como opção de carreira.

Quanto à identificação de competências empreendedoras nos estudantes, observou-se que os discentes pouco se identificaram com as habilidades empreendedoras relacionadas à liderança, motivação pessoal, busca de oportunidades e iniciativa, espírito de inovação, estabelecimento de metas, capacidade de assumir riscos, manutenção de rede de relacionamentos, independência e autoconfiança e planejamento e monitoramento sistemáticos. Verificou-se, também, que os estudantes julgaram não desenvolver tais competências no(s) componente(s) curricular de empreendedorismo e/ou durante seu curso universitário. As principais motivações para os estudantes empreenderem são a intenção em aumentar a renda e a busca por independência e auto realização. Além disso, verificou-se um elevado número de estudantes que afirmou ter interesse em abrir uma empresa caso houvesse oportunidade e recursos.

Sobre os desafios das IES pesquisadas quanto às práticas do empreendedorismo, destacaram-se a ausência de incentivo da carreira empreendedora e do desenvolvimento de competências empreendedoras entre os estudantes. Uma das dificuldades encontradas foi a

baixa oferta de disciplinas relacionadas ao empreendedorismo e à insuficiente aplicação de conteúdo teórico à prática, além da não exploração dos docentes de metodologias e dinâmicas atrativas, capazes de promover a aprendizagem e o desenvolvimento das competências.

O êxito na educação empreendedora depende da integração da IES com a sociedade. Deste modo, cabem às universidades fornecer infraestrutura adequada para a realização de atividades práticas, formação constante do corpo docente e proporcionar atividades de aprendizagem e desenvolvimento do empreendedorismo.

Este trabalho apresenta limitações, tendo em vista que não foi possível pesquisar todas as IES que oferecem cursos presenciais de Administração na cidade de Vitória da Conquista, não obstante as inúmeras tentativas de contato. Em suma, a principal contribuição desta investigação está no fortalecimento de estudos acerca do ensino de empreendedorismo no Brasil e adoção de novas propostas e/ou práticas de ensino-aprendizagem para a construção de uma cultura empreendedora nas IES brasileiras. Ademais, espera-se que esta pesquisa sirva de referência para futuros estudos de caráter teórico-empírico sobre o tema. Como sugestões para trabalhos futuros, aponta-se a replicação deste estudo com outras graduações ligadas à área de negócios, como Contabilidade e Economia. Espera-se, ademais, que este estudo tenha sido capaz de provocar a reflexão a respeito da efetividade das práticas didático-pedagógicas adotadas no ensino do empreendedorismo e a importância da promoção do desenvolvimento de um ambiente propício para concepção da intenção empreendedora na educação superior.

## REFERÊNCIAS

AJZEN, I. The theory of planned behavior. **Organizational Behavior and Human Decision Processes**, v. 50, n. 2, p. 179–211, 1991.

ALMEIDA, Rachel de C.; CHAVES, Miguel. Empreendedorismo como escopo de diretrizes políticas da União Europeia no âmbito do ensino superior. **Revista Educação e Pesquisa**, São Paulo, v. 41, n. 2, p. 513-526, abr./jun. 2015. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ep/v41n2/1517-9702-ep-41-2-0513.pdf>>. Acesso em: 26 out. 2019.

BIGNETTI, Bernardo. **Análise da Influência da criatividade e da paixão empreendedora sobre a intenção empreendedora de estudantes universitários**. 2018. 136 f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2018. Disponível em: <<https://tede2.pucrs.br/tede2/handle/tede/7987?mode=full#preview-link0>>. Acesso em: 14 set. 2019.

CAMPOS, Teodoro M.; LIMA, Edmilson de O. Um estudo sobre os fatores que influenciam no desenvolvimento de competências empreendedoras. **Pretexto**, Belo Horizonte, v. 20, n. 1, p. 38-56, jan./mar. 2019. Disponível em: <[http://www.fumec.br/revistas/pretexto/article/view/3231/artigo\\_3\\_1\\_2019.pdf](http://www.fumec.br/revistas/pretexto/article/view/3231/artigo_3_1_2019.pdf)>. Acesso em: 21 set. 2019.

CORREIA, Naiane K. S.; ARAGÃO, Iracema M. de; SILVA, Amanda L. S. O estudo da disciplina de empreendedorismo nas instituições de ensino superior de administração de Aracaju e de São Cristóvão (SE). **Revista GUAL**, Florianópolis, v. 12, n. 2, p. 72-93, maio/ago. 2019. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/gual/article/view/1983-4535.2019v12n2p72/38459>>. Acesso em: 19 out. 2019.

DYNIWICZ, Ana M. **Metodologia da pesquisa em saúde para iniciantes**. 2 ed. São Paulo: Difusão, 2011.

FERREIRA, Aleciane de S. M. **Intenção de carreira empreendedora de estudantes universitários**: revisão de literatura e estudos empíricos. 2017. 169 f. Tese (Doutorado em Administração) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2017. Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/23498> >. Acesso em: 14 set. 2019.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR - GEM. **Empreendedorismo no Brasil 2019**. Curitiba: IBQP, 2020. Disponível em: < <https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2021/02/Empreendedorismo-no-Brasil-GEM-2019.pdf> >. Acesso em: 05 jul. 2011.

GOMES, Danilo C.; SILVA, Luciano A. F. Educação empreendedora no ensino profissional: desafios e experiências numa instituição de ensino. **Holos**, Natal, v. 1, n. 34, p. 118-139, 2018. Disponível em:<<http://www2.ifrn.edu.br/ojs/index.php/HOLOS/article/view/5264/pdf>>. Acesso em: 26 out. 2019.

IBGE. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **População**: Vitória da Conquista. 2021. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ba/vitoria-da-conquista/panorama>. Acesso em 06 jul. 2022.

JOHAN, Denise A.; KRUGER, Cristiane; MINELLO, Italo F. Educação empreendedora: um estudo bibliométrico sobre a produção científica recente. **Navus Revista de Gestão e Tecnologia**, Florianópolis, v. 8, n. 4, p. 125-145, set./dez. 2018. Disponível em: <<http://navus.sc.senac.br/index.php/navus/article/view/722/pdf>>. Acesso em: 26 out. 2019.

JULIEN, P. A. **Empreendedorismo regional e economia do conhecimento**. São Paulo: Saraiva, 2010. 399 p.

KASSICIEH, S. K.; RADOSEVICH, H. R.; BANBURY, C. M. Using attitudinal, situational, and personal characteristics variables to predict future entrepreneurs from national laboratory inventors. **IEEE Transactions on Engineering Management**, 44(3), 248-257, 1997. Disponível em: < <https://ieeexplore.ieee.org/document/618076>>. Acesso em 20 ago. 2021.

KENNEDY, J.; DRENNAN, J.; RENFROW, P.; WATSON, B. Situational factors and entrepreneurial intentions. In: ANNUAL CONFERENCE OF SMALL ENTERPRISE ASSOCIATION OF AUSTRALIA AND NEW ZEALAND, 16., Pretoria, África do Sul, 2003. **Proceedings...** Pretoria, África do Sul, 2003.

LEIRIA, Ana M. L. As competências do empresário da empresa de pequeno porte. 2002. 70 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2002. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/2899/000327872.pdf?sequence=1&gt>. Acesso em: 14 set. 2019.

LOIOLA, E.; GONDIM, S. M. G.; PEREIRA, C. R.; FERREIRA, Aleciane S. M. Ação planejada e intenção empreendedora entre universitários: analisando preditores e mediadores. **Revista Psicologia: Organizações e Trabalho**, v. 16, n. 1, p. 22-35 jan./mar. 2016. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/rpot/v16n1/v16n1a03.pdf>&gt;. Acesso em: 29 fev. 2020.

LOPES, Rose M. A.; LIMA, Edmilson. Desafios atuais e caminhos promissores para a pesquisa em empreendedorismo. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 59, n. 4, p. 284-292, jul./ago. 2019. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rae/v59n4/0034-7590-rae-59-04-0284.pdf>>. Acesso em: 14 set. 2019.

MURARO, Renata; LAZZARI, Fernanda; EBERLE, Luciene; MILAN, Gabriel S.; VERRUCK, Fabio. Avaliação do perfil empreendedor em meio acadêmico. **Revista Gestão e Desenvolvimento**, Novo Hamburgo, v. 14, n. 2, p. 136-156, jul./dez. 2018. Disponível em: &lt;[https://www.researchgate.net/publication/326383444\\_AVALIACAO\\_DE\\_PERFIL\\_EM\\_REENDEDEDOR\\_EM\\_MEIO\\_ACADEMICO](https://www.researchgate.net/publication/326383444_AVALIACAO_DE_PERFIL_EM_REENDEDEDOR_EM_MEIO_ACADEMICO)&gt;. Acesso em: 21 set. 2019.

MURPHY, Patrick J.; LIAO, Jianwen; WELSCH, Harold P. A conceptual history of entrepreneurial thought. *Journal of Management History*, v. 12, n.1, p.12-35, 2006. Disponível em: < <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.586.5694&rep=rep1&type=pdf>>. Acesso em 30 ago. 2021.

NASSIF, Vania M. J.; ANDREASSI, Tales; SIMÕES, Fabiola. Competências empreendedoras: há diferenças entre empreendedores e intraempreendedores? **Revista de Administração e Inovação**, São Paulo, v. 8, n. 3, p. 33-54, jul./set . 2011. Disponível em: <<http://www.spell.org.br/documentos/ver/4056>>. Acesso em: 18 out. 2019.

OLIVEIRA, Anna G. M. de; MELO, Marlene C. de O. L.; MUYLDER, Cristiana F. de. Educação empreendedora: o desenvolvimento do empreendedorismo e inovação social em instituições de ensino superior. **Revista Administração em Diálogo**, São Paulo, v. 18, n. 1, p. 29-56, jan./abr. 2015. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/rad/article/view/v18i1.12727/19431>>. Acesso em: 26 out. 2019.

OLIVEIRA, Fabiana M. de. Empreendedorismo: teoria e prática. **Revista Especialize OnLine**, Goiânia, [S.I.], mai. 2012. Disponível em: <<http://www.ipoggo.com.br/uploads/arquivos/191322dcff82e06081272bf77fb3beae.pdf>>. Acesso em: 26 out. 2019.

PRODANOV, Cleber C.; FREITAS, Ernani C. de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

RAIMUNDO, Carlo F. E.; MACIEL, Antônio C. Educação para o empreendedorismo implicações epistemológicas. **Revista Praxis Pedagógica- Mestrado Acadêmico em Educação**, [S.I.], v. 1, n. 4, p. 110-127, out./dez. 2018. Disponível em: <<http://www.periodicos.unir.br/index.php/praxis/article/view/3840/pdf>>. Acesso em: 26 out. 2019.

RINDOVA, Violina, BARRY, Daved,; KETCHEN, David J. Entrepreneurship as emancipation. **Academy of Management Review**, 34(3), 477-491, 2009. Disponível em: < <https://journals.aom.org/doi/10.5465/amr.2009.40632647>>. Acesso em 30 ago. 2021.

RODRIGUES, Ingrid L.; MACHADO, Diego de Q.; REINALDO, Hugo, O. A.; ALCANTARA, Sonia R. A. S de; SIVA, Luís, M. T. Intenção empreendedora em estudantes

64 de administração: um estudo com estudantes da universidade federal do Ceará. **Revista de Micro e Pequenas Empresas e Empreendedorismo da Fatec Osasco**, Osasco, v. 5, n. 1, p. 70-89, jan./jun. 2019. Disponível em: <http://remipe.fatecosasco.edu.br/index.php/remipe/article/view/158/139> &gt;. Acesso em: 18 out. 2019.

SCHMITZ, Ana L. F. **Competências empreendedoras**: os desafios dos gestores de instituições de ensino superior como agentes de mudanças. 2012. 281 f. Tese (Doutorado em Engenharia e Gestão do Conhecimento) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2012. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/96130/303632.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 18 out. 2019.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1982. 170 p.

SHANE, Scott; VENKATARAMAN, S. The promise of entrepreneurship as a field of research. **Academy of Management Review**, 25(1), 217-226, 2000. Disponível em: <<https://entrepreneurscommunicate.pbworks.com/f/Shane%2520%252B%2520Venkat%2520-%2520Ent%2520as%2520field.pdf>>. Acesso em 30 ago. 2021.

SOUZA, Roosiley dos S.; SILVEIRA, Amelia; NASCIMENTO, Sabrina do. Ampliando a mensuração da intenção empreendedora. **Revista de Administração FACES Journal**, Belo Horizonte, v. 17, n. 2, p. 74-93, abr./jun. 2018. Disponível em: <<http://www.fumec.br/revistas/facesp/article/view/5319/3103>>. Acesso em: 26 out. 2019.

VALE, Glauca Maria V.; CORREA, Victor S.; REIS, Renato F. Motivações para o empreendedorismo: Necessidade versus oportunidade? **Revista de Administração Contemporânea**, v. 18, n. 3, p. 311-327, maio/jun. 2014. Disponível em: <<http://doi.org/10.1590/1982-7849rac20141612>>. Acesso em: 19 out. 2019.

VERGA, Everton; SILVA, Luiz F. S. da. Empreendedorismo: evolução histórica, definições e abordagens. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, Maringá, v. 3, n. 3, p. 3-30, 2014. Disponível em: <<https://www.regepe.org.br/regepe/article/view/161/pdf>>. Acesso em: 14 set. 2019.

VIEIRA, Saulo F. A.; MELATTI, Gerson A.; RIBEIRO, Paula R. O Ensino de Empreendedorismo nos cursos de graduação em Administração: um estudo comparativo entre as universidades estaduais de Londrina e Maringá. **Revista de Administração da UFSM**, Santa Maria, v. 4, n. 1, p. 288-301, mai./ago. 2011. Disponível em: <<https://periodicos.ufsm.br/reaufsm/article/view/2697/2088>>. Acesso em: 19 out. 2019.

YUKONGDI, V.; LOPA, N. Z. Entrepreneurial intention: a study of individual, situational and gender differences. **Journal of Small Business and Enterprise Development.**, 24(2), 333-352, 2017. Disponível em: <<https://doi.org/10.1108/JSBED-10-2016-0168>>. Acesso em: 01 set. 2021.

ZAMPIER, Marcia A.; TAKAHASHI, Adriana R. W. Competências empreendedoras e processos de aprendizagem empreendedora: modelo conceitual de pesquisa. **Cadernos EBAP.BR**, v. 9, edição especial, artigo 6, Rio de Janeiro, p. 564-585, jul. 2011. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/cadernosebape/article/view/5442/4176>>. Acesso em: 26 out. 2019.

ZAMPIER, Marcia A.; TAKAHASHI, Adriana. R. W.; FERNANDES, Bruno H. Sedimentando as bases de um conceito: as competências empreendedoras. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, [S.I.], v. 1, n. 1, p. 101-130, jan./abril. 2012. Disponível em: <<https://www.regepe.org.br/regepe/article/view/16/14>>. Acesso em: 19 out. 2019.